МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

MIĘDZYNARODOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W ŁOMŻY

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

21 ЛЮТОГО 2023 РОКУ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
Кафедра мовної підготовки і соціальних комунікацій
(м. Ірпінь, Україна)
МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ НАУК В ЛОМЖІ
(м. Ломжа, Республіка Польща)
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра української мови та методики її навчання
(м. Житомир, Україна)
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
(м. Тернопіль, Україна)
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(м. Київ, Україна)

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

21 ЛЮТОГО 2023 РОКУ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Ірпінь – Ломжа, 2023

ББК 74.9 (4 Укр) 58 я431
У 45

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету (протокол № 7 від 8 березня 2023 року)

Редакційна колегія:
Зикун Наталія Іванівна, декан факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту, доктор наук із соціальних комунікацій, професор; **Шарлович Зоя Павлівна**, кандидат педагогічних наук, ад'юнкт Міжнародної Академії Прикладних наук в Ломжі (Польща); **Гиріна Тетяна Сергіївна**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор, завідувач кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій; **Калита Олена Петрівна,** кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій; **Зайцева Інна Веніамінівна**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій; **Павлова Алла Казимирівна**, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій.

Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця [Електронне видання] : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Ірпінь, 21 лютого 2023 р.) / За загальною редакцією д. н. соц. ком. Наталії Зикун, к. п. н. Зої Шарлович, д. н. соц. ком. Тетяни Гиріної. Ірпінь : Державний податковий університет, 2023. 264 с. PDF-формат ; мережеве видання ; інституційний депозитарій.

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, що відбулася 21 лютого 2023 р. на базі кафедри мовної підготовки і соціальних комунікацій факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту Державного податкового університету. Публікації відображають напрями та результати наукових досліджень, присвячених таким актуальним питанням: українська мова як феномен національної культури, міжмовна комунікація у сучасному геополітичному світі, міжкультурний діалог і презентація української культури, комунікативна компетентність сучасного фахівця, етична складова в сучасній гуманітарній парадигмі, сучасні засоби масової інформації та духовний універсум людини, бізнес-комунікації та перекладознавство: виклики сьогодення.

Видання розраховане на широке коло читачів, які цікавляться окресленою проблематикою.

За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій.

УДК 811.116.2:388.4 (477)(063)
ББК 74.9 (4 Укр.) 58 я431
У 45
© Державний податковий університет, 2023

ЗМІСТ

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

Бабко Марія
ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ НА МІЖМОВНУ КОМУНІКАЦІЮ У СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ……. 8

Зикун Наталія, Воронова Вілена
МОВНЕ ХАКЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ…… 11

Малахова Діана
РОЛЬ ДЕМОНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У ТВОРЧОСТІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ……. 15

Москаленко Наталія
ОЗНАКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В УМОВАХ ВІЙНИ……. 19

Семашко Тетяна
АНТРОПОНІМИ ЯК МОВНІ АКТУАЛІЗАТОРИ ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ У ТЕКСТАХ АНЕКДОТІВ…….. 26

Панель 2. МІЖКУЛЬТУРНИЙ ДІАЛОГ І ПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Александрова Галина
ІВАН СТЕШЕНКО: ПИСЬМЕННИК, ПЕДАГОГ, ГРОМАДСЬКИЙ ДІЯЧ, ВЕЛИКИЙ СИН УКРАЇНИ (ДО 150-РІЧЧЯ НАРОДЖЕННЯ)..... 29

Баб'як Жанна, Боднар Олег, Ірина Плавуцька
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ ДОМЕСТИКАЦІЇ І ФОРЕНІЗАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ІСТОРИЧНИХ ТВОРІВ В. СКОТТА УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ……. 37

Годованюк Альона, Гончарук Каріна
ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ ОСОБИСТОСТІ В УКРАЇНІ……. 39

Денисюк Сергій
ЄВРОПЕЙСЬКА СПРЯМОВАНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО ПИСЬМЕНСТВА У ДОСЛІДЖЕННЯХ ЮРІЯ ШЕВЕЛЬОВА…….. 42

Калита Олена
ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ…… 45

Козар Лідія
ДО РОЗГЛЯДУ УСНИХ ОПОВІДЕЙ ПРО ОКУПАЦІЮ ВОРЗЕЛЯ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 РОКУ: ОСОБЛИВОСТІ ФОЛЬКЛОРИЗАЦІЇ УСНОЇ ІСТОРІЇ…… 50

Копаниця Любов, Павлова Алла
РЕАЛІЗАЦІЯ ЖИТТЄВОЇ КОНЦЕПЦІЇ ТА ПРОЦЕСИ ДУХОВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ НЕОБРЯДОВІЙ ЛІРО-ЕПІЧНІЙ ПОЕЗІЇ…….. 55

Марченко Наталія
ДИТЯЧІ ПИСЬМЕННИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ: ЖИТТЄВІ ТА АВТОРСЬКІ СТРАТЕГІЇ……... 58

Перепелиця Наталія
ВЗАЄМОДІЯ ПИСЕМНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА АРХІТЕКТУРИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ……... 62

Попко Микола
ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ КОНСОЛІДАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ……. 67

Телеуця Валентина
КАТЕГОРІЯ «СВІЙ», «ЧУЖИЙ» В ОБРЯДОВОМУ КОНТЕКСТІ ПІВНІЧНОГО ПРИЧОРНОМОР'Я…….. 70

Панель 3. КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Велика Аліна
ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗА УМОВ СЬОГОДЕННЯ…….. 77

Волкова Людмила
ФОРМУВАННЯ КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ……. 83

Гордійчук Світлана, Кірячок Марина, Поплавська Світлана
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ SOFT SKILLS…… 87

Діденко Анастасія
УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК МАРКЕР МАНІПУЛЯЦІЙ В МИРНИЙ ТА ВОЄННИЙ ЧАС…… 90

Іваницька Вероніка
КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ: ОСМИСЛЕННЯ КАНАДСЬКОГО ДОСВІДУ BRIDGING PROGRAM……. 93

Клясен Наталія
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ……... 97

Крайняк Людмила, Дуда Олександра, Рибачок Світлана, П'ятничка Тетяна
РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ ЗАСОБАМИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ…….. 103

Кушнір Людмила, Кушнір Тетяна
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ…….. 107

Бойчук Ірина, Козаченко Галина
КРЕОЛІЗОВАНІ ТЕКСТИ У ПРОФЕСІЙНІЙ ФАРМАЦЕВТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ……. 114

Діденко Наталія
ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ…….. 120

Савченко Анатолій
ГУМАНІТАРНА СКЛАДОВА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ……. 124

Тільняк Неоніла, Онуфрієнко Олена, Сидоренко Лілія
ВЕБІНАР ЯК СУЧАСНА ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПОДАЧІ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ……. 128

Фомічова Ольга
КОМУНІКАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ПРОЄКТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНІЙ ЕКОЛОГІЧНІЙ ОСВІТІ…….. 131

Фурман Ольга
МОВНА СВІДОМІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ……... 135

Шапошник Галина
ЗНАЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ЯК ЗАСОБУ АКТИВІЗАЦІЇ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 139
Шарлович Зоя МІЖМОВНА КОМУНІКАЦІЯ ТА КОМУНІКАТИВНА ЗДАТНІСТЬ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ СПЕЦІАЛІСТА МЕДСЕСТРИНСТВА ……....…… 142
Юрчишин Денис
РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ПРАВНИКІВ……. 146

Панель 4. ЕТИЧНА СКЛАДОВА В СУЧАСНІЙ ГУМАНІТАРНІЙ ПАРАДИГМІ

Дяченко Наталія
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ БОРОТЬБИ ЗІ СТРАХАМИ ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ…… 149
Костенко Анастасія
ІМІДЖ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ…….. 152
Недашківська Тетяна
МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ПОНЯТТЯ В КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦЯ…….. 156

Панель 5. СУЧАСНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ДУХОВНИЙ УНІВЕРСУМ ЛЮДИНИ

Брадов Володимир
РОСІЙСЬКІ ЗМІ У ЗБРОЙНІЙ АГРЕСІЇ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ……... 164
Галицька Оксана
АНАЛІЗ НАУКОВО-ПРОСВІТНИЦЬКОГО КОНТЕНТУ В ГРОМАДЯНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ НА ПРИКЛАДІ YOUTUBE-ПРОЄКТУ «ШАЛЕНІ АВТОРКИ»… 168
Гиріна Тетяна
РЕНЕСАНС ДЕРЖАВНОЇ МОВИ В ЕФІРІ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО……. 172
Зайцева Інна, Христокін Геннадій
ПАБЛІСИТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ PR-ДІЯЛЬНОСТІ…….. 175
Ковпак Вікторія
СЕРІЯ ПОДКАСТІВ «ФРОНТ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ»: СМИСЛОВИЙ КАПІТАЛ, СТРАТЕГІЧНІ НАРАТИВИ…… 179
Криворучко Антон
МАЛЬОПИС ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ… 183
Криворучко Богдан
ВІЗУАЛІЗАЦІЯ КОНТЕНТУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ…….. 187
Мироненко Анастасія
ПОНЯТТЯ НОВИННОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНИХ МЕДІА…… 190
Науменко Ліана
ВІДОБРАЖЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ЖУРНАЛІСТА В ЖАНРІ РЕПОРТАЖУ……. 193
Розсудовська Сніжана
STORYTELLING ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: МОВНИЙ АСПЕКТ ТА ХУДОЖНЯ СТИЛІСТИКА ЖАНРУ….. 196

Сукаленко Тетяна, Шпетна Світлана
ЖАНР ІНТЕРНЕТ-ЩОДЕННИКА ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТЕКСТІВ СУЧАСНОЇ БЛОГОСФЕРИ…… 199

Панель 6. БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Гумовська Ірина
ОСОБЛИВОСТІ УСПІШНОГО ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ПРИ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ…….. 203

Koshil Nataliia, Hyryla Olha
TEACHING BUSINESS COMMUNICATION FOR CROSS FUNCTIONALITY…… 207

Киба Людмила
ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ: ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕГОВОРНИХ НАВИЧОК…….. 209

Levytska Yana
PECULIARITIES OF COMMUNICATION IN NEGOTIATION PROCESS……. 212

Лінива Катерина
ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ У ПРОЦЕСІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ…….. 218

Лисак Ірина
ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ В СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ……. 221

Никончук Ангеліна
ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ У СУЧАСНОМУ ДІЛОВОМУ СВІТІ……. 224

Онучак Людмила
ПЕРЕКЛАД ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ…….. 227

Пернарівська Тетяна
ТЕСТОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК СКЛАДОВА КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ……. 230

Петришена Олена
ІНОЗЕМНА МОВА В ФАХОВІЙ ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ…… 233

Руженська Тетяна
ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ……... 235

Царик Ольга, Наталія Рибіна
БІЛІНГВАЛЬНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРЕКЛАДАЧІВ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ПРОГРАМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ……. 237

Шилінська Інна, Бєлінська Ірина, Залюбовська Людмила
МІЖКУЛЬТУРНА ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ З ПОЗИЦІЇ ДИСКУРСИВНОГО ПІДХОДУ…….. 241

Штохман Лілія
РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ У НАВЧАННІ ПЕРЕКЛАДАЧІВ…….. 247

Юрчишин Тетяна, Стецько Ірина
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ З ПОЛЬСЬКОЇ МОВИ……. 251

Яриновська Катерина
ПРАГМАТИЧНА СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ВІЙСЬКОВОГО СОЦІОЛЕКТУ Й ТЕРМІНОЛОГІЇ…… 254

Yatsenko Liudmyla, Makater Svitlana
BUSINESS LETTER-WRITING AS A MEANS OF WRITTEN COMMUNICATION……..... 261

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

Марія Бабко,
спеціаліст вищої категорії, старший викладач
Державного навчального закладу «Регіональний механіко-технологічний центр професійної освіти Харківської області»,
м. Харків, Україна

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРУ НА МІЖМОВНУ КОМУНІКАЦІЮ У СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ

Формування інформаційного суспільства, засноване на розвитку нових комунікаційних та інформаційних технологій, здійснює значний вплив на зміни у сучасному світі. Розвиток глобальної комп'ютерної мережі Інтернет впливає на найрізноманітніші сфери життя та діяльності людей. Виникає потреба у вивченні мережі інтернет як інтерактивного засобу міжмовного спілкування, у вивченні можливості збільшення та підвищення якості міжкультурних контактів. У цьому значенні дослідження впливу інтернет-простору на міжмовне спілкування у суспільстві набуває все більшого пріоритету [1].

Інтернет-мережа як засіб міжмовної комунікації, з одного боку, позитивно впливає на світову спільноту, оскільки дозволяє передавати інформацію в будь-яку точку світу; сприяє зміцненню зв'язків між людьми та країнами, змінює стиль відносин у суспільстві; з іншого боку, інформація, що міститься у мережі інтернет, може мати і негативний вплив на особистість.

Інтернет-простір як один із проявів глобалізаційних та глокалізаційних тенденцій сучасного життя суспільства є універсальним комунікативним середовищем, одним із факторів соціального та культурного прогресу та стверджує нові принципи людського буття та комунікації: мережевий, віртуальний, інтерактивний. Інтеграційні процеси в усьому світі, перехід від біполярного до поліполярного співробітництва, від діалогу до полілогу культур, а також інформаційна мобільність представників різних країн, що постійно зростає, повинна ґрунтуватися на толерантності та взаєморозумінні, розвитку та зміцненні міжмовних зв'язків.

При цьому соціально-комунікативна роль інтернет-простору є досить багатосторонньою: дозволяє встановлювати горизонтальні зв'язки спілкування; дає можливість стати учасниками інформаційного процесу практично кожній людини; на відміну багатьох інших засобів комунікації інтернет – це засіб всебічного відкритого спілкування.

В наш час інтернет для більшості людей є важливим каналом спілкування та отримання інформації, можливістю активної комунікації з усім світом, за допомогою якої здійснюється новий тип спілкування – інформаційна міжмовна комунікація, яка відбувається у віртуальній реальності, що дає можливість

індивіду при міжмовних контактах спиратися не тільки на власний досвід, але і на все те, що становить феномен віртуальної дійсності.

На нашу думку, основними особливостями міжмовної комунікації у мережі інтернет є [3, 4]:

1. Інтерактивність – внаслідок розвитку інтерактивності інтернет-простір має унікальні (в порівнянні з іншими комунікативними середовищами) можливості, які включають багато сфер людської діяльності. З точки зору міжмовної комунікації це дозволяє досягти максимального проникнення інформації в інтернеті (розміщення інформації, отримання зворотного зв'язку, обговорення на форумах та ін.);

2. Комунікативність – інтернет-простір надає практично необмежені можливості для міжмовного спілкування, оскільки користувачі з будь-якої точки світу можуть спілкуватися між собою. Сьогодні мовний бар'єр, як одна із головних перешкод у міжмовній комунікації, можна подолати завдяки вбудованим технічним можливостям мережі: на багатьох сайтах існують версії кількома мовами, є різні перекладачі та програмне забезпечення для автоматизованого синхронного перекладу.

3. Різноманітність та змістовність контенту. За допомогою різних систем пошуку та навігації інтернет-сайти надають учасникам міжмовної комунікації доступ до обширних інформаційних баз. Кожен користувач має можливість не тільки познайомитися з інформацією в межах своєї культури, а також отримати доступ до інформації в базах даних, що належать до чужих культур, що значною мірою полегшує процес міжмовної комунікації.

4. Індексованість – у зв'язку з тим, що мережа інтернет має величезні масиви найрізноманітнішої інформації, з'являється необхідність швидкого пошуку та навігації. Тому користувачу, як учаснику міжмовної комунікації важливо вміти користуватися основними системами пошуку інформації, для того, щоб віднайти потрібну;

5. Своєчасність та оперативність передачі інформації – мережа інтернет нівелює різницю у часі, дозволяє стерти відстані між представниками різних культур та обмінюватися інформацією в реальному режимі часу, що активно сприяє розвитку міжмовної комунікації.

Як ми бачимо, інтернет-мережа є важливим засобом міжмовної комунікації та значно розширює її можливості, за її допомогою представники різних країн вступають у новий тип спілкування – інформаційну міжмовну комунікацію у віртуальній реальності. Таким чином, сьогодні мережа інтернет – це не тільки важливе інформаційне середовище, а і широкі перспективи міжмовної комунікації, де кожен користувач має можливість вибору засобів для її здійснення (електронна пошта, відеоконференції, блоги, месенджери).

Крім того, з розвитком штучного інтелекту (ШІ) з'явились ефективні пристрої та програми, що спрощують людське спілкування, зберігаючи при цьому мовне різноманіття у світі. Наприклад, ШІ Google Translator дозволяє перекладати цілі речення, що дає змогу враховувати контекст використаних у ньому слів. Технологія розпізнавання зображень Google Lens за допомогою ШІ

дає можливість бачити прямий переклад іноземних слів через камеру смартфона. Крім цього, програмне забезпечення з ШІ вже дозволяє робити автоматичний онлайн переклад відео. Ця технологія дає можливість блогерам, ЗМІ, міжнародним компаніям та освітнім організаціям масштабувати свій контент і бізнес у всьому світі. Від традиційних бюро перекладів такі програми відрізняються дуже важливими для сучасного світу факторами – швидкістю і мобільністю [2].

Таким чином, використання інтернет-простору у міжмовній комунікації доводить, що людство розвивається шляхом розширення умінь і навичок взаємодії, формування взаємозв'язку та взаємозалежності з представниками різних країн, народів та культур.

Список використаних джерел:

1. Мартинова Р.Ю., Боднар С.В. Рівні компетенцій і компетентностей володіння іноземною мовою. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Педагогіка та Психологія, 2022 С. 36.

2. Поліщук О.С., Поліщук О.В., Дудченко В.С. Філософія штучного інтелекту в освітньому процесі. Humanities Studies, 2022. 13 (90). С. 103-109.

3. Стоцький В. А. Засоби репрезентації невербальної комунікації у інтернет-спілкуванні: перекладацький аспект. 2022. Master's Thesis. Сумський державний університет.

4. Шевців Г.М. Проблема гармонізації терміносистем в умовах сучасної глобалізації. In: The 5 th International scientific and practical conference “Modern science: innovations and prospects”(February 6-8, 2022) SSPG Publish, Stockholm, Sweden. 2022. 771 p. 2022. p. 547.

Наталія Зикун,
д. н. соц. ком., професор, декан факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту Державного податкового університету, м. Ірпінь, Україна
Вілена Воронова,
канд. н. соц. ком., доцент кафедри зв'язків з громадськістю і журналістики Київського національного університету культури і мистецтв, м. Київ, Україна

МОВНЕ ХАКЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Мова є важливим інструментом супроводження процесів історичного розвитку кожної країни, номінуючи нові поняття і явища. Переломні періоди в житті країн і суспільств викликають до життя зміни в мовній системі, які головно забезпечуються медійними каналами, яскравим прикладом цього є сучасна українська мовна система. Нині можна констатувати стрімкі зміни лексичного рівня, певні новації орфографічного і граматичного рівнів, чому маємо переконливі для цього причини, насамперед екстралінгвістичні. Особливим сегментом мовної системи на сучасному етапі стає медіамовлення, ЗМІ, особливо соціальні медіа, є тим полігоном, де відбувається відбір конкуруючих мовних засобів.

В епоху інформаційного вибуху, стрімкого поширення інформації, фактично синхронності появи повідомлення про подію в різних комунікаційних каналах (пабліках, соціальних мережах тощо) із перебігом самої події скорочується час на освоєння мовою нових елементів. Оскільки медійна мова є особливо рухомим і динамічним сегментом у мовній, то саме в мові ЗМІ насамперед відображаються соціально-ідеологічні зміни в суспільстві, фіксуються нові поняття й ідеологеми. Адресат засобів масової інформації є дійсно масовим, розпорошеним у просторі й різнорідним за своїми соціальними характеристиками [3, с. 64].

Ми вже обґрунтовували вирішальний вплив у сучасних умовах на процеси оновлення мовної системи соціальних мереж, які із засобу комунікації все впевненіше перетворюються на своєрідне медійне середовище. Посередницький характер соціальних мереж, підтримуваний технологічними новаціями, сприяв помітним змінам мовної культури, що виявляється насамперед у ліберальності, гнучкості мовної норми [2, с. 39]. Такий результат зумовлюється миттєвістю відображення мовних змін через соціальні платформи, моментальним сприйняттям мовних новацій великим колом носіїв мови, доступністю зрізу реального мовлення і можливістю сформулювати своє ставлення до нього, не в останню чергу і завдяки інтерактивності комунікації через соціальні платформи. Нині маємо всі підстави визнається, що «у нас зараз найбільш інформатизована війна з часів історії людства, і все ми бачимо практично у прямому ефірі» [1]. Крім

іншого, це означає і те, що таким чином прискорюється процес оновлення мовного корпусу, скорочується час на лексикографічне опрацювання і закріплення новотворів, хоча це зумовлює і короткочасність побутування тих чи інших мовних одиниць, які зі зміною зовнішньої ситуації фактично так само швидко залишають активний словниковий запас. Самі лексикографічні матеріали стають доступними для широкої аудиторії через соціальні платформи [4].

Аналіз механізмів появи й використання мовних засобів актуалізується для української мови і через повномасштабну війну, що розпочалася 24 лютого 2022 року. Солідаризуємося у цьому плані з проф. Колумбійського університету, українським мовознавцем і журналістом Ю. Шевчуком, який обґрунтовано визнає, що «мова і те, як нею послугуються, завжди мала і має власну політичну логіку, – подобається це нам чи ні… Те, як ми оформляємо свої ідеї і посилання, як ословлюємо події, наперед визначає те, як ми їх розуміємо» [12].

Загальновідомим фактом є те, що мова легко пристосовувалася тоталітарними режимами для маніпулятивного впливу. І це простежувалося в різні історичні періоди, у різних країнах.

Мовне маніпулювання, особливо яскраво описане Дж. Орвелом, отримало назву «новомова», яку автори визначають, зокрема, як «намагання взяти під контроль мову, зведення її функції до базової комунікації та просування власних ідеологічних наративів» [8]. Хоча тут хотілося б зауважити, щао на перший план виходить все-таки функція впливу, маніпулювання. Для новомови характерне прагнення стерти будь-яку індивідуальність, забезпечити максимальну уніфікацію мовлення, а відтак і мислення. Атрибутами новомови вважають наявність канцеляризмів, фразеологізмів, евфемізмів [5].

Особливий досвід використання мовних інструментів маніпулювання напрацьований російською імперією. П. Померанцев, британський журналіст, дослідник пропаганди, такі перекручування називає хакерством. Хакерів лексикографічні джерела визначають як «спеціалістів в області комп’ютерних технологій», як «комп'ютерних хуліганів, які проникають у чужі інформаційні системи» [10]. Хоча саме слово набуло поширення задовго до масового використання комп’ютерів. Спочатку з'явилося жаргонне слово «to hack» («рубати, шматувати»). Так номінувався процес внесення стрімких змін, змін «на льоту» в свою або чужу програму, а віддієслівний іменник «hack» позначав результати такої зміни [11]. Жаргонне слово, маючи спочатку нейтральне значення, набуває пізніше негативного відтінку значення «здійснення несанкціонованих, іноді шкідливих дій в комп'ютері – злом комп'ютерів, написання та поширення комп'ютерних вірусів». Невипадковою є метафора П.Померанцева – таке викривлення змісту слів, використовуваних у загальноприйнятому значенні, є не чим іншим, як «зламом» мовної системи, шкідництвом, що ускладнює адекватне відображення дійсності за домомогою мовних засобів, має на меті творення і просування ідеологічно забарвлених наративів.

У межах новомови зазнають смислових змін не лише окремі слова, а й певні поняття, особливо важливі в політичному, історичному чи культурному відношенні. Так, уже в 2014 році на окупованих територіях України виникли так звані Донецька

народна республіка і Луганська народна республіка. Як слушно підкреслюють дослідники, їхні назви обрано невипадково, очевидно, що маємо справу із відсиланням до УНР – Української народної республіки – національної держави, яку на початку ХХ століття намагалися встановити українці, як і чимало інших європейських народів. Тож тепер слова «народна республіка» мають смислову двоїстість» [8].

Війна оголила й виявскравила низку нових маніпулятивних інструментів і прийомів, використовуваних російськими пропагандистами. Центр стратегічних комунікацій при Міністерстві культури та інформаційної політики, робота якого сфокусована на комунікаційній протидії зовнішнім загрозам, створив «Словник російських евфемізмів», у якому зібрано 36 найпоширеніших слів та фраз, спрямованих на розмивання реальності, приховування реалій війни від своїх громадян [9]: «*спеціальна воєнна операція*» – замість «війна», «*хлопок*» – замість «вибух», «*перегрупування*» – замість «відступ», «*жест доброї волі*» – замість «втрата контролю над островом Зміїний», «*екстремізм*» – замість «опозиційна діяльність», «*безлад*» – замість «протести», «*фейк*» – замість «інформація, що суперечить урядовій пропаганді», «*задимлення*» – замість «пожежа», «*спецоперація йде за планом*» – замість «поразка російських збройних сил», «*звільнення*» – замість «окупація українських територій», «*терористичний акт*» – замість «атака на російський військовий об'єкт», «*часткова мобілізація*» – замість «прискорена мобілізація із відправкою резервістів на фронт без підготовки і медичного забезпечення» та низка інших аналогічних номінацій.

Експерти «Детектор Медіа» у спеціальній рубриці «Новомова» подають глибокий аналіз впливу окремих вигаданих кремлем слів або приписаних відомим словам нових значень на спотворення реальності – серед них наводяться лексеми «*евакуація*» (замість «депортація на територію Росії»); «*постановка*» (у значенні «непричетність окупаційних військ до воєнних злочинів на території України»); «*українська криза*» – як спосіб перекласти відповідальність за злочини агресора на жертву агресії; «колективний Захід» – на позначення усіх небезпек, які нібито Захід може нести для росії; «іноагент» – як неформальна або сатирична назва іноземних держав чи західних медіаперсон, які відкрито виступають проти російської агресії – загалом на момент робити над нашим матеріалом уже підготовлено майже два десятки таких публікацій [7].

Свій «Словничок» на основі аналізу мови російських пропагандистських телеграм-каналів підготували TEXTY.ORG.UA [6].

Зрозуміло, що наведений перелік евфемізмів, безумовно, не є вичерпним. Він лише формує уявлення про реальні цілі кремлівської пропаганди – про заміну інформаційної функції маніпулятивною з метою приховування справжніх цілей і змісту діяльності, про створення уявної реальності через підміну понять і спотворення значення слів широкого вжитку. Однак поширення таких мовних одиниць, навіть в критично-іронічному контексті, навіть з метою кепкування над їхнім використанням чи засуджування відповідної мовної практики, через засоби масової інформації сприяє, як це не парадоксально звучить, їхньому поширенню і

руйнівному впливу, оскільки є інструментом «підтримування» створюваної ними картини світу.

Список використаних джерел:

1. Війна «зістарить» українців на 10-15 років – Ляшко. URL: https://www.slovoidilo.ua/2022/07/01/novyna/suspilstvo/vijna-zistaryt-ukrayincziv-10-15-rokiv-lyashko
2. Законодавче забезпечення формування та реалізації державної політики України в умовах воєнного стану: колективна монографія: у 4 томах / За заг. Редакцією: Стефанчук Р.О., Мищак І.М., Савченко Л.А.; Інститут законодавства Верховної Ради України. Київ, 2022. Т.3: Забезпечення прав і свобод людини в умовах воєнного стану: правові, психологічні, соціогуманітарні аспекти. С.37-62.
3. Зикун Н. Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіатекстів. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки.* 2012. Вип. 31. С. 63-66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkpnu_fil_2012_31_20Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України. URL: https:// www.facebook.com/inmo.org.ua/posts/2182019565299320
4. Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України. URL: https://
5. www.facebook.com/inmo.org.ua/posts/2182019565299320
6. Кульженко В. Новомова: як російська пропаганда намагається конструювати реальність росіян і деморалізувати українців за допомогою слів. URL: https://ms.detector.media/trendi/post/31087/2023-01-30-novomova-yak-rosiyska-propaganda-namagaietsya-konstruyuvaty-realnist-rosiyan-i-demoralizuvaty-ukraintsiv-za-dopomogoyu-sliv/
7. Міхальков С. Новомова окупації. Як ворожа пропаганда придумує штучну мову для опису своєї фальшивої реальності. URL: https://texty.org.ua/articles/107452/novomova-okupaciyi-yak-vorozha-propahanda-prydumuye-shtuchnu-movu-dlya-opysu-svoyeyi-falshyvoyi-realnosti/
8. Новомова. URL. https://disinfo.detector.media/theme/new-speak
9. Павлишин О. З язика зняли: як політика впливає на мову. URL: https://kunsht.com.ua/z-yazika-znyali-yak-politika-vplivaye-na-movu/?fbclid=IwAR0RlJhTLIgx5U87mHIS_YuWGyvItaKAbhgvSDxkqtdo3lk4rH9rQAdeKE
10. SPRAVDI опублікувало словник російської «новомови». URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3607251-spravdi-opublikuvalo-slovnik-rosijskoi-novomovi.html
11. Словник.ua. URL: https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D1%85%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%80
12. Хакер. URL: https://www.wiki-data.uk-ua.nina.az/%D0%A5%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%80.html
13. Шевчук Ю. Про війну і потребу нової мови. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/mova-maye-znachennya/31750018.html

Вікторія Ковпак,
д. соц. ком., доцент, професор кафедри соціальних комунікацій
Діана Малахова,
викладач циклової комісії соціально-гуманітарних дисциплін
Відокремленого структурного підрозділу «Ніжинський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України», м. Ніжин, Україна

РОЛЬ ДЕМОНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У ТВОРЧОСТІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Сучасний розгляд основних семантико-стилістичних особливостей демононазв у «Лісовій пісні» та висвітлення проблеми створення словника мови поетичних творів Лесі Українки з використанням комп'ютерних програм опрацювання художнього тексту [1, с. 5].

Аналіз лексики драматичної спадщини письменниці, яка є вершиною її поетичного генія [1, с. 7].

Способи, якими Леся Українка сприяла посиленню інтелектуального рівня, виражальних можливостей та розвитку словникового складу української літературної мови кін. XIX – поч. XX століть [1, с. 14].

Поєднання у художній картині світу письменниці інтелектуалізму і простоти, доступності, національних традицій та здобутків світової цивілізації [1, с. 129].

Давність інтересу до демонолексики, вивчення її в контексті сучасного мовно-культурного дискурсу, репрезентації традиційних демонологічних персонажів у живомовному просторі та з'ясування особливостей функціонування демононазв у різножанрових та різностильових текстах [1, с. 130].

На сучасному етапі розвитку української науки все інтенсивнішими й об'ємнішими стають дослідницькі роботи, що здійснюються у галузі комп'ютерної лінгвістики та лексикографії [2, с. 3].

Над розробленням та впровадженням сучасної державної словникової програми працюють Український мовно-інформаційний фонд НАН України, відділ лексикології, лексикографії та національного корпусу української мови Інституту української мови НАН України, лабораторія комп'ютерної лінгвістики Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кафедри прикладної лінгвістики у вузах [2, с. 6].

Комп'ютерні словники становлять основу всіх інформаційних систем, де використовується природна мова. Інформатизація лексикографічних робіт мусить бути ядром системи інформатизації лінгвістичних досліджень [2, с. 18].

Створення традиційних паперових словників – надзвичайно трудомісткий процес, застосування комп'ютерних методів дозволяє скоротити його у багато разів [5, с. 19].

Роботи у галузі комп'ютерної лінгвістики та лексикографії в Україні. Більшість із них пов'язана з науково-технічною програмою ДКНТ України «Інформатизація та

комп'ютеризація гуманітарної сфери», а також програмою під патронатом Президента України «Словники України» [2, с. 34].

Виконання працівниками лабораторії комп'ютерної лінгвістики КНУ частини роботи над аналізом поетичних текстів поетеси на основі автоматичного морфемного сегментатора [4, с. 57].

Джерельною базою дослідження науковців взяті три прижиттєві збірки Лариси Петрівни Косач: «На крилах пісень» (1893), «Думи і мрії» (1899), «Відгуки» (1902) [3, с. 57].

Параметризована база даних – це багатоаспектна і багатофункціональна система в електронному вигляді [4, с. 65].

Вивчення процесів мовного розвитку в аспектах вияву експресивних потенцій мови, є актуальною гуманітарною проблемою, яка в цілому стосується мови як вияву духовної культури народу. Етапи цього розвитку яскраво простежуються у творчості Лесі Українки [4, с. 81].

Демонологія як органічна частина міфології є важливим складником суспільного життя етносів [3, с. 240].

Залишаючись масовою у середовищі українців, міфолого-релігійна свідомість активно проникає у мистецтво, етику, філософію і навіть науку. Найширше українська демонологічна лексика представлена у фольклорі та художній літературі [3, с. 241].

Традиційно «демонологія» витлумачується як міфічні уявлення про злих духів (демонів). Проте Мавка в інтерпретації Лесі Українки – образ наскрізь позитивний [3, с. 245].

Крім Мавки, до лексико-семантичної групи некродемононменів належать у «Лісовій пісні» Русалка, Русалка Польова, Потерчата, «Той, що греблі рве», «Той, що в скалі сидить»… [3, с. 246].

За допомогою морфемного аналізу поетичних текстів на основі автоматичного морфемного сегментатора можна буде одержати ілюстрацію особливостей використання слова у поданому матеріалі [3, с. 247].

Про позитивне чи негативне забарвлення демононазв сигналізують конотації, що доповнюють предметно-понятійний зміст демонологічних лексем і надають їм експресивної функції [3, с. 248].

Словник мови поезії Лесі Українки на комп'ютерній основі стане частиною практичної побудови автоматизованих систем в Українському мовно-інформаційному фонді НАН України, що дасть можливість її розробникам виявляти фактичний матеріал для опису таких теоретичних аспектів комп'ютерної лінгвістики, на яких тримаються багато сучасних інформаційних систем інтелектуального призначення [2, с. 86].

Всебічне дослідження демонологічної лексики в поетичних текстах дозволить глибше пізнати творчий геній легендарної Дочки Прометея [3, с. 250].

Робота над словником поезії Лариси Петрівни Косач продовжується в Інституті Лесі Українки, створеному на базі Волинського державного університету [2, с. 88].

У «Словнику символів» мавки визначаються як різновид русалок, що «живуть у лісах і символізують душі померлих дітей», які після смерті «постають у вигляді

молодих красивих дівчат, котрі танцями і співом заманюють хлопців у ліс, де залоскочують їх до смерті або стинають їм голови» [5, с. 4]

У «Лісовій пісні» найбільшою лексико-семантичною групою демонологічної лексики є група некродемономенів: русалка, русалка польова, потерчата, «той, що греблі рве», «той, що в скалі сидить» [5, с. 4].

Русалка у східнослов'янській міфології – це жіночий демонологічний персонаж, що вшановується у святі русалій (тривають свята тиждень до і після Трійці). Вчені стверджують, що вірування в русалок має давнє походження… [5, с. 9].

Синонімом до слова русалка виступають лексеми купалка, водяниця, лутовка, хітка, лобаса. Щодо слів навка або мавка, ундина, вілла думки дослідників розділилися: одні вважають їх словами-синонімами до русалки, інші стверджують, що ці слова не є спорідненими… [5, с. 10].

Слово «потерча», як припускає етнолог Д. Зеленін, утворилося від слова «чорт»: пачортя – почертя – потерча – із характерним для української мови зближенням приголосних «ч» і «т» [5, с. 10].

Зображення письменницею демонологічних персонажів «Того, що греблі рве» і «Того, що в скалі сидить» [5, с. 11].

Вживання у драмі-феєрії демонолексеми упир [5, с. 12].

Вживання Лесею Українкою у «Лісовій пісні» загальновживані лексеми, як: мрець, небіжчик, покійник, труп, які дослідники зараховують до тематичної групи некродемономенів [5, с. 12].

Демономен лісовик виражений іменником чоловічого роду, що входить у семантичну групу назв істот і твориться за допомогою суфіксального способу від слова ліс. [5, с. 13].

Антропозооморфний образ водяника в уяві українців [5, с. 14].

Демономен перелісник вживається на позначення літаючого духу спокуси, який заманює жінок і дівчат, кохається з ними вночі й забирає силу та вроду [5, с. 15].

Словоформа вовкулака, є двокомпонентною, перша частина якої не потребує роз'яснення, а друга – dlak, dlaka (у чехів), кодлак (у галичан), chlaka, chlak (у сербів) – означає вовна, шерсть [5, с. 18].

Демонологічна лексика є важливим компонентом у формуванні сучасної української літературної мови, яка постійно розвивається, збагачуючи літературно-мистецькі жанри художніми засобами [5, с. 20].

Список використаних джерел:

1. Алексієнко Л. А., Дарчук Н. П. Принципи створення параметризованої бази даних за поетичними текстами Лесі Українки. Леся Українка і сучасність (До 130-річчя від дня народження Лесі Українки): Зб. наук. пр. Луцьк : Волин. обл. друк., 2014. 152 с.

2. Данилюк Н. Словник мови поезії Лесі Українки на комп’ютерній основі. Філологічні студії. Луцьк, 2016. № 4, С. 85-88.

3. Демонологічна лексика української мови (на матеріалі «Лісової пісні» Лесі Українки). Вільчинська Т. Леся Українка і сучасність: Зб. наук. пр. Луцьк : РВВ Вежа. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2018. Т. 4, кн. 2. С. 240-252.

4. Пещак М. М. Нариси з комп'ютерної лінгвістики. Ужгород : Закарпаття, 2015. 200 с.

5. Тяпкіна Н. І. Демонологічна лексика української мови. Автореф. дис. ... канд. філол. наук. Запоріжжя, 2016. 20 с.

Наталія Москаленко,
к. філол. н., доцент кафедри перекладу
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»,
м. Дніпро, Україна

ОЗНАКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Постановка проблеми. Дискурс як феномен і прояв мовленнєвої культури чутливий до історичних, соціокультурних та психологічних факторів існування нації. Елементи національного дискурсу реалізуються у всіх сферах мовленнєвого життя суспільства, але найбільш доступними для визначення домінантних його ознак є, звичайно, медіа дискурс, політичний, рекламний дискурс. Тобто публічний дискурс, який може бути більш або менш конгруентним із дискурсом «життєвості», за Гуссерлем [1, с. 136], з тим загальнонаціональним дискурсом, що підкоряється іншим правилам, ніж політичний, принаймні, в українському суспільстві. Аналіз у напрямку розбіжностей між офіційно прийнятими максимумами спілкування та комунікативним мисленням українців здатен продемонструвати стан суспільства з точки зору конгруентності національного дискурсу. Вивчення хоча б поверхових ознак національного дискурсу під впливом загальнонаціонального стресу, спричиненого повномасштабним російським вторгненням в Україну, здатне експлікувати психоемоційний стан суспільства, його ціннісні орієнтири і, відповідно, вектори трансформації колективної картини світу, ступінь можливості такої трансформації у контексті концептів «доброчинність», «гідність», «демократія».

Аналіз досліджень. Феномен дискурсу активно вивчається вже скоро як століття, і українська гуманітарна наука має ґрунтовні дослідження [2, с.74]. У сучасному дискурствознавстві його розглянуто у таких напрямках: загальна теорія дискурсу [3]; методика дискурсивного аналізу [4]; типологія дискурсу [5]. В сучасній лінгвістиці ще очікується вивчення складових, а головне механізмів існування, національного дискурсу як реалізації українського мовленнєвого менталітету і, ширше, як прояву колективної свідомості. Поняття конгруентності у вітчизняній лінгвістиці набуває все більш детального вивчення у царині когнітивної лінгвістики та лінгвосинергетики [6] саме як можливість експлікації механізмів цілісності тексту. Відносно конгруентності дискурсу, тим більше національного, поки що дослідницька робота не окреслена.

Інтенсивна модифікація українського національного дискурсу демонструє потребу такого дослідження. Саме конгруентність, узгодженість мовленнєвої поведінки на всіх рівнях функціонування комунікації з колективним світоглядом нації, відповідність слова справжнім, а не тим, що декларуються, цінностям суспільства, є не просто умовою гармонійного розвитку суспільства, здорового

мислення, а ще й умовою перспективної реалізації національного менталітету в царині культури, освіти, науки, побуту, тобто в процесі самоідентифікації.

Мета дослідження. Визначити лінгвістичну природу механізмів, що змінили український національний дискурс в умовах війни. Розглянути ознаки трансформації дискурсу на рівні очевидних фактів, загально впізнаваних мовленнєвих жестів, задля розуміння механізмів лінгвістичної конгруентності та умов її втілення.

Виклад основного матеріалу дослідження. З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну національний дискурс перш за все розширює межі дозволених, легітимних (відповідно, існуючих у колективній свідомості як конструктивних, правильних) вербальних і невербальних складових. Недозволене феноменально сприймається суспільством як позитивне явище, як ознака національного супротиву.

Схожа мовленнєва реакція сталася у 2014 році, коли український дискурс впустив елемент нелегітимного висловлювання, але дуже обережно, закодувавши його в абревіатуру ПТН ПНХ. Цей зухвалий мовленнєвий жест не прорвався у медіапростір, але набув національної конотації супротиву, став мовленнєвим кодом поряд з іншим: АТО.

У 2014 році неприпустимим було виконання міністром закордонних справ Дещицею А.Б. протестної пісні біля російського посольства, це назвали інцидентом, що викликав міжнародний резонанс. Але також відомо, який вплив мав цей сміливий комунікативний жест на протестувальників, які зібрались задля припинення підтримки росією терористів. Цей вчинок А.Б. Дещиці продемонстрував єдність влади з народом через подолання меж офіційного дискурсу. Цей комунікативний вчинок сприяв тимчасовій конгруентності національного дискурсу. По суті, ця комунікативна ситуація закарбувалась у колективній пам’яті та, припустимо, набула статусу комунікативної моделі досягнення конгруентності [7, с.83].

Інтенція національного дискурсу після 24 лютого 2022 року не здатна була утримувати фортецю контенту узуальної комунікації. Публічний дискурс впускає висловлювання з іншого комунікативного контенту, знімаючи заборону нецензурної лексики, розриває сталий зв’язок у колективній свідомості між нормою мовленнєвої поведінки та наслідком її порушення. Тобто у колективну свідомість вбудовується новий ланцюг значень: те, що апріорі оцінене негативно і є проявом гіршого у людині, раптом набуває іншого концептуального значення і є проявом найкращого у людині.

Мається на увазі відповідь українських воїнів з острова Зміїний російському кораблю. У перші місяці війни українські міста були заповнені білбордами з цією відповіддю мовою окупантів, так само як і медіа контент. Вислів, що зазвичай сприймався як прояв агресивного мовлення з так званих нижніх регістрів свідомості, як амбівалентний жест протесту і зневаги до всього, що правильно і дозволено, вписався у національний дискурс як елемент вищого регістру свідомості (як прояв мужності та героїзму українських воїнів) і отримав феноменальну колективну підтримку.

За один день українці об'єднуються самим фактом погодження на легімітизацію асоціального мовленнєвого явища, тому що саме воно із іншого дискурсивного простору, якому, напевне, більше довіряють у площині «свій – чужий». Офіційно-публічний дискурс, з його стереотипними структурами, мовленнєвими кліше, виконує свою конструктивну функцію, як і має бути. Але якщо недовіра суспільства відчувається як висока, і у неофіційному дискурсі загальними є висловлювання із семантикою «то все брехня», то збільшується дистанція між двома мовленнєвими процесами, відбувається дисбаланс у структурі національного дискурсу між тим, що і як суспільство вимовляє «на камеру», і тим, що і як говорить «без камери», а головне – між колективним світоглядом та публічним дискурсом. Приклад такого дисбалансу втілено у творі Василя Шкляра «Чорне сонце», де герої (українські хлопці-воїни АТО) жартують над передбачуваними промовами українських політиків, стильові й змістовні кліше яких вже давно розгадано, вже давно десемантизовано політичні гучні заяви, тому що вони штучні, є проявом відсутності конгруентності у межах політичного дискурсу [8].

В Україні такий дисбаланс вже давно формує концепт опозиції «справжнього і несправжнього, фантомного» слова, який вбудовується у світоглядну картину світу як ознака норми. В українському суспільстві явище «брехні, профанації» у таких сферах, як освіта, наука, політика, реклама вже майже нікого не дивує. Воно вбудовано у «правильний», легітимний національний дискурс, недовіра до якого вже є частиною національної картини світу. До речі, художній дискурс намагається вийти за межі простору «фейка» вже достатньо давно, обираючи шлях до мовлення з «нижнього» регістру свідомості. Максимально голосно дає пролунати нелегітимній лексиці Лесь Подревлянський, створюючи мовленнєву опозицію дискурсу, що одягається у форму доброчинності та порядності, легітимності та узуальності. Але, на жаль, український художній дискурс був до цього часу нездатним вплинути на статус концептів «брехня, профанація» у картині світу сучасного українця. Функціонування художнього дискурсу здебільше набувало стороннього існування у структурі національного дискурсу.

Саме у таких умовах висловлювання з нелегітимного дискурсу могло бути сприйнятим як національний супротив без профанації. Той факт, що медіапростір впустив нелегітимне мовлення у свої межі, свідчив про політичне рішення подолати дистанцію між комунікацією офіційно-публічною та неофіційною. У колективній свідомості відбулось начебто впізнавання елементу того мовлення, якого ще не торкнулась «профанація». Відбулася суттєва трансформація національного дискурсу, у якому концепт «брехні, фейку» теж набуває зрушень у бік неприйняття.

Зрозуміло, що такі мовленнєві стреси не можуть бути тривалими, щоб не призвести до серйозних деструктивних процесів. Тому українці зафіксували у площині максимів спілкування перифраз: «у напрямку російського корабля» або «за російським кораблем». Він набув відповідної легітимної контекстуальної значущості і функціонує як спосіб активізації ситуації мовленнєвого супротиву

російській навалі. До речі, саме у такому статусі створено алюзію: Sometimes you just gotta know When to stick your middle finger up in the air – у пісенній композиції гурту Tvorchy, яка буде представляти Україну на Євробаченні-2023. Це про те, що у свідомості не тільки українців новий національний дискурс сприймається у контексті домінуючої функції – національного супротиву та єдності українців, тільки цей контекст виправдовує і наповнює новою семантикою елементи забороненого дискурсу.

Наступна ознака трансформації національного дискурсу також пов'язана з соціально-лінгвістичним явищем порушення норм правопису. У колективній свідомості зафіксовано негативну оцінку орфографічних помилок. Норми правопису майже «святиня» мови. Тому порушення їх набуває максимальної значущості та сили впливу. Про це також відомо у контексті художнього дискурсу, де недотримання здебільшого правил пунктуації перетворюється на художній прийом, переважно протестний, як наприклад у поезіях Ю. Іздрика. Це черговий намір художнього дискурсу подолати «маскарадність» офіційного мовлення. Чим активніше узуальність затверджує правила та норми, які не узгоджуються з колективною картиною світу, тим інтенсивніше супротив мистецтва, «живого» мислення, який реалізується через «мовленнєвий злочин» по відношенню до узуальності. Відбувається феноменальне перетворення «мовленнєвого злочину» на комунікаційний жест супротиву, відповідно, оціночна координата змінює свій вектор: те, що безсумнівно негативно стає апріорі позитивно, лінгвістичне порушення модифікується у позитивно оцінену мовленнєву поведінку.

З початком війни українське суспільство погоджується з порушенням узуального правопису щодо деяких онімів. Назва країни, прізвище однієї людини викидаються з узусу, сприймаються за межею нормованого мовлення. Ми спостерігаємо унікальне явище: філософська, соціальна та психологічна складові мови демонструють свою природу, коли нелінгвістичні явища керують начебто ізоморфними нормами правопису. Нас не так дивують випадки лексичної та стилістичної трансформації у структурі дискурсу під впливом нелінгвістичних феноменів: такий процес піддається експлікації і в науковому, і в побутовому мовленні, окрім того він динамічний, спонтанний, вочевидь мотивований. Але таке явище, як правопис, зазвичай набуває змін під впливом соціально-історичних чинників не спонтанно, не на очах суб'єктів комунікативної ситуації, як тепер. Тим більше значущим усвідомлюється колективне спонтанне погодження порушувати узуальний правопис.

Цей мовленнєвий жест – відбиток загальнонаціональної інтенції: викреслити денотати «путін» та «росія» з простору української картини світу, мовленнєво помститися, виокремлюючи ці оніми за межі апріорі правильного. Такий підсвідомий колективний мовленнєвий жест більш валідний, ніж відверті висловлювання негативного змісту щодо особистості та країни, тому що він йде з простору безособової феноменологічної реальності. І як такий він починає керувати простором суб'єктивного висловлювання.

Доцільно розглянути випадки такої зміни у правописі щодо слова «Бог» з протилежної розглянутим випадкам мотивацією. Суспільство прийняло норму писати з великої літери «Бог» як результат тривалих обговорень у науковому середовищі, як втілення «нерадянських» векторів у колективній картині світу. Велика літера – це знак наближення слова до ціннісної парадигми колективного світосприйняття. Суспільство «отримує» новий узус зазвичай як науково мотивований, при цьому зазвичай не відбувається конотативного наповнення орфографічної зміни, як це відбувається зараз. Під час війни зміни відбуваються за іншим принципом. Спрацьовує колективна узгодженість в ціннісних акцентах, мовленнєвий національний супротив не потребує наукового обґрунтування модифікації узусу мови.

Ми спостерігаємо, як ця інтенція реалізується поза межами дискурсу, коли світ відмовляється від російського у площині культури, науки та спорту. Доцільно проаналізувати, як трансформується національний дискурс українського суспільства коли демонтуються пам'ятники російським письменникам. Пантеон російських прізвищ: Пушкін, Горький, Ломоносов – вийшли із узуального семантичного поля, де вони існували не стільки як власні імена людей, скільки як назви вулиць і проспектів, і як такі десемантузувались, особливо у свідомості молодшого покоління. У структурі національного дискурсу вони настільки ототожнилися з топонімами, що навіть не осмислювались як елементи російської експансії.

У 2014 році, коли українські міста звільняли від леніна, не виникало такої інтенції позбавитися від всього російського, тому що на той момент важливо було очиститися від всього радянського. Усвідомлення того, що простір української культури та свідомості був заповнений кодами російської культури задля формування колективної картини світу як частини російської, відбулося у повній мірі тільки тепер. Хоча люди, переважно старшого покоління, шоковані знесенням Пушкіна, мовляв: «У чому він винен?» Таке запитання можливе при умові, що власна назва ще сприймається у семантичному полі прізвищ, а не топонімів, тим більше не у полі, більш широкому за лексико-семантичне, а саме, ментальному, де воно набуває статусу культурного коду, який був використаний у якості зброї проти української культури. У час, коли молоде покоління вже інформаційно далеке від цих імен, валідність таких засобів експансії тяжіє до мінімуму. Під час активації національної свідомості російськи коди зазвичай сприймаються як інформаційне сміття.

Очищення національного дискурсу від російських цінностей не супроводжується агресивним мовленням щодо персоналій. Інтенція цієї події – відновити конгруентний простір національної картини світу, тобто узгодити колективне світосприйняття з національно-культурними кодами, що надає можливість сформуватися новому національному дискурсу з ознаками конгруентності, відповідно, валідного, з високим ступенем потенціалу розвитку нової парадигми національних цінностей, ядром якої мають бути концепти з моральної площини: «щирість», «доброчесність», із соціокультурної: «самобутність», «гордість бути українцем», та соціально-політичної:

«незалежність», «демократія», «євроінтеграція». Конгруентність – це ознака щодо «справжності», колективної довіри до мовлення як офіційного, так і побутового.

Наступною ознакою трансформації національного дискурсу, яка стала очевидною всім учасникам медіапростору, – зміна парадигми мовлення медіа контентів, суттєва модифікація і мовленнєвої поведінки, і максимів комунікації. Річ не про інформаційне наповнення контенту, а про ціннісні стратегії, які домінують в українському телебаченні в умовах війни. Сьогодні створюється позитивна конотація до всього українського різними засобами: суто лінгвістичними, фактологічними, комунікативно-інтонаційними, комунікативно-інтенційними.

Семантично і функціонально змінюється опозиція: МИ – ВОНИ. До 24 лютого 2022 року домінантним було протиставлення у межах українського політичного дискурсу: МИ та ВОНИ – це українці з різними політичними поглядами. Так у медіа просторі український політичний дискурс розгортав хвилі конфліктного мовлення, які розбурювали суспільство і створювали картину вкрай конфліктної та неспроможної політики в Україні. У свою чергу, неофіційний дискурс був сконцентрований на протистоянні МИ – ВОНИ в іншому лексико-семантичному полі: ВОНИ – це можновладці, політики, а МИ – спостерігачі їхнього комунікативного шоу. Ця опозиція настільки вкоренилась у свідомості українців, що частково втратила свою валідність, тобто не мала енергії спонукати на протистояння брехні. Саме усвідомлення неможливості подолати цей конфлікт було підґрунтям для впровадження в українську ментальність концепту «українське – недосконале». Незважаючи на рекламний слоган: «Обирай українське», що активно втілювався з 2014 року, ступінь задоволеності українським був незначним, судячи зі статистики бажаючих емігрувати або навчатися та лікуватися за межами України.

Сьогодні медіапростір реалізує лексико-семантичне поле МИ – ВОНИ у значенні: МИ – українці, що пишаються українським, ВОНИ – рашисти, колаборанти, що паплюжать засади гуманізму та людяності. Ця опозиція вмить змінила ставлення до українського, знищила статус домінуючого концепта «українське – неякісне» (про це свідчить хоча б прагнення багатьох українців нарешті вивчити рідну мову).

Висновки. Ознаки національного дискурсу можуть бути предметом ґрунтовних досліджень у царині лінгвосинергетики, когнітивної лінгвістики задля розуміння принципів та законів функціонування суспільства, його мовленнєвого менталітету, ціннісних орієнтирів. Але навіть аналіз поверхових проявів національного дискурсу дає можливість оцінити стан колективної свідомості щодо сприйняття історичних подій. Окрім того українське сьогодення демонструє механізми психолінгвістичних перетворень у парадигмі цінностей, коли мовленнєвий вчинок з позитивною конотацією реалізується через порушення узуальних мовленнєвих явищ. Це свідчить про те, що українське суспільство, сконцентроване та об’єднане, породжує енергійний конгруентний

національний дискурс, домінуючий концепт якого є «українське – гідне поваги та пошани».

Список використаних джерел:

1. Гуссерль, Е. (2002). Криза європейських і трансцендентальна феноменологія. Вступ до феноменологічної філософії. *Філософська думка*, 3, 136–149.

2. Тріщук, О.В. (2017) Наукові підходи до вивчення різних типів дискурсу. *Технологія і техніка друкарства,*. 4(58), 69-82.

3. Піхтовнікова, Л.С.(Ред.) (2018). *Лінгвосинергетика.* ХНУ ім. В.Н.Каразіна.

4. Бацевич, Ф. С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Академія.

5. Шевченко, І.С. (Ред.) (2005). *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: колективна монографія*. Константа.

6. Кусько, К.Я. (Ред.) (2002). *Дискурс іноземної комунікації*. ЛНУ ім. Івана Франка.

7. Бацевич, Ф.С. (2009). *Духовна синергетика рідної мови: лінгвофілософські нариси.* Академія.

8. Шнуровська, Л. (2017). Модальність у площині теорії конгруентності. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки,*3, 83-88.

9. Шкляр, В. (2015) *Чорне сонце*. Клуб Сімейного Дозвілля.

Тетяна Семашко,
д. філол. н., доцент, професор кафедри журналістики та мовної комунікації Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна

АНТРОПОНІМИ ЯК МОВНІ АКТУАЛІЗАТОРИ ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ У ТЕКСТАХ АНЕКДОТІВ

Проблема вивчення етнічних стереотипів на основі мовного матеріалу є однією з найважливіших у вивченні останніх із позиції лінгвістики, оскільки саме у мові у формі культурних констант стійко проявляються уявлення про свій і чужий народ, у формуванні яких бере активно участь не тільки мовна, а й етнічна свідомість та самосвідомість. На думку Є. Бартміньського, мовні стереотипи можна реконструювати на основі аналізу трьох видів джерел: перше – конотації, що виявляються в полісемії, словотворенні, коллокаціях і фразеологізмах; другий – стабілізовані асоціації як результати експериментального опитування за допомогою анкет; третє джерело представляють конкретні тексти, що містять відповідні стереотипи [1, с. 163].

Матеріал для лінгвістичного аналізу етностереотипів можуть надавати різні тексти, зокрема, й анекдоти, які часто експлуатують розхожі уявлення про той чи інший етнос або будь-яку його групу як сюжетотвірні компоненти. Завдання лінгвістичного аналізу полягає у виявленні способів і засобів, якими передається інформація про властивості етносу [2, с. 453].

Ґрунтовних наукових праць, у яких би розглядався анекдот у теорії комунікації, на сьогодні обмаль. Деякі аспекти досліджуваної проблеми викладено в окремих розвідках з політології та лінгвістики: наукові праці з політологогії містять аналіз анекдотів як одного із засобів пропаганди або брудних комунікативних технологій; у лінгвістиці анекдоти переважно досліджують як феномени національного світосприйняття [див. праці. Т. Кацберт, Р. Кирчів, М. Воробйова, М. Каган, Н. Кондратенко та ін.]. Звідси, актуальним видається вивчення етностереотипів з погляду мовних способів і засобів їх вираження на матеріалі текстів анекдотів.

Причини виникнення та закріплення у свідомості представників певного етносу культурних стереотипів різноманітні (фонетичне звучання імені, тенденції моди, панівні в суспільстві смаки, світові цивілізаційні процеси тощо), де, як на нас, одна з основних: частотність використання окремих об’єктів, що зумовлює більш тривалі контакти саме з відповідними номінаціями і, отже, продукує їх стереотипізацію. Так, постережено, що більш поширені імена мають нескінченно багатий зміст і обсяг пов’язаної з ними інтелектуальної інформації, що дозволяє вважати їх антропонімічними культуремами, які спроможні характеризувати стереотип етносу.

Поділяємо думку, що асоціації, пов’язані з антропонімами, несуть важливі фонові знання, визначають семантику і прагматику описуваних одиниць. Ці

асоціації настільки стійкі та соціально значущі для мовного колективу, що вони стають своєрідними символами. Символізація притаманна багатьом мовних одиницям, зокрема, й для антропонімів, які проходять шлях від власне антропоніма через загальне значення до статусу символу [3, с. 131].

Здатність антропонімів вказувати на національну приналежність формує опозицію «свій-чужий», яка властива ментальному простору всіх етноспільнот на всіх рівнях їхнього розвитку, і як постійний принцип культури існує в основі етнічної самосвідомості, формує колективне, масове, народне світосприйняття [4, с. 84], а в найбільш поширених антропонімах сема «національність» може сприяти перетворенню імені в концепт «типовий представник нації».

Так, в текстах анекдотів, що містять українські антропоніми, гетеростереотипний образ українця презентований такими іменами, як Гриць (Грицько), Микола, Іван, Петро, що формують типовий образ українського парубка – хороброго і незалежного, де антропонім Грицько, набуває додаткової символічної конотації безтурботності, жартівливості та відваги. В українському комунікативному анекдотному дискурсі жіночий антропо¬нім Солоха часто асоціюється з негараздами, невдачами, несподіваними й непедбачуваними пригодами, а Параска постає синонімом приємного, бажаного, очікуваного.

Антропонімами-репрезентантами культури громадсько-побутової комунікації у іспанців є Хуан; у турків Агмет, Мустафа, Меджнун. Через нечіткість кордону між власними й загальними назвами спостерігається перехід одиничних антропонімів у розряд загальних, у результаті чого ім’я не тільки отримує нові значеннєві нюанси, а й стає елементом етнонаціональної картини світу: Меджнун (герой середньовічної романтичної поеми) сьогодні є символом закоханого, готового заради кохання до будь-яких випробувань, навіть непередбачуваних учинків.

В анекдотах стереотипний образ німця презентований такими поширеними в німецькій мові іменами, як Ганс і Фріц, що стали символічними позначеннями будь-якого німця. В анекдотах на військові сюжети, означені антропоніми мають негативне забарвлення, що пов’язано з асоціацією образу німця в період Другої світової війни з образом ворога.

Казахські антропоніми у функції етнонімів Серік і Берік, створюють, з одного боку, типовий збірний образ гостинного, дружелюбного казаха, а з іншого, відображають такі негативні його якості, як лінощі та хвалькуватість.

Антропонім Іван – не просто ім’я, а й символічне позначення будь-якого росіянина. В анекдотах він асоціюється з молодецтвом і безшабашністю; стає об’єктом для знущань та сміху, оскільки все, що він робить, свідомо безглуздо і марно.Частотність використання імені Іван призвела до його виділення як стереотипної асоціації, де Іван-дурень виступає збірним етнічним образом російського етносу.

Отже, українські антропоніми Гриць, Микола, Іван, Петро, Солоха, Параска; іспанський Хуан; турецькі Агмет, Мустафа, Меджнун; казахські антропоніми Серік, Берік; німецькі Ганс, Фріц; російський антропонім Іван викликають у свідомості стійкі стереотипні асоціації зі збірним етнічним образом етносу, який

вони презентують, та виконують в анекдотах функцію етноніма. Останні виступають типовими мовними засобами експлікації етностереотипів у текстах анекдотів та можуть розглядатися як мовні актуалізатори етностереотипів.

Список використаних джерел:

1. Бартминский Е. Языковой образ мира : очерки по этнолингвистике [пер. с польск.]. Москва : Индрик, 2005. 527 с.

2. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы. Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. Москва : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. 542 с.

3. Стерлигов С. Немецкая антропонимика как страноведческая проблема [Электронный ресурс]. Режим доступа: /http://www.unn.ru/pages/issues/ vestnik/99990196_West_fi lol_2003_1(3)/B_3-6.pdf

4. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Москва : Академический проект, 2001. 990 с.

Панель 2. МІЖКУЛЬТУРНИЙ ДІАЛОГ І ПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Галина Александрова,
д. філол. н., старший науковий співробітник, провідний науковий півробітник Інституту біографічних досліджень Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

ІВАН СТЕШЕНКО: ПИСЬМЕННИК, ПЕДАГОГ, ГРОМАДСЬКИЙ ДІЯЧ, ВЕЛИКИЙ СИН УКРАЇНИ (ДО 150-РІЧЧЯ НАРОДЖЕННЯ)

Нинішня російсько-українська війна спонукає звертатися до уроків минулого, адже протягом століть вороги намагалися знищити все, що було пов'язане з нашою національною ідентичністю. Варто актуалізувати події сторічної давнини, коли розвал імперії і воєнні дії супроводжувалися насильством і вбивствами. Досліджуючи причини державотворчого краху та роль у тих подіях різних політичних сил та особистостей, потрібно не забувати про постать Івана Матвійовича Стешенка (1873–30.7.1918), відомого українського діяча: поета, прозаїка, перекладача, літературознавця, критика, політика, педагога. У цьому році минає 150 літ від його народження і 105 – від трагічної загибелі. Біографія І. Стешенка була вщерть наповнена кипучою діяльністю, а за своє недовге життя він встиг зробити неоціненно багато, то ж його різнобічна спадщина, що досі незібрана, розкидана по періодичних виданнях кінця XIX – початку XX ст., ще потребує досліджень.

Нині Іван Стешенко насамперед відомий заслугами в державотворчій, громадсько-політичній, культурно-освітній, педагогічній сферах (праці Л. Березівської, С. Білоконя, В. Білоцерківського, С. Болтівця, В. Верстюка, В. Головченка, Л. Дрофань, Я. Йовенко, Т. Ківшар, В. Короткого, А. Корецької, І. Лікарчука, В. Ляхоцького, С. Майбороди, Н. Миронець, С. Сірополка, І. Сойко, О. Салати, Г. Титаренка, І. Тюрменко, Ю. Хорунжого, А. Чернова, М. Чиркової та ін., літературознавчій царині (студії Г. Александрової, І. Березі, Л. Білецького, М. Бондара, Н. Гаєвської, Н. Заверталюк, М. Кучинського, Ю. Полякової, Л. Реви, Н. Сташенко та ін.). (найповнішу бібліографію праць про І. Стешенка див. на сайті Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського: http://dnpb.gov.ua/ua/informatsiyno-bibliohrafichni-resursy/vydatni-pedahohy/steshenko-i-m/pratsi-pro-zhyttya-ta-diyalnist/).

Зусиллями Григорія Титаренка, невтомного збирача й пропагандиста творчості Івана Стешенка, оприлюднено значну частину його літературного доробку, написано найдокладнішу біографію [11]. На підставі багатьох архівних даних, спогадів сучасників Г. Титаренко реставрував багато фактів із життя цієї непересічної особистості, зокрема, спробував довести, що народився Іван Стешенко не 1873 р., як зазначається в більшості енциклопедичних видань, а

1874 р. Місяць і день його народження встановити складніше: у різних джерелах наводяться дати 24 червня, 31 серпня, 2 вересня [11, с. 8].

Літературна частина доробку І. Стешенка донедавна вивчена чи не найменше (Г. Александрова, О. Камінчук, Ю. Ковалів та ін.). Причин тому було чимало: і відносно невелика поетична спадщина – збірки «Хуторні сонети» (1899) та «Степові мотиви» (1901). Інші публікації (під літ. псевд. Іван Сердешний, Ів. Січовик, Ів. Степура, Світленко та ін.) з'являлися лише в в періодиці. Були в І. Стешенка періоди творчої «стагнації» – інколи він «мовчав» по три-п'ять років. Тому в центрі уваги літературознавців були лише 79 поезій прижиттєвих збірок, інші твори не були об'єктом критичної рефлексії, оскільки вони, свого часу опубліковані в періодиці, більше не перевидавалися, а деякі зберігалися в рукописах в архівах. Ім'я І. Стешенка якщо й згадувалося, то неодмінно з наличкою «буржуазний націоналіст». Тепер є всі підстави розглядати митця як самостійну творчу особистість в історії української літератури, у поетичному світі якої відображено чимало стильових й естетичних суперечності, властивих перехідній добі межі XIX–XX століть, адже його творчість «ввібрала в себе різні впливи та втілювала естетичні пошуки цілого покоління» [11, с. 616].

Іван Стешенко народився в Полтаві, його батько – відставний унтер-офіцер, предки якого були кріпаками князя Кочубея з с. Диканьки, мати – полтавська міщанка. Перші вірші він почав писати російською мовою, ще навчаючись у Полтавській класичній гімназії, у шостому класі переклав 12 пісень «Метаморфоз» Овідія. У восьмому класі почав віршувати українською. Навчаючись на історико-філологічному факультеті в університеті Святого Володимира (1892–1896), почав писати літературознавчі дослідження. У студентські роки його праця про Гоголя одержала срібну медаль (професор Т. Флоринський, відомий українофоб, написав у рецензії на неї, що автор демонструє сепаратистські тенденції, які полягали в тому, що І. Стешенко, слідом за М. Костомаровим, зазначив, що Гоголь був би ще кращим письменником, коли б писав мовою свого народу) [14, с. 98]).

Навчаючись в університеті, І. Стешенко як митець формувався в атмосфері спілкування та особистих взаємин із багатьма тогочасними культурними діячами: його біографія тісно пов'язана із Старицькими (1897 року одружився з дочкою М. Старицького Оксаною); Косачами, Лисенками, О. Кониським, Є. Чикаленком, С. Єфремовим та іншими «громадівцями», а з другого боку – із представниками гуртка «Плеяда», до якого його залучив О. Тулуб. І. Стешенко вільно володів іспанською, французькою, німецькою, італійською та кількома слов'янськими мовами, перекладав твори Шиллера, Беранже, Коппе, Пушкіна, Надсона. О. Тулуб згадує, що в в помешканні М. Лисенка познайомив І. Стешенка «з О. Ант. та М. В. Лисенками, з М. Старицьким, Вол. Антоновичем, Оленою Пчілкою, Одаркою Романовою та іншими. Тут же Стешенко познайомився і з молодою громадою – Л. М. Старицькою, О. М. Старицькою, Лесею Українкою, Вол. Самійленком, Єв. Тимченком, М. Славинським та іншими» [14, с. 93]. Ці особистості відіграли неабияку роль у зростанні

національного самоусвідомлення І. Стешенка; постійні творчі й дружні контакти з ними він підтримував упродовж усього життя. І. Липа в листі до М. Загірньої прогнозував І. Стешенкові видатне майбутнє ще 1898 р.: «Це буде теж колись славний, про якого біографи писатимуть!» [8, с. 201].

У скромній статті до 100-річчя Івана Стешенка, надрукованій 1973 р. у варшавському виданні «Український календар» (у радянській Україні про цю подію навіть не згадали), Є. Кирилюк висловив думку, що в часи, «коли на всю велич засяяв геній його близької знайомої Лесі Українки, Стешенко зрозумів, що поезія не є його справжнім покликанням» [6, с. 172]. Хотілося б скоригувати це безапеляційне твердження, бо насамперед І. Стешенко відповідав тому типові митця початку ХХ ст., що його І. Франко окреслив як «драгоманівський»: це особи неспокійні, «з вихруватими натурами», «жадні праці і переобтяжені працею» [16, с. 516]. Мабуть, більш притягальною для Стешенка була публічна діяльність: участь у політиці, інтенсивна наукова, педагогічна діяльність переважили літературні інтереси, хоча й не пригасили їх. Леся Українка щиро поважала І. Стешенка як людину і поета, присвятила йому вірш «Уривки з листа». Цю присвяту було вилучено в її академічному 12-томному зібранні творів (Т.1. Київ, 1975. С. 157–158), у нове, 14-томне видання, вона нарешті повернулася. Про історію творчих контактів Лесі Українки та Івана Стешенка за епістолярною спадщиною поетеси та її сучасників ширше див. [1].

Студентом І. Стешенко захопився ідеями Маркса та Драгоманова і став співзасновником групи «Українська соціал-демократія», до якої входили, зокрема, М. Коцюбинський, Леся Українка, М. Ковалевський, П. Тучапський . Він належав також до Київської старої громади, Революційної української партії, Української демократичної партії та Української соціал-демократичної робітничої партії. 1897 р. І. Стешенко був заарештований за політичну діяльність і після п’яти місяців ув’язнення висланий із Києва. Вони з дружиною жили рік на дачі в Заньковецької та М. Садовського на Чернігівщині (в так званому «Марусиному курені») та два роки в садибі Г. І. Квятковського (члена «Старої громади») в Броварах. У ці роки І. Стешенко вивчав мови, перекладав, досліджував творчість І. Котляревського, підготував дві збірки поезій.

Пізніше І. Стешенко викладав у Фундуклеївській жіночій гімназії, у 1-ій комерційній школі, Фребелівському інституті, на Вищих жіночих курсах, у Музично-драматичній школі Миколи Лисенка, у чоловічій гімназії міста Слуцьк Мінської губернії, був директором Тетянівській гімназії для біженців. Працював у редакціях літературного альманаху «Нова Рада», журналів «Шершень», «Ґедзь», «Сяйво», газети «Киевские отклики». Був членом Товариства Нестора-літописця, секретарем правління київського літературно-артистичного товариства, секретарем Українського наукового товариства в Києві. Дійсний член Наукового товариства імені Шевченка (із 1917 р).

Цінними для літературознавства є його праці «Поэзия И. П. Котляревского» (1898), «Иван Петрович Котляревский, автор украинской ″Энеиды″», критическая биография», (1902), «“Енеїда” Котляревського і Котельницького в порівнянні з іншими текстами» (1911), «Причинки до

характеристики творчості О. Стороженка» (1901), «Новейшая украинская поэзия» (1902), «Історія української драми» (1908), «Українські шестидесятники» (1908), «Українське письменство і читач» (1913), «Поетична творчість Лесі Українки» (1913), «М. Старицький як поет» (1914), «Т. Шевченко яко великий мистець слова» (1914), «До характеристики творчості Т. Г. Шевченка» (1915), «Російсько-українські паралелі в творчості Шевченка» (1916), «Життя і твори Тараса Шевченка» (1918). «Поет вищої краси – М. М. Коцюбинський» (1918) та ін., що свідчать про широкий діапазон його наукових зацікавлень.

Після подій 1917 р. стає організатором і головою Товариства шкільної освіти, членом Центральної Ради. 26 червня 1917 р. І. Стешенка призначають Генеральним Секретарем освіти, тобто він стає першим українським міністром освіти і активно навертає українців, насамперед інтелігенцію, до відродження національно-культурного життя, розробляє концепцію єдиної національної школи. Він прихильник радикальної політики розвитку національної освіти й усебічної українізації, тому не випадково друзі називають його Іван-воїн. Л. Білецький згадував: «Цілком зрозуміло, що найбільше енергії витратив Іван Матвійович на задоволення духовних потреб українського народу, які цілковито нехтувалися чужою владою упродовж усього *“*пропащого часу*”*. Тут відкривалось перед Іваном Матвійовичем необмежене поле діяльності. І ось він як Генеральний Секретар, а потім міністр освіти відкриває українські вищі початкові школи, українські гімназії, перший Український Народний Університет, Педагогічну Академію, Академію Мистецтва та Державний Народний Театр, скликає з’їзд учителів, представників земств і міст, на якому розробляється план управління й діяльності в галузі народної освіти, організовує різні курси для вчителів і культурно-просвітних діячів і т. д.» [3, с. 141]. Цього року на державні кошти відкриваються три українські гімназії в Києві, у селах Маслівка та Квітки, селищі Ржищеві на Київщині, три українські гімназії – у Золотоніському повіті. До осені 1917 р. було відкрито 53 українські середні школи на громадські або приватні кошти. І. Стешенко подав до Генерального секретаріату законопроект про скасування закону Російської імперії про видачу грошової надбавки вчителям та чиновникам російського походження «за обрусение края». На початку січня 1918 р. було затверджено його законодавчу пропозицію про встановлення окремої штатної посади вчителя української мови та літератури в початкових, середніх та вищих школах усіх відомств.

Важливим напрямом міністр освіти вважав і розвиток вищих навчальних закладів, які, на його переконання, мали бути українськими, а в них, у разі потреби, можна читати лекції кількома мовами, як у європейських країнах. У той час у Київському університеті та Ніжинському історико-філологічному інституті були засновані кафедри української мови, літератури, історії та географії України, історії українського права. В. Андрієвський, губернський комісар освіти Полтавщини в 1917–1918 рр., високо оцінював внесок діяча в розбудову української державності: «Особистих ворогів Стешенко не мав – се був милий і добрячої душі чоловік. Людина чесна, ідейна, глибокого розуму і високої

гідности, словом, чоловік, котрого любили й поважали усі, хто його знав» [4, с. 117–118]. Натомість політичний діяч, представник Української партії соціалістів-революціонерів в урядах УНР М. Ковалевський згадував: у справі українізації І. Стешенко був безкомпромісний. Він «твердою рукою запроваджував українську мову в народних школах. Російські кола ненавиділи Івана Стешенка. Вони розуміли, що привернення прав української мови в школах вириває у них з рук останнє знаряддя русифікації і нищить останні позиції російського імперіалізму і йоого панування на українській землі» [7, с. 390].

Активна позиція генерального секретаря освіти часто викликала спротив і серед українського суспільства. Софія Русова, відома письменниця і педагог, завідувачка відділу дошкільної освіти в міністерстві освіти, згадувала: «З Стешенком приємно було працювати, він був молодий, жвавий націоналіст, не звертав великої уваги на формальний бік праці і проводив з усією рішучістю гасло ″українізація народної освіти, всіх шкіл, всіх освітніх організацій″… Ніхто з слідуючих міністрів освіти не ставив так категорично й рішуче справу українського шкільництва, як Стешенко, і через нерішучість наших міністрів наша школа дуже багато програла… Проти Стешенка, за його рішучу боротьбу з росіянами, повставали навіть в Уряді» [10, с. 78–181].

Узимку 1918 р. більшовики під проводом Муравйова захопили Київ; тоді від розстрілу Іван Стешенко врятувався, втікши з Києва. Після приходу до влади гетьмана П. Скоропадського новий міністр освіти М. Василенко проводив політику згортання українізації, перекреслюючи рішення І. Стешенка, якого 10 червня 1918 р. призначають генеральним комісаром освіти, «фактично не даючи змоги нічого робити на ниві української освіти» [12, с. 206]. Тому він домагається в міністерства відставки й дозволу очолити кафедру українського письменства в Кам’янець-Подільському університеті.

Для більшовиків І. Стешенко із його політикою українізації та відродження національної свідомості був запеклим ворогом. Уночі з 29 на 30 липня 1918 р., коли він із 14-річним сином Ярославом прибув поїздом із Києва в Полтаву, на І. Стешенка було вчинено замах. Уранці в лікарні він, не приходячи до тями, помер.

С. Єфремов у щоденнику записав 20 грудня 1923 р. подробиці, які він дізнався від члена Генерального суду УНР К. І. Товкача про вбивство Івана Стешенка: «Засудила його на смерть большевицька організація Зіньківського повіту; засуд виконав один з членів цієї організації. Звуть його – Башловка. Чому засуд впав саме на Стешенка – не зрозуміти. Башловка сам розказував Костеві Івановичу. Коли б це я не від Костя Івановича чув – я б не повірив: така це без краю безглузда, божевільна якась історія. А втім – чи ж божевілля у всяких формах і проявах у нас взагалі бракувало?» [5, с. 45].

Про те, що вбивство Івана Стешенка – справа рук більшовиків, підтвердив і нарком ҐБ Мешик, зазначивши в 1941 році в постанові на арешт Оксани Стешенко: «Муж Стешенко в прошлом являлся министром просвещения при Центральной раде (убит Красными войсками в 1918 году)» [4, с. 209].

Це, власне, одне з перших політичних убивств українського діяча було гучне і резонансне. Відомий діяч, друг Івана Стешенка О. Тулуб так описав картину прощання: «Похорон був надзвичайний, небувалий. Коло Володимирського собору сила-силенна народу. В соборі – домовина вся в квітках, червоної китайки, якою встелено домовину, майже не видно… Багато квіток, а ще більше вінків жалібних, з написами на стрічках – простими і щирими: «Достойному синові українського народу», «Борцеві за вільну рідну школу», «Найкращому громадянинові», «Другові», «Заступникові бідних» і т. д. (вінків більше 200 від ріжних організацій та приватних осіб) [11, с. 46].

Байкове кладовище не могло вмістити всіх присутніх. Труну опустили в могилу під загальний спів «Заповіту» Шевченка. Поховали І. М. Стешенка поруч із могилами Миколи Лисенка та Михайла Старицького на головній алеї кладовища.

«Всім відомо, – написано в одному з некрологів, – скільки образ прийняв І.М. від ворогів України і «чорносотенців», і «соціялістів» з «К.[іевской] Мислі», і – сором згадати – від декого з «свідомих» українців за свою щиру діяльність» [13].

У Полтаві на місці вбивства Івана Стешенка на вул. Куракінській було споруджено пам’ятний дубовий хрест [9, с. 133]. У 1918 р. його іменем було названо Павленківську гімназію м. Полтави, державну гімназію в Кременці, Столипінську вулицю в Києві (сучасна Олеся Гончара). Певний період на честь Івана Стешенка називався провулок на Вітряних горах у Києві. Однак із 1929 року про діяча згадували лише як «буржуазного націоналіста». Повернувся в Україну І. Стешенко лише на початку 1990-х рр. До 120-річчя діяча в тодішньому Київському Міжрегіональному інституті вдосконалення вчителів імені Бориса Грінченка відбулася конференція, матеріали якої вийшли окремим виданням [15]. У вересні 2008 р. на приміщенні школи у с. Великі Будища на Полтавщині, де Іван Стешенко проводив курси українізації, за сприяння полтавського краєзнавця мецената Григорія Титаренка встановлено меморіальну дошку з барельєфом Івана Стешенка (скульптор Микола Посполітак). У 2016 році у Святошинському районі Києва названа вулиця на честь родини Стешенків. Є вулиці Івана Стешенка в Полтаві і в селі Тахтаулове Полтавського району. У 2018 р. у м. Кременець було відзначено 100-річчя відкриття Української гімназії імені Івана Стешенка, відбулися Всеукраїнські наукові читання «Становлення освіти на Кременеччині: погляд крізь століття».

Отже, ім’я Івана Стешенка повернулося із забуття в 1990-ті рр., але належного місця в пантеоні наших культурних героїв ще не посіло. Маємо пам’ятати поета і міністра, великого сина України, який присвятив себе рідному слову й народу і належить до тих, хто всім своїм життям довели відданість українській ідеї. Бо ж суть національної пам’яті, що концентрує в собі досвід попередніх поколінь, полягає в тому, щоб не забувати своїх героїв-достойників.

Список використаних джерел:

1. Александрова Г. А. Леся Українка та Іван Стешенко: біографічні контексти спілкування за епістолярієм і спогадами сучасників // *Українська біографістика.* 2021. Вип. 21. С. 120–143.

2. Андрієвський В. З минулого: [у 2 т.] Т. 2: Від Гетьмана до Директорії. Ч. 1: Гетьман. Берлін, 1923. 262 с.

3. Білецький Л. Мої спогади (1917–1926 рр.). Кам'янець-Подільський : Медобори –2006, 2013. 239 с.

4. Білокінь С. Індивідуальний терор. *Політичний терор і тероризм в Україні XIX-XX ст.: Іст. нариси*. Київ : Наукова думка, 2002. С. 208–217.

5. Єфремов С. Щоденники: 1923–1929. Київ : ЗАТ «Газета «Рада», 1997. 848 с.

6. Кирилюк Є. Іван Стешенко. *Український календар.* Варшава, 1973. С. 172–174.

7. Ковалевський М. При джерелах боротьби: Спомини, враження, рефлексії. Інсбрук, 1960. 717 с.

8. Липа І. Лист до М. Загірньої 1898 р. *Листування Івана Липи (1892–1922)* / упор. Ігор Стамбол. Київ : Темпора, 2020. 576 с.

9. Ротач П. П. Біля гнізда соловейка: Літ.-краєзнавчі студії. Полтава, 1993. 160 с.

10. Русова С. Ф. Мемуари. Щоденник. Київ: Поліграфкнига, 2004. 544 с.

11. Стешенко І. Твори. Переклади. Вибране листування / Упор. та автор біограф. нарису Г. В. Титаренко, післямова Г. А. Александрової. Полтава, 2013. 628 с.

12. Титаренко Г. Іван Стешенко повертається *Рідний край*. Полтава, 2018. С. 204–206.

13. Тищенко Ю. [Сірий Юр.]. Пам'яти І. М .Стешенка. *Книгарь*. 1918. Серпень-Вересень. Ч. 12–13. Стовп. 684–685.

14. Тулуб О. Іван Стешенко (1873–1918) (Спомини і матеріали) *Україна.* 1929. № 12. С. 92–104.

15. Український педагог Іван Стешенко. Посібник для вузів. Київ, 1994. 219 с.

16. Франко Іван. З останніх десятиліть XIX віку // Зібр. тв.: У 50 т. Київ : Наукова думка, 1984. Т. 41. С. 471–529.

Анотація. У статті на основі спогадів, некрологів простежується життєвий і творчий шлях видатного письменника, педагога, літературознавця, перекладача, державного і громадського діяча І. М. Стешенка (1873–1918). Розкрито значення його спадщини в контексті становлення української національної освіти, у літературному процесі. Наголошується на вшануванні пам'яті діяча, який усе життя присвятив українській ідеї.

Ключові слова: Іван Стешенко, біографія, література, спогад, некролог, освіта, українізація.

Summary. The article traces the life and creative path of the outstanding writer, teacher, literary critic, translator, state and public figure I.M. Steshenko (1873–1918) on the basis of memoirs and obituaries. The significance of his heritage in the context of the formation of Ukrainian national education, in the literary process, is revealed. The emphasis is on commemorating the figure who devoted his whole life to the Ukrainian idea.
Keywords: Ivan Steshenko, biography, literature, memory, obituary, education, ukrainianization.

Жанна Баб'як,
к. пед. н., доцент, завідувач кафедри української та іноземних мов
Олег Боднар,
к. філол. н., доцент кафедри української та іноземних мов
Ірина Плавуцька,
к. філол. н., доцент кафедри української та іноземних мов
Тернопільського національного університету ім. І. Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ ДОМЕСТИКАЦІЇ І ФОРЕНІЗАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ІСТОРИЧНИХ ТВОРІВ В. СКОТТА УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Прикладні аспекти перекладу іншомовних художніх творів цільовою мовою постійно перебувають у полі уваги транслятологів. Попри теоретичну розробленість питання про доместикацію і форенізацію як головні стратегії перекладу текстів іноземної літератури, у кожному окремому випадку постає питання про їх (стратегій) вибір і взаємодію, що покликані забезпечити адекватний переклад конкретного художнього твору з урахуванням його особливостей.

Труднощі відтворення історичних текстів В. Скотта українською мовою зумовлені тим, що вони насичені лексичними одиницями (далі – ЛО), які виражають поняття і явища, питомі для життя Шотландії, Англії та інших європейських країн у минулі століття і які є здебільшого невластивими й чужорідними для української культури. Тому перед перекладачами, які вдаються до відтворення історичних романів і повістей англійського письменника українською мовою, постає завдання створити у читача враження відповідного національно-історичного середовища за допомогою тих лексичних елементів, які слугують маркерами національної та історичної специфіки.

При відтворенні доробків В. Скотта цільовою (українською) мовою різними перекладачами спостерігається чітке дотримання *принципу етноцентризму*, який передбачає збереження елементів місцевого й історичного колориту у тексті перекладу (далі – ТП) задля передачі певного екзотизму зображуваної епохи, характерів і побуту, що, власне й дає можливість українському читачеві краще усвідомити сутність зображуваних автором історичних конфліктів.

Водночас у процесі відтворення художнього простору творів В. Скотта засобами української мови перекладачі ставлять собі за мету «наблизити» цей простір до іншомовного читача, створити умови для його певного «присвоєння» носіями іншої (української) лінгвокультури.

Тому в наявних перекладах творів В. Скотта українською мовою спостерігається домінуюче використання стратегій доместикації (64%). Ефект «одомашнення» текстів англійського письменника досягається, зокрема, за рахунок використання у ТП етномаркованих ЛО різної стилістичної

приналежності. Так, наприклад, стилістично нейтральна ЛО *meadows* передається у ТП не повним лексичним відповідником *луки*, а стилістично забарвленою українською лексемою *оболонь* («заплавні луки» [1; т. 5, с. 550]), лексема *rock* – іменником *бескиди* тощо. Окрім цього, в мовній свідомості українців лексема «бескиди» асоціюється з назвою гірського масиву у зовнішньому пасмі Карпат, на території Львівської, Івано-Франківської областей, частково Закарпаття. У такий спосіб, використавши лексему «бескиди» замість традиційного «скелі», О.П. Логвиненко у перекладі роману "The Fair Maid of Perth" [2; 3] зближує природні і ландшафтні реалії, питомі для українських Карпат і гірської Шотландії.

У межах стратегії доместикації перекладач використовує також функціональні аналоги на кшталт *the plaided clans – горяни у вовняних накидках* тощо, які передають зміст одиниці перекладу, уникаючи акцентування інокультурних реалій (зокрема, кланової структури традиційної шотландської громади), що утруднювали б сприйняття перекладеного твору цільовою аудиторією.

Водночас при відтворенні історичних текстів В. Скотта українською мовою спостерігаються й випадки свідомої форенізації ТП з використанням питомих для цієї стратегії прийомів, зокрема, транскрипції та транслітерації. Намагаючись точніше відтворити для україномовного читача своєрідність історичного і національного колориту, створюваного В. Скоттом, перекладачі у ТП зберігають чужомовні одиниці (*duinhe-wassel – дуїнхеуоссел* [у шотландській мові – дворянин невисокого рангу]; *Highland cailliachs – гайлендські кайлліахи* [професійні плакальниці з високогір'я Шотландії]; *coronach – коронах* [погрібальна пісня] та ін.).

Таким чином, використання стратегії доместикації як провідної при перекладі творів В. Скотта, доповнюється стратегією форенізації. Узяті в сукупності питомих для них перекладацьких трансформацій, вони сприяють якомога більш точному і повному відтворенню лінгвокультурного простору історичної прози англійського письменника засобами української мови.

Список використаних джерел:

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

2. Скотт В. Пертська Красуня / Пер. з англ. О. П. Логвиненка. Київ: Веселка, 1983. 421 с.

3. Scott W. The Fair Maid of Perth. URL: https://www.gutenberg.org/files/7987/7987-h/7987-h.htm#link2HCH0002.

Альона Годованюк,
викладач ВСП Кам'янець-Подільського фахового коледжу НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна
Каріна Гончарук,
здобувачка Київської муніципальної академії естрадного та циркового мистецтв, м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ ОСОБИСТОСТІ В УКРАЇНІ

В Україні склалася унікальна ситуація культурного різноманіття в усіх його різновидах: мовному, етнічному, релігійному. У нашій країні живе біля 100 народностей та націй. Окрім українців, суттєвий відсоток являють інші східнослов'янські народи, а також південні та західні слов'яни (поляки, болгари, чехи, словаки) та євреї. Серед інших етносів найчисельнішими є романомовні народи (румуни, молдавани), представники фіно-угорської (естонці, угорці), греки та алтайської мовних сімей (гагаузи, татари).

Полікультурність – це принцип функціонування та співіснування в суспільстві різних етнокультурних спільнот із притаманним їм усвідомленням власної ідентичності, який забезпечує їхню рівноправність, толерантність та органічний зв'язок із спільнотою в цілому, тобто взаємозбагачення культур [2, с. 12]. Насиченість і плідність даного процесу забезпечуються соціально-економічними зв'язками, які зумовленими прагненням людей різних націй до взаєморозуміння і взаємозбагачення.

Однією з головних складових, якої є якість особистості, що демонструється як важливий фактор у взаємовідносинах перспективи з навколишнім середовищем, природою та суспільством. Це – гуманність, що означає співпереживання та готовність допомогти, дружелюбність та безцінне визнання [3, с. 19]. Переважання жорстокості, ворожості та агресії практично в усіх сферах суспільного життя є результатом відсутності гуманістичного виховання та світогляду (система переконань, поглядів, ідеалів) в окремій особистості, а іноді, і у всієї нації.

Адже, іноді рішення важливих і складних проблем лежить у сфері звичайних людських стосунків. Тому формування людської особистості, тобто особистості, нездатної завдати шкоди іншій людині, може стати перешкодою для масового поширення насильства [1, с. 58].

Найбільш стійкі специфічні етнічні риси зберігаються у сфері духовної культури – мова, звичаї, правові норми, обряди, різні види народного мистецтва і творчості, вірування [4, с. 39].

Українська культура XXI століття базується на загальнолюдських цінностях: гуманізм, захист прав особистості, поширення наукових знань, творчий розвиток людини, взаємозбагачення національної та регіональної культур, доброзичливе ставлення до життя. Тому нині є можливість не тільки

вільного розвитку кожної національної культури, а й постійного її зближення в мультикультурному просторі України.

Взаємодія різних культур в одному художньому, історичному та географічному просторі не повинна призводити до їх асиміляції. Навпаки, неповторні та індивідуальні особливості кожної національної культури, які стають безцінними елементами єдиної загальнолюдської культури, мають наповнювати її, сприяти повазі до художніх цінностей інших народів, активувати подальший розвиток та зберігати їхня власну унікальність.

Список використаних джерел:

1. Аніщенко Н., Підгаєвська С. Ієрархічна система установок як детермінант музичного сприйняття майбутнього вчителя. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи.* 2014. Вип. 2. С. 55 – 62

2. Асаєва В. В. Полікультурність та мультилінгвізм у філософсько-освітньому вимірі: *автореф. дис. канд. філос.* Наук: 09.00.10. Харків, 2013. 16 с.

3. Березюк О. С. Методичні засади формування етнокультурної компетентності особистості. *Освітологічний дискурс*. 2015. № 3 (11). С. 13 – 21

4. Хомич Л. О., Султанова Л. Ю., Шахрай Т. О. Полікультурна освіта в контексті загальнокультурного розвитку особистості педагога: монографія. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2014. 212 с.

Анотація. В Україні склалася унікальна ситуація культурного різноманіття в усіх його різновидах: мовному, етнічному, релігійному. У нашій країні живе біля 100 народностей та націй. Полікультурність – це принцип функціонування та співіснування в суспільстві різних етнокультурних спільнот із притаманним їм усвідомленням власної ідентичності, який забезпечує їхню рівноправність, толерантність та органічний зв’язок із спільнотою в цілому, тобто взаємозбагачення культур. Українська культура ХХІ століття базується на загальнолюдських цінностях: гуманізм, захист прав особистості, поширення наукових знань, творчий розвиток людини, взаємозбагачення національної та регіональної культур, доброзичливе ставлення до життя. Отже, неповторні та індивідуальні особливості кожної національної культури, які стають безцінними елементами єдиної загальнолюдської культури, мають наповнювати її, сприяти повазі до художніх цінностей інших народів, активувати подальший розвиток та зберігати їхня власну унікальність.

Ключові слова: культурне різноманіття, полікультурність, гуманність, етнічні риси, українська культура, взаємодія різних культур.

Summary. Ukraine has a unique situation of cultural diversity in all its varieties: linguistic, ethnic, religious. About 100 nationalities and nations live in our country. Multiculturalism is the principle of functioning and coexistence in society of different ethno-cultural communities with their inherent awareness of their own identity, which ensures their equality, tolerance and organic connection with the community as a

whole, i.e. mutual enrichment of cultures. Ukrainian culture of the 21st century is based on universal values: humanism, protection of individual rights, dissemination of scientific knowledge, creative human development, mutual enrichment of national and regional cultures, benevolent attitude to life. Therefore, the unique and individual features of each national culture, which become invaluable elements of a single universal culture, should fill it, promote respect for the artistic values of other peoples, activate further development and preserve their own uniqueness.

Keywords: cultural diversity, multiculturalism, humanity, ethnic traits, Ukrainian culture, interaction of different cultures.

Сергій Денисюк,
к. філол. н., доцент,
доцент кафедри української мови, літератури та культури
Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»,
м. Київ, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКА СПРЯМОВАНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО ПИСЬМЕНСТВА У ДОСЛІДЖЕННЯХ ЮРІЯ ШЕВЕЛЬОВА

Європейськість у працях видатного українського філолога Юрія Шевельова виступає протилежним полюсом провінційності, яку вчений вважав одним із найбільших ворогів української культури. Відомо, що постійна і наполеглива боротьба з провінційністю в усіх її проявах стала лейтмотивом багатогранної діяльності Ю. Шевельова. «Картагена нашої провінційності мусить бути зруйнована» – цьому закликові з есе «Над озером. Баварія»(1949) він залишався вірним упродовж усього життя. Провінційність під пером вченого постає як зумовлений складною українською історією психологічний комплекс, що може піддаватися корекції. Тривале перебування України у бездержавному стані, колоніальна залежність,відсутність необхідних умов для нормального розвитку культури обумовили низку негативних явищ, зокрема наклали відбиток провінційності на духовні здобутки нації.

Слід зазначити, що Ю.Шевельов трактував українську культуру як культуру євразійського типу,що формувалась на межі європейської та азійської цивілізацій. Визнавши українців європейською нацією,що має «всю культуру європейських джерел у своїй крові», вчений підкреслює, що наша культура вбирала елементи з різних країн світу. Зокрема, було багато орієнтальних впливів і зв'язків. «Їх треба виділити, вивчити,випнути…Злочин Росії не тільки в тому,що вона відірвала нас від Европи. Вона відірвала нас і від Сходу. Вона виховувала не тільки европофобство, а і зневагу до Сходу» [3, с.130]. На відміну від Росії, де європеїзація завжди була штучною і примусовою, про що яскраво свідчать реформи царя Петра І, в Україні ніколи не переривалась європейська традиція вільної ініціативи і вільного змагання за особисте щастя і добробут. Тому долання штучної ізольованості від європейської культури, неухильне повернення до західної цивілізації стало головним завданням і змістом діяльності діячів української культури у XVIII-XX ст. Велику роль у цих процесах, на думку Ю.Шевельова, відіграла доба Розстріляного Відродження 20-х рр. XX ст.

Особливу увагу дослідник звертав на ключову постать цих процесів – М.Хвильового, якого Ю.Шевельов називав застрільником і організатором ренесансу 20-х рр. У своїй доповіді на І з'їзді МУРу «Стилі сучасної української літератури на еміграції» він доводить,що гасло орієнтації на Європу не було центральним і провідним для діячів цієї генерації. Вони звертались до Європи

абстрактної, Європи культурних скарбів, здобутих фаустівською людиною. «Бо Европа цікавила тоді молоду молодь українського духового життя не сама по собі, а заради України. Україна мала оновитися і оновити світ. Теорія азіятського ренесансу – була теорією онови України, а всі Европи чи европи розглядалися тільки як погній, або покорм, або каталізатор – залежно від сили буяння творчої снаги»[2, с.596]. Більш ґрунтовно та об'єктивно-науково цю проблему вчений розглядає у своїй пізнішій розвідці «Літ Ікара», безпосередньо присвяченій памфлетам М.Хвильового. Він простежує у динаміці образ-гасло «Європа», стверджує, що воно остаточно скристалізувалось у циклі памфлетів «Думки проти течії». Ю.Шевельов наголошує, що це поняття у М.Хвильового вжито не у географічному, а у психологічному сенсі, осердям його стала людина фаустівського типу. Саме невмирущість цього типу свідчить про приналежність української культури до європейського духовного кола. Кардинальна зміна, на думку вченого, сталась у циклі «Апологети писаризму». Якщо перед цим ішлося про певний психологічний тип, тільки умовно асоційований з географічною Європою, то тепер «Европа з'являється в усій своїй історико-географічно-культурній конкретності як орієнтир, як дороговказ («наша орієнтація – на західноевропейське мистецтво,на його стиль, на його прийоми»), правда з метою Европу поступово перевершити»[2,с.316].

У руслі оновлення, орієнтації на кращі європейські зразки розвивалась українська проза 20-х рр. У своїх вершинних здобутках вона пройшла еволюцію від «бунту проти закам'янілості побуту і проти закам'янілості літературних форм» до вивершеності та виразної структурованості. У цьому зв'язку показовою для Ю.Шевельова була творчість В.Підмогильного, роман «Місто» якого був для критика зразком урбаністичної і антинародницької літератури. Порівнюючи його роман «Місто» і повість «Невеличка драма», Ю.Шелех вказує на вищу художню довершеність першого твору,але водночас підкреслює особливе значення «Невеличкої драми» у світлі новітніх художньо-філософських тенденцій західноєвропейської літератури. У експериментальному характері повісті, її камерності, самій концепції життя він знаходить виразні передекзистенційні мотиви. Ю.Шерех чи не першим з-поміж дослідників відзначив схильність В.Підмогильного до екзистенційного світобачення, що нині є загальновизнаним у літературознавчій науці. «Невеличку драму» В.Підмогильного вчений відносив до української інтелектуально-іронічної прози, що мала у своєму активі також «Доктора Серафікуса» В.Домонтовича і «Подорож доктора Леонардо…» М. Йогансена.

Глибоке знання європейської культури дали змогу Ю.Шевельову провести цікаві паралелі між п'єсою М.Куліша «Народний Малахій» і драматичним твором «Божевільна з Шайо» французького письменника Жана Жіроду. Їх об'єднує спільність головної ідеї і проблематики, центральною з яких є трагедія людини, розчавленої антигуманним суспільним ладом. Ю.Шерех доводив,що тема Малахія і малахіанства стала однією з провідних для сучасного світу, а першість у її літературному опрацюванні визнавав саме за українським письменством. Долання провінційності, вихід на європейські філософсько-

естетичні обшири властиві і поезії 20-х рр. Універсалізм, вселюдськість, духовна аристократичність стали характерними ознаками творчості найбільших поетів цього часу, до яких Ю.Шерех відносив Є.Плужника, В. Свідзінського, М.Йогансена. Особливу місію,на думку вченого, здійснили митці-неокласики. Висока інтелігентність, орієнтація на довершені зразки світової загалом і західноєвропейської літератури зокрема, вірність ідеї національно-культурного відродження були спільними для усіх представників цього неформального творчого угруповання. Ю.Шерех розглядав неокласицизм як «цілий світогляд», а не лише метрико-строфічну форму. Заслуга неокласицизму полягає у тому,що він завершував широкий антинародницький рух у літературі і «своїх вершин цей рух досяг у повороті до джерел і в запереченні модно-поверхових європеїстів сьогоднішньої хвилини (вже не кажучи про суто провінціональні переломлення європеїзму)»[2, с.594]. До останніх Ю.Шерех залучив також українських футуристів, оскільки,на його думку, ця течія не була органічною в українській літературі, а постала на основі наслідування чужих зразків.

Роздумуючи у період МУРу над подальшими шляхами розвитку української літератури у вигнанні, дослідник повертався до 20-хх рр.,коли, на його думку, намічався неокласичний-неоромантичний синтез, що не відбувся внаслідок тотального нищення українства за сталінської доби. «Коли неокласицизм знаменував собою вищу хвилю європеїзації й заперечення свого, то в накреслюваній синтезі намічався початок нового руху, спрямованого вже знову на своє,глибинне, але на вищому щаблі – вже не на щаблі примітивного етнографізму, а органічного засвоєного європеїзму»[2, с.599]. Саме з поновлення цього штучно перерваного процесу мало розпочатися творення в еміграції сучасної літератури, подальший поступ якої бачився критику як наближення до нового національно-органічного стилю. У цьому стилі повинні були виявитися особливості української духовності як на рівні змісту, так і форми творів.

У вже згадуваній доповіді на з'їзді МУРу, Ю.Шерех ділить українських письменників на органістів і європеїстів, застерігаючи відразу, що цей поділ умовний. Але привертають до себе увагу ті критерії, які дослідник кладе в основу такого поділу. Ними він вважав джерела, з яких черпає стиль своїх творів письменник. Саме ж поняття стиль у нього досить широке, воно включає в себе образи,жанр, композицію твору,його зовнішній і внутрішній ритм. На цій підставі Ю.Шерех відносить до європеїстів Ю.Косача, І.Багряного, В.Петрова (Домонтовича), І. Костецького. У кожного з них європеїзм проявляється своєрідно. У Ю.Косача – крім свідомої орієнтації на Європу, у типово бароковій творчій методі, у І. Багряного – прагнення перенести на український ґрунт жанр європейського пригодницького роману, у І.Костецького – експериментаторство у «джойсівсько-гемінгвеївській манері». Окремо у цьому колі розглядав постать В.Петрова,якого вважав послідовним, органічним європеїстом.

Письменники-органісти, до яких дослідник зараховував Т. Осьмачку, В.Барку, у своїх творах вибудовують головний образ – образ України, що формуватиме уявлення про неї у емігрантів та чужинців. У повісті Т.Осьмачки «Старший боярин» «в цей образ влилися і природа, і національні характери, і

загальний колорит, і якісь незримі аморфні частини фольклорного стилю й світосприйняття, і пристрасть самого автора – і все це ірраціонально, спонтанно, стихійно створило твір справді українського національного стилю» [2, с.613].

У своїх кращих творах письменники-органісти виходять на рівень осмислення кардинальних проблем буття, що кореспондуються з сучасними пошуками у світовій літературі. Європейськість осягається не переспівом чужих майстрів, а умінням говорити «власним українським голосом». Вони наближаються до шерехівського ідеалу національної літератури – «національної не в етнографічному розумінні, а в розумінні суверенної європейської нації, яка тому претендує на місце в Європі, що має що свого в Європі сказати»[2, с.607].

Розглядаючи українську культуру загалом і літературу зокрема як такі, що питомо належать до європейського цивілізаційного простору, від якого вони були тривалий час відірвані внаслідок колоніальної залежності українських земель, Ю.Шевельов у своїх роботах змалював тривалу і наполегливу боротьбу національної інтелігенції за повернення на європейський шлях розвитку і подолання комплексу провінційності. Європеїзація національного письменства могла відбуватися не шляхом сліпого копіювання зарубіжних культурних зразків, а лише через їх творче використання. Ю.Шевельов знаходив в історії української літератури численні приклади справді європейських за рівнем мистецьких явищ, що зберегли при цьому свою національну самобутність.

Список використаних джерел:

1. Дзюба І. Юрій Шерех – літературознавець і культуролог. *Шевельов Ю. Вибрані праці: у 2 кн.* К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. Кн. 2. С.5–32

2. Шевельов Ю. Вибрані праці: у 2 кн. К.:Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. Кн. 2. 1151 с.

3. Шевельов Ю. З історії незакінченої війни. К.:Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 471 с.

4. Шерех Ю. Етюди про національне в літературах сучасності. *Сучасність*. 1993. №4. С.68–93

5. Юрій Шевельов: виклик часу і відповідь науковця: Монографія. К.: «МП Леся», 2010. 174 с.

Олена Калита,
к. пед. н.,доцент, доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація є складним та багатовимірним явищем, суперечливим феноменом, котрий постав перед людством в останні десятиріччя. Глобалізація виступає ознакою формування єдиного всепланетного людства.

Англійський соціолог З. Бауман розглядає глобалізацію як трансформацію простору, в якому живе сучасне суспільство [1]. Цей процес спричинює болісні метаморфози та кризу багатьох традиційних культурних, соціальних, господарських систем.

Ключовими характеристиками процесу глобалізації є світова капіталістична економіка; планетарна мережа національних держав;, практика загальнопланетарних комунікацій; транснаціональне поширення сучасних технологій; міжнародний поділ праці; «світовий військовий порядок» [4, с. 98].

Сучасний глобалізаційний процес прискорює тенденції, характерні для класичних часів, що проявляється в невідворотному прагненні малих держав до об’єднання. Спочатку вони створюють торговельні об’єднання, потім – політичні, а з часом і культурні. Такі об’єднання будуються в зв’язку з тим, що державам з тих чи інших причин вигідніше об’єднуватися, ніж існувати нарізно. Глобалізація проявляється в прискоренні інтеграції націй у світову систему, у розвитку сучасних технологічних засобів та економічних зв’язків, впливі засобів масової інформації на свідомість людей, що сприяє поширенню культурних контактів між народами та їхній міграції.

Однак відношення до глобалізації не є однозначним. Деякі країни намагаються вирішувати продиктовані глобалізацією проблеми через ослаблення певних її впливів, наприклад, запобігаючи руйнуванню важливих елементів суспільного життя, або через полегшення переходу до більшого об’єднання, деякі ж намагаються просто від неї відсторонитися, захиститися і, в кінцевому рахунку, програють. Проте недопущення на свою «територію» інших культурних традицій призводить до консервування існуючого суспільного ладу та затримки у розвитку культури.

Класичним прикладом суспільства, яке зосередило свої зусилля на відгородженні себе від впливу інтелектуальної глобалізації, є Іспанська імперія періоду Римо-католицької соціальної контрреформації. Так, вирішивши ігнорувати зовнішні релігійні процеси, вона у певному розумінні досягла значних успіхів. У результаті діяльності інквізиції та інших засобів протистояння зовнішнім впливам, ця держава зуміла не допустити на свою територію протестантські рухи. Але таким чином вона утримала поза межами своєї країни

й усі інші культурні процеси. Наприклад, багато наукових відкриттів XVII ст., епоха просвітництва XVIII ст., а також і Французька революція не торкнулися її. У результаті імперія зазнала значного культурного, інтелектуального, політичного та економічного занепаду, на подолання якого знадобилося аж два століття. Недавнім прикладом є також СРСР, де найвищим досягненням теоретичної думки вважалась філософія марксизму-ленінізму, а тому були впроваджені різноманітні заходи, щоб відгородити суспільство від світового інтелектуального життя (як довго ми будемо долати наслідки цього, покаже історія). Наслідки ж введеного Радянським Союзом режиму «економічної автаркії», який захищав його економіку від конкуренції на світовому ринку, ми вже бачимо сьогодні.

Проте дуже важливим завданням є недопущення повної заміни своєї культури іншою, що спостерігається останніми десятиріччями внаслідок глобалізаційних процесів на теренах багатьох країн. Звичайно, глобалізація є болісним процесом для всіх, адже вона примушує вступати у світову економічну конкуренцію, захищати себе від масового впливу іншої культури (як правило, культури великих світових держав) на власну культуру.

У неминучому процесі глобалізації є багато як позитивних, так і негативних тенденцій. Глобалізація спрацьовує позитивно в аспектах, пов’язаних з економікою, політикою, інформацією. Ризики ж, насамперед, стосуються культури, де так важливо зберегти самобутню культурну ідентичність.

Процеси глобалізації в сучасній культурі зумовили поширення у світі однакових культурних зразків, відкритість кордонів для культурних впливів та міжкультурного спілкування, яке стає все активнішим.

Культурний вимір набуває особливого значення серед характеристик процесу глобалізації. Важливість цього виміру зумовлюється тим, що виникнення та наступний розвиток глобальної економіки, індустрії комунікаційних та інформаційних технологій, зростання перетворювальної могутності мультинаціональних корпорацій, трансконтинентальних фінансових інститутів – усі ці процеси супроводжуються масштабними змінами в сфері соціокультурного життя. Саме ці трансформації, на думку сучасних аналітиків, ініціювали виникнення таких феноменів, як «космополітична культура», «транснаціональна культура», «унітарна глобальна культура» [2, с. 156].

Оскільки в умовах глобалізації спостерігаються тенденції до уніфікації у культурі, то в тих країнах, які намагаються зберегти свою ідентичність, виникає низка проблем, а саме: втрата своєрідності культури, самозамикання, етноцентризм як реакція на глобалізацію і тому подібне, які вирішуються по-різному. Потреба в з’ясуванні феномену національної ідентичності на тлі суспільної глобалізації актуалізувала проведення соціологічних, філософських, культурологічних, соціосеміотичних і соціолінгвістичних досліджень.

Збереження культурної своєрідності в сучасному суспільстві стало оцінюватися як найвище досягнення цивілізації. Цілеспрямоване, обгрунтоване на виваженій концепції управління соціальними та культурними сферами суспільства є відмінною рисою цивілізованої країни (оскільки саме з середини

ХХ ст. починається плановий, глибоко аналітичний підхід до збереження культурного генофонду всього людства та кожної окремої країни в рамках програм ООН), а тому звичними для більшості людей цивілізованих країн стали вирази «соціальна політика» та «культурна політика». Терміном «культурна політика» позначається система практичних заходів, які фінансуються, регулюються і значною мірою здійснюються державою (поряд з приватними особами), що направлені на збереження, розвиток та примноження культурного спадку нації.

Сьогодні культурна політика більшості країн переорієнтовується з моделі асиміляції (в котрій меншини відмовляються від своїх культурних традицій та цінностей, замінюючи їх тими традиціями, котрих притримується більшість), на мультикультурну модель, де індивід соціалізується і до домінуючої, і до етнічної культури.

На противагу уніфікації та глобалізації культурного процесу висувається ідея плюралізму, яка, як правило, містить в собі вимоги рівності національних та локальних культур.

При культурному плюралізмі жодна національна меншина не втрачає самобутності та не розчиняється в загальній культурі. Мається на увазі, що представники однієї національності добровільно починають володіти звичками та традиціями іншої, збагачуючи при цьому власну культуру. Тому культурний плюралізм є показником успішної адаптації людини до чужої культури без відмови від своєї власної. Успішна адаптація передбачає оволодіння багатствами ще однієї культури без шкоди (збитку) для цінностей власної [3, с. 28-29].

Сучасне уявлення про рівноправність культур виходить з того, що кожна культура є сферою оригінальної культурної творчості. Її вклад в скарбницю світового мистецтва є унікальним. Це означає, що кожна культура правомірно вплітається в візерунок культур світу.

Загалом, для культурного простору сьогодення характерною є наявність в одному полі різноманітних традицій, які за своїм внутрішнім змістом досить важко поєднуються одна з одною. Однак, ця сполученість має особливий відтінок, оскільки в цих поєднаннях непоєднуваного, у сусідстві та переплетінні найрізноманітніших, аж до взаємовиключних традицій, виражається дух сучасної культурної динаміки [2, с. 128-129].

Тема зміни культурного поля суспільства під впливом модернізації є особливо актуальною для України, яка переживає часи непростих соціальних метаморфоз. Основним стрижнем в вирішенні проблеми збереження своєї ідентичності повинно стати наданння підтримки власній культурі всіма можливим засобами, відсутність утисків стосовно інших культур.

Отже, оскільки процеси глобалізації спричиняють тенденції уніфікації культури, з чим не всі суспільства можуть погодитися, то, як реакція на згадувані тенденції, виникають явища «етнічного ренесансу». Підвищення ролі етнічного фактору в суспільному, політичному житті, властиве й суспільствам, що трансформуються, й суспільствам сталого розвитку. Важлива роль в цьому процесі повинна відводитися традиціям.

Феномен глобалізації представляє собою виклик людини самій собі і є випробуванням здатності людей існувати у вигляді всепланетної єдності, не втрачаючи своєї культурної ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / Пер. з англ. І. Андрущенка; за наук. ред. М. Винницького. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 109 с.
2. Верещагіна Т.О. Міжкультурна освіта студентів ВНЗ: форми і засоби [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2009/Pedagogica/54527.doc.htm
3. Ларіна Н. Б. Міжкультурна освіта державного службовця в контексті європейських стандартів: навч.-метод. Матеріали. К. НАДУ, 2013. 68 с.
4. Лук’янець В. С.; Соболь О. М. Філософський постмодернізм. К: Наукова думка, 1998. 252 с.

Лідія Козар,
к.філол.н., доцент, старший науковий співробітник відділу української і зарубіжної фольклористики ІМФЕ ім. М.Рильського НАН України, м.Київ, Україна

ДО РОЗГЛЯДУ УСНИХ ОПОВІДЕЙ ПРО ОКУПАЦІЮ ВОРЗЕЛЯ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 РОКУ: ОСОБЛИВОСТІ ФОЛЬКЛОРИЗАЦІЇ УСНОЇ ІСТОРІЇ

Так склалося історично, що і двадцяте століття, і двадцять перше почалися з 1914, 2014 років, коли вибухнули великі війни. 24 лютого 2022 року росія завдала страшного удару Україні, оголосивши війну. Російське вторгнення в Україну поставило під загрозу існування української нації. Першими були окуповані містечка біля Києва – Буча, Ірпінь, Ворзель, Гостомель, Бородянка та інші, які прийняли весь удар на себе, захистивши столицю. Окупація тривала до 1 квітня 2022 року. Коли 2 квітня у звільнені населені пункти зайшли українські військові та журналісти, то те, що вони побачили, шокувало світ, – цивільних людей розстрілювали на вулицях, у багатьох були зв'язані руки, деяких катували і гвалтували. Тіла людей знаходили також у підвалах і квартирах. На сторінках інтернет-сайтів з'явилося багато усноісторичних свідчень та поетичних творів про виживання людей в окупації. Вважаю, що дані свідчення про окупацію мають велику цінність як для історичної науки, так і для фольклористики та етнографії, оскільки вони допомагають створити образ війни 2022 року. Н.Кононенко, фольклористка, професорка фольклору у відділі Сучасних мов і культурних студій при факультеті гуманітарних наук Університету Альберти в Едмонтоні (Канада) висловила думку про те, що фольклор – це мистецтво і одна з його функцій – зробити з травми щось таке, що дасть змогу з нею якось співжити, осмислити; що коли все добре, то фольклор відсутній, бо немає про що співати чи розповідати; а коли виникають війни, потрясіння – тоді з'являється "story"[1]. На наших очах розгортається велика гуманітарна травма, зумовлена жорстокою війною росії проти України. Як спротив війні з'явилося багато публікацій, які фіксують воєнне лихоліття, зокрема поетичні твори, переспіви, перекази, оповіді, спогади, жарти тощо. У даній статті зупинимося на розгляді усноісторичних свідчень про окупацію Ворзеля – вченого-етнографа Олександра Васяновича. Порівняємо їх із власними спогадами. Виділимо основні мотиви усних спогадів, так звані концепти, – передчуття війни, перші реакції на початок війни, виживання в окупації, супротив ворогам в окупованому Ворзелі, найбільший страх на війні, евакуація з Ворзеля, рефлексії з приводу пережитого.

Передчуття війни

Інтерв'ю з О.Васяновичем [3] опубліковане 6 грудня 2022 року. Концепт «передчуття війни» в даному інтерв'ю співзвучний із моїми передчуттями війни – оповідач до останнього не вірив у початок війни, хоча увечері 23 лютого все-таки зібрав «тривожну валізу»: «Навіть маючи історичні знання, уміючи

аналізувати та співставляти факти, я все ж не міг припустити, що у двадцять першому столітті в цивілізованому світі, (попри всю дикість росії), може розпочатися війна» [3]. У мене перед початком війни були тривожні думки, я не могла знайти собі місця ніде, нічого не могла робити, було передчуття чогось неймовірного, неминучого, якогось фатуму. Та ще й сон десь за місяць до війни мені приснився: «Я заснула вдень у маленькій кімнаті біля кухні. І приснилося мені, що вся стеля на кухні якась зробилася темна, та ще й вся в дірках. Я прокинулася і зразу ж вийшла на кухню подивитися на стелю. Такий сон був переконливий. Я вже думала, що буду робити з тою стелею. Але стеля виявилася білою, такою, як завжди. Тоді я зрозуміла, що це сон, але якийсь недобрий. І мене з того часу не покидала тривога» [2].

Перші реакції на початок війни

Перші реакції на початок війни О.Васянович пояснив так: «Ми розмірковували так: велике місто – великі проблеми, маленьке місто – маленькі проблеми. Тому вирішили їхати у Ворзель. … Думали, що у маленькому місті буде простіше. Те, що його можуть захопити, я, чесно кажучи, тоді навіть не припускав. Я чогось був сповнений оптимізму»[3]. Подібні думки були і в мене. Та в мене і не було вибору, бо я проживала у Ворзелі. І в перший день війни, 24 лютого, ми з сусідкою побігли до магазину «Фора». Там було дуже багато людей. Здавалося, що всі ворзельчани прийшли до магазину. Була паніка, люди купували все підряд. І полиці магазину вже були напівпорожніми. Сусідка ще стала в чергу за ліками. А я вже не хотіла ніяких ліків, ні їжі. Пам'ятаю, що всередині мене почало трусити і я не знала, що я роблю, просто ходила за сусідкою [2].

О.Васянович описав, як вони облаштовували підвал: «У результаті підвал таки облаштовували.У нас були лежачі місця з матрацами, подушками, ковдрами, стіл, чайник, вода в пляшках і щось на зразок туалету. Але мені це все на той момент здавалося зайвим. … Там дуже холодно було, сидіти довго було неможливо, дуже дискомфортно. Той перший день у Ворзелі я сприймав неначе гру, хоча постійно було чути вибухи зі сторони Гостомеля. Я все допомагав робити, але ніби не відчував у тому серйозної потреби. Увечері Оля приготувала картоплю, і ми вперше їли ту картоплю в підвалі. Було відчуття, що ми так пограємося-пограємося та й підемо додому»[3]. Подібне облаштування підвалу робили і ми в нашому багатоповерховому будинку по вулиці Кленова, 45А. Але першого дня війни ми там не сиділи, бо ще в Ворзелі було відносно спокійно, тільки без кінця стріляло в Гостомелі.

Виживання в окупації

В інтерв'ю з О.Васяновичем простежується важлива стратегія виживання в окупації – об'єднання людей. Особливо повчальним виявився досвід виживання за відсутності електрики, водопостачання, газу, магазинної торгівлі: «Коли не стало газу, то чоловіки зробили саморобну плиту. Вони взяли тротуарні бордюри, поклали їх паралельно одна одній, вставили перпендикулярно по всій довжині цеглини. Утворилася така ніби ринва, довжиною близько десяти метрів. І на ній готували їсти. Спочатку готував кожен сам собі. Але вже на другий день

люди почали гуртуватися. Брали вже один казанок, наливали в нього воду, щоб вода весь час кип'ячена була. Хто хотів, просто підходив і брав, а потім знову доливали. Стали вже один одному допомагати»[3]. Подібне виживання людей було і в нашому будинку. Коли ще було світло, то я в хлібопічці ще встигла спекти хлібину, а потім посушила її на сухарі. І коли не було хліба, то ми їли ті сухарі. Пам'ятаю, як восьмого березня варили гуртовий куліш. Всі зносили продукти, які в кого залишилися. Добрішого кулішу мені здається, я не їла ніколи. Ще було кілька буржуйок біля будинків і в будинку. Також були генератори і можна було заряджати телефони. Сусіди давали нам воду із свердловин та криниць. Бо в загальній криниці води вже не було. Такого єднання людей і взаємодопомоги я не бачила ніколи в житті. Це піднімало дух. Хоча було дуже страшно. Особливо тоді, коли в наш будинок поцілив снаряд. Удар був настільки гучний, що я впала у санвузлі і довго лежала. І мені здалося, що я вже нежива. Потім почали стукати сусіди. І ми всі повиходили на вулицю. Був дуже сильний запах газу, бо перебило газову трубу у будинку. Всі були дуже налякані. А по вулиці Кленовій, біля нашого будинку, вже їздили російські танки. До вечора чоловіки відремонтували газову трубу, але на другий день газу вже все одно не було, бо перебило труби десь, казали, в Ірпені. Також ділилися продуктами. Хто не боявся і мав силу ходити до магазинів, то там можна було взяти продукти. Пам'ятаю, приносили їжу і роздавали людям [2].

Супротив ворогам в окупованому Ворзелі

У спогадах О.Васяновича подається опис його зустрічі з ворогом: «Нашої техніки там не було. На ворожій техніці букви «Z» я не пам'ятаю. Мені здається, що там якісь трикутники були. Можливо, я помиляюся. Можливо, у мене ця картинка в голові з новин. Я бачив, що техніка їздила по вулиці, досить швидко їздила. Було таке, що їхала техніка, а по два боки від неї йшли з автоматами і зі зброєю, яку кладуть на плече, не знаю точно її назви. У кожного, наскільки я розумію, був свій радіус контролю, свій кут. Хтось під одним кутом тримав зброю, хтось під іншим. Кожен якусь свою ділянку контролював. Я визирнув у вікно і думаю: «Ну що робити!? Стою під стінкою. Чи падати та повзти, чи стояти і не рухатися». Якби вистрелили, то вікна, заклеєні скотчем, навряд чи б врятували»[3]. Проте супротиву ворогові не було, оскільки оповідач не зустрічався з ворогом віч-на-віч, тому що згодом евакуювався з окупованого Ворзеля. Подібна ситуація була і в мене. На щастя, я теж не бачила окупантів в обличчя, бо 9 березня евакуювалася. Правда мій сусід, кандидат математичних наук, Іван Власович кожного ранку говорив мені, що з вікна бачив колону ворожих танків (у нього вікна виходили на вулицю Кленову, а у мене у двір), і навіть порахував танки. Але мені було дуже страшно, не хотілося вірити, що вороги уже роз'їжджають по нашому Ворзелю. А одного разу, коли ми хотіли сховатися у підвалі (бо по будинку вдарив снаряд), ворожі солдати забігли на подвір'я нашого будинку. Сусідка побачила їх і зупинила нас біля дверей. Таким способом не дала нам зустрітися з ворогом, по суті врятувала нам життя [2].

Найбільші страхи на війні

На запитання про найбільші страхи на війні оповідач О.Васянович відповів, що найбільше боявся невизначеності. «У мене чогось були в запасі оці три дні. І потім так: один день пройшов – Німеччина Данію за один день захопила, далі Бельгія – два-три дні. А воно все тягнеться і тягнеться. Я розумів, що росія – велика держава, навіть дуже велика держава, всяке може бути. Що для них зараз означає сто п'ятдесят тисяч, якщо в Другу світову загинуло майже сорок мільйонів?! Було також страшно, коли чули постійні вибухи»[3], – поділився своїми роздумами етнограф. Подібні думки виникали і у мене під час окупації у Ворзелі. Страх безкінечної стрілянини, страх зустрічі з ворогами, страх безладдя, мародерства, незахищеності. Тому коли оголосили про «зелений коридор», я вирішила евакуюватися.

Евакуація з Ворзеля

Цікавими і цінними є усноісторичні свідчення О.Васяновича про евакуацію людей із окупованого Ворзеля: «Чесно кажучи, я не уявляв, як проходитиме ця евакуація. Люди поприходили з величезними валізами, котиками, собачками. Коли ж приїхали автобуси, було сказано, що речі брати не можна. І люди покидали свої валізи, посідали в автобуси без них. Пізніше з'ясувалося, що в останні автобуси, де залишилися вільні місця, ті валізи завантажили, але я не впевнений, що всі господарі їх змогли забрати. Бо в Білогородці, куди нас спочатку привезли, одразу відбувалася пересадка в інші автобуси на Київ»[3]. Мені це цікаво, оскільки я не дійшла до місця збору людей у Ворзелі на евакуацію. Після пережитого в окупації у мене відмовляли ноги, я ледве йшла за людьми, несучи в руках кішку, а на плечах був рюкзак. Мене взяли люди в свою машину і вивезли з Ворзеля. По дорозі я бачила ворожі танки, наставлені прямо на нашу колону. І постійно чула вистріли. Їхали ми дуже довго. Більше стояли. Приїхали в Білогородку десь близько 23 години. Коли я вперше побачила наш блок-пост із жовто-блакитним прапором, а також електричне освітлення, я заплакала[2].

Рефлексії з приводу пережитого

З приводу пережитого в окупації О.Васянович відзначив, що це був період дуже цікавого спілкування і нового досвіду в зовсім незнайомому колективі та в дуже екстремальних умовах: «Щоб себе якось відволікти і зайняти, ми організували чергування в будинку. У нас навіть з'явився свій пароль – «Укрзалізниця». Москалі ж точно не вимовлять таке складне для їхньої щелепи слово (сміється). Ми навіть жартували, що «Укрзалізниця везе паляниці»»[3]. О.Васянович висловив важливі думки з приводу усноісторичних свідчень: «Я думаю, що, якщо говорити про усноісторичні свідчення, то при якнайшвидшій фіксації вони будуть найправдивішими. Поки вони ще не потрапили під вплив засобів масової інформації. Поки не з'явилися певні штампи. Потрібні свіжі, живі свідчення. Коли пройдуть місяці чи навіть роки, з'явиться дуже багато людей, які почнуть усе це міфологізувати та гіперболізувати, і, можливо, навіть вписувати себе в контекст цих подій. Тому, мені здається, що на початковому етапі це можуть бути незасмічені

усноісторичні свідчення. Думаю, це можуть будуть навіть журналістські інтерв'ю, необов'язково суто наукові, необов'язково етнологічні, головне, щоб вони залишалися неупередженими»[3]. Аналізуючи пережите, я також хочу відзначити ту найвищу людяність, яка проявилася під час сумісного виживання, взаємодопомогу, підтримку, відвертість. Під час окупації люди проявили всі свої найкращі риси, що допомогло нам вижити в окупації.

Таким чином, розглянувши власні спогади та опубліковані усноісторичні свідчення етнографа О.Васяновича, варто відзначити їх новизну, оригінальність, відвертість. Виділені нами мотиви – передчуття війни, перші реакції на початок війни, виживання в окупації, супротив ворогам в окупованому Ворзелі, найбільший страх на війні, евакуація з Ворзеля, рефлексії з приводу пережитого – допомагають створити колективний образ життя нації в період катастроф, відтворити образи і емоції пережитого, допомагають зрозуміти себе і свого ворога на війні. Такі усноісторичні свідчення мають цінність як для істориків, так і етнографів та фольклористів.

Список використаних джерел:

1. Кононенко Н.Фольклор – це спосіб осмислення травматичого досвіду, перетворення жахів в мистецтво. Україна модерна. Серпень. 2019. URL: https://rozmova.wordpress.com/2019/08/13/nataliya-kononenko/

2. «Сон про чорну стелю»: спогади Лідії Козар про окупацію у Ворзелі. Рукописний архів Козар Л.П.

3. «Укрзалізниця везе паляниці»: окупація Ворзеля у рефлексіях українського етнолога / *Інтерв'ю підготувала Світлана Маховська. Україна модерна. 2022. 6 грудня.* URL: *https://uamoderna.com/md/ukrzalizniczya-veze-palyaniczi-okupacziya-vorzelya-u-refleksiyax-ukrainskogo-etnologa*

Любов Копаниця,
д. філол. н., професор, професор кафедри фольклористики ННІ філології
Алла Павлова,
к. філол. н., доцент, докторантка кафедри фольклористики ННІ філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

РЕАЛІЗАЦІЯ ЖИТТЄВОЇ КОНЦЕПЦІЇ ТА ПРОЦЕСИ ДУХОВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ НЕОБРЯДОВІЙ ЛІРО-ЕПІЧНІЙ ПОЕЗІЇ

Поняття моральної відповідальності нерозривно пов'язано з поняттям свободи як однієї з пріоритетних філософських категорій, що розкриває сутність взаємодії людина – світ. Таким чином, свобода – не абстрактне поняття, вона конкретна, діяльнісна, вирізняється пізнаною необхідністю, пануванням над обставинами існування та своєю звичайною природою. Завдяки свободі відбувається структурування світу відповідно до власних установок та потреб особистості, яка в процесі моральної діяльності також удосконалюється.

Моральна свобода стає чинником духовної інтеграції людини, яка постійно перебуває в пошуках сенсу буття, власного покликання [5, с. 50–51]. Прикладом взаємодії моральної свободи та моральної відповідальності можуть бути стрілецькі пісні, де відповідальність постає результатом усвідомленої реалізації тієї можливості, яку перед людиною відкриває буття. У тексті пісні «Там у лісі на полянці стояли повстанці» герої твору діють на основі власних переконань, на основі власного вибору, хоча, можливо, деструктивного стосовно фізичного єства, однак конструктивного для їхнього духовного універсуму. Вони чинять відповідно до тих об'єктивних умов, у яких опинилися, тобто протидіють більшовицькому нападу:

Кулемети так свистали, мов ті пси скажені.
Крикнув сотник Соловейко: «Хлопці, я ранений»
Упав Сокіл, упав Орел, упав Соловейко…
Крикнув: «Слава Україні! Будь здорова, ненько!»… [1, с. 455].

Фольклорний текст розкриває сутність моральної відповідальності в розрізі відповідальності соціальної, що обумовлено і теоретично, і практично. Моральну відповідальність неможливо аналізувати окремо від економічних, політичних, соціальних факторів. Суспільно важливі явища постають у такому контексті моральними цінностями [6; 7]. У наведеній стрілецькій пісні вільна людина та вільна батьківщина осмислюються і як соціальні, і як індивідуальні моральні вартості. Завершальні рядки поетичного тексту своєрідним чином окреслюють аксіологічне коло кохана – мати – вітчизна:

«…Прощавай, люба **дівчино**, і ти, рідна **нене**,
А ти, славна **Україно**, не забудь за мене!» [1, с. 455].

Як бачимо, філософська й психологічна концепція стрілецької пісні відрізняється від балади або співанки-хроніки про кохання та родинні взаємини, оскільки розкриває проблему відповідальності не лише в плані наявної дійсності, іманентності суб'єкта й буття, вчинку задля блага певної особистості. Аспект трансцендентності в таких творах дещо інший [3].

Модус осмислення етичних категорій виокремлює особливі вияви фольклорної свідомості, коли оприявнюється перехід відповідальності особистості на вищий рівень – відповідальності за майбутнє: долю свого народу. Погоджуємося з думкою фольклористки О. Кузьменко про те, що «у націєтворчих стремліннях поняття «Україна» для січового стрілецтва й повстанців, для свідомих своєї ідентичності українців було невіддільне від найвищої духовної та моральної вартості» [4, с. 575].

Моральна відповідальність у таких творах може розглядатися в аспекті боротьби за «здобуття України». Власне, вислів «здобути Україну», синтезований із традиційним «за рідний/свій край», поширився в піснях періоду Першої світової війни і став відображати політичний аспект народно-визвольної боротьби – фундацію незалежної держави українства [4, с. 579].

У іншій стрілецькій пісні «Дзвонять дзвони, дзвонять дзвони, не перестаючи» також розкривається проблема етичної відповідальності в аспекті соціальної. Поряд із тим, виокремлюється моральна оцінка соціумом діяльності учасників визвольних змагань: це водночас і подяка, і схвалення, і уславлення, і заповіт наступним поколінням пам'ятати загиблих воїнів за їхні «добрі труди» [1, с. 456].

Заслуговує на увагу позиція Т.І. Васюк про те, що кожна моральна оцінка як форма самовираження є конструктивною стосовно власної моральної свідомості, морального стану. Переосмислення вчинку іншого чи інших має здатність впливати й на власну поведінку, а врахування виявів рефлексивності уможливлює вирізнення об'єктивного рівня моральної оцінки [2, с. 17].

На основі аналізу ліро-епічних пісень можна констатувати, що саме внутрішня відповідальність обумовлена колом моральних імперативів, установок, ідеалів особистості, спонукає до реалізації певної мети та загалом стає сенсом усього життя. У численних творах про визвольну боротьбу українства виокремлюються пріоритетні цінності людини, репрезентуються моменти самопожертви, почасти відмови від спокійного побутування, звичайних людських благ, особистого щастя. Загалом можна тлумачити внутрішню відповідальність через соціальні вимоги до діяльності індивіда, а також через відповідність власним критеріям.

Список використаних джерел:

1. Бойківські народні пісні / записи та впорядкування Василя Сокола. Львів, 2021. Т. 2. 592 с.

2. Васюк Т.І. Об'єктивність моральної оцінки вчинку. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки.* Розділ І. Філософська антропологія та філософія культури. 2012, 15. С. 15–20.

3. Копаниця Л. М. Павлова А. К. Концептуальне поле дилеми людина – світ в українській усній поетичній традиції. *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 21. Т. 2. Видавничий дім «Гельветика» 2021. С. 269–274.

4. Кузьменко О. Драматичне буття людини в українському фольклорі: концептуальні форми вираження (період Першої та Другої світових воєн): монографія. Львів: Інститут народознавства НАН України, 2018. 728 с.

5. Ратинська І.В. Моральна відповідальність і свобода: логіка взаємозв'язку. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя.* Психолого-педагогічні науки. 2015. № 3. С. 49–53.

6. Чепульченко Т.О. Соціальна відповідальність: поняття та суть. URL: http://www.nbuv. gov. ua/ portal/natural/vkpi/Soc/2010_1/Chepylchenko.pdf

7. Teleutsia V. Pavlova A. Sydorenko L. Tilniak N. Kapliyenko-Iliuk Y. & Venzhynovych N. Mode of Understanding the Terms «Concept» and «Folklore Concept» in Modern Humanities. *Studies in Media and Communication*. Published by Redfame Publishing. 2022. Vol. 10. No. 3. PP. 40–46. URL: http://smc.redfame.com.

Наталія Марченко,
к. іст. н., старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник Інституту біографічних досліджень
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського,
м. Київ, Україна

ДИТЯЧІ ПИСЬМЕННИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ: ЖИТТЄВІ ТА АВТОРСЬКІ СТРАТЕГІЇ

Війна була й, на жаль, нині залишається «простором буття» низки поколінь дитячих письменників України. За малим виключенням усі вони були «дітьми», учасниками чи «спадкоємцями» воєн, які неспинно розгорталися на теренах нашої землі. Обидві світові війни точилися безпосередньо на українських теренах і нинішня війна Росії в Україні уже десятий рік вирує там само, нищачи та плюндруючи безцінні людські життя і культурне та історичне надбання народу.

Тут слід зазначити, що в Україні до останнього часу автори, які пишуть саме й лише для дітей і юнацтва, фактично не виокремлюються як певний письменницький «цех» навіть у науковому дискурсі і часто такими позиціонуються письменники загальної літератури, у доробку яких є кілька книжок для дітей, або ті, чиї «дорослі» твори були включені до кола дитячого читання, зокрема, завдяки шкільництву. Ми зосереджуємо увагу саме на «дитячих» письменниках, тих, чий талант від початку й упродовж усього життя був спрямований (повністю чи за незначним виключенням) на читача-дитину. Ці митці мають особливий тип творчого обдарування, тісно пов'язаний із «Я-дитиною» особистості, та зазвичай більше, ніж письменники загальної літератури, задіяні у механізмах комеморації (оскільки своїми текстами, адресованими дітям, ретранслюють власний внутрішній «діалог поколінь» («дитини-дорослого») у суспільну площину). Також важливо зауважити, що поява та формування «цеху» дитячих письменників в Україні відбулося лише в середині XIX ст., що уможливлює репрезентативну вибірку на час від Першої світової війни і до нині.

Слід розрізняти твори для дітей, написані у роки війни (можуть бути абсолютно не дотичними до подій чи розкривати їх у дуже символічному ключі) та твори безпосередньо воєнної тематики. Події Першої світової війни в українській літературі для дітей відображені мало та здебільшого у текстах, які повністю чи частково увійшли до кола дитячого читання, а не писалися власне для дітей (як ось оповідання В. Стефаника чи «Волинь» В. Самчука). Це пояснюється тим, що на час Першої світової українська література для дітей і юнацтва лише формувалася, а після 1917 р. радянська влада жодним чином не акцентувала уваги молоді на подіях цього часу, зосереджуючись на ідеологічно вивірених наративах про переможців-революціонерів та їхню провідну роль у «громадянській» війні. Натомість події Другої світової широко

висвітлювалися для дітей безпосередньо на сторінках фронтової преси та в тогочасних виданнях для дітей (щоправда, здебільшого російською мовою), а згодом стали постійною темою «Великої вітчизняної війни» у дитячій літературі підрадянської України. У трансформованому вигляді, зі зміною акцентів і проблематики тема Другої світової війни актуальна в дитячому читанні досі та відображає весь жанрово-тематичний спектр від героїчно пригодницької прози, ідеологічної поезії та навіть сатири до автобіографії, лірики чи й антиутопії. Російська війна в Україні (від 2014 р. і до нині), попри всі жахи та значну тяглість (іде вже десятий рік супротиву), не стала основним тематичним річищем в українській дитячій літературі. Лише з початком повномасштабного вторгнення ворога у 2022 р. тема війни зазвучала повсюдно, хоча також не є домінуючою в дитячому читанні, а письменники наголошують не героїку чи трагізм, а патріотизм як природний стан людини та пріоритет людяності в умовах дегуманізованого загроженого буття.

Аналіз типових життєвих і авторських стратегій кількох ґенерацій дитячих письменників України в умовах воєнної агресії (ми зосередилися на Першій і Другій світових війнах і Російській війні в Україні, що йде з 2014 р.) проводився на основі его-документів, котрі поєднують у собі індивідуальний і колективний простір проживання буття та відображають історичний час на усіх рівнях – від документального до емоційного та художнього, що робить їх одним із найпотужніших і водночас загально доступних засобів біографічної рецепції та наратії.

У ході дослідження дійшли висновку, що життєвий досвід «часу війни» та його переломлення у творчості дитячих письменників, які народилися, починаючи з кінця XIX ст. й до початку XXI ст. включно, доцільно розглядати у межах ґендерних і ґенераційних підходив. Так, ґендерні студії засвідчують, що, на відміну від інших сфер літературної творчості, жінки завжди складали значну частину «цеху» дитячих письменників і в усіх ґенераціях мали високий культурно-освітній ценз та, попри родинні клопоти і ґендерні стереотипи, виявляли креативність, стійкість, життєлюбство, організаторські здібності та потребу чину. У «час війни», не залежно від покоління та віку, здебільшого опинялися серед цивільного населення (на окупованих територіях, серед евакуйованих, вивезених, біженців тощо), втрачали рідних, зазнавали поневірянь, докладали значних зусиль для виживання та облаштування побуту себе й близьких. До теми війни дитячі письменниці звертаються зазвичай лише безпосередньо під час подій, часто під тиском обставин, а згодом повертаються лише у дорослій ліриці (Н. Забіла), інколи в автобіографічних (Т. Коломієць) чи «повоєнних» (О. Іваненко) тестах для дітей. Наші сучасниці активно задіяні у процесах осмислення і трансформації наративів про війну для дітей і домінують серед авторів книжок відповідної тематики (Л. Денисенко, К. Єгорушкіна, Зоряна Живка, О. Лущевська, О. Максименко, І. Мацко, Л. Ніцой, О. Русіна, М. Савка, Т. Стрижевська, Т. Стус та ін.)

Ґенераційний підхід дає змогу осмислити типові риси вибудовування життєвих сценаріїв і творчі моделі у межах певних поколінь. Беручи за основу

«час війни» як основний маркер і вік, у якому митець опинився у цьому часі, як допоміжний, отримаємо з моменту появи «цеху» дитячих письменників такі ґенерації, що мають спільні риси: а) автори, які не переживали воєн як особистий досвід (скажімо, Анатолій Костецький); б) автори, котрі жили у час війни у різному віці (як ось, В. Рутківський, Г. Чубач – малюками, В. Близнець, Т. Коломієць – молодшими школярами, І. Багмут, Б. Комар, В. Нестайко – підлітками, Гр. Бойко, В. Малик – юнаками; Ю. Збанацький, Д. Білоус, П. Воронько, М. Познанська та близько двохсот сучасних дитячих авторів – дорослими людьми); в) автори, які пережили війни двічі – у дитячому та дорослому віці (до прикладу, Першу світову війну в старшому підлітковому, а Другу – в дорослому віці пережили Н. Забіла, І. Багмут, О. Іваненко, О. Донченко, війна в Афганістані та Російська війна в Україні випали на долю Олекси Білоброва (Олег Чуйко, позивний «Мамай»), у дошкільному віці Другу світова, а в дорослому – Російську війну в Україні переживають А. Григорук, А. Качан, Т. Коломієць, Гр. Фалькович та ін.).

Водночас моделі поведінки письменників у кожному разі детерміновані статусом, у якому вони опинялися на час війни: військового (С. Васильченко, Гр. Бойко, Ю. Збанацький, С. Гридін, В. Запека, В. Мазурчук та ін.) чи бранця (В. Малик, В. Вакуленко та ін.), жителя окупованих (В. Близнець, В. Нестайко, В. Рутківський та ін.) чи прифронтових і тилових (І. Андрусяк, В. Аренєв, С. Гаврош, С. Дерманський, Т. Стус та ін.) територій, евакуйованого (О. Донченко, Н. Забіла, О. Іваненко, М. Пригара та ін.), біженця чи емігранта (К. Єгорушкіна, О. Купріян, І. Мацко, Г. Ткачук, Гр. Фалькович та ін.) тощо.

Попри різноманітність життєвих сценаріїв авторів у «часі війни», способів творчої презентації ними війни у творах для дітей лише кілька: 1) письменник взагалі не звертається до теми війни чи робить це вкрай рідко (Н. Забіла, Гр. Бойко, В. Нестайко, А. Григорук та ін.); 2) поетизує героїку війни та участь у ній дітей, вибудовує захоплюючі сюжети та яскраві характери на тлі протистояння з ворогом (І. Багмут, Ю. Збанацький, М. Познанська та ін.); 3) змальовує драматичну реальність дитини у часопросторі війни, раннє дорослішання, травматичний досвід тощо (В. Близнець, О. Донченко, В. Рутківський, О. Білобров, Ю. Нікітінський, О. Русіна, та ін.); 4) звертається здебільшого до художньо-документальних жанрів (Б. Комар, В. Кава, О. Мокренчук та ін.); використовує лише іносказання, зазвичай казку (І. Андрусяк, П. Кущ, І. Мацко, Л. Ніцой, Т. Стус та ін.).

З’ясувалося, що кореляція між життєвими і творчими наративами, власне творча реакція письменника, котрий пише для дітей, на «час війни» залежить більше від віку, в якому він сам зіткнувся з війною, ніж від приналежності до тієї чи іншої ґенерації суто хронологічно. Так, дитячі письменники, які пережили що Першу, що Другу світові війни у старшому підлітковому та юнацькому віці (як ось, Н. Забіла, О. Іваненко, В. Нестайко, Гр. Бойко), фактично не писали для дітей про війну, на відміну від авторів загальної літератури (скажімо, А. Головко чи О. Гончар). Так само й ті, кому випало бути «дітьми війни» та знову проживати

воєнний досвід у дорослому віці, дуже рідко ретранслюють свої спогади онукам і правнукам (О. Копиленко, А. Качан, Т. Коломієць, Гр. Фалькович).

У наш час, хоча активно в дитячій літературі працюють представники кількох ґенерацій, найпотужніше тему війни в Україні розкриває дітям покоління 40-річних. Мало занурені в наративи війни як такої та Другої світової зокрема (що засвідчує опитування Ірини Славінської «Друга світова війна: спогади письменників» від 9 травня 2011 р.), діти «буремних 90-х» із 2014 р., а ще більше – з початку широкомасштабних військових дій Росії в Україні у 2022 р. активно рефлексують і свідомо творять для своїх дітей принципово нові контексти, покликані убезпечити їхнє особистісне становлення в умовах травматичної дійсності та запропонувати гуманістичні, інклюзивні та водночас патріотично наснажені моделі поведінки.

Наталія Перепелиця,
викладач будівельних дисциплін
Слов'янського енергобудівного фахового коледжу,
м. Слов'янськ, Україна

ВЗАЄМОДІЯ ПИСЕМНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА АРХІТЕКТУРИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

В статті показано, як соціальні та політичні реалії різних етапів розвитку суспільства відображаються в українській писемній літературі та архітектурі України. Відмічені подібності в розвитку цих видів мистецтв.

Мета дослідження: розглянути взаємозв'язок мистецтва слова та архітектури від періоду Київської Русі до першої половини XIX століття.

Результати дослідження: українська писемна література та архітектура – нероздільні види мистецтва. Розвиток архітектури в Україні безпосередньо залежить від розвитку української мови та літератури.

Історія кожної мови вивчається в нерозривному зв'язку з історією народу, який є носієм цієї мови, її творцем. Мова й писемність будь-якого народу – це його історична пам'ять, втілена у слові.

Українська архітектура – відображення національної самобутності та ментальності народу. Архітектура – своєрідна книга людства, що зображує його релігійні та громадянські устремління, естетичні та етичні норми.

Здавалося б, література як тимчасовий вид мистецтва дуже далека від архітектури, але насправді їхні внутрішні зв'язки досить глибокі. Розвиток архітектури в Україні безпосередньо залежить від розвитку української мови та літератури.

На формування архітектурних стилів сильний вплив завжди надавали релігійні погляди, світоглядні настанови, стиль державного устрою, національні особливості. Архітектурна традиція на теренах України пройшла довгий історичний шлях розвитку та тісно пов'язана з появою писемної література та етапами її становлення. Розглянемо взаємозв'язок мистецтва слова та архітектури від періоду Київської Русі до першої половини XIX століття.

Період Київської Русі – руська народна та старослов'янська (церковнослов'янська) мови.

Поява кирилиці і писемності в Київській Русі було тісно пов'язано з хрещенням Володимира Великого і всієї країни під його правлінням.

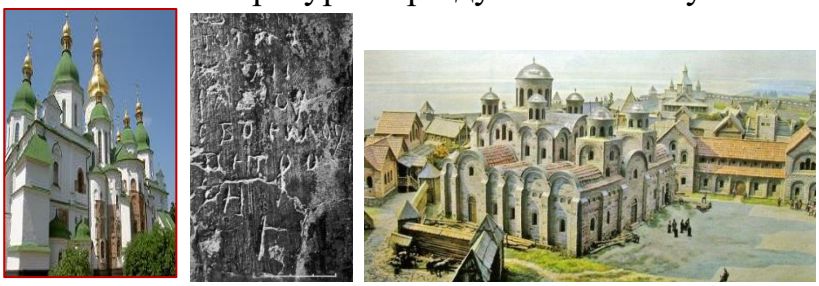
Оригінальна література Київської Русі представлена такими жанрами: біблійна література (Остромирове Євангеліє), літописи (Київський звід, «Повість минулих літ»), ораторська література («Слово про закон і благодать»), житійна література («Києво – Печерський патерик»), повчальна або педагогічна література, паломницька література, художня література («Слово о полку Ігоревом»), усна народна творчість («Слово о полку Ігоревом»).

В Київській Русі на початку XI ст. розвивається література, пов'язана насамперед з церквою. Твори, написані в цей період, стосувалися переважно церкви та ідеології держави.

а) б) в)

Рисунок 1 – Оригінальна література Київської Русі

Спорудження одного лише храму – славетної Софії Київської – є безпосереднім підтвердженням того, наскільки всеосяжним був вплив церкви на мистецтво. На стіні Софії Київської виявлено азбуку, яка складалася з 27 літер: 23 грецьких і чотирьох слов'янських – б, ж, ш, щ. Закономірно, що більшість зразків писемної літератури періоду Київської Русі мала релігійний характер.



а) б) в)

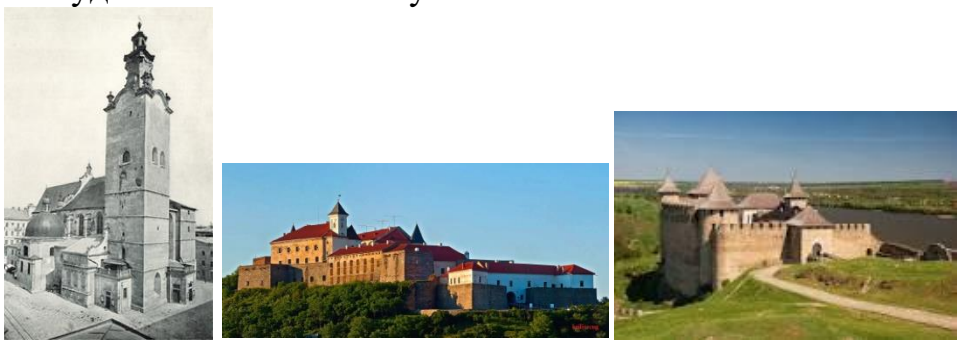
Рисунок 2 – Храми Київської Русі а) Софійський собор, Київ, 1017/1037 р. р., б) графіті Софійського собору, в) Десятинна церква – перший кам'яний храм Київської Русі

XIV-XV ст. – староукраїнська мова як мова світської літератури, літописів, адміністрації Великого князівства Литовського та старослов'янська як мова релігійної літератури.

Згідно з найбільш поширеними науковими традиціями, нова доба української мови, а саме «середньоукраїнська доба», починається з пізнього XIV ст., коли після занепаду давньоруських держав (остаточно 1349 р.) українські землі ввійшли в склад Великого князівства Литовського (більшість українських земель, разом з білоруськими) та Королівства Польського (Галицька Русь, Західне Поділля, Белзька земля, Холмська земля) й опинилися в зоні потужних культурних впливів з Західної Європи.

Найвидатнішим явищем цього періоду було літописання, що продовжувало та зміцнювало традиції початкового літописання Київської Русі. Перші відомості про ці літописи подали польські письменники Я. Длугош, М. Бельський та М. Стрийковський. Частина оповідань літописів носить батальний характер. Тому з середини XIV ст. споруджувалося дедалі більше фортець. Як приклад, Мукачівський замок, Острозький замок, Хотинська фортеця тощо.

XIV-XV ст. – один з найцікавіших періодів історії архітектури України. Серед культових споруд переважали католицькі храми. Вирішальну роль у формуванні нового стилю відіграв Латинський кафедральний храм у Львові, який побудований в готичному стилі.



а) б) в)

Рисунок 3 – а) Латинський катедральний собор у 1898 р., б) Мукачівський замок , в) Хотинська фортеця

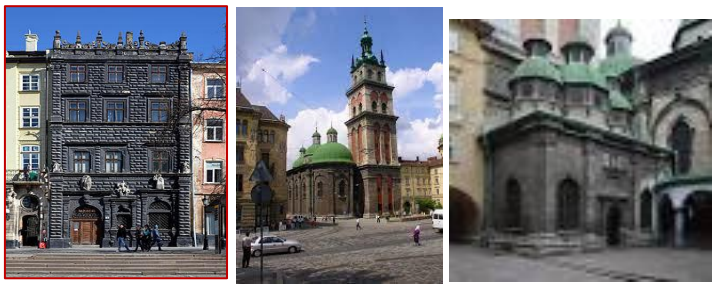
XVI-XVII ст. – слов'яноруська (мова богословської та богослужбової літератури) та власне книжна, або староукраїнська (мова документів, літописів, світської літератури).

У XVI—XVII ст. в Україні розповсюдився стиль Ренесансу або Відродження,

як в літературі, так і в будівництві.

Українська ренесансна поезія трималася духовно-релігійних традицій, об’єднувала патріотично налаштовану частину національної інтелігенції, підкреслювала свою приналежність до православної віри.

На 70-90-ті роки XVI ст. припадає найбільший розквіт громадянського та культового будівництва в ренесансному стилі у Львові. Створюється ансамбль будинків на площі Ринок, перлиною якого вважається "Чорна кам’яниця" (1588-1589 р.р.), Успенська церква, каплиця Трьох Святителів та ін.



а) б) в)

Рисунок 4 – Шедеври творця львівського ренесансу а) «Чорна кам’яниця", б) Успенська церква, в) каплиця Трьох Святителів

XVII-XVIII ст. – книгодрукування на Україні, видання граматик і словників сприяють нормуванню та уніфікації писемної мови; розвиваються стилі на основі живого народного мовлення; формується національна українська інтелігенція (випускники братських шкіл та Києво-Могилянської академії).

Твори цього часу: Іван Федоров “Апостол”, “Буквар”; Лаврентій Зизаній “Лексикон”, Мелетій Смотрицький “Слов'янська граматика”,; Лазар Баранович, Іван Величковський (поетичні твори), Самійло Величко, Григорій Грабянка (козацькі літописи); Григорій Сковорода (поетична та філософська творчість).

Нова українська еліта – козацька старшина замовляла палаци, жертвувала кошти на величні кам’яні храми та монастирські комплекси. Українське бароко XVII ст. часто називають "козацьким", оскільки в культурі потужно виявилися козацький дух, козацький характер, козацькі смаки.

1798 рік – початок нової української літературної мови. Виходять друком перші 3 частини “Енеїди” І.П.Котляревського. Це шедевр українського класицизму – твір бурлескний і травестійний. У галузі мови класицизм ставив вимоги ясності та чистоти, ідеалом була мова афористична, понятійна, яка відповідала б засадам теорії трьох стилів.

а) б) в)

Рисунок 5 – а) Церква Святого Пророка Іллі в Суботові, споруджена коштом Богдана Хмельницького 1651—1656 рр., б)Преображенський собор в Ізюмі, в) Успенський собор Києво-Печерської Лаври

В архітектуру України теж прийшов класицизм, так званий «міський стиль», заборонялися церкви українського типу. Перевага стала надаватись палацам та громадським будівлям. В ансамбль міських споруд вводяться площі, сквери, парки. Виникають нові міста, що забудовуються відповідно до принципів регулярного планування. Характерными зразками класицизму були величаві палати гетьмана Кирила Розумовського.

а) б) в)

Рисунок 6 – а) Катеринінська площа, м. Одеса, б) Палац Розумовського, Батурин, в) Гостиний двір, м. Київ

Перша половина XIX ст. – виходять збірки українських народних пісень, записаних з народних уст, різноманітні за жанром і формою художні твори українських письменників. У процесі поступового становлення української нації формувалася українська національна мова.

Як відміна класичності, на початку XIX ст. приходить стиль ампір. Відзначаються тріумфальні брами, колони-пам’ятки, які в той час любили ставити з нагоди різних подій. Також це державні будинки.

а) б) в)

Рисунок 7 – а) Палац Потоцьких, Одеський художній музей, б) пам’ятник дюку Решельє, м. Одеса, в) Самчики, Хмельницька обл.

Отже, архітектура та література – взаємопов'язані форми вираження суспільної свідомості в конкретному культурно-історичному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Віталій Русанівський. Історія української літературної мови. Київ, 2001.
2. Історія світової культури. Київ, 1994.

Микола Попко,
здобувач освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
м.Ірпінь, Україна

ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ КОНСОЛІДАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ

Мова і культура в умовах українського сьогодення набула особливо важливого значення, як для держави в цілому, так і для кожного її громадянина. Проблема мовного впливу на формування нації і держави належить до найактуальніших і є предметом дискусій як на загальнотеоретичному, так і на суто історичному рівні.

Мова і культура народу є серцевиною національної ментальності. Культура нації твориться протягом дуже довгого часу, починаючи з прообразів етнічної міфології і закінчуючи сучасною поетичною творчістю. Світовідчуття прадавніх українців органічно увійшло в ментальність їхніх нащадків. Національні образи світу (часто підсвідомі), стереотипи поведінки, психічні реакції або оцінки певних подій чи осіб завжди є відображенням етнічної ментальності, тобто того, що можна назвати «духом народу».

Мова та культура перебувають у тісному взаємозв'яку, як слушно зауважив митрополит Іларіон (Іван Огієнко), «мова – це наша національна ознака, в фольклорі – наша культура, ступінь нашої свідомості... Народна творчість – душа кожної національності, її найцінніший скарб...» [7, с.117].

У різні періоди питання мови студіювали багато вчених, ці дослідження були різнопланові за змістом. Велику увагу питанням теоретичного регулювання мовної діяльності суспільства, зокрема логіко-лінгвістичному та культурно-семіотичному аспектам, приділила Г. Яворська. Пріоритети мовного чинника в консолідації українського суспільства розглядали у своїх працях С. Здіорук, М. Карпенко, Л. Масенко та інші науковці. Спільний вплив соціокультурних і мовних особливостей на зміни українського суспільства характеризували В. Іванишин, В.Куць, Я. Радевич-Вінницький, В.Крисаченко. Але ця тема залишається надзвичайно актуальною в наш час, в умовах російської агресії на території України, коли мовне питання було використане державою агресором як одна з основних причин вторгнення. Саме тому, на наш погляд, говорити про збереження і популяризацію української мови, національної культури начасі не просто актуально, а життєво необхідно, а ця тема в українському суспільстві потребує ще більшої уваги, дослідження та максимального поширення.

Мета роботи дослідити роль мови та культури українського народу у консолідації української нації.

У сучасній історії національних держав, як зазначають дослідники, поширення однієї мови в державі є найдієвішим фактором консолідації

населення в межах однієї країни [1, с.117]. Як будь-яке суспільство удосконалюється, розвивається через засоби мови, так і держава починається з мови і ґрунтується на ній. Можливість мови проникати у внутрішній соціальний світ є передумовою створення міцного державного організму. Слушною з цього приводу є думка професора В. Куця: «Мова – явище водночас індивідуальне й соціальне: вона обслуговує і кожну окрему людину, і суспільство в цілому, причому обидві її функції взаємопов'язані і невіддільні одна від одної. Мова однаково спрямована як у внутрішній, так і в зовнішній, соціальний світ людей. Цим вона забезпечує єдність індивіда і суспільства, безперервне їхнє взаємозбагачення і взаємопідтримку» [5, с. 8].

Важливо правильно розуміти проблему формування мовно-національної свідомості українців, яка полягає не в тому, «що люди не усвідомлюють значення мови в процесах державотворення, а в тому, що зруйновано суспільний ґрунт засвоєння української мови, втрачено національні орієнтири в збереженні національної культури й мови, зруйновано мовне середовище, яке безпосередньо визначає пріоритети і практично сприяє виробленню мовного автоматизму, засвоєнню мовного коду» [2, с. 103].

Сьогодні відбувається багато дискусій навколо мовного питання, оскільки воно постає зброєю у боротьбі за нашу свободу, але, нажаль, це питання використовують ще й як засіб маніпуляції суспільною свідомістю. Ми переконані, що на цьому етапі особливо важливо зрозуміти, що через мову відбувається ідентифікація людей з державою, культурою представниками і носіями яких ми є. В. Крисаченко, досліджуючи ознаки ідентифікації українського етносу, зазначає: «Самовизначення досягається за допомогою, наприклад, релігії, мови, способу господарювання, але найрозвиненіша його підстава – політична, тобто створення певних інституцій (центрального управління, армії, суду, фінансів тощо), котрі і дозволяють реалізувати цілі та цінності певного етнокультурного соціуму чи, принаймні, його активної та діяльної частини» [4, с. 7]. Дослідник справедливо акцентує увагу на вагомості політичного самовизначення (існування держави), яке відкриває для етносу шлях розвитку його духовної і матеріальної культури.

Ще одним важливим чинником культурно-історичного розвитку держави наряду з мовою є культура, яка виступає життєвою силою суспільства і демонструє нам історію, традиції, мистецтво, самобутність народу. Саме культура сприяє становленню людини як особистості. Громадянин стає членом суспільства в міру засвоєння знань, мови, цінностей, норм, звичаїв, традицій свого народу, своєї соціальної групи і всього людства.

Культура – це засіб вираження творчості, формування індивідуальної самобутності та зміцнення відчуття себе в суспільстві. Культурний досвід – це можливості для дозвілля, розваг, навчання й обміну досвідом з іншими. Музеї, театри, виставки, концерти, кіно – все це об'єднує людей. Культура підвищує якість життя, концентрує соціальний досвід багатьох поколінь, накопичує знання про світ. Система культури – це живий процес, який постійно рухається, розвивається, видозмінюється. Культура є важливою частиною життя кожної

людини та суспільства в цілому [6]. Саме знання національної культури дозволяє людині концептуально моделювати соціокультурні події, явища, об'єкти; будувати судження про життя суспільства й використовувати їх для прийняття рішень; систематизувати факти культури; пояснювати культурні феномени та їх роль у людській життєдіяльності; оцінювати досягнення культури; визначати духовні детермінанти культурних прагнень тієї чи тієї історичної епохи; виокремлювати духовне ядро формування художньої, релігійної, наукової картини світу; аналізувати тенденції й особливості культурних феноменів; систематизувати символічні позначення, які використовуються для інформаційного обміну між суб'єктами; аналізувати культурні феномени як засоби комунікації [3].

Багато людей вважають, що питання культури недоречні під час воєнних дій. Але культура – завжди проти війни. Мистецтво та культура – це частина самобутності та виховання. Культурна самосвідомість будує цінності і переконання. Коли люди високо цінують власну культуру, вони мотивовані її захищати.

Силові міри можуть принести перемогу та мир, але ще потрібно, щоб суспільство розвивалось і не зациклювалось на негативних подіях в житті країни. Цього можна досягти завдяки формуванню високому рівня культури та духовності суспільства. Бо розвинене суспільство завжди хоче миру, а не війни. Мистецтво допомагає не тільки самовираженню та єднанню людей, воно може зцілити цілі покоління, які пережили війну. Через фантазії, вигадані світи, картини, скульптури, поезію ми можемо відірватись від реальності, хоч і на деякий час. На наш погляд, культура допомагає нам не втратити віру у мирне майбутнє. Вона повинна розвиватися для формування цілісного образу країни. Варто зазначити, що на шляху набуття спільної громадянської ідентичності конструктивну роль може відіграти державна політика, спрямована на розбудову символічного простору держави, який включає ієрархію атрибутів національної самоідентифікації.

Отже, підсумовуючи все вище описане, можна зробити висновок, що мова і культура взаємопов'язані, культурні процеси впливають на мову, а мова на культуру. Розглядаючи ці два поняття в розрізі сучасного соціуму, варто зазначити, що вони є основними факторами консолідації української нації. У нашої країни – величезний потенціал, але без цілеспрямованого розвитку ми стоятимемо на місці. Талановиті художники, прекрасні сценаристи, актори і письменники так і залишаться не впізнаними через те, якщо держава (та й самі громадяни) будуть мало цікавитися питаннями культури. Для формування національної свідомості українців на якісно новому рівні, питання мови та культури повинно розвиватися та підтримуватися як на рівні владних інституцій так і на рівні кожного окремого громадянина нашої країни. Створення якісного українського контенту, українські книги, музика, кіно, вистави, концерти – це все об'єднує людей. Об'єднуючи людей, культурне середовище, сприяє національній солідарності й згуртованості, соціальній інтеграції, а також

формуванню національної самосвідомості українського народу, яка полягає у гордості за приналежність до великої української нації.

Список використаних джерел:

1. Гонський В. Мова як чинник формування людини і нації. URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2007/05/7/3236105/ (дата звернення: 08.06.2018)
2. Єрмоленко С. Я. Мова і українознавчий світогляд: монографія. Київ, 2007. 444 с.
3. Зайцева І.В. Культурологічний підхід як ціннісно-мотиваційна основа професійної діяльності. Теорія і методика професійної освіти. 2017. Вип. 12 (1). URL: https://jrnls.ivet.edu.ua/index.php/3/issue/view/47
4. Крисаченко В. С. Україна в цивілізованому світі. Українознавство: Хрестоматія-посібник: у 2-х кн. Київ, 1996-1997. Кн. 2. 1997. 195 с.
5. Куць О. М. Мовна політика в державотворчих процесах України : навч. посіб. Харків, 2004. 275 с.
6. Навіщо країні потрібна культура. URL: https://artefact.live/
7. Огієнко І. Українська культура. Коротка історія культурного життя українського народу. Київ, 1991. 272 с

Анотація. У статті досліджено роль мови та культури українського народу у процесах консолідації української нації. Акцентовано, що мова і культура є важливим чинниками культурно-історичного розвитку держави і виступають життєвою силою суспільства, демонструючи нам історію, традиції, мистецтво, самобутність народу.
*Ключові слова***:** мова, культура, нація, консолідація.

Summary. The article examines the role of the language and culture of the Ukrainian people in the processes of consolidation of the Ukrainian nation. It is emphasized that language and culture are important factors in the cultural and historical development of the state and act as the life force of society, showing us the history, traditions, art, and identity of the people.
Keywords: language, culture, nation, consolidation.

Валентина Телеуця,
к. філол. н., доцент, докторант ННІ філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

КАТЕГОРІЯ «СВІЙ», «ЧУЖИЙ» В ОБРЯДОВОМУ КОНТЕКСТІ ПІВНІЧНОГО ПРИЧОРНОМОР'Я

Територія Північного Причорномор'я характеризується інтенсивними етнічними процесами, які і визначили особливості нематеріальної культури етнорегіону. Етнокультурна ситуація Північного Причорномор'я визначена українським етносом, який з давніх часів заселив цю територію. З початку нашої ери слов'янські племена відіграли значну роль в освоєнні Північного Причорномор'я, зокрема Українського Подунав'я. Як зазначають А. Тичина та О. Лебеденко, що «саме слов'яни започаткували тут господарські і етнокультурні процеси, які тривалий час справляли доленосний вплив на формування і розвиток поліетнічного населення краю» [4, с.41].

Українська етнокультура Північного Причорномор'я, зокрема обрядовий фольклор, демонструє збереження традиційних зразків пісенної творчості (ліричних та обрядових), однак польові дослідження дозволили виявити варіативність пісенної й обрядової творчості. Подекуди в одному населеному пункті виявляються кілька варіантів відомих українських обрядових пісень. Як показує дослідження, у створенні варіанту фольклорного твору (пісень ліричних та обрядових) беруть участь і етноси-автохтони цих творів, і інший етнос, що компактного проживає поруч – болгарський, гагаузький, молдавський та ін.

Друга половина XX століття активізувала низку факторів, які активно вплинули на міжкультурну взаємодію. Серед них ми виділяємо зростання етнічної та расової свідомості людей. Етноси, створивши самостійні держави, сформували унікальні соціокультурні ідеали, вірування, традиції, звичаї та світогляд. Основою міжетнічних відносин стали рівноправність та партнерство. Іншим вагомим фактором, що не лише актуалізує полікультурну освіту, але й формує полікультурний простір, – міграційні процеси, які підсилюють міжкультурні контакти. Показовим щодо міжкультурних контактів є обрядово-звичаєва традиція і, як її складова, – обрядовий фольклор. Обрядово-звичаєва традиція та її словесні прояви – складне явище. У попередніх студіях обрядового фольклору нами вже зазначалося, що «…вже на рубежі XIX-XX ст., наприклад, деякі фольклористи справедливо зазначають, що не всі твори обрядової поезії обов'язково пов'язані з одним етнографічним комплексом. Наприклад, весільні пісні могли виконуватися під час святкування Нового року, а танкові – під час весільного обряду. Крім того, виявлено подібності між календарними творами і текстами весільного фольклору» [5, с.213]. Це дозволило створити нове уявлення про жанри обрядової поезії. «Обряд необхідно семантично співвідносити не тільки з системою, а особливо з текстом. Так, весільний обряд ми розглядаємо як

сюжетний текст, який складається з двох рівнів тексту: текст «молодого» і текст «молодої» або «текстів групи жениха і групи нареченої – відповідно М-тексту і F-тексту» [5, с.213]. І це характерно виключно для весілля. Такі тексти синтезують в собі дії і слова учасників двох «партій», які ми розрізняємо не тільки «формально», але й «змістовно»: системою координати цінностей, окремими мотивами, образами. При цьому обидва тексти – це тексти «однією мовою», тобто зумовлені спільною моделлю світу і розрізняються в «змістовному» відношенні тільки своєю орієнтацією. Тобто весілля ми представляємо як діалог двох партій. Співвідношення М- і F-текстів (разом з іншими) організовує всю парадигматику весілля; ці контакти створюються на симетрії, в основі якої покладено взаємність, а з іншого боку, – асиметрії. Симетрія, взаємність М- і F- текстів проявляється в тому, що учасники кожного з текстів сприймають персонажа іншого як «чужого». Аналіз поліетнічного фольклорного діалогу дозволяє актуалізувати наші попередні узагальнення: «Опозиція свій/ чужий для зазначених текстів позиціонуються зі своїх точок відліку. Існує також мотив взаємної небезпеки нареченого і нареченої, пов'язаний з тим, що у весільному сюжеті саме одруження уособлює мрії для них обох, так би мовити «сміти»: для нареченого – подорож у потойбічний світ, щоб отримати наречену, для нареченої – викрадення істоти з іншого світу. У F-тексті ця ідея пов'язана з мотивами примусу, викрадення та "несвободи дій". Взаємна ворожість дійових осіб (не лише головних, але й периферійних персонажів, наприклад, "ворожі стосунки між гостями нареченої та нареченого") проявляється у весіллі переважно через вербальні компоненти (пісні, вигуки, виголошення), причому переважно у F -тексті. Різний ступінь експліцитності одних і тих самих ідей у М- та F -текстах зумовлений асиметрією відносин дарування/отримання між М- та F -сторонами (словесними партіями – у процесі обміну), але тут, окрім того, виявляється ще одна фундаментальна особливість весіль» [7, с.44]. Так, підвищеній сюжетності і мобільності М – тексту в плані виразу, великій кількості пересувань М – партії відповідає статичність учасників F- тексту, а особливо молодої. Якщо ж певні другорядні учасники F – партії можуть рухатися в М-локусі (як от, при огляді господарства жениха тощо), то пересування молодої незначні, здійснюються всередині F – локусу, тобто простору, який, з погляду М-тексту, є простором молодої, який обмежується будинком і рідше двором (селом чи містом, якщо молода бере участь в запрошенні гостей – передвесільний цикл). Така «нерухомість» нареченої, відсутність «сюжетно значущих» переміщень, пов’язана з лімінальністю, тобто ослабленою сюжетністю F-тексту, яку компенсують значною кількістю в F-тексті словесних форм. Відбувається зіставлення текстів – на рівні коду, мови: вербалізація характерна для F – тексту, а мова дії (пересування) – для М-тексту. Деякі жанри, такі як голосіння, немислимі в М-тексті, але решта М-партії зазвичай не використовує мову пісень, а лише більш-менш формульну прозу та проміжні жанри ("розмовні", а не пісенні) на кшталт боярських прислів'їв та приповідок.

Інший рівень протистояння «свій» – «чужий» ми спостерігаємо в контексті ініціацій.

Обряди ініціації, у різних їхніх проявах у реліктовій формі, досить добре збереглися в деяких символічних індикаторах регіону, оскільки знаходять своє продовження в ритуальних діях.

Наприклад, обряд «купівлі коня дружбою», який відбувався на весіллі. Кінь як перевізник на весіллі був об'єктом дії і тому займав певне місце в обрядовому комплексі. Головною подією лімінальної фази ініціації є символічна смерть посвячуваних. Це проявлялося в їхній ізоляції від громади (символічній присутності в «іншому світі»), а також у різних заборонах щодо «мертвих», ритуально нечистих істот. Такі заборони накладалися на наречену під час весілля і були пов'язані з її ритуальною нечистотою та означали символічну смерть.

За словами Новикової, одне з найдавніших і найважливіших порівнянь просторового символізму – це порівняння «свого» / «чужого» простору. Це протиставлення все ще частково «долюдське», біологічне загалом. Воно знайоме не лише тваринному, але й рослинному світу (поняття біоценозу). Уся жива природа розмежована тисячами іноді невидимих, але стійких меж на «свої» кордони для кожного з її родів і видів – зони. Для людей це зіставлення свого/чужого простору еволюціонувало від факту природи до факту культури: міфу, ритуалу, релігії, фольклору, а згодом і літератури.

Тисячоліттями «власний-свій» простір племені визначався природними кордонами. Зовнішні кордони – це бар'єри для подальшого пересування (ліс, гори, річка (море), болото, пустеля).Внутрішні – кровні зв’язки, спорідненість по крові, відділяючи чужаків від своїх.

Характерно, що для символізації цієї ідеї природно-територіальної ("своєї землі") та соціально-біологічної ("свого роду") єдності предки винайшли тотем. Тотем – це міфічний звір, рослина чи предмет, породження цієї землі та її природної осі – і водночас предок саме цього роду. Поза просторовим зв'язком не мислилися і не відчувалися ні космологічні відносини з природою, ні родинні зв'язки між людьми.

Від самого початку опозиція «я/інший» (свій/чужий) переживалася і сприймалася людиною як норма/відхилення від норми. Норма – визнавалася «своїм»; ненорма (або суцільна відсутність норми, що ототожнювалося з хаосом) – все, що знаходилося за межами «власного чи то свого», все «чуже». По суті, символіка «свого» простору покликана замкнути, відгородити, вирізати з аморфного Хаосу частини Космосу – впорядкованого світу.

Звернімо на це особливу увагу. «Чужий» простір спочатку сприймається нашими предками як абсолютна ненормальність – хаос. Це, мабуть, найбільш архаїчна стадія. За ним слідує другий етап: коли «чуже» ототожнюється з антинормальним. Тепер для простору, який не є «нашим», для «чужого» простору визнається певна норма, але ця норма «перевернута», змінена, «несправедлива». «Інший-чужий» світ стає античужим: антитезою «свого» світу. Опозиція свій/чужий, таким чином, розбивається і розпадається на менші опозиції.

Якщо «свій» світ – це світ людей, то «інший» (чужий) світ – це світ нелюдей: світ стихій, монстрів, звірів, нелюдей (духів, богів, нечистої сили тощо), а в пізнішій науковій фантастиці – "розумних" машин або прибульців. Якщо «свій» світ – це світ живих, то «чужий» світ – це світ неживих (душі ненароджених нащадків або душі померлих предків; не дарма два ці варіанти «чужого світу» в багатьох релігіях і міфологіях змішуються). Якщо «свій» світ є культурним, то «чужий» простір є диким або «варварським». Якщо «свій» світ – це світ роду, нації, релігії, то «чужий» – простір інородців і іновірців. Так само, якщо світ «свого» визначається географією, країною, класом тощо, то світ «іншого» (чужого) одразу набуває вигляду чужих земель, чужої країни, класу тощо.

Нарешті, якщо світ «свого» – це «інша наша» реальність, то світ «іншого» (чужого) – це «інша», «ірреальна» сфера: мрії, ілюзії, привиди, видіння, спогади, передчуття і передчуття майбутнього, марення, кошмари, божевілля тощо.

Так, у соціальному середовищі світ дорослих буде «своїм» (повністю своїм) для традиційної культури на відміну від світу неповнолітніх (дітей/старих), світ жінок – від світу чоловіків (первісний матріархат), або, навпаки, світ чоловіків – від світу жінок (первісний патріархат), що протиставляється світу жіночому.

Як це проявляється в обрядовому фольклорі регіону. Для прикладу дозволимо взяти обрядодії, що пов’язані з гарбузом.

Образ-символ "гарбуз" має три функції та значення у весільному комплексі Подунав’я: 1) символіка гарбуза є традиційною під час передвесільного циклу (сватання) – гарбуз символізує відмову дівчини хлопцю, який сватається. Для молодого хлопця це має негативне значення;

2) під час самого весілля в діалогах: дружки – бояри, у текстах чоловіків зустрічаємо образ гарбуза: І варіант. «*Чом ви дружки не співаєте / Бо з кабака зуби маєте. / І боїтеся заспівати, / Нам зуби показати» (Шевченково, Кілійський р-н; Матроска, Ізмаїльський р-н);* ІІ вар. «*Чом ви дружки не співаєте, / Чи з кабака зуби маєте. / І боїтеся заспівати, / Нам зуби показати».(Першотравневе Ізмаїльського р-ну).* І в першому, і в другому варіанті тексту кабак (гарбуз) є гумористичним символом, який використовується для гротеску. У першому варіанті використання сполучника "бо" дає зрозуміти, що дівчина має "зуби з кабака», тоді як у другому варіанті сполучник «чи» є лише припущенням. Однак і в першому, і в другому випадку дівчина «боїться» показати свій зв'язок з гарбузом, тоді як другий учасник діалогу (боярин, хлопець), навпаки, не боїться гарбуза, оскільки в даному контексті він має негативний вплив на дівчину – вона може бути обділена увагою хлопця, що на даному етапі весілля (дівчина є подружкою нареченої – дружка) не є її метою. Як зазначає Г. Левінтон, весілля розглядається як текст, який складається з двох окремих текстів – «чоловічого» і «жіночого», по іншому тексту молодого і молодої або групи молодого – бояр; групи молодої – дружок. Взаємність чоловічого і жіночого текстів проявляється насамперед у тому, що персонажі одного тексту сприймають персонажів іншого тексту як «чужих». Опозиція «свій/чужий» сприймається з точки зору кожного з двох текстів. Первинно дівчина, в якої «зуби з кабака» має оцінку «чужий», але вона «Боїться зуби показати», таким чином «чужий» виступає як «чужий

чудесний» і має позитивну (+) оцінку для юнака;

3) використовується гарбуз як атрибут весільного столу, під впливом гагаузько-болгарської звичаєвості:

Ой наварили гарбузової каші з крупами,

Зніми мене, боярине, руками.

Гарбуз має символічну семантику – символ єднання – залицяння. Наведений приклад відносимо до групи жіночих текстів, у яких оціночна характеристика: «чужий» виступає у значенні «свій» позитивний (+).

Таким чином, у будь-якому символічному просторі обов'язково існує «свій» і «чужий» світ. Однак навіть «свій» символ (і навіть «свій» об'єкт), опинившись у «чужому» просторі, може заразитися «чужим світом» і набути його характеристик. Саме тому будь-яка людина чи предмет, що потрапляють у чужий світ і стають точкою контакту з ним (посередниками, тобто медіаторами), завжди є підозрілими для традиційної свідомості і потребують особливих обрядів очищення та випробувального терміну, перш ніж вони знову стануть повністю «своїми» [6, 7-8]. На що й направлені всі обрядодії весілля. Аж до поки «чужий» не набуде ознак «свого». Вивчення категорії «свій» / «чужий» в календарному обрядовому фольклорі етносів-репрезентантів регіону на основі взаємовпливів визначає перспективність подальшого наукового студіювання обрядової традиції Північного Причорномор'я.

Список використаних джерел:

1. Ануфрієв О.М. Слов'янський фольклор Придунав'я (сучасні особливості його функціонування в регіоні). Київ, 1995. 91 с.

2. Грица С.Й. Парадигматична природа фольклору. Принципи ідентифікації варіантів. Народні пісні. Проблеми вивчення. Львів, 1983. С. 47 – 58.

3. ДАОО, ф. 150, оп. 1, спр. 7.

4. Лебеденко О.М., Тичина А.К. Українське Придунав'я: Кн. І. Ізмаїл, 1998. 175 с.

5. Левинтон Г.А. Чоловічий і жіночий текст в весільному обряді (весілля як діалог) // Байбурін А.К. Етнічні стереотипи чоловічої і жіночої поведінки. С.-Пб: Наука, 1991. С. 210 – 234.

6. Новикова М.А., Шама І. М. Символіка в художньому тексті. Символіка простору (на матеріалі «Вечерів на хуторі біля Диканьки» М.В. Гоголя і їх англійський переклад): Навч. посібник. Запоріжжя: СП «Верже», 1996. 172 с.

7. Телеуця В.В. Народнопоетична творчість Подунав'я: проблеми регіональної специфіки: Навч. посібник. Ч.І. Ізмаїл: СМИЛ, 2010. 236 с.: 6 з іл..

Анотація. У статті аналізуються категорії «свій» / «чужий» обрядового тексту та обрядодій родинного комплексу Північного Причорномор'я. Визначаються рівні протистояння «свій» – «чужий», що ілюструється на прикладі F-текстів (жіночих текстів) та М-текстів(чоловічих текстів) та обрядів

ініціацій. У контексті аналізу ініціацій презентується образ-символ «гарбуз» (ілюстрація протистояння «свій» – «чужий»).
Ключові слова: Північне Причорномор’я, опозиція свій/чужий, жіночий текст, чоловічий текст, ініціація, лімінальність, обрядовий фольклор.

Summary. The article analyzes the categories of "own" / "foreign" ritual text and rites of the kinship complex of the Northern Black Sea region. The levels of opposition "own" – "foreign" are determined on the example of women's and men's texts. The levels of opposition "friend" – "foe" are determined, which is illustrated by the example of F-texts (female) and M-texts (male) and initiation rites. In the context of the analysis of initiation, the image-symbol "pumpkin" (illustration of the opposition "own" – "foreign") is presented.
Keywords: Northern Black Sea region, opposition native/alien, female text, male text, initiation, liminality, ritual folklore.

Панель 3. КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Аліна Велика,
старший викладач кафедри слов'янських і германських мов Житомирського державного університету імені Івана Франка, м. Житомир, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗА УМОВ СЬОГОДЕННЯ

Комунікативна компетентність (лат. communico – роблю загальним, зв'язую, спілкуюсь, competens (competentis – здатний) – сукупність знань про норми, правила ведення різних типів комунікації, серед яких можемо зазначити діалог та полілог, бесіду, виступ, перемовини, дискусію тощо. Іншими словами, комунікативна компетентність є гарантом налагодження міжособистісної комунікації, спілкування різного типу, взаємодії між членами різних соціальних груп.

Проблемі комунікативної компетентності педагога приділяли увагу А. Бойко, С. Гончаренко, І. Бех, Н. Бутенко, С. Левченко та інші науковці. Але сьогодення за часів російсько-української війни висуває додаткові вимоги, кидає нові виклики, які необхідно брати до уваги з метою внесення корективів до сутності комунікативної компетентності викладача.

Необхідними складовими формування комунікативної компетентності є як власний досвід існування в соціумі, так і запозичені з різних джерел норми і шаблони людської взаємодії.

Комунікативний процес охоплює як обмін інформаційними одиницями (блоками), так і психологічну взаємодію між учасниками мовленнєвого процесу.

Аналізуючи сучасні наукові дослідження, можемо дійти висновку, що комунікативна компетентність базується як на психологічних, так і мовних складових. Психологічний блок представлено:

- спроможністю взаємодіяти з іншими учасниками акту комунікації;
- налаштованістю на комунікативну взаємодію з оточуючими;
- володінням навичками і ефективними засобами спілкування;
- усвідомленням власного рівня лінгвістичної та психологічної складової;
- наявністю внутрішніх засобів корекції та регуляції комунікативного процесу.

Тобто соціальна сенситивність, спрямованість і налаштованість на зворотній зв'язок із співбесідниками сприяють успішній та плідній комунікації в будь-якому суспільстві.

Слід особливо акцентувати і невербальну комунікацію, яка є ефективним доповненням, а іноді й повноцінним замінником вербального типу спілкування. Йдеться про такі типи комунікації:

- оптико-кінетичну (жестикуляція, (панто-)мімика);
- паралінгвістичну (система вокалізації);
- екстралінгвистичну (паузація, темп, візуальний контакт).

Для досягнення адекватної та ефективної комунікації слід оволодіти навичками невербального спілкування, яке здатне значно покращити і полегшити рівень взаєморозуміння учасниками діалогу. В разі недостатнього володіння навичками невербальної комунікації можемо наражатись на неповне або навіть хибне сприйняття інформації від оточуючих, що логічно призводить до низки проблемних або конфліктних ситуацій.

Невдачі у спілкуванні можуть бути викликані і стереотипністю уявлень, напруженою міжособистісною атмосферою, прагненням домінування, упередженістю, ігноруванням фактичної (доказової) бази тощо.

Якщо говорити про комунікативну компетентність вчителя, то слід зазначити такі складові системи, як:

- когнітивну (обсяг знань з певного питання);
- операційну (принцип практичної реалізації інтелектуального потенціалу);
- мотиваційну (полягає в сукупності стимулюючих важелів для здійснення спілкування з учнями).

Комунікаційна компетентність вчителя обов'язково передбачає не тільки підвищення рівня знань, а й персоніфікований психологічний вплив, виховний момент, який сприяє створенню не просто людини з відповідним рівнем знань, а й особистість із суспільно необхідним комплексом сформованості базових психологічних особливостей, рис характеру, налаштованістю на проживання в соціумі.

Слід зазначити, що комунікаційна компетентність вчителя визначає характер та якість професійної взаємодії на паралелях «вчитель – учень», «вчитель – вчитель (колега)», «вчитель – адміністрація». Кожен із зазначених векторів спілкування передбачає володіння певною групою методів, знань, моделей поведінки, які найкращим чином сприяють здійсненню повноцінної комунікації.

Комунікативна компетентність є поєднанням як теоретичних, так і практичних знань, реалізація яких гарантує здійснення інформативної, емотивної, фатичної (встановлення контактів) функцій.

Комунікативна спроможність вчителя базується на мовній, мовленнєвій, дискурсивній, соціокультурній та соціолінгвістичній компетенціях, а структура професійно-педагогічної комунікативної компетенції включає професійно-соціальну, професійно-методичну, професійно-творчу компетенції.

Комунікативна компетентність вчителя англійської мови тісно пов'язана з засадами комунікативної лінгвістики, яка досліджує процес людського спілкування завдяки мові та з урахуванням всіх можливих (фізичних та фізіологічних, соціально-психологічних, контекстно-ситуативних) складових.

Комунікативна лінгвістика, з'явившись фактично в другий половині минулого сторіччя, коли відбувався перехід до прагматичного аспекту використання мови, започаткувала активний розвиток теорії дискурсу,

комунікативного синтаксису, дослідження функціональних стилів, впровадження когнітивного підходу до вивчення функціонування мови, зосередження уваги на соціолінгвістиці та психолінгвістиці.

Комунікативна компетентність передбачає знання і адекватне використання комунікативної лінгвістики, а саме прагматичну, семантичну, синтаксичну складову засобів певного мовного коду. В процесі спілкування необхідно брати до уваги всі аспекти людської взаємодії (йдеться про інформаційний, інтерактивний, перцептивний аспекти).

Результативність комунікації традиційно залежить від:

- предметної компетенції, яка передбачає світоглядне розуміння фізичних та ментальних вимірів;
- мовної компетенції, яка полягає у належному володінні наявними засобами мови;
- комунікативної компетенції, яка охоплює навички контекстно-ситуативного спілкування;
- культурної компетенції, культури як такої, у межах котрої і відбувається комунікація.

Якщо констатується недостатній рівень сформованості однієї чи декількох компетенцій, це може призвести до комунікативних девіацій, тобто недосягнення комунікативної мети.

Лінгвісти зазначають девіації, відповідність за які несе:

- адресант;
- адресат;
- декілька учасників спілкування, які своєю комунікативною поведінкою ускладнюють, а іноді й унеможливлюють комунікацію.

Вчителі-мовники, як ніхто інший, усвідомлюють значення мови та спілкування в соціалізації індивідууму. Саме знання мови сприяє формуванню національної специфіки мислення та комунікації. Категорії рідної мови допомагають створити індивідуальний та спільний світогляд, який базується на етнічних джерелах, національній самобутності. Мова активно впливає на пізнавальну діяльність особистості, на результативність комунікативного акту.

Вчителі іноземної мови завжди наголошують на необхідності оволодіння як мовою, так і культурою співбесідника для максимально результативного спілкування, підкреслюють важливість знання мовної символіки, стереотипів, мовленнєвого етикету, що пояснюється значними розбіжностями мовних, побутових, соціальних та інших реалій у представників різних країн, суспільств і, відповідно, різних мовних систем.

Йдеться про комунікативну грамотність учасників діалогу, яка охоплює теоретичне і практичне оволодіння нормами як усного, так і писемного спілкування; знання базових типів комунікативних ситуацій; вибір найбільш ефективних засобів комунікацій в залежності від комплексу складових акту комунікації за певних обставин.

Такі навички формуються протягом тривалого часу, базуючись як на відповідному теоретичному підґрунті, так і на систематичному тренінгу, що в

результаті призводить до автоматизму застосування засвоєного блоку інформації на практиці.

Саме тому вчителі іноземної (англійської) мови обов'язково передбачають не тільки ознайомлення з фонетичними, морфолого-синтаксичними, стилістичними, пунктуаційними особливостями англійської мови, а й формують країнознавчі уявлення, надаючи інформацію історичного, політичного, географічного, економічного та інших аспектів стосовно країни, мова якої вивчається.

Інтеграція вказаних інформаційних сегментів гарантовано призведе не тільки до успішного оволодіння іноземною мовою, а й до необхідної комунікативної компетенції. Вивчення мови не повинно бути самоціллю, це варто розглядати як дієвий елемент результативної комунікації, яка, як зазначалось раніше, полягає в комплексі знань, вмінь, навичок, що є базовими для успішного комуніканта.

Так, наприклад, знання історії Великобританії надасть можливість зрозуміти паралельне функціонування латини, французької та англійської мов протягом декількох століть; пояснить процес запозичень з латинської та французької мови в англійську; полегшить розуміння літературних творів, написаних у хронологічно різні часові періоди.

Аналіз соціально-політичних реалій на певних історичних етапах допоможе усвідомити причини виникнення неологізмів та отримання деякими лексемами статусу історизмів, архаїзмів тощо.

Яскравою ілюстрацією є сьогодення, коли за умов російської агресії комунікативна компетентність повинна охопити реалії радикальних змін в політичній, економічній картині світу; появу великої кількості англомовних запозичень; впровадження в активне спілкування неологізмів, пов'язаних з військовою професійної термінологією.

Як носії англійської, так і української мови активно долучаються до термінів воєнного часу, про що свідчать засоби масової комунікації як друкованого, так електронного типу.

Політичні англо- та україномовні наративи мають багато спільних рис, що змушує висувати нові вимоги до комунікативної компетентності, яка розвивається разом з суспільством, перебуваючи від впливом людського фактору і однозначно надихаючи людське співтовариство до подальшого розвитку.

Спостерігаючи за спілкуванням представників України і Великобританії, світова спільнота фіксує численні зміни у характері комунікації політичної еліти, що доводить беззаперечність думки про динамічність розвитку комунікативної компетентності, про небезпеку стагнації мовних, мовленнєвих, комунікативних знань та навичок.

Сучасний вчитель повинен усвідомлювати і впроваджувати в повсякденну комунікацію новітні технології, лінгвістичні та суспільно-економічні новації, без чого неможливо уявити результативне спілкування іноземною мовою, повноцінне заглиблення в іншомовний інформаційний простір.

Ми є свідками змін комунікативних норм, мовленнєвого етикету, які прогнозовано будуть відтворюватись учнями, впливаючи на стиль спілкування, ступіть взаєморозуміння.

Вчителю іноземної мови слід прагнути не тільки сформувати власну та учнівську комунікативну компетентність, а й створити умови для зменшення страху комунікації, для подолання мовного бар'єру, що часто спостерігається на початковому, а іноді й на середньому рівні засвоєння англійської мови.

Комунікативна компетентність вчителя англійської мови одним із складових компонентів має активне використання сучасних технологій (аудіо- та відеоматеріали, інтерактивні та ігрові завдання, використання різноманітних освітніх платформ).

Інноваційні методи викладання збільшують мотивацію учнів, активізують процес засвоєння нового матеріалу, що особливо помітно під час формування фонетичних та розмовних компетенцій.

Обов'язковою є здатність ефективно спілкуватись не тільки з учнями, а й з їх батьками, які повинні бачити у вчителеві не тільки носія мови, а особистість, яка формує світогляд, прищеплює інтерес не тільки до лінгвістики, але і до країн, що декларують англійську як державну.

Як учні, так і батьки повинні відчувати готовність вчителя до діалогу, його вміння сприймати інформацію співбесідника, встановлювати зворотній зв'язок.

Таким чином, комунікативна компетенція вчителя є запорукою результативності освітнього процесу і вимагає постійного вдосконалення і розвитку з урахуванням сучасних реалій.

Висновки. Комунікативна компетентність вчителя англійської мови є визначальним фактором успішності навчально-виховного процесу. Охоплюючи теоретичний фаховий обсяг знань, комунікативні характеристики мовлення, навички організації дискурсу, розвиток техніки мовлення, продуктивне критичне ставлення до власних навичок комунікації, наявність творчих та організаторських здібностей, комунікативна компетентність потребує постійного вдосконалення, оперативного реагування на зміну подій.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф. Бацевич. Київ: Академія, 2004. 342 с. (Альма-матер).

2. Вторникова Ю. Комунікативна компетентність у структурі ключових компетентностей громадян Європи / Ю. Вторникова / Витоки педагогічної майстерності: збірник наукових праць. Полтава, 2011. С. 88-94.

3. Дрозд Т. Комунікативна компетентність вчителя: теорія і практика. Науково-методичний посібник. Вінниця: ММК, 2013. 124 с.

4. Когут І. Методика формування професійно-педагогічної комунікативної компетентності майбутнього вчителя: дослідно-експериментальна робота. *Молодий вчений.* №7(22). Ч.2 2015. С. 53-56.

Анотація. В статті досліджено питання комунікативної компетентності вчителя взагалі і вчителя англійської мови зокрема. Надано термінологічну дефініцію поняття, визначено складові формування вказаної компетентності, проаналізовано особливості вербального і невербального спілкування, охарактеризовано специфіку комунікації на різних комунікативних паралелях.

Особливу увагу приділено аналізу виникнення проблемних ситуацій під час професійного спілкування, запропоновано шляхи вирішення проблем.

Зазначено фахову специфіку формування комунікативної компетентності вчителя англійської мови, надано рекомендації щодо вдосконалення рівня комунікативної компетентності, аргументовано необхідність впровадження вказаного процесу.

Ключові слова: вербальна комунікація, комунікативна компетентність, комунікативна лінгвістика, невербальна комунікація, професійне спілкування, учасники мовленнєвого процесу.

Summary. The article deals with the problem of communicative competence of teacher in general and teacher of English in particular. The terminological definition of the notion is presented, the components of formation of the mentioned competence are defined, peculiarities of verbal and non-verbal communication are analyzed, the specifics of communication on different communicative parallels are characterized.

Special attention is paid to the analysis of appearance of problematic situations during the professional communication, the ways of solving problems are suggested.

Professional specifics of formation of communicative competence of the English language teacher are defined, recommendations to improve the level of communicative competence are given, the necessity of implementation of the demonstrated process is justified.

Keywords: communicative competence, communicative linguistics, non-verbal communication, participants of the speech process, professional communication, verbal communication.

Людмила Волкова,
к. пед. н., доцент, доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ФОРМУВАННЯ КРОС-КУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Проблема підготовки фахівців нової генерації в контексті гуманізації і демократизації освіти в Україні постає сьогодні особливо гостро й пов'язана з тенденціями розвитку світового співтовариства. Поступове перетворення України в більш відкрите суспільство стало стимулювати широкий розвиток міжнародного співтовариства. Це, в свою чергу, висуває особливі вимоги до підготовки фахівця, пов'язуючи його імідж з професіоналом інноваційного типу.

Важливою передумовою полікультурної освіти в Україні є становлення і розвиток громадянського демократичного суспільства, для якого є непритаманними шовінізм, расизм, етнічний егоїзм, і водночас відкритого у ставлення до інших країн, народів і культур, яке пропагує виховання у дусі миру і взаєморозуміння. Соціально-політичною детермінантою функціонування крос-культурної освіти останнім часом стає інтенсивний розвиток інтеграційних процесів як важливої складової трансформації сучасного світу, а також прагнення України й інших країн інтегруватися в світовий і європейський соціально-культурний і освітній простір, зберігши при цьому національну своєрідність.

Очевидно, що професійна компетентність являє собою інтегральне утворення особистості, одним із компонентів якого ми розглядаємо крос-культурний. Адже, сучасний фахівець повинен одночасно усвідомлювати себе носієм національних цінностей і мати планетарне мислення. За своєю природою – це новий погляд на світ, його проблеми, можливі шляхи їх вирішення, боротьба за виживання людства, збереження навколишнього середовища, шлях до миру й співпраці, відмова від застарілих стереотипів і норм, від усіх видів егоїзму. Це мислення, спрямоване на усвідомлення цілісного, взаємопов`язаного та взаємозумовленого світу.

Необхідність формування в майбутніх фахівців крос-культурної компетентності пов'язана з тим, що все більш нагальною постає проблема мирного співіснування й продуктивного співробітництва людей різних націй, віросповідань, прибічників різних стилів життя, представників різних культур, – тобто проблема діалогу культур. Тенденції розвитку світового співтовариства свідчать про те, що в глобальному масштабі єдиним шляхом до прогресу людства є інтеграція на рівні виробництва, споживання, формування національної самосвідомості, розвитку міжкультурних зв'язків. Багато людей сприймають культуру ідентичності у мультиполярному просторі не як дещо гарантоване, а як

суперечливе і процесуальне. Водночас сприймання розбіжностей між культурами веде до необхідності міжкультурного діалогу.

Діалог культур поступово стає визначальним у різних сферах нашого життя. Однак найбільш важливим він є для формування пріоритетів розвитку сучасної освіти. З одного боку, це формування в суб'єктів навчання толерантності по відношенню до інших людей, їхніх традицій, звичок, національних цінностей тощо; з іншого – гуманітаризація освіти. Саме тому такою важливою є необхідність формування у молодого покоління готовності до життя в умовах полікультурного простору. Така готовність формується через всі предмети, що викладають у вищій школі, а особливо через опанування іноземними мовами.

На наш погляд, необхідними ознаками сформованості крос-культурної компетентності майбутніх фахівців є:

– сформоване світосприйняття студентів;

– усвідомлення себе носіями національних цінностей;

– розуміння взаємозалежності між собою та всіма людьми;

– розвинута комунікативна культура студентів, а саме: знання етики дискусійного спілкування й взаємодії з людьми, які дотримуються інших поглядів, віросповідань, з представниками інших культур;

– загальнопланетарний образ мислення;

– толерантність, повага до мови, релігії, культури різних націй.

На нашу думку, до практичних завдань навчання іноземним мовам з метою формування полікультурної компетентності студентів можна віднести, насамперед, такі:

– формування уявлень про культуру усного та писемного спілкування мовою, яка вивчається;

– формування знань про лінгвістичну та лінгвокраїнознавчу варіативність іноземної мови з метою здійснення офіційного й неофіційного спілкування;

– навчання дотриманню правил формальної й неформальної мовленнєвої поведінки іноземною мовою;

– формування понять про еквівалентну і безеквівалентну лексику;

– формування та розвиток умінь використання іноземної мови як інструменту міжкультурного спілкування;

– навчання вмінню адекватно описувати свою культуру іноземною мовою;

– навчання стратегіям самонавчання на основі використання дистанційних засобів навчання іноземних мов (включаючи спілкування з представниками інших культур через систему Інтернет).

Отже, під час вивчення іноземних мов у майбутніх фахівців необхідно формувати крім мовної та мовленнєвої компетенцій, також й інтеркультурну компетенцію, тобто вміння взаємодіяти у визначеному ситуативному контексті засобами іноземної мови з орієнтацією своєї мовленнєвої поведінки на іноземного адресата із врахуванням соціокультурних особливостей країни, мова якої вивчається.

У світовій практиці існують різні моделі крос-культурної освіти, в яких враховані вимоги до змісту й організації навчально-виховного процесу в умовах

полікультурності. Найвідомішими є: дидактична, яка ґрунтується на припущенні про те, що розуміння культури приходить із знаннями історії, традицій і звичаїв, необхідними для ефективної взаємодії з її представниками; експериментальна, основа якої – переконання, що найбільше знань люди беруть із власного досвіду, наприклад, з особливого роду активності і рольових ігор-симуляцій, які створюються для того, щоб виявити проблемні ситуації при підготовці або в процесі міжкультурної взаємодії; культурно-специфічна, що дозволяє студентам зрозуміти принципи взаємодії з представниками конкретної культури, або специфіку цієї культури; загальнокультурна: приводить до усвідомлення того, що існують психологічні явища (негативні стереотипи, упередження і т.п.), які заважають гармонійним міжетнічним відносинам; когнітивна (робить акцент на отриманні учнями інформації про культури і міжкультурні відмінності); емоційна, орієнтована на трансформацію установок, пов'язаних з міжкультурною взаємодією, відчуттями людей по відношенню до "інших" (від упередженості до толерантності або навіть до активної діяльності, спрямованої на розвиток близьких взаємостосунків); поведінкова, покликана формувати вміння і навички, що підвищують ефективність спілкування.

Впровадження крос-культурної освіти у процес підготовки фахівців надасть можливість сформувати у них уміння жити в умовах інтеркультурності. Формування полікультурної компетентності студентів сприятиме розширенню загальної та професійної культури; надасть можливість набути знань, умінь та навичок, необхідних для взаємодії з людьми, які належать до різних культурних груп; сприятиме розвитку особистісних якостей та ціннісних орієнтацій, які притаманні людині, що живе в умовах культурного розмаїття. Для того щоб ефективно взаємодіяти в роботі, у сфері міжособистісних відносин необхідна наявність таких якостей, які являють собою інтегративний зв'язок ціннісних орієнтацій, моральних позицій і устремлінь, знань, умінь, етики спілкування. Тому формування крос-культурної компетентності студентів в процесі вивчення іноземної мови повинно зайняти значне місце в підготовці кваліфікованого фахівця.

Список використаних джерел:

1. Агадуллін Р.Р. Полікультурна освіта: методолого-теоретичний аспект. *Педагогіка і психологія.* 2004. № 3. С. 18–29.

2. Багатокультурність і освіта. Перспективи запровадження засад полікультурності в системі середньої освіти України. Аналітичний огляд та рекомендації / За ред. О.Гриценка. Київ: УЦКД, 2001. 96 с.

3. Волкова Н.П. Педагогіка: посіб. для студ. вищ. навч. закл.. Київ: Видавничий центр "Академія", 2001. 576 с.

4. Гончаренко Л.А., Зубко А.М., Кузьменко В.В. Розвиток полікультурної компетентності педагогів загальноосвітніх навчальних закладів: Навчальний посібник / За ред. В.В.Кузьменка. Херсон: РІПО, 2007. 176 с.

5. Педагогіка вищої школи: навч. посіб. / Бартєнєва І.О.; Богданова І.М.; Бужина І.В. та ін.. Одеса: ДПУ імені К.Д. Ушинського, 2002. 344 с.

Світлана Гордійчук, *д. пед. н., доцент*
Марина Кірячок, *к. філол. н.,доцент*
Світлана Поплавська, *к. пед. н., доцент*
Житомирського медичного інституту Житомирської обласної ради,
м. Житомир, Україна

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ SOFT SKILLS

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку вищої медичної освіти пріоритетним завданням є не лише формування високопрофесійного фахівця, а й становлення унікальної особистості, здатної до усебічного сприйняття нового досвіду, відкритої до засвоєння нових знань, розвинутого комунікатора, що глибоко засвоїв основи усного та писемного мовлення, оволодів навичками послуговування мовою в різних мовленнєвих ситуаціях відповідно до мети та ситуації спілкування. Відповідно до концепції студентоцентрованого навчання, випускник закладу вищої освіти повинен мати глибокі фахові та загальні знання, вміти швидко адаптуватись до змін в суспільстві, мати розвинені навички критичного мислення, уміти швидко та впевнено приймати рішення в ситуаціях невизначеності та множинного вибору, що, з рештою, стане запорукою затребуваності такого фахівця на ринку праці. Отже, для формування висококваліфікованого медичного фахівця одним з пріоритетів є розвиток комплексу soft skills, що включає різноспрямовані типи якостей. На наш погляд, розвиток комунікативних м'яких навичок є запорукою комунікативної компетентності медичного фахівця, адже поряд зі знанням мовних норм та правил їх реалізації в мовленні, сучасний професіонал охорони здоров'я повинен мати високо розвинені навички міжособистісного спілкування, роботи в команді, розв'язання конфліктних ситуацій та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню розвитку комунікативних м'яких навичок як складової комунікативної компетентності та запоруки професійного становлення майбутнього фахівця, зокрема медичної галузі, присвячено наукові розвідки Ж. Діденко, І. Чухно, Б. Дмитришина, Т. Некрашевич, К. Боровик, К. Коваль та інших дослідників.

Мета дослідження – дослідити поняття soft skills та актуалізувати необхідність розвитку м'яких навичок як складової комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти в процесі підготовки майбутніх фахівців охорони здоров'я.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В сучасній науці існують різні підходи до тлумачення поняття soft skills та класифікації його складових. Зокрема С. Наход пропонує потрактовувати ««soft» як «гнучкість», що характеризує відсутність шаблонності, стереотипності, здатність до змін, подолання фіксованої функціональності, а «skills», у цьому

разі, як компетентності – готовність, здатність та можливість особистості діяти у будь-яких мінливих ситуаціях, спираючись на власний досвід та інтуїцію» [4, с. 132]. На думку Ж. Діденко, на сьогодні не існує єдиної узгодженої класифікації soft skills, яка б задовольняла більшість дослідників. Здійснивши компаративний аналіз праць українських та зарубіжних вчених, що досліджували окреслене поняття протягом останніх декількох років, науковиця стверджує, що «гнучкі навички – це комплекс умінь або навичок, необхідних для міжособистісного спілкування, досягнення цілі за допомогою критичного та творчого мислення, а також особистісних складових частин емоціонального інтелекту, які впливають на життя та працевлаштування майбутніх фахівців» [2, с. 267]. Чухно І. відзначає, що «поняття soft skills є інтегральною якістю здобувача вищої освіти, що містить взаємопов'язані соціально орієнтовані компетентності (особистісну, професійну, культурну, комунікативну, інформаційну, лідерську), сприяє особистісному та професійному зростанню, продуктивній соціальній взаємодії, підвищенню рівня позитивної соціальної активності здобувачів освіти, їх гармонійній життєдіяльності у соціумі» [6, с. 617]. М'які навички є невід'ємною складовою становлення фахівця, адже нерозривно пов'язані з соціальною сферою життя індивідууму та «підсилюють» здобуті протягом навчання «тверді навички», постаючи універсальним інструментарієм для ефективної реалізації в будь-якій професійній сфері.

Існує ряд наукових класифікацій soft skills. Наприклад, К. Коваль пропонує поділяти всі «м'які навички» на три групи: індивідуальні якості, комунікаційні якості, управлінські якості, докладно характеризуючи кожну з них [3, с. 165]. Ж. Діденко виокремлює такі групи, як: комунікативні навички; особистісні навички; професійні навички [2, с. 268]. Дослідивши ці та інші класифікації, робимо висновок про те, невід'ємною складовою «м'яких навичок», спільною для більшості класифікацій, є розвиток комунікаційних здібностей, що виходять за межі суто мовної компетентності та стосуються вмінь слухати, переконувати, працювати в команді; розв'язувати складні, зокрема конфліктні, ситуації; брати участь у дискусіях та обговореннях; будувати комунікацію, зважаючи на національні, культурні, релігійні особливості співрозмовника та ін. Комунікативні навички є базисом для успішної соціалізації особистості, розкриття внутрішнього потенціалу, професійної компетентності, формування міцних міжособистісних зв'язків як запоруки фахового зростання.

Комунікативні soft skills мають провідне значення для становлення майбутнього медичного фахівця, адже медицина належить до лінгвоцентричної сфери, у межах якої мова часто набуває провідного значення. Спілкування з пацієнтами та членами їхніх родин, колегами, адміністрацією закладів охорони здоров'я, потенційними роботодавцями, науковою медичною спільнотою – це невід'ємна та значуща частина діяльності медичного фахівця. Тому поруч з формуванням ґрунтовних hard skills заклади вищої медичної освіти мають забезпечити умови для розвитку «м'яких навичок» шляхом упровадження інновацій в освітній процес, пошуку новітніх методів та технологій навчання,

забезпечення високої якості надання освітніх послуг з метою формування фахівця, затребуваного та конкурентоспроможного на ринку праці.

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків. Проведене дослідження щодо класифікації «м'яких навичок» та пріоритетності розвитку комунікативних якостей у процесі становлення майбутнього фахівця медичної галузі лише загально окреслює значущість обраної для наукової розвідки теми, а тому має подальші дослідницькі перспективи, спрямовані на ґрунтовне наукове осмислення методів і технологій розвитку комунікативних «м'яких навичок» у здобувачів освіти медичних ЗВО.

Список використаних джерел:

1. Боровик, К. М., Риндіна, Н. Г., Шапаренко, О. В., Єрмак, О. С., Іващенко, Р. О., Романюк, М. Г. (2021). Формування soft skills в освітньому процесі вищої медичної школи. *Актуальні питання лінгвістики, професійної лінгводидактики, психології і педагогіки вищої школи: збірник статей VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 25-26 листопада 2021 р.). Полтава: Вид-во "Астрая", 36.*

2. Діденко, Ж. І. (2021). Формування м'яких навичок у майбутніх менеджерів на заняттях англійської мови в умовах дистанційного навчання. *Актуальні питання гуманітарних наук*, Вип 35, Т. 2, 266-271.

3. Коваль, К. О. (2015). Розвиток "Soft skills" у студентів – один з важливих чинників працевлаштування. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*, № 2, 162–167.

4. Наход, С. А. (2018). Значущість "soft skills" для професійного становлення майбутніх фахівців соціономічних професій. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи, № 63, 131–135.

5. Некрашевич, Т. В. (2021). Формування soft skills у студентів закладів вищої медичної освіти в процесі вивчення латинської мови та медичної термінології. *Current Trends in the Study and Teaching of Foreign Languages*, 159.

6. Чухно, І. А. (2021). Формування soft skills як складова якісної підготовки студентів медичних ЗВО в сучасних умовах. *Topical issues of modern science, society and education Proceedings of I International Scientific and Practical Conference*, Kharkiv, Ukraine, 8–10 August 2021, 613–619.

Анастасія Діденко,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК МАРКЕР МАНІПУЛЯЦІЙ В МИРНИЙ ТА ВОЄННИЙ ЧАС

Мовне питання в Україні протягом останніх років без перебільшення є парадоксальною темою, адже за Конституцією державна мова одна, проте в країні вільно функціонують дві – українська та російська. Усю свою незалежність в країні активно розвивався білінгвізм, що супроводжувався нерівністю мов, а також призвів до звуження сфер функціонування української мови на переважній частині України, що викликало її падіння та втрату престижу.

До повномасштабного вторгнення Росії в Україну, попри толерантність мовної політики українізації, поруч постійно перебувала негативна та радикальна суспільна реакція, а особливо, в південних та східних областях, переважна більшість населення яких умовно визнавали російську мову «регіональною».

Варто зауважити, що Закон «Про мови в Українській РСР» від 1989 року визначав єдиною державною мовою в Україні українську, хоча в багатьох статтях окремо фіксував можливість використання російської мови за небажання або нездатності спілкуватися державною [3].

Такий документ закріплював особливий статус російської мови в Україні та створював для неї широкі можливості у використанні населенням країни. Наприклад, у статті 4 Закону зазначено, що російська мова є мовою міжнаціонального спілкування, а держава зобов'язана забезпечити «вільне користування російською мовою як мовою міжнаціонального спілкування». Закон також встановлював, що російська мова може бути мовою роботи, діловодства та документації (стаття 11), мовою технічної й проектної документації (стаття 13), мовою виховання та одержання освіти (статті 25-28) тощо [0, 2]. До того ж, гарантії щодо використання й навчання рідною мовою або вивчення рідної мови в державних навчальних закладах або через національні культурні товариства передбачає й Закон «Про національні меншини в Україні».

На сьогоднішній день мовне питання в Україні стало однією з маніпуляцій, яку активно використовують російські пропагандисти. Наразі мовне питання активно політизується і варто підкреслити, що протягом всієї незалежності воно було обов'язковим складником ідеологічної риторики різних політичних сил, який порушувався переважно в періоди перед виборами, а згодом виносився на найвищий політичний рівень, де формував специфічний дискурс, що був сформований низкою лінгвальних чинників [3, 0].

Мовне питання стало однією зі страшних маніпуляцій, використовуваних російською пропагандою. Вторгнення армії РФ в український Крим у 2014 році, захоплення Донецької та Луганської областей, а також спроба у 2022 році незаконно анексувати інші південні та східні регіони України тривали під гаслом «захисту прав російськомовного населення».

Після 24 лютого Кремль не на жарт обурився прагненням українців остаточно затвердити в Україні єдину державну українську мову, а тому МЗС РФ вже неодноразово скаржилось на те, що в Україні державна мова приходить на зміну російській у всіх можливих сферах, зокрема в освіті.

Подальший масовий перехід на основну державну мову країни – українську – це свідомий історичний вибір населення, що став неперервним процесом утвердження національної ідентичності українців.

Протягом багатьох років мова об'єднувала «своїх» проти «чужих» та була певним захистом від зовнішньої агресії, яка прагнула незаконно захопити чужі території.

З 2014 року українське населення розділене за мовним фактором, але згідно з десятою статтею Конституції, у нас українська мова визнана як єдина державна, а тому і держава зобов'язана усіляко сприяти розповсюдженню й забезпечення функціонування української мови абсолютно в усіх сферах суспільного життя по усій території України [4].

Але у другій частині статті десятої наголошується, що держава гарантує вільний розвиток російської та інших мов в Україні. Відповідно, держава не зобов'язує громадян говорити у суспільстві російською або іншими мовами. Навпаки, згідно з першою статтею, зобов'язує говорити тільки українською мовою. Тому з самого початку Конституцію України заклали суперечку, яка потребує негайного розгляду й виправлення, адже до тих пір, поки українське успільство буде демократично відноситися до російської мови, Україна буде приречена на постійні соціальні конфлікти [3, 4].

Без перебільшень, минулий рік став справжньою революцією для української мови, адже її використання у публічному просторі стало абсолютним, а в побуті великих міст зростає з кожним днем. Українське суспільство дуже неоднорідне і зараз воно перебуває в перехідній стадії від аморфного почуття себе частиною пострадянського простору до сталого розуміння своєї унікальності. Мовне питання виступає великим фактором об'єднання. Ми маємо чітко ідентифікувати себе не тільки всередині країни, але і поза її кордонами. І мова, як частина культурного коду, відіграє в цьому надважливу роль.

Список використаних джерел:

1. Application of the charter in Ukraine. Initial monitoring cycle: Report of the Committee of Experts on the Charter. Recommendation of the Committee of Ministers of the Council of Europe on the application of the Charter by Ukraine. Strasbourg, 7 July 2010. URL: https://rm.coe.int/16806dbb45.

2. Makarets I. Legislative regulation of linguistic relations in Ukraine. Actual Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice, 2019. Vol. 38.

3. Opinion on the Draft Law on Languages in Ukraine. Adopted by the Venice Commission at its 86th Plenary Session (Venice, 25-26 March 2011). URL: https://www. venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx? pdffile=CDL-AD(2011)047-e.

4. Янковська Г. В. Державна та/або офіційна мови: ототожнення чи розмежування? Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія ПРАВО. Випуск 29(1). 2014.

Вероніка Іваницька,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня
факультету іноземної філології
Запорізького національного університету,
м. Запоріжжя, Україна

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ: ОСМИСЛЕННЯ КАНАДСЬКОГО ДОСВІДУ BRIDGING PROGRAM

Розвиток глобалізаційних процесів у світі, прагнення України стати повноправним членом Європейського Союзу, стрімке розширення міжнародних політичних, економічних, воєнних і культурних зв'язків в умовах неспровокованої агресії Російської Федерації суттєво підвищує роль комунікативної компетентності фахівця, яка стає підґрунтям для забезпечення академічної і соціальної мобільності й високої адаптивності. Це висуває нові вимоги до закладів вищої освіти, які повинні забезпечити відповідні умови для формування комунікативної компетентності як базової, забезпечити ефективну професійну комунікацію та продуктивну співпрацю з іноземними партнерами у майбутній відбудові і модернізації інфраструктури України.

Різні аспекти проблеми формування комунікативної компетентності досліджувалися широким колом вчених. Вивчалися особливості застосування компетентністного підходу у процесі професійної підготовки фахівців різних спеціальностей (М. Артьомова, В. Бедь, Н. Волкова, М. Головань, О. Губарєва, О. Гура, В. Калінін, О. Локшина, О. Овчарук, О. Пометун, М. Фіцула та ін.), зміст та структура понятійного конструкту «комунікативна компетентність» та «іншомовна компетентність» (С. Амеліна, Л. Бахман, О. Биконя, Т. Вольфовська, О. Ізмайлова, М. Кенел, Н. Костенко, Р. Мартинова, Н. Микитенко, С. Ніколаєва, Я. Окопна, Т. Пахомова, М. Свейн, Я. Сенченко, Б. Чернявський, Д. Хаймс, А. Холлідей, Ю. Шмідт та ін.), концептуальні засади інтеграції освітнього процесу, де комунікативна компетентність розглядалася як ключова (базова) (Р. Білик, А. Дудлі, Л. Кучер, О. Левчук, Т. Тарасова, І. Ярощук та ін.).

Результатом досліджень постає широкий спектр визначення поняття «комунікативна компетентність», зокрема, тлумачення її як «здатності до спілкування, комунікативності, спроможності особистості встановлювати комунікативний контакт з оточенням», як «знання культурних норм і правил спілкування; засвоєння соціальних стереотипів поведінки; володіння комунікативними вміннями і навичками; систему внутрішніх засобів регулювання комунікативних дій; набір умінь і навичок, одержаних на основі індивідуального досвіду, тобто … операційно-технічні засоби спілкування» (Корніяка, 2010, с. 143). Комунікативна компетентність фахівця є інтегрованим утворенням, що містить поєднання знань норм та правил спілкування, високий рівень мовленнєвого розвитку, розуміння невербальної мови спілкування,

уміння вступати в контакт з людьми з урахуванням їх різноманітних характеристик, уміння вести себе адекватно ситуації, уміння впливати на співрозмовника, здатність правильно оцінити співрозмовника як особистість, викликати у співрозмовника позитивне сприйняття власної особистості (Гавриляк, 2019, с. 71). У нових умовах проблема формування комунікативної компетентності вимагає переосмислення та вивчення зарубіжного досвіду.

Слід також звернути увагу на дослідження останніх років, де переконливо доведено, що «в епоху глобалізації англійська мова не лише відіграє роль комунікативного посередника в контексті окремих націй, етносів, але й охоплює всю світову спільноту, стаючи глобальним, світовим, поліетнічним та мультикультурним конгломератом…» (Панасенко, 2019, с. 102). А тому «її місце й статус ще довгий час будуть незмінними за умови лінгвістичної реконструкції побудови самої мови, що спростить її використання серед носіїв інших мов у світовому комунікативному процесі» (Панасенко, 2019, с. 102).

У цьому сенсі значний інтерес становить досвід формування комунікативної компетентності у канадському університеті Альберти, де я мала чудову можливість вдосконалювати своє знання англійської мови у вересні-грудні 2022 р. на Bridging Program, перебуваючи в мінливому мультикультурному й поліетнічному оточенні. Деякими спостереженнями й узагальненнями хочу поділитися в даному повідомленні.

Bridging Program, як випливає з назви, є своєрідним «містком» між вступом до університету та початком повноцінного навчання на обраній спеціальності. Це доволі розповсюджене явище в канадських вищих навчальних закладах через велику кількість іноземних студентів. В основному на цій програмі – мовних курсах – навчаються китайці та японці. Педагогічний колектив теж є мультикультурним: окрім канадців, серед викладачів присутні британці, іммігранти з країн Латинської Америки та Європи.

Програма складається з двох етапів, які розбиті на один семестр. Заняття – це чотири академічних години на день, п’ять разів на тиждень. Більшість домашніх завдань не оцінюється або не перевіряється. В основному перевіряються есе у форматі зворотнього зв'язку. Викладач не виправляє помилки напряму, а лише вказує на них у коментарях. Суворим є ставлення до будь-якої форми плагіату. Навіть якщо посилання пропущене випадково, це рахується як акт плагіату. У такому випадку, викладач подає звіт до відповідної структури всередині університету. Якщо акт плагіату підтверджують, цей факт включається в академічну карту студента й залишається там назавжди, до того ж знижується загальна оцінка за курс із поясненням причини. Під час занять забороняється використовувати гаджети для особистих цілей (проте їх не забирають). Базовими підручниками слугували Оксфордські видання, але ми не надто часто ними користувалися.

Оригінальною і справедливою уявляється форма іспиту. Іспит нагадує українське ЗНО. Присутній пробний екзамен, в якому оцінюється тільки есе. Фінальний іспит складається з двох завдань на читання та аудіювання й одного

есе, пов'язаного з текстами для читання. Підсумковий бал залежить від поточних оцінок та фінального іспиту.

Після завершення курсів виставляється позначка «Зараховано». Для тих, хто не досяг належного рівня підготовки за два цикли навчання, призначається повторне проходження проваленої стадії курсів, яке оплачується окремо. Також є мовний клуб із різними пізнавальними груповими активностями та влаштовуються вечірки («pot-luck parties») після завершення кожного етапу.

Протягом двох стадій обов'язково змінюються викладачі та, відповідно, коригуються методики. Спочатку моїм інструктором був канадець. Навчання було сфокусоване на покращенні усіх мовних аспектів із акцентом на усну складову. Практикування командної роботи (team work) стало невід'ємною частиною щоденних занять. Невеликі групи із 4-5 студентів спілкувалися на задану академічну тему упродовж певного часу (починаючи з 5 хвилин та поступово збільшуючи до 20). Головна мета – не переривати розмову, не перетворювати полілог на монолог та давати можливість висловитися всім учасникам. Дозволяється відходити від теми, але продовжувати говорити англійською. Оскільки в групі перебувало багато представників однієї нації зі спільною мовою, викладач розподіляє студентів за принципом мовного та культурного розмаїття («language and cultural diversity»). Протягом двох місяців двічі змінюється розміщення людей за столами. Також був присутній акцент на презентаційних навичках. Студенти зобов'язані підготувати дві якісні презентації (особливість канадського підходу – мінімум тексту на слайдах та жодного підглядання в нотатки під час виступу). Коли китайський студент підготував слайди з великою кількістю тексту та читав із екрану, викладач зупинив його виступ та довго обурювався. Проте визнав, що недостатньо опрацював із нами мистецтво презентування й дав можливість студенту реабілітуватися.

Друга стадія передбачає більш близьку взаємодію з академічною лексикою. Цього разу моїм інструктором був викладач мексиканського походження. Напрямок командної роботи був іншим – обговорення було спрямоване на спільне виконання завдань. Цікавою та ефективною частиною методики було щоденне переглядання карток зі словами у додатку Quizlet (максимум 20 хвилин на повторення 100 слів). Таким чином проходило вивчення списку академічної лексики (Academic Word List). Також необхідно було щодня 20 хвилин читати обрану книгу та переглядати фільм. Усі ці складові стали важливим аспектом занурення в комунікативне середовище. Обидві методики уявляються швидким шляхом до формування необхідних для майбутнього спеціаліста компетентностей. Взаємодіючи з іншими студентами, учасники подібних мовних курсів легше адаптуються до іншомовного середовища та в майбутньому демонструють високий рівень досягнень, у тому числі й у сфері комунікацій.

Набутий досвід дав мені можливість усвідомити значення англійської мови як lingua franca, мови міжнародного спілкування, й ширше – інтегруючого чинника в системі ретрансляції ліберально-демократичних цінностей постіндустріального суспільства. Можливо, цей досвід стане згодом у нагоді у

викладацькій діяльності. Чи можна цей досвід механічно перенести на освітній ґрунт українських університетів? Однозначну відповідь дати важко. Передусім, повинно змінитися ставлення студентів до навчання, воно має бути свідомим і відповідальним, а не з примусу. Навчання має приносити задоволення, і для того не варто переобтяжувати студента громіздкими, не завжди зрозумілими і корисними завданнями в умовах дистанційного або асинхронного навчання. Повчальною мені уявляється система комунікації (усної й епістолярної) між викладачами і студентами: дружня, людяна, але з чіткими рольовими й етичними кордонами, з прозорими «правилами гри», із взаємною повагою, з дотриманням правил ділового етикету і мінімумом суб'єктивізму, зверхності й патерналізму.

Список використаних джерел:

1. Гавриляк, Л. С. (2019). Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки сучасного фахівця. Науковий журнал «ΛΌГОΣ. Мистецтво наукової думки». 3, 70-73.

2. Корніяка, О. М. (2010). Розвиток комунікативної компетентності особистості в сучасному соціокомунікативному просторі. Матеріали II Всеукраїнського психологічного конгресу, присвяченого 110 річниці від дня народження Г. С. Костюка (19 – 20 квітня 2010 року). Київ: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство». 1, 140 – 145.

3. Панасенко, Є. О. (2019). Англійська мова як Lingua Franca та її роль у сучасних світових політико-економічних процесах. Держава та регіони. Серія: Державне управління. 3, 96–103.

Наталія Клясен,
к. пед. н., старший дослідник,
старший науковий співробітник відділу проєктної діяльності
Державної наукової установи «Інститут модернізації змісту освіти»
Міністерства освіти і науки України,
м. Київ, Україна

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Постановка проблеми. В умовах сучасного глобалізованого світу, для якого характерні суперечності між глобальним та локальним, всезагальним та індивідуальним, традиціями та сучасністю, духовним та матеріальним, освіта має стати одним із засобів вирішення проблем XXI ст. При цьому для ефективного використання найсучасніших освітніх технологій у професійній педагогічній діяльності необхідно володіти компетентностями, які дозволять особистості не тільки передавати свої знання у сучасному суспільстві, а й сприяти вдосконаленню персональних умінь та якостей, формуванню професійного досвіду в процесі навчання й саморозвитку.

Актуальність теми зумовлена сучасними тенденціями розвитку суспільства, вітчизняної освіти, спрямованими на формування педагога, здатного професійно розвиватися, реалізовуючи освітню політику як пріоритетну функцію держави, забезпечувати розвиток та самореалізацію особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі сутності понять «компетентність» та «компетенція» присвячено чимало наукових праць. Оскільки компетентність виступає як міждисциплінарна категорія, її дослідженням займаються представники різних галузей знань: філософи, педагоги, психологи, соціологи, економісти, філологи та інші науковці. Серед сучасних українських публікацій слід відмітити такі колективні монографії: Л. Антонюк, Н. Василькова, Д. Ільницький, І. Кулага та В. Турчанінова [1] та Н. Авшенюк, Т. Десятов, Л. Дяченко, Н. Постригач, Л. Пуховська, О. Сулима [2], що присвячені світовому досвіду впровадження компетентнісного підходу в освіту, визначено та проаналізовано проблеми та недоліки його застосування

Так, фундаментальні питання професійної підготовки педагогічних кадрів та запровадження компетентнісного підходу в систему освіти України, аналіз вітчизняного законодавства в контексті його реалізації висвітлено у дослідженнях І. Федорової та М. Житник. Однак, незважаючи на те, що питання підготовки, підбору педагогічних кадрів та підвищення їх кваліфікації постійно перебувають у полі зору практиків та науковців, досі існує суперечність між потребами сьогодення та недостатньою кількістю кваліфікованих фахівців. У сучасних інформаційно-комунікаційних умовах ця суперечність суттєво потребує вирішення.

Тому, проєктування нової за якістю освіти передбачає перехід на нові стандарти організації освітньої діяльності, її змісту, очікувані результати, шляхи їх досягнення та комплекс індикаторів про рівень ефективності як окремих здобувачів освіти, освітніх закладів, так і системи підвищення кваліфікації педагогічних працівників в цілому .

Виклад основного матеріалу

Компетентності, на думку науковців, є індикаторами, що дозволяють визначити готовність до конкретної діяльності, особистого розвитку та продуктивної участі в житті суспільства. Їх набуття дає особистості можливість орієнтуватися в умовах сучасного суспільства та інформаційному просторі. Під поняттям «компетентнісний підхід» розуміють спрямованість освітнього процесу на формування та розвиток ключових (базових, основних) і предметних компетентностей особистості.

Серед різноманітних форм та напрямків забезпечення професійного розвитку та становлення педагога, який є ключовою фігурою реформ в освіті, претендує компетентнісний підхід. Традиційна система освіти акцентувала основні зусилля на набуття нових знань, умінь та навичок, що догматично абсолютизувало знання і сформувало знаннєвий підхід до навчання. При цьому, основна увага фокусувалася на самих знаннях, а практичне їх застосування залишалося поза увагою.

За результатами наукових досліджень було виокремлено такі причини запровадження компетентнісного підходу в освіту, а саме: тенденція інтеграції та глобалізації світової економіки; необхідність гармонізації структури європейської вищої освіти у зв’язку з Болонським процесом; зміна освітньої парадигми; різноманітність понятійного змісту терміну «компетентністний підхід».

За визначенням групи науковців з Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих Національної академії педагогічних наук України, компетентність – це результат набуття людиною компетенцій, які дають їй змогу якісно виконувати трудові функції, успішно засвоювати знання, взаємодіяти з іншими людьми в різних ситуаціях, швидко адаптуватися до змін у професійній діяльності, набувати соціальної самостійності [2, с. 17].

На думку науковців, причини підвищеного інтересу до понять «компетенції», «компетентність», «компетентнісний підхід» обумовлені: необхідністю розробки нової концепції освіти, яка відображала б зміни, спрямовані на відтворення таких властивостей особистості, як мобільність, динамізм, конструктивність, професіоналізм; пошуком нових підходів до визначення цілей, розробки змісту та організації освіти; потребою модернізації загальної та професійної освіти з метою її відповідності запитам суспільства та потребам особистості [3, с. 44]. Інші дослідники розглядають компетентнісний підхід як пріоритетну орієнтацію на цілі – вектори освіти: здатність до навчання, самовизначення, самоактуалізація, соціалізація і розвиток індивідуальності [4, с. 25].

Так, компетентнісний підхід переміщує акценти з процесу накопичення нормативно визначених знань, умінь та навичок у площину формування й розвитку у здобувачів освіти здатності практично діяти і творчо застосовувати набуті знання й практичний досвід. Все це вимагає від педагогів зміщення акцентів у своїй освітній діяльності із інформаційної до організаційно-управлінської. У першому випадку педагог традиційно відігравав роль «ретранслятора знань», а в другому – організатора освітньої діяльності. У такому випадку, змінюється й модель поведінки учня – від пасивного засвоєння знань, до активного: дослідницько-пошукової, самостійної та самоосвітньої діяльності. Процес учіння наповнюється розвивальною функцією, яка стає інтегрованою характеристикою навчання. Така характеристика має сформуватися в процесі навчання і включає знання, вміння, навички, ставлення й поведінкові моделі особистості. [5, с. 759].

Варто зазначити, що серед визначених Радою Європи п'яти ключових компетентностей (політичні та соціальні, міжкультурні, інформаційно-технологічні, комунікативні, здатність вчитися протягом усього життя) дві безпосередньо стосуються вміння вчитися. Все це є основою неперервного навчання в контексті особистого професійного і соціального життя [6].

Науковці вважають за доцільне ключову компетентність «уміння вчитися» виділити як об'єкт особливої уваги, оскільки саме ця компетентність забезпечує вимогу щодо готовності до неперервної освіти. Ключова компетентність «вміння вчитись впродовж життя» передбачає розуміння цінності знань та набуття навичок самостійного навчання. Вона включає вміння ставити перед собою цілі й досягати їх, вибудовувати власну траєкторію розвитку впродовж життя, планувати, організовувати, здійснювати, аналізувати та коригувати власну навчально-пізнавальну діяльність, застосовувати набуті знання для оволодіння новими, для їх систематизації та узагальнення.

Вважаємо, що проєктна діяльність – одна з найперспективніших складових освітнього процесу, що забезпечує творче зростання, саморозвиток та самореалізацію педагогічних працівників, сприяє формуванню усіх необхідних життєвих компетенцій, означених Радою Європи. Адже саме під час реалізації проєктів виробляються навички і вміння самостійно здобувати знання, систематизувати їх, орієнтуватися в глобалізованому інформаційному просторі, розуміти проблему і працювати в колективі над її розв’язанням. Крім того, у контексті професійної підготовки І. Зязюн трактує компетентність як здатність вирішувати професійні задачі, що вимагає наявності реальних знань, умінь, навиків, досвіду [7, с. 14].

Зазначимо, що важливим є підготовка педагогів до креативного виконання різноманітних завдань, до комунікації і партнерства, що входять до десяти ключових компетентностей, що ґрунтуються на «Рекомендаціях Європейського Парламенту та Ради Європи щодо формування ключових компетентностей освіти впродовж життя» (18.12.2006), але при цьому не обмежуватимуться ними. А також визначених у Законі України «Про освіту» [8].

Крім того, моделювання процесу розвитку інформаційно-комунікаційної компетентності забезпечує реалізацію стратегій державної освітньої політики щодо її інноваційного розвитку шляхом ознайомлення широкої педагогічної громадськості з освітніми інноваціями, здійсненням наукового супроводу впровадження освітніх інновацій та залученням педагогів до активної участі в інноваційних процесах, що можливо за умови пошуку ефективних форм навчання дорослих та забезпечення їх професійної та психологічної готовності до нових потреб ринку праці, нестандартного творчого мислення, самовдосконалення, ефективного спілкування, інноваційної діяльності.

Вважаємо, що надважливою формою удосконалення рівня професійної компетентності педагога в системі післядипломної педагогічної освіти є професійне самовдосконалення шляхом цілеспрямованої самоосвітньої діяльності. Необхідність виконання цих вимог ставить перед закладами післядипломної педагогічної освіти завдання, що мають забезпечувати професійне вдосконалення педагогів та відповідно їх конкурентоспроможність на ринку праці. Відповідно до нового Закону України «Про освіту» педагоги отримали свободу вибору щодо змісту, часу, форм та суб'єкта підвищення кваліфікації. На засадах модернізації освіти суттєво оновлено зміст підготовки і підвищення кваліфікації та організацію відповідних умов для забезпечення професійного розвитку педагогічних працівників. Індикаторами якості професійного розвитку педагогів відтепер стало особистісно зорієнтоване спрямування навчання в процесі підвищення кваліфікації, урахування запитів і професійних потреб педагогів, можливість моделювати власний розвиток як суб'єкта професійної діяльності.

У зв'язку з цим, в умовах трансформації освіти, суттєво оновлено зміст підготовки і підвищення кваліфікації та організацію відповідних умов для забезпечення професійного зростання педагогічних працівників. А індикаторами якості професійного зростання педагогів відтепер стало особистісно зорієнтоване спрямування навчання в процесі підвищення кваліфікації, урахування запитів і професійних потреб педагогів, можливість моделювати власний розвиток як суб'єкта професійної діяльності.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у визначеному напрямі.

Отже, розвиток сучасного інформаційного суспільства формує перед світовою освітньою системою нові вимоги щодо підготовки та перепідготовки педагогів. Знання, як ключовий показник якості освіти та кваліфікації працівника, вже не є визначальним фактором його професійної підготовки. Сучасний конкурентоспроможний успішний педагог зобов'язаний демонструвати стійкі навички використання інформаційних технологій, критичного мислення та здатність гнучкого реагування на зміни потреб сьогодення. Базовою основою успішного впровадження таких змін у світовий освітній процес є інформатизація освіти на всіх рівнях, автоматизація процесів організації освітнього процесу, забезпечення прозорості та доступності освітніх процесів, вибір навчальних курсів та програм.

У зв'язку з цим зрозуміло, що назріла гостра необхідність в адаптації педагогічних працівників до постійних інноваційних змін. Тому вважаємо, що розвиток професійних компетентностей педагогічних працівників сприяє всебічному розвитку, самовдосконаленню, бажанню вчитися впродовж усього життя, здатності застосовувати набуті знання у своїй педагогічній діяльності, вдосконалювати професійну майстерність та застосовувати набуті знання на практиці.

Вважаємо, що вагома роль у забезпеченні розвитку особистісного потенціалу та професійних компетентностей педагогічних працівників відводиться системі післядипломної педагогічної освіти, що передбачає навчання дипломованих фахівців відповідно до вимог, які диктуються динамізмом розвитку суспільства. Основним завданням української системи післядипломної педагогічної освіти на засадах Концепції нової української школи, це створити відповідні умови для професійного зростання кожного педагогічного працівника.

Таким чином, враховуючи ключові напрями реформи, а саме створення нового освітнього простору, інноваційна діяльність, оновлення змісту освіти і стандартів, підтримка професійного розвитку педагогічних працівників та їх навчання, вважаємо, що місією закладів післядипломної педагогічної освіти є забезпечення готовності працівників галузі освіти до професійної самореалізації в умовах модернізації системи освіти. З огляду на це, післядипломна педагогічну освіту потрібно розглядати не тільки як систему підвищення кваліфікації та перепідготовки дипломованих фахівців, а й як безперервне навчання протягом усього життя.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л. Л., Василькова Н. В., Ільницький Д. О. та ін. Компетентнісний підхід у вищій освіті: світовий досвід. Київ : КНЕУ, 2016. 61с.

2. Компетентнісний підхід до підготовки педагогів у зарубіжних країнах : теорія та практика : монографія / Н. М. Авшенюк, Т. М. Десятов, Л. М. Дяченко, Н. О. Постригач, Л. П. Пуховська, О. В. Сулима. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. 280 с.

3. Competence Approach in Modern Education: International Experience and Ukrainian Perspectives: (library of educational policy): [monograph] / Ministry of Education and Science of Ukraine; [team of authors: N. M. Bibik, L.S. Vacshenko, O. I. Lokshina and others; under the general editorship of O.V. Ovcharuk]. – Kyiv: «K.I.C.», 2004. 112 pages. С. 41–47.

4. Лейко С. В. Поняття «компетенція» та «компетентність»: теоретичний аналіз. Педагогічний процес: теорія і практика. Вип. 4. 2013. С. 128–135.

5. Iryna Biletska, Natalia Kliasen and others. Pedagogical Communication As A Component Of Professional Literacy. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.22 No.5, May 2022, S. 757-761. URL: http://paper.ijcsns.org/07_book/202205/202205103.pdf (дата звернення:

19.02.2023).

6. Морзе Н.В., Кузьмінська О.Г., Вембер В.П., Барна О.В. Компетентнісні завдання як засіб формування інформатичної компетентності в умовах неперервної освіти. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/itvo/2010_6/2.pdf (дата звернення: 19.02.2023).

7. Zyazyun I. A. Filosofiya pedahohichnoyi yakosti v systemi neperervnoyi osvity. *Visnyk Zhytomyrs'koho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*. 2005. № 25. S. 13 – 18.

8. Верховна Рада України. (2017, Верес. 05). Закон 2145-VIII, ст. 380 «Про освіту». URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2145-19 (дата звернення: 19.02.2023).

Анотація. У статті висвітлено шляхи удосконалення професійних компетентностей педагогічних працівників в умовах сьогодення. Реалізація програми реформування освіти в Україні передбачає забезпечення підготовки та професійного розвитку педагогічних працівників, підвищення їх вмотивованості та якості фахової діяльності. Враховуючи зміни у змісті освіти, практичну реалізацію особистісно-зорієнтованого навчання, неформальної освіти, впровадження в освітній процес інноваційних педагогічних технологій, автор показує, як практично забезпечується професійне становлення педагога в сучасних умовах.

Ключові слова: інноваційні педагогічні технології, професійні компетентності, компетентнісний підхід, проектна діяльність, професійний розвиток, неформальна освіта, освіта дорослих.

Summary. The article highlights the ways of improving the professional competences of pedagogical workers in today's conditions. The implementation of the education reform program in Ukraine involves ensuring the training and professional development of pedagogical workers, increasing their motivation and the quality of professional activity. Taking into account the changes in the content of education, the practical implementation of personally-oriented learning, informal education, the introduction of innovative pedagogical technologies into the educational process, the author shows how the professional development of a teacher is practically ensured in modern conditions.

Keywords: innovative pedagogical technologies, professional competences, competence approach, project activity, professional development, non-formal education, adult education.

Людмила Крайняк,
к. філол. н., доцент, завідувач кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Олександра Дуда,
к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Світлана Рибачок,
к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Тетяна П'ятничка,
к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету, м. Тернопіль, Україна

РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ ЗАСОБАМИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Глобальні зміни у політичній, економічній та культурній сферах життя суспільства істотно впливають на підготовку фахівців різних галузей. Сучасне суспільство вимагає від молодого фахівця готовності до вирішення проблем теоретичної та практичної значущості, подальшого професійного та кар'єрного зростання, конкурентоспроможності в умовах ринку праці.

Ці тенденції зумовлюють необхідність оптимізувати процес підготовки професійно-компетентних фахівців та сформувати нові погляди на цілі навчання та якість освіти. Компетентність – це здатність і готовність особистості до виконання діяльності, яка полягає у розумінні суті розв'язуваних завдань та вирішуваних проблем, в активному володінні кращими досягненнями, в умінні підбирати способи дії, адекватні конкретним умовам місця та часу, у почутті відповідальності за результати [4,с.93]. Передбачається, що успішний молодий фахівець має низку професійно-орієнтованих компетентностей, формування яких становить ціннісно-смислову сферу суб'єктів освітнього процесу у ЗВО.

Формування компетентності дозволяє досягти високих якісних показників навчання, підвищує самостійність учнів, істотно впливає на становлення таких якостей особистості як відповідальність, цілеспрямованість, прагнення до вдосконалення та професіоналізму. Виходячи з цього, професійна компетентність – це здатність особистості вирішувати професійні проблеми та завдання, що виникають у реальних ситуаціях професійної діяльності, з використанням знань, професійного та життєвого досвіду, цінностей та схильностей. Однак формування професійної компетентності неможливо обмежити лише засобами спеціальних предметів, оскільки вони не забезпечують розвиток деяких компетентностей, наприклад комунікативної, міжкультурної та інших. У зв'язку з цим необхідно цілеспрямовано використовувати засоби та

можливості іноземної мови у професійній підготовці фахівця з метою формування в нього комунікативної компетентності, як необхідної складової глобальної стратегії особистісного та професійного становлення і розвитку індивіда.

У сфері професійної діяльності дуже багато залежить від уміння реалізувати себе через спілкування: установити ділові стосунки, вступити в контакт і вийти з нього, повідомити або роз'яснити свої думки та пропозиції; адекватно зрозуміти своїх колег, керівників і підлеглих, конструктивно розв'язати напруженість або конфлікт. Тому випускник вишу повинен володіти високим рівнем комунікативної компетентності, який дозволив би йому безперешкодно користуватися іноземною мовою для виконання поточних завдань професійного характеру, майбутнього кар'єрного просування та підвищення рівня досягнень.

Численні дослідження вітчизняних учених засвідчили, що особистісна орієнтація освітнього процесу, яка передбачає тісну взаємодію викладача і студента, стимулює формування у студентів професійно-діяльнісної компетентності. Таким чином, виникає потреба забезпечити нові педагогічні умови, що сприяють розвитку та підтриманню у майбутніх спеціалістів стійкого інтересу до вивчення іноземних мов, іншими словами, внести професійно зорієнтовані зміни до викладання іноземної мови в немовному ЗВО. Професійно-орієнтовані зміни передбачають, що процес навчання іноземної мови має відбуватися відповідно до програми спеціальних дисциплін і містити в собі елементи професійної діяльності, фахової освіти та ситуацій ділового спілкування [3,с.195;5,с.190]. Це сприяє підвищенню рівня мотивації студентів до вивчення іноземних мов і покращенню результативності навчання. Усвідомивши, що знання та кваліфікація стають пріоритетними цінностями в житті людини в умовах інформаційного суспільства, сучасний фахівець повинен прагнути бути в курсі розвитку своєї професійної галузі у світовій практиці, а для цього не завжди достатньо володіти інформацією рідною мовою. Звідси випливає зростаюча значущість навчання іноземної мови та формування іншомовної комунікативної компетентності [6,с.23].

Ключовою компетенцією фахівця будь-якого профілю є комунікативна компетенція -- навички спілкування у професійних ситуаціях: формування таких професійно-ділових якостей, як відповідальність, працьовитість, ініціативність, креативність, гнучкість мислення під час вибору методів роботи, ентузіазм, самовладання та соціальна активність.

Отже, розв'язуючи комунікативне завдання за допомогою іноземної мови, сучасний фахівець не може задовольнятися набором мовленнєвих штампів, а повинен уміти вислухати й зрозуміти співрозмовника, аргументовано висловити свою позицію, довести чи спростувати той чи інший факт, формуючи при цьому свої ідеї чітко й логічно. Фахівець розв'язує комунікативні завдання в межах своєї професійної компетентності, користуючись іноземною мовою як засобом. Дуже серйозної спеціальної підготовки потребують такі форми міжкультурної професійної комунікації, як ведення листування, ділової бесіди телефоном,

наради та прес-конференції, переговори та презентації, а також повсякденне спілкування з іноземними колегами.

Слід зазначити, що формування комунікативної компетентності не може здійснюватися без наявності соціокультурного компонента, оскільки спілкування іноземною мовою відбувається, як правило, в контексті міжкультурної комунікації. Розширення взаємодії культур і народів робить особливо актуальним питання про культурні відмінності. Стає важливим уміння визначити культурні особливості народів, щоб зрозуміти один одного і сприяти успішному спілкуванню. Звідси випливає необхідність цілеспрямованого опанування ефективною міжкультурною комунікацією.

Це означає, що в контексті навчання іноземної мови необхідно знайомити студентів з культурою інших народів, їхніми звичаями, традиціями та нормами поведінки. Ці елементи в процесі навчання сприяють підготовці студентів до ефективних міжнародних контактів на рівні повсякденного міжособистісного спілкування та формують практичні вміння і навички, які дають змогу вільно розуміти представників інших культур. У формуванні комунікативної компетентності визначальними підходами є комунікативні та особистісно-орієнтовані технології.

Комунікативний підхід, орієнтований на особистість тих, хто навчається, дає змогу створити мотиваційне тло і виробити необхідні навички для оволодіння іноземною мовою як у відносно короткий період занять, так і в процесі подальшого вдосконалення. Комунікативний підхід − це стратегія, що моделює спілкування, спрямована на створення технологічної та мовної готовності до спілкування, на свідоме осмислення матеріалу і здатність з ним працювати, а також на усвідомлення вимог до ефективного висловлювання [2,с.10].

Особистісно-орієнтоване навчання забезпечує розвиток і саморозвиток особистості студентів, виходячи з виявлення їхніх індивідуальних здібностей, спираючись на ці здібності, нахили, інтереси, ціннісні орієнтації, беручи до уваги їхній суб'єктивний досвід і надає можливість реалізуватися в навчальній діяльності. Звідси випливає, що організація навчального процесу, методичні підходи до використання матеріалу, вибір вправ і завдань мають заломлюватися через призму особистості того, хто навчається, його потреб, мотивів, активності, інтелекту, індивідуальних і психологічних особливостей, рівня базової підготовки. Отже, комунікативні та особистісно-орієнтовані технології, що використовуються в процесі навчання, спрямовані на поетапне формування у студентів культури розуміння та культури мовної комунікації; орієнтовані на роботу над усним та письмовим мовленням, читанням, що ґрунтується на їхньому взаємозв'язку із врахуванням специфічних можливостей кожного виду мовленнєвої діяльності.

Таким чином, комунікативний підхід у навчанні студентів іноземної мови сприяє формуванню в них комунікативної компетентності як ключової складової професійної підготовки, що впливає на їхній світогляд, систему цінностей і вміння мислити. Поступово опановуючи основи комунікативної компетентності,

студенти зрештою досягають найвищого ступеня автономності в організації своєї майбутньої діяльності, забезпечивши собі тим самим перший крок до успіху.

Список використаних джерел:

1.Бідюк Н. М. Комунікативна компетентність майбутнього вчителя філолога: зміст та структура // Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи: збірник наукових праць третьої Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 12 – 14 листопада 2012р.). Львів, 2022. С. 158 – 160.

2.Демедишина Н. І. Розвиток комунікативної компетентності державних службовців засобами модульної технології навчання: автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління: спец. 25.00.03 «Державна служба». Київ, 2018. 20 с.

3. Квіт С. Масові комунікації : підруч. для студ. вищ. навч. закл. К. : Києво-Могилянська академія, 2008. 206 с.

4. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / за заг. ред. О. В. Овчарук. Київ :«К.І.С.», 2019.112 с.

5. Сура Н А. Іншомовна професійна компетентність: головні принципи та компоненти процесу навчання професійно-орієнтованого спілкування. *Вісник Луганськ. держ. пед. ун-ту ім. Т. Г. Шевченка,* 2013. № 4 (60). С. 190 – 192.

6. Canal M. From Communicative Competence to Communicative Language Pedagogy // Richards J. and Schmidt R., (eds.) Language and Communication. London: Longman, 1983. P. 2–27.

Людмила Кушнір,
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування ім.С.Юрія Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна
Тетяна Кушнір,
викладач циклової комісії суспільно-гуманітарних та фундаментальних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу Кам'янець-Подільський фаховий коледж Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

На сьогодні суттєвий показник освіченості та інтелектуального розвитку сучасного фахівця, особливо того, хто працює у галузі економіки – це здатність застосовувати знання сучасної української літературної мови у своїй професійній діяльності. Відтак коли наголошують на професійній компетентності фахівця, то мовиться насамперед про його знання відповідної спеціалізації – економічної підготовки, але водночас не ігноруються професійні знання, що підкріплені загальною гуманітарною культурою людини, її вмінням співпрацювати з оточенням, здатністю спілкуватися.

«Професійна компетентність є значущим фактором, що дозволяє випускнику адекватно інтегруватися в соціальний простір і, займаючись певного роду діяльністю, спрямувати свій вплив на навколишнє природне, соціальне середовище і різні суспільні відносини» [3].

Аспекти цієї проблеми почали активно нами досліджуватися після проведеного тестування з дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» серед контингенту здобувачів фахової передвищої освіти другого курсу спеціальностей 051 Економіка та 071 Облік і оподаткування Відокремленого структурного підрозділу Кам'янець-Подільського фахового коледжу Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут». Дані тестування представлені в таблиці 1.

Комунікативна компетентність, як проблема формування особистості фахівця була предметом дослідження і вітчизняних (Н. Бутенко, О. Брюховецька, О. Горошкіна, М. Лукашевич, М. Пентилюк та інші), і зарубіжних (Г. Баловська, А. Главачек, В. Кан-Калик, Ю. Крижанська, Л. Петровська, В. Шейнов та інші) науковців. Дослідники наголошують, що комунікативна компетентність зобов'язує до певної сформованості знань, умінь і навичок, які формуються у процесі суспільно організованого навчання.

Таблиця 1

Результати проведеного тестування

№ п/п	Назва спеціальності	Контингент здобувачів, які проходили тестування	Контингент здобувачів, які набрали 74-100 балів	Відсоток засвоєння навчального матеріалу
11.	051 Економіка	25	19	76%
22.	071 Облік і оподаткування	32	25	78%

**Джерело: розроблено авторами.*

Так, О. Мельникова визначає комунікативу компетентність як здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми, як певну сукупність знань, умінь і навичок, що забезпечують ефективне спілкування [3]. Він вважав, що саме ця компетентність враховує уміння змінювати коло спілкування, розуміти співрозмовника та бути зрозумілим для нього.

А. Богуш наголошувала на тому, що під комунікативною компетентністю слід розуміти «комплексне застосування мовцем мовних і немовних засобів з метою спілкування в конкретних соціально-побутових ситуаціях, уміння орієнтуватися в ситуації спілкування, ініціативність спілкування … комунікативна компетенція – це обізнаність людини, певна система знань, практичних мовленнєвих умінь і навичок, мовленнєвих здібностей людини» [1, с. 12].

Як зазначає Н. Чепелєва, комунікативна компетентність формується в умовах безпосередньої взаємодії, тому є результатом досвіду спілкування між людьми. Відтак цей досвід набувається не тільки у процесі безпосередньої взаємодії, а найчастіше опосередковано, особливо через читання літератури, відвідування театру, кіно, де людина отримує інформацію про характер комунікативних ситуацій, особливості міжособистісної взаємодії і засоби їх вирішень. Під час опанування комунікативною сферою особистість запозичає з культурного середовища засоби аналізу комунікативних ситуацій у вигляді словесних і візуальних форм [4, с. 145].

Мета наукового дослідження полягає у теоретичному та практичному обґрунтуванні необхідності формування комунікативної компетентності як важливої складової професійної компетентності майбутніх спеціалістів економічного напряму.

Комунікативна компетентність є однією з професійних компетентностей фахівців. Вважаємо за необхідне виокримити кілька її складників: лінгвістична (мовна), соціолінгвістична (уміння використовувати мовний матеріал відповідно до контексту), соціокультурна (уміння користуватися знаннями історії, культури, традицій і звичаїв країни, мова якої досліджується), дискурсивна (уміння організувати мовлення, підтримати розмову, слухати співрозмовника,

враховувати його точку зору), стратегічна (уміння ставити завдання, досягати мети, встановлювати контакт із співрозмовником) і соціальна (уміння поставити себе на місце іншого і здатність впоратися з ситуацією).

В основу формування комунікативної компетентності у здобувачів з дисциплін гуманітарного циклу закладено компетентнісний підхід, який розвиває самостійну творчу активність кожного студента. Навчання передбачає на початковому етапі спільну освітню діяльність під керівництвом педагога, а потім самостійну [2, с. 59].

Розвиток комунікативної компетентності – процес тривалий і досить складний. Особливу складність увикладанні гуманітарних дисциплін надає співвідношення предметного курсу і реального мовного досвіду студентів, процес здобування знань про культуру іпроцес оволодіння мовою. Вивчення дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» покликане забезпечити формування універсальної (загальнокультурної) компетенції: правильно, аргументовано і чітко будувати усне і писемне мовлення, здатність вільно володіти сучасною літературною українською літературною. навичками публічного і наукового мовлення; створювати і редагувати тексти професійного спрямування, аналізувати логіку міркувань і висловлювань. На вивчення дисципліни відводиться один семестр (2-й семестр 2 курсу). Одним із контрольних заходів є проходження тестування на платформі дистанційного навчання Moodle. Варто наголосити: середній показник результатів тестування здобувачів економічних спеціальностей потребує додаткового опрацювання, тому вважаємо, що необхідна особлива професійна орієнтованість змісту тестів.

Політична, соціально-економічна ситуація, яка назаразі існує, вимагає від майбутнього фахівця швидкої реакції на зміни, які відбуваються, і здатності до гнучкої адаптації у професійній сфері діяльності. Адже керівники підприємств зіштовхуються із проблемою неефективності діяльності нових співробітників. Однією із причин цього часто є несформованість у молодого фахівця комунікативної компетентності. Володіння комунікативною компетентністю необхідно фахівцям економічної сфери діяльності, адже вона пов’язана зі встановленням контактів, спілкуванням в соціумі, роботою із потоками інформації.

Як показують соціально-психологічні дослідження, сучасні випускники зазнають серйозних труднощів у сфері професійного спілкування з колегами і клієнтами, та у веденні ділової переписки. Уміння вести ділову документацію та ділове листування, особливо у період дистаційної фороми спілкування, дуже важливе для ведення бізнесу і комерційної діяльності [2, с. 60].

Формування умінь працювати з текстами документів – одне з найактуальніших завдань під час навчання здобувачів економічних напрямів, оскільки затребуваність фахівців у цій сфері, їх конкурентоспроможність значною мірою залежать від грамотної мови (усної і письмової). Відтак пропонуємо другокурсникам виконання подібних завдань:

Укладіть заяву, дотримуючись вимог до її оформлення. Виправте мовні помилки утексті.

Директору ТОВ «Хмельницькгаз Збут» панові Левицькому Андрію Леонідовичу Коломієць Ганни Сергіївни,

що проживає по адресі: 32302,

Кам'янець-Подільський, пр.Грушевського. 69, кв. 17

тел. 099–618–99–57

заява.

Я прошу прийняти Вас мене на роботу до ТОВ «Хмельницькгаз Збут» на посаду бухгалтера.

Додаток:

1) копія диплому про вищу освіту на 1 а. в 1 екз.

2) трудова книжка

3) особистий листочок з обліка кадрів на 3 а. в 1 екз.

Кузьменко 03.09.22

Відредагуйте речення. Проаналізуте правильні фрагменти документів

1. Декану НПУ ім. М.П. Драгоманова доц. Варавенко Семену Миколайовичу студента 13 е/ю групи економічного факультету Гнатенко Бориса Олексійовича;

2. Я, Костенко А.А., народився 1.12.2004 року;

3. Прошу прийняти мене на посаду менеджера по рекламі з 15.VI.2021 р. із випробувальним строком 1 місяць.

Навчання професійному спілкуванню має бути спрямоване на формування комунікативної компетентності, яка означає здатність здійснювати мовну діяльність засобами української літературної мови, правильно використовувати систему мовних норм і вибирати комунікативну поведінку відповідно до цілей і ситуацій спілкування у межах професійної сфери діяльності. Так, на заняттях з теми «Морфологічні особливості професійного мовлення» доречними будуть завдання:

Запишіть подані іменники в родовому відмінку однини. Поясніть закінчення.

Ваучера, ринок, вексель, дебет, економіст, документ, папір, термін, формуляр, експорт, супермаркет, підпис, департамент, заклад, ксерокс, апарат, адресант, бланк, банк, комп'ютер, університету, адрес, курс, колектив, виробіток, спеціаліст, приріст, здобувач, відмінок, термінал, стиль.

Укладіть словник із 15 термінів (іменників ІІ відміни чоловічого роду) відповідно до економічного напряму. До кожної словникової статті додайте самостійно складене речення з формою родового відмінка описаного слова.

Зразок:

Експорт (лат. exporto – «вивезення із порту») – продаж товарів або послуг в інші країни. Приклади: Багато експертів економічного напряму занепокоєнні масштабами експорту зернових культур із нашої країни.

На практичних заняттях з теми «Синтаксичні особливості професіійного мовлення» пропонуємо здобувачам виконати подібні завдання:

Відредагуйте речення, де порушено порядок слів.

1. Наведені в цьому розділі, типові форми документів використовуватися

можуть для укладання науково-технічної продукції. 2. За цим договором несе відповідальність за неналежне використання обов'язків орендар. 3. Через свого представника з числа співавторів ознайомитися з усіма матеріалами мають право автори. 4. Сторони за взаємною згодою достроково мають право розірвати договір. 5. Під час перебування делегації з офіційним візитом неофіційні зустрічі організовують також. 6. За взаємною домовленістю визначається місце і час проведення дебатів. 7. Якщо цього не вимагає ситуація, службові листи не повинні бути надто довгими.

Відсутність у змісті навчання матеріалів із галузі культури, політики, економіки (як, утім, і їх безсистемне або занадто широке використання на заняттях) істотно знижує не тільки загальну, але і професійну мотивацію навчання студентів-економістів. Визначивши основні компоненти змісту професійно і особистісно спрямованого навчання ділового мовлення здобувачів економічного профілю, перейдемо до відбору і організації навчального матеріалу. Професійна спрямованість змісту навчання мовлення реалізується через відбір конкретного мовного матеріалу з урахуванням особливостей майбутньої професії. Проблема добору та організації навчального матеріалу доволі складна. Підходи до вирішення цієї проблеми різноаспектні. Поряд із традиційними формами навчання професійного, ділового мовлення існують різні критерії добору й організації навчального матеріалу. Лексику варто добирати відповідно до критерію частотності, тобто таку, яка найбільш часто трапляється в економічній сфері спілкування. Якщо матеріал не має безпосереднього практичного значення, то ефективність його засвоєння знижується, а, отже, знижується і рівень сформованості професійної компетентності.

Із вище зазначеного можна зробити висновок, що необхідно істотно переглянути змістовий складник для студентів економічних (і не тільки) спеціальностей внесені у список науково-дослідних тем з дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» такі аспекти: «Вплив соціальних мереж на мовну культуру сучасної молоді», «Мовна компетенція сучасного економіста (або бухгалтера)», Для того, щоб оцінити ступінь зацікавленості цією тематикою, студентам другого курсу спеціальності 071 Облік і оподаткування було запропоновано участь у дослідженні з теми «Що впливає на мою мовну культуру?». Адже теоретичну базу змісту навчання професійного мовлення становлять дані не тільки лінгвістики, а й психології і педагогіки, які пов'язуються з віковими характеристиками. Завдання під час навчання повинні бути спрямовані на максимальне розкриття тих можливостей здобувачів вищої освіти, які характерні для їхнього віку. Перше місце (65%) – спілкування в соціальних мережах; друге місце (27%) – ЗМІ; третє місце (8%) – не достатній рівень викладання української мови і літератури в загальноосвітніх навчальних закладах.

Відповіді студентів засвідчують, що у цій групі була представлена до розроблення така тема для науково-дослідної роботи: «Вплив соціальних мереж на мовну культуру сучасної молоді». Результати перевершили очікування. Здобувачі, які раніше уникали публічно висловлювати свою точку зору через

низку причин, тому що не мають в активі навіть мінімальних стандартів мовної культури, не вміють зв'язно викладати думки вусній іписьмовій формі, не усвідомлюють взаємозв'язок літературних норм і реалізації мовних засобів у різних типах мовлення, почали говорити, сперечатися, доводити свої думки. Аргументація змушувала їх аналізувати мовний матеріал, проводити анкетування, диференціювати порушення норм сучасної української літературної мови, звертатися до словників і наукової літератури.

З огляду на наше дослідження, можна стверджувати, що більша частина помилок, що допускаються користувачами, на жаль, свідома, таким чином вони намагаються дотримуватися «етикету», який умовно прийнятий у соціальних мережах, зараховуючи себе до величезної армії покоління «online». Звідси випливає, що «мова соціальних мереж» – це невід'ємна частина сучасного молодіжного жаргону, тому можемо сміливо відзначити, що це явище тимчасове. Про сформованість комунікативної компетентності здобувачів фахової передвищої освіти другого курсу спеціальностей 051 Економіка та 071 Облік і оподаткування Відокремленого структурного підрозділу Кам'янець-Подільського фахового коледжу Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут» поки що стверджувати ще не можна, але зрушення на краще проглядаються однозначно. Активне застосування фахової термінології в усному і писемному мовленні, опрацювання текстів економічного спрямування, безсумнівно, дадуть позитивні результати, що дозволить підвищити рівень загальної професійної компетентності майбутнього економіста, менеджера, бухгалтера.

Формування і становлення комунікативної компетентності здобувачів позитивно впливає на професійний рівень майбутніх фахівців економічного напряму, їх творчу самореалізацію, удосконалення їх діяльності, особливо ці складові необхідні для адекватної орієнтації в усіх сферах суспільного життя.

Список використаних джерел:

1. Богуш А.М. Становлення і розвиток української дошкільної лінгводидактики. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2019. С.12-13.

2. Бочкарева Т.С. Развитие речевой культуры студентов. *Вестник ОГУ.* Вып. 2. 2001. С. 58–62.

3. Мельникова О.Ю. Обучение ведению деловой корреспонденции студентов экономических специальностей. *Филологические науки. Методика преподавания языка и литературы.* URL : http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2010/Philologia/65448.doc.htm/ (дата звернення: 01.02.23).

4. Чепелєва Н.В. Становлення професійної компетентності в системі вузівської підготовки практичних психологів. *Психолого-педагогічна наука і суспільна ідеологія: матеріали методологічного семінару АПН України, 12 листопада 1998 р*. Київ, 1998. С.143-156.

Анотація. У статті теоретично обґрунтовано необхідність формування комунікативної компетентності як важливої складової професійної компетентності майбутніх фахівців економічного напряму. Проаналізовано такі базові складові компетентностей здобувачів вищої освіти: лінгвістична (мовна), соціолінгвістична, соціокультурна, дискурсивна, стратегічна і соціальна. Зазначено, що вивчення дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» покликане забезпечити формування загальнокультурної компетентності. Наведено приклади завдань, які сприяють формуванню умінь працювати з текстами документів, правильно використовувати систему мовних норм і вибирати комунікативну поведінку відповідно до цілей і ситуацією спілкування у межах професійної сфери діяльності.

Ключові слова: комунікативна компетентність; освітня діяльність; сучасні фахівці в галузі економіки, українська мова за професійним спрямуванням.

Summary. The article theoretically substantiates the need for the formation of communicative competence as an important component of professional competence of future specialists in economics. The basic com-ponents of modern human competencies are analyzed: linguistic (language), sociolinguistic, sociocultural, discursive, strategic and social. It is noted that the study of the discipline «Ukrainian language (for professional purposes)» is designed to ensure the formation of general cultural competence. The socio-psychological researches are considered, which prove that modern graduates-economists experience serious difficulties in the field of professional communication with colleagues and clients, conducting business correspondence. The ability to keep business records, especially during the distance form of communication is very important for doing business and maintaining business correspondence. Therefore, the formation of skills to work with the texts of documents is a more important task in training applicants for economic fields, as the demand for specialists in this field, their competitiveness depends largely on the availability of literate language (oral and written). For example, the tasks that contribute to the formation of skills to work with texts, documents, use the system of language norms and choose communicative behavior in accordance with the goals and situation of communication within the pro-fessional sphere. It is noted that the formation of communicative competence should not be said yet, but shifts in the right direction are taking place. The problem of selection and organization of educational material is quite complex, and approaches to solving this problem are multifaceted. It is emphasized that along with the traditional forms of teaching professional, business speech, there are different criteria for selection and organization of educational material, and vocabulary should be selected in accordance with the criterion, in particular, the one most common in economic communication.

Keywords: communicative competence; educational activities; modern specialists in the field of economics; Ukrainian literary language.

Ірина Бойчук,
к. пед. н., доцент, директор Житомирського базового фармацевтичного фахового коледжу Житомирської обласної ради, м. Житомир, Україна
Галина Козаченко,
к. пед. н., методист Житомирського базового фармацевтичного фахового коледжу Житомирської обласної ради, м. Житомир, Україна

КРЕОЛІЗОВАНІ ТЕКСТИ У ПРОФЕСІЙНІЙ ФАРМАЦЕВТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Життя в інформаційному суспільстві вимагає від нас уміння швидко опрацьовувати значні за обсягом інформаційні потоки. Це активізувало використання допоміжних засобів задля подання довгих текстів у більш лаконічній формі та легшої їх перцепції. Найпоширенішою технологією в цьому питанні є візуалізація. Процес інтенсифікації зорового сприйняття образів почався з другої половини XIX століття і зараз досягнув свого апогею. З огляду на це предмет зацікавлень дослідників усе частіше зміщується з традиційного тексту на текст, в якому задіяні коди різних знакових систем, зокрема вербальної та невербальної. У наукових розвідках існує багато термінологічних номінацій на позначення таких текстів, найпоширеніша серед них – «креолізований текст».

Креолізований текст – це складне текстове утворення, у якому поєднуються вербальні (тобто словесні) та невербальні (що належать до інших знакових систем) елементи. Вони створюють певну візуальну смислову єдність, що комплексно впливає на реципієнта (той, хто отримує, приймає). Тобто це структура змішаного типу, у якому з метою створити якомога кращі вимоги для розуміння тексту представлені вербальні та візуальні засоби передачі інформації [1]. Тлумачення слова: креолізований – який поєднує текстову, графічну та звукову інформацію (про комп'ютерний текст) [5]. Термін «креолізований текст» увійшов до наукового обігу порівняно недавно, він пов’язаний із дефініціями «креолізована мова» (тобто змішана мова), «креолізація» (первинно означало процес утворення нових етнічних груп унаслідок змішування крові кількох етносів, а потім – процес змішування мов), що походять від слова креоли (від фр. créole; ісп. criollo й порт. crioulo; лат. creare «створювати, вирощувати, виводити»).

До креолізованого тексту можуть входити кінотексти, тексти радіомови й телебачення, засоби наочної агітації й пропаганди, плакати, рекламні тексти, комікси, а з появою мережі «Інтернет» й мережеві гіпертексти. Вибір того чи іншого засобу візуалізації (фотографії, малюнки, інфографіка, фотоколажі, діаграми, графіки, схеми, рисунки, карти тощо) залежить від багатьох характеристик самого тексту (інтенції автора, жанру матеріалу), сфери його

функціонування або чинника адресата (його соціальний статус, рівень освіти, вік, стать).

Комбінація текстів, де інформацію виражено вербально, з елементами інших семіотичних систем забезпечує більш ефективний вплив на реципієнта, комплексну комунікативно-прагматичну дію, оскільки дає більше простору для руху думки, можливість переходити в інші виміри, вимагає залучення різних органів чуття, привертає увагу читача до інформації, стимулює його пізнавальну діяльність. Серед креолізованих текстів виділяють: комікси; буктрейлери; буклети; постери; брошури; фотоколажі; скрапбукінг; дудли; кардмейкінг тощо. У такому тексті використовуються піктографічні зображення, зміна кольору, шрифтове виділення та інше.

Перевагою креолізованих текстів є принцип переносу інтересу з одного предмета на інший, що спонукає реципієнта до інтерактивних видів робіт і здійснює комплексний вплив на нього, особливо в добу, коли люди-візуали за типом сприйняття інформації кількісно переважають. Осмислений підхід до створення таких текстів зможе розкрити їхній потенціал. Зважаючи на сьогоднішні особливості сприйняття людиною інформації, креолізовані тексти можуть бути корисними в різноманітних сферах життя, також вони можуть бути активно використовувані у професійній комунікативній діяльності фармацевтів.

Одними з перших визначення поняття «креолізований текст» вжили психолінгвісти Ю. Сорокін та Є. Тарасов у роботі «Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Отимизация речевого воздействия» («Креолізовані тексти та їх комунікативна функція. Оптимізація мовленнєвого впливу»). Вивченню креолізованих текстів присвячено праці багатьох дослідників, наприклад, Л. Большиянової, А. Бернадської, А. Соніна, Е. Казакової, Е. Анісімової, О. Корди, Е. Нежури. У дослідженнях найбільша увага була приділена креолізованим текстам у галузях реклами, публіцистики, кіномистецтва, меншою мірою – у наукових та навчальній сферах. Стосовно професійної комунікації фармацевтів – креолізовані тексти інтерпретуються вперше.

Щодня ми повсюдно стикаємося з креолізованими текстами і поглинаємо їх, часто несвідомо. Осмислений підхід до створення таких текстів зможе розкрити їхній прагматичний потенціал. Це й зумовлює *актуальність* обраної теми.

У професійній комунікації фармацевтів креолізовані текти використовуються, у першу чергу, у *рекламі лікарських засобів*, медичних виробів, кометики, дієтичних добавок тощо. Реклама є прекрасним способом привернути увагу цільової аудиторії та підвищити обізнаність про фармацевтичний бренд.

Рекламний текст можна в повній мірі вважати креолізованим текстом. У рекламному посланні вербальні і візуальні компоненти створюють один образ, працюють на одну ідею. Саме в зображенні полягає часом головний задум рекламного повідомлення. Однак вербальний текст також може нести основне смислове навантаження. Все це залежить перш за все від мети рекламодавця і від

того методу, який обирається при побудові рекламного креолізованного тексту [2].

За рахунок того, що рекламне повідомлення органічно вплетене в публікацію, відео, інформацію на вебсайті або в мобільному додатку, воно може навіть не сприйматися як реклама, а рекламодавець має можливість знайти свою аудиторію, яка з високою ймовірністю буде зацікавлена у бренді, та завоювати довіру споживачів. Природа реклами, як креолізованного тексту, дуже різноманітна. Це і візуальні іконічні знаки (у телевізійній, друкованої, щитовій рекламі), і аудіальні знаки (в теле- і радіо рекламі), і вербальні знаки (у всіх видах реклами) [3].

Візуальні елементи дозволяють нам більш точно уявити те, що рекламують. Цей компонент впливає на емоційну сферу людини. Особливо, якщо на зображенні будуть представлені знайомі і зрозумілі персонажі, з якими людина може себе легко співвіднести, чиї вчинки і почуття йому близькі. Ілюстрація створює сприятливе враження про товар, а отже підштовхує клієнта зробити покупку. Найбільш часто можна зустріти зображення самого предмета реклами. З одного боку, за рахунок цього відбивається специфіка товару, що володіє зовнішньою привабливістю, а з іншого – враховуються особливості людського сприйняття: люди підсвідомо значно більше довіряють візуальній інформації, інакше кажучи, «краще один раз побачити» [1].

Варто зазначити , що рекламування лікарських засобів є дуже відповідальним видом діяльності, оскільки її результати можуть безпосередньо впливати на здоров’я людей, які вживають ліки.

Креолізованим текстом можна уважати *упаковку для лікарських препаратів*.

Упаковка фармацевтичної продукції – важливий і конкурентоспроможний елемент маркетингу. Грамотний підхід до створення коробок такого роду дозволяє істотно підвищити рівень популярності компанії, що виготовляє лікарські препарати, а також безпосередньо певного медикаменту.

Сучасний фармацевтичний ринок представлений широким спектром найменувань лікарських препаратів, що мають схожий склад, ідентичні хімічні властивості і фармакологічні дії, але різну вартість. Безпосередньо кінцева ціна медикаментів нерідко визначається рівнем популярності фірми-виробника і, відповідно, якістю та зовнішнім виглядом упаковки.

Різновидом креолізованого тексту розглядаємо *символи у фармації.* Це умовний знак поняття, явища, ідеї діяльності фармацевтичного закладу: логотип фармацевтичного закладу, торговельної марки, фірмовий знак тощо. Сенс такого знаку відрізняється багатозначністю, що дозволяє надавати нове значення вже існуючим символам залежно від сформованих цінностей, які є основою організаційної культури [6]. Нині використовують різноманітні символи фармацевтичного закладу, серед яких є й історично зумовлені: чаша Гігеї (складова емблеми МОЗ України), посох Асклепія (складова емблеми ВООЗ), «отрута і протиотрута», кадуцей, ступка і товкач, букви RX (латинське скорочення виразу для позначення рецепта) та великої літери «А» (початкова буква слова «аптека»), аптекарські ваги, аптечні кулі, аптечний та хімічний посуд

(колби, лійки, пляшки, реторти різних форм та видів за їхнім призначенням), а також зовсім екзотичні – знак єдинорога, гапер (ревун), конвалія чи інші види лікарських рослин [6]. Ці символи зчитуються як креолізований текст міжмовної комунікації в сучасному геополітичному світі, адже у всьому світі характерні вивіски із зеленим хрестом, літерою «А» або чашею зі змією, які створюють уніфікований образ аптеки і стають своєрідним різновидом універсальної мови, яку впізнає кожна людина.

Останнім часом у світі відбулася зміна парадигми фармацевтичної практики від «продукт-орієнтованої» до «пацієнт-орієнтованої». Фармацевтичну допомогу стали розглядати як продовження медичної, зросла роль фармацевта в амбулаторній практиці, де пацієнт знаходиться в більш доступному, ніж до лікаря, контакті. Фармацевт сприймається як експерт у галузі лікування різних хвороб і використанні ліків, довірче джерело інформації і практичних порад. Існує цілий ряд джерел інформації про лікарські засоби, доступний для громадськості, в тому числі *постери, брошури, буклети, листівки,* які стилем і змістом оформлення визначаються як креолізовані тексти. Наприклад, Спеціалізований відділ «Фітотека» фармацевтичної омпанії «Біонорика», яка є одним із провідних світових виробників лікарських засобів рослинного походження, підготувала брошуру «Історія про фітоніринг для мам та діточок». У цій брошурі є реклама лікарських засобів компанії, віршики для дітей на темі здоров'я та лікування, завдання-ігри – такий вид креолізованого тексту одночасно інформує, розвиває, впливає емоційно. Компанія ГлаксоСмітКляйн Фармасьютікалс (GSK), яка випускає медичні препарати, вакцини (шоста фармацевтична компанія планети за доходами), активно використовує листівки для пацієнтів. Наприклад, листівка-інформація для чоловіків-партнерів жінок, які приймають препарат Волібріс. Як правило, у листівках більшою мірою акцент робиться на піктографічних зображеннях.

Зауважимо, що усі креолізовані тексти мають зображення, тому варто виокремити їх функції. Залежно від типу креолізованого тексту зображення може виконувати як *універсальні функції*, так і *специфічні* [7].

До основних універсальних функцій належать атрактивна (від лат. attractio – притягувати), інформативна, експресивна та естетична функції. Атрактивна функція полягає в привертанні уваги адресата та в організації візуального сприйняття тексту. Інформативна функція забезпечує передачу зображенням певної інформації. Експресивна функція має на увазі вплив на емоції адресата. Естетична функція зображення відповідає за те, щоб в наочних образах, що сприймаються чуттєво, реалізувати замисел адресанта. Специфічними функціями зображення є: символічна, ілюстративна, доказова, евфемістична, характерологічна, сатирична. Символічна функція зображення полягає в його призначенні виражати абстрактні поняття та ідеї за допомогою наглядних образів, що сприймаються чуттєво. Ілюстративна функція відповідає повному або частковому відтворенню інформації, що виражена вербально. Доказова функція – зображення виступає як аргумент на підтримку інформації, вираженій вербально. Евфемістична функція має на увазі вираження візуально інформації,

що з якихось причин не може бути вербалізована. Характерологічна функція – це створення певного часового, соціального, територіального, національного колориту. Сатирична функція відповідає за створення сатиричного або гумористичного ефекту.

Креолізовані тексти добре зчитуються завдяки шрифтовій композиції.

Спробуємо узагальнено внести певну ясність щодо закономірностей створення шрифтової композиції, адаптуючи деякі правила побудови композиції у дизайні: *принцип цілісності* (шрифтова композиція – як єдине, ціле, неподільне утворення); *принцип контрасту* (протиставлення елементів шрифтової композиції на основі форми, кольору, об'єму, розміру з метою їх посилення чи послаблення на тлі інших складників); *принцип динамічності* (націленість на емоційно-чуттєву естетичну сферу); *принцип підпорядкованості* (одні компоненти шрифтові композиції мають доповнювати інші, їх композиційно увиразнювати, продовжувати, взаємопов'язуватися на основі головних й другорядних); *принцип новизни* (шрифтова композиція як новий, свіжий, виразний погляд на матеріал); *принцип збалансованості* (узгодженість и стильова єдність елементів шрифтової композиції, нічого зайвого, органічне утворення).

Організацією підготовки рекламних проспектів, буклетів, інформаційних листів та інших рекламних матеріалів – креолізованих текстів займається відділ маркетингу фармацевтичної компанії.

Проаналізувавши рівень адаптації сучасної людини до умов нового інформаційного простору, інформаційність професійної комунікації фармацевтів було зроблено висновки щодо питання використання і сприйняття креолізованих текстів. Креолізований текст складається з вербального і невербального компонентів, які тим чи іншим способом взаємно доповнюють один одного. Креолізовані тексти також здатні передавати великий обсяг інформації в компактній формі, збільшуючи тим самим інформаційну місткість текстів полікодового характеру, здатні забезпечувати комплексну комунікативно дію, привертаючи увагу до інформації, стимулюючи пізнавальну діяльність реципієнта.

Серед креолізованих текстів професійної фармацевтичної комунікації виділено рекламні тексти, упаковку фармацевтичних препаратів, символи фармацевтичного закладу, постери, буклети, брошури, листівки.

Список використаних джерел:

1. Гриценко А.С. Магістерська дисертація на тему: «Редакторська підготовка креолізованих текстів та роль редактора у роботі з ними», Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2021. 83 с.

2. Дудкіна В.В. Магістерська кваліфікаційна робота на тему: «Креолізований текст в англомовній рекламі та труднощі його перекладу». Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», 2019. URL: https://ir.nmu.org.ua/ (дата звернення: 04.02.2023 року).

3. Завадська О. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень. *Лінгвістичні дослідження*. Харків, 2016. Вип. 43. С. 163–169.

4. Спеціалізоване медичне інтернет-видання: «Щотижневик Аптека». URL: https://www.apteka.ua/ (дата звернення: 04.02.2023 року).

5. Тлумачний онлайн-словник. URL: https://goroh.pp.ua (дата звернення 04.02.2023 року).

6. Фармацевтична енциклопедія. URL: https://tinyurl.com/2bcqgxot_(дата звернення 04.02.2023 року).

Ціко І. Шрифтова композиція як вид креолізованого тексту. Режим доступу: https://svitlit.ippo.kubg.edu.ua/?page_id=1161 (дата звернення: 05.02.2023 року)

Анотація: У статті розглянуто креолізований текст у професійній комунікації фармацевтів. Виділено такі види креолізованих текстів: реклама, упаковка фармацевтичного препарату, символ фармацевтичного закладу, постер, буклет, брошюра, листівка. З’ясовано, що креолізовані тексти також здатні передавати великий обсяг інформації в компактній формі, привертаючи увагу до інформації, стимулюючи пізнавальну діяльність реципієнта.

Ключові слова: креолізований текст, професійна комунікація фармацевта, реклама, упаковка фармацевтичного препарату, символ фармацевтичного закладу, постер, брошюра, буклет, інформаційна місткість тексту.

Summary: The article deals with the creolized text in the professional communication of pharmacists. Such types of creolized texts as: advertisement, packaging of a pharmaceutical drug, symbol of a pharmaceutical institution, poster, booklet, and brochure are highlighted. It has been found that creolized texts are also able to convey a large amount of information in a compact form, drawing attention to the information, stimulating the cognitive activity of the recipient.

*Keywords***:** creolized text, professional communication of a pharmacist, advertisement, packaging of a pharmaceutical drug, symbol of a pharmaceutical establishment, poster, brochure, booklet, information content of the text.

Наталія Діденко,
к. пед. н., доцент кафедри іноземних мов
Національної академії статистики, обліку та аудиту,
м. Київ, Україна

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Постановка проблеми. Рівень сформованості комунікативної компетентності здобувача вищої освіти впливає на його успіх в майбутній професійній діяльності. Бути успішним у професійній діяльності, беззаперечно, допомагають ораторські, комунікативні, організаційні здібності. За результатами останніх досліджень, які проводила компанія Microsoft, з-поміж переліку найбільш затребуваних навичок сучасного фахівця на рівні з комп'ютерною компетентністю, самоорганізацією є ораторські та комунікативні здібності [4, с. 139.]. Формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти є пріоритетним завданням у вивченні української мови за професійним спрямуванням, що впливає на удосконалення професійних характеристик майбутнього фахівця. Оволодіння комунікативними уміннями є складним процесом і вимагає системного підходу, передбачає застосування сучасних технологій і нових моделей навчання. Проблема формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти під час вивчення української мови за професійним спрямуванням постає актуальною, вимагає оновлення методичної системи і вибудовування нових моделей навчання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні й методичні проблеми формування комунікативної компетентності висвітлені у працях О. Бєляєва, Л. Виготського, Н. Волкової, Є. Голобородька, О. Поментун, М. Жинкіна, Д. Ізаренков, І. Зимньої, Т. Ладиженської, Л. Мацько, Н. Пашківської, М. Пентилюк, С. Карамана, О. Караман, О. Горошкіної, С. Омельчука, І. Хом'яка, В. Борисенко, В. Плахотник, Г. Сагач, В. Сафонової, Т. Симоненко, О. Хорошковської та ін.

Формулювання цілей тез. Висвітлення сучасних найбільш ефективних практичних підходів до формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти в контексті викладання української мови за професійним спрямуванням.

Виклад основного матеріалу. Шляхом аналізу наукових студій, можна стверджувати, що комунікативна компетентність – це комплексне поняття набутих знань, умінь, навичок, досвіду, що забезпечує здатність спілкування в системі мовленнєвої культури та соціальних норм [3; 5; 6].

Поняття «професійна комунікативна компетентність» науковці потрактовують як синтез умінь і навичок необхідних для продукування мовної фахової комунікації. Українські лінгводидакти Н. Голуб, Т. Донченко, Т. Костолович, О. Кучерук, С. Караман, М. Пентилюк, О. Семеног,

Т. Симоненко, та ін. професійну комунікативну компетентність розмежовують на блоки: комунікативний і професійний. Під комунікативними варто розуміти компетентності, які набуваються в процесі вивчення мовознавчих дисциплін, самостійного засвоєння теоретичного матеріалу; професійний блок становить міждисциплінарний характер і стосується формування тих компетентностей, що набуваються в результаті проведення науково-дослідницької діяльності, виробничих практик чи в процесі вивчення дисциплін соціально-гуманітарного спрямування. Слушною вважаємо думку науковців про структуру комунікативної компетентності, під якою варто розуміти сукупність компонентів, з-поміж яких виокремлюють головний – комунікативні якості особистості, потреба в активному спілкуванні. З-поміж інших структурних компонентів науковці виокремлюють комунікативні здібності та комунікативні уміння. Комунікативні здібності – це вміння здійснювати комунікацію, налагоджувати контакт, реагувати на зміну ситуації спілкування, відслідковувати реакцію співрозмовника та власну, володіти правила і нормами спілкування. Комунікативні вміння – готовність до професійного спілкування, задоволення від процесу спілкування, бажання здійснювати комунікацію. З метою формування професійних, комунікативних компетентностей доцільним є використання під час занять української мови за професійним спрямування інтерактивних технологій, зокрема кейс-методу. Дослідники потрактовують сутність кейс-методу як ситуаційного, пов’язаного з практичною діяльністю людей [2]. Метод ситуаційних вправ (кейс-метод) активізує пізнавальну діяльність, є практично орієнтованим, сприяє швидкому вирішенню фахової проблеми, дозволяючи застосувати раніше набуті знання. Кейсові технології на заняттях з української мови за професійним спрямуванням створюють практичну модель ситуації, стимулюють критичне мислення, індивідуальну активність, мотивацію до навчання, формують особистісні якості, комунікативні і фахові компетентності здобувачів вищої освіти. Кейс – результат науково-методичної діяльності викладача, інтелектуальний продукт, який потребує попередньої ретельної підготовки.

Наведемо приклади використання кейсів на занятті з української мови за професійним спрямуванням для здобувачів економічних спеціальностей.

1. Кейс-стаді. Запропонована ситуація. Формування груп. Підготовча робота. Зредагуйте (за потреби) мовлення керівника установи. За якої мовленнєвої ситуації могло б відбутися таке спілкування? Яких мовних норм не дотримався керівник? Які професійні вимоги можна сформувати до ділової репутації керівника? Запропонуйте правильні варіанти конструкцій. 1. Дякую команду за змогу допомогти в підготовці до важливих ділових переговорів. 2. Головний бухгалтер моєї фірми повинен мати вищу освіту не нижче ступені бакалавра, а також пройти підвищення кваліфікації та здати екзамена на відповідність професійних вимог. 3. Отже, ви вважаєте, що моя секретар допустилася помилки в путьовому листі, написавши так: Їхати від станції «Хрещатик» до станції Героїв Дніпра?

2. Кейс «Формула економічного успіху». Ознайомлення зі змістом кейсу. Формування груп. Підготовча робота триває до наступного заняття.

Змістовий ресурс кейсу. Як можна зрозуміти вислів Франкліна Рузвельта: «Справжня особиста свобода неможлива без економічної безпеки і незалежності. Голодні та безробітні люди – це кадри для диктатури»? Як відновити зруйновану інфраструктуру та економіку нашої країни після війни? Фахівці шукають шляхи подолання економічної кризи. Потрібен чіткий план економічного успіху. Допоможе вивчення досвіду інших країн. Після закінчення Другої світової війни у світі сталося понад 30 великих війн і понад 250 військових конфліктів, учасниками яких стали не менш ніж 60 країн. Кожен досвід унікальний і залежить від багатьох факторів. Щоб розробити план для України, найлогічніше аналізувати план Маршалла й сценарії відновлення п’яти країн: Західної Німеччини, Італії, Японії, Південної Кореї та Ізраїлю.

Запропонуйте свій план економічного успіху в Україні після війни. Підготуй доповідь (2-3 хв), вживаючи правильні синтаксичні конструкції, використовуючи переконливі мовні звороти. Схарактеризуйте речення за наявністю або відсутністю емоційного забарвлення. Оформіть *мовну картку* виступу, урізноманітнивши синтаксичними засобами.

Методичний коментар: на картці зазначається коротко тезисний план доповіді, мовні кліше, синтаксичні конструкції, вставні слова, форми звертання, фахова термінологія. [1, с. 79].

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків. Отже, комунікативна компетентність є інтегрованим, комплексним явищем, що виявляє синтез знань, умінь і навичок особистості, рівня загальної культури, спілкування, формує мовний імідж майбутнього фахівця. Здатність до успішної комунікації є нормативним, суспільним, поведінковим явищем, особистісною характеристикою майбутнього фахівця, яка виявляє готовність здобувача вищої освіти до успішного розв’язання майбутніх професійних задач. Високий рівень сформованості комунікативної компетентності здобувача вищої освіти є показником успішності майбутнього фахівця, що допоможе здійснювати ефективну комунікацію в професійній діяльності. Перспективу подальших наукових розвідок убачаємо у розробленні сучасної методичної системи формування комунікативних умінь у процесі вивченні української мови за професійним спрямуванням.

Список використаних джерел:

1. Діденко Н.М. Сучасні підходи формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти в процесі викладання української мови за професійним спрямуванням. *Інноваційна педагогіка*. 2022. Вип. 48, Т.1. С. 76–80. URL: http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/6732

2. Сидоренко О. Б., Чуба В. І. Ситуаційна методика навчання: теорія і практика: практ. посіб. Київ: Центр інновацій та розвитку, 2001. 256 с.

3. Словник-довідник з української лінгводидактики: навч. посіб. / Горошкіна О М. та ін.; за ред. М. І. Пентилюк. Київ, 2003. 149с.

4. Толочко С. В. Розвиток мовно-комунікативної компетентності викладачів у системі післядипломної педагогічної освіти. *Інноваційна педагогіка*. 2018. № 5. С. 138–143.

5. Формування мовної особистості на різних вікових етапах : монографія / Богуш А. М. та ін.; за ред. акад. А. М. Богуш. Одеса, 2008. 272 с.

6. Хом'як І. М. Комунікативна компетентність українського філолога. *Нова педагогічна Думка.* 2011. № 3. С. 38–41.

Анатолій Савченко,
к.пед.н., доцент,
доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій
Державного податкового університету
м. Ірпінь, Україна

ГУМАНІТАРНА СКЛАДОВА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Навчання іноземним мовам у наш час усе частіше проводиться у контексті соціокультурної специфіки носіїв мови. Соціокультурно- орієнтовані методики нині набули досить значного поширення. Використовують їх і викладачі вищих навчальних закладів.

У своїй діяльності людина згідно з об'єктивними природними законами взаємодіє не просто з природою, а й з дійсністю, перетвореною попередніми поколіннями. Людині дана "олюднена" природа, світ культури, в якому і проходить вся її життєдіяльність. Необхідно завжди пам'ятати про суспільний характер індивідуальної діяльності людини не тільки у тому випадку, коли вона включається у безпосередню колективну діяльність, тобто проявляє себе у безпосередньому спілкуванні з іншими людьми. Людська діяльність у соціокультурному контексті становить історичне явище, що виникає, змінюється, вдосконалюється разом з розвитком соціальних відносин, які вона обслуговує і постійно змінює [2, с.87] .

Принцип мовленнєвої діяльності як джерела походження різноманітних продуктів культури і форм суспільного життя відіграв важливу методологічну роль у становленні і розвитку деяких соціальних наук (наприклад, мовознавства, психології, етнографії) [1, с.18].

Пізнавальна та ціннісна інформація втілюється, перш за все, у мові, а потім і в інших системах знаків, тобто передається саме тими способами, які породжуються потребами суспільства. Колективний характер усієї людської діяльності зумовлює необхідність узагальнення здобутків духовного виробництва.

Духовна діяльність людей не має будь-яких специфічних, породжених власне нею і тільки в її межах використовуваних інструментальних засобів. Увесь арсенал цих засобів людина одержує від перетворювального і комунікативного видів діяльності. Способи оперування цими неспецифічними засобами дуже своєрідні і стають вагомим внеском у технологічний шар культури. Маються на увазі ті механізми духовної діяльності людей, які часто називають культурою мислення і культурою почуттів. Здатність до розвинутого мислення властива всім людям. Проте жодному вона не дається у готовому вигляді. Розвиток і збагачення мислення людей завжди прямо залежать від різнобічності і змістовності їх праці, від багатства зв'язків і відносин, у які вони вступають. Мислити людину вчать так само, як працювати або спілкуватися з

іншими людьми. Набуте уміння є важливим досягненням і соціальної, і індивідуальної культури [2, с.128].

На специфіці мислення індивідів відбиваються всі конкретні особливості того суспільства, у якому вони існують: економічна і соціальна структура суспільства, певні способи соціальної регуляції, особливості побуту, соціальна система розумових якостей та рис характеру, що ціняться у даному суспільстві й одержуються у процесі виховання та освіти. Тому правомірно розглядати мислення людини, яка належить до конкретного суспільства, і як продукт суспільно-історичного процесу розвитку даного суспільства. Знаряддям мислення, засобом вираження та об'єктивізації ідеального є мова. Формування та розвиток категоріальної структури мови відображають формування і розвиток категоріальної структури мислення [4, с.64].

Як факт духовної культури, мова у своєму функціонуванні і розвитку зумовлена всією сукупністю духовного та матеріального виробництва, суспільних відносин людей. Саме потреби спілкування, взаємообміну діяльністю визначили основний зміст і природу мови. Проте мова також характеризується відносною самостійністю, яка виражається у наявності специфічних внутрішніх закономірностей її функціонування і розвитку.

Завдяки мові реалізується специфічно людська форма передачі соціального досвіду [3, с. 118]. Таким чином, у кожній конкретній мові вміщено соціальний досвід кожного конкретного суспільства. В результаті прямого зв'язку мови з різними аспектами суспільного життя у словнику, як у дзеркалі, відображається життя кожного народу, його історія, зв'язок з іншими народами. Кожне слово виступає свідком, пам'ятником історичних змін і подій. Історія кожної окремої мови невід'ємна від історії народу, що ним володіє.

У мовленнєвому спілкуванні з'являється форма діалогу як літературний жанр, який отримав різноманітне втілення в світовій літературі – насамперед у драматургії. Два найбільш поширених і важливих судження про діалог: діалог є міжособистісна комунікація; діалог є комунікація, яка здійснюється мовними засобами, чи, як її ще називають, вербальна комунікація [4, с. 835].

І як засіб спілкування, і як знаряддя мислення мова дає можливість виражати свої думки і розуміти думки іншої людини, поєднувати пізнавальні зусилля окремих людей і народів у єдине ціле. За допомогою мови виражаються не тільки досягнення людської думки, але і почуття, бажання, прагнення, воля людей. Людина, яка не може безпосередньо пізнати все на світі, одержує у мові, тобто непрямим шляхом (опосередковано) найбагатше джерело вражень, знань, досвіду [1, с. 18].

Викладачам іноземних мов у процесі організації навчання обов'язково слід пам'ятати, що мова втілює в собі і виражає всю суму суспільних зв'язків носіїв мови. У такому підході закладено величезні лінгво-дидактичні можливості. Цим і пояснюється, з одного боку, популярність методик з орієнтацією на соціокультурний контекст життєдіяльності їх носіїв і, з іншого, – дійсна продуктивність цих методик, що виражається у більш успішному засвоєнні іноземних мов тими, хто їх вивчає.

Причетність людини до конкретного соціокультурного середовища, в якому вона розвивається, формується і стає індивідуальністю, очевидний факт єдності особистості й соціуму. Сучасна методика спирається на дані суміжних наук – психології, психолінгвістики, психофізіології, загального та спеціального мовознавства; вона створює свої принципи в навчанні іншомовного спілкування – принцип усної основи навчання, принцип комунікативної спрямованості, комплексного й диференційованого підходу до оволодіння різними видами мовної діяльності та інформаційну і міжособистісну взаємодію.

Досліджувати ці особливості в міжособистісній взаємодії – значить виявляти суттєві характеристики конкретної культури спілкування, бачити передусім її національну своєрідність. Однак потрібно при цьому зважати на те, що специфіка національної психології того чи іншого народу виражається не в яких-небудь неповторних психологічних рисах і особливостях спілкування, а скоріше в їх неповторному поєднанні, прояві в певних звичаях, історичних традиціях, поведінці, вчинках тощо.

Складовою культури людини й того соціального середовища, в якому відбувається її взаємодія із собі подібними, є культура спілкування. В ній відбиваються ціннісні орієнтації, позиції, соціальні ролі, які виконує індивід у суспільстві. Культура спілкування визначає способи взаємодії людей у конкретних ситуаціях, виходячи з норм, традицій, національної своєрідності суспільства.

Гуманітарна культура іншомовного спілкування залежить не лише від особистості, її комунікативних можливостей, але й від набутих людиною знань, умінь та навичок встановлювати контакти. Важливе значення мають також комунікативні установки особистості на спілкування з іншою людиною, яка розглядається як найвища цінність суспільства. Культура спілкування пов'язана із культурою мовлення, тобто здатністю індивіда використовувати оптимальні для конкретної ситуації мовні засоби, етичні норми.

Таким чином, з одного боку, культура спілкування не має меж і кордонів, тобто все найкраще, що дає світова теорія і практика з проблем спілкування, має бути надбанням кожного, а з іншого – традиційно-побутові, етно-психологічні характеристики спілкування, особливості поведінки, такі як ритуали привітань і прощань, поводження з представниками протилежної статі, рідними, гостями, старшими, засоби та атрибути спілкування (жести, міміка, деталі одягу), табу, стереотипи спілкування тощо, відіграють важливе значення у встановленні контактів між людьми. Отже, феноменологія іншомовного спілкування фіксує як стандарти взаємодії й комунікації, так і соціокультурні особливості.

Список використаних джерел:

1. Бакаєва Г.Є., Борисенко О.А. та ін. Програма з англійської мови для професійного спілкування. Київ: Ленвіт, 2005. 119 с.

2. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / науковий редактор українського видання доктор пед. наук, проф. С. Ю. Ніколаєва. Київ : Ленвіт, 2003. 273 с.

3. Скляренко Н.К. Лінгвопсихологічні основи навчання іноземних мов. *Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах.* Київ: Ленвіт, 1999. С. 59 – 71.

4. Суліма Є. Діалог як спосіб існування міжнародних відносин у глобалізованому світі. *Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки: Збірник тез Міжнародного податкового конгресу.* 2020. С. 834-838.

Анотація. Гуманітарна культура іншомовного спілкування залежить не лише від особистості, її комунікативних можливостей, але й від набутих людиною знань, умінь та навичок встановлювати контакти. Важливе значення мають також комунікативні установки особистості на спілкування з іншою людиною, яка розглядається як найвища цінність суспільства. Культура спілкування пов'язана із культурою мовлення, тобто здатністю індивіда використовувати оптимальні для конкретної ситуації мовні засоби, етичні норми. Феноменологія іншомовного спілкування фіксує як стандарти взаємодії й комунікації, так і соціокультурні особливості.

Ключові слова: гуманітарна культура, іншомовне спілкування, комунікативні якості, культура мовлення, феноменологія, соціокультурні особливості.

Summary. The humanitarian culture of foreign language communication depends not only on the individual, his communicative abilities, but also on the acquired knowledge, skills and abilities to establish contacts. Also important are the communicative attitudes of the individual to communicate with another person, which is considered the highest value of society. The culture of communication is associated with the culture of speech, ie the ability of the individual to use optimal for a particular situation language tools, ethical norms. The phenomenology of foreign language communication fixes both the standards of interaction and communication, and socio-cultural features.

Keywords: humanitarian culture, foreign language communication, communicative qualities, speech culture, phenomenology, sociocultural features.

Неоніла Тільняк,
к. пед. н., старший викладач кафедри української мови, літератури та культури
Олена Онуфрієнко,
к. філол. н., доцент, завідувач кафедри української мови, літератури та культури
Лілія Сидоренко,
старший викладач кафедри української мови, літератури та культури Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

ВЕБІНАР ЯК СУЧАСНА ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПОДАЧІ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

Проблема та актуальність дослідження зумовлена необхідністю забезпечення навчальний процес інтерактивними ефективними формами подачі навчального матеріалу під час організації дистанційного навчання в системі вищої професійної освіти.

Метою статті є розгляд вебінару як однієї із сучасних та ефективних форм подачі навчального матеріалу студентам технічних спеціальностей. Особливо важливий розвиток змісту освітнього інформаційного середовища, яке складається із сукупності компонентів і умов, необхідних для здійснення діяльності, характерної для людини, що навчається [3].

Безперервний розвиток інформаційно-комунікативних технологій та чітке усвідомлення академічною громадськістю того, що висока якість освіти досягається здебільшого при особистому спілкуванні, стали причиною того, що почалася активна розробка, а потім і застосування при навчанні нової освітньої інформаційно-комунікаційної технології – вебінарів.

Термін «вебінар» запозичений з англійської мови, що у перекладі означає «семінар, який організовано за допомогою вебтехнологій» [1]. Проте з плином часу термін набув більш широкого значення: це інформаційно-комунікаційна технологія, організована в мережі Інтернет за допомогою стороннього програмного забезпечення, що застосовується переважно з навчальною метою для здійснення очної передачі та контролю знань.

Отже, вебінар – це вид навчальної роботи, у якому бере участь група студентів для обговорення та/або вивчення певної теми в дистанційному режимі, що є єдиною відмінною рисою вебінару від реальної зустрічі в аудиторії. Загалом вебінари є гарним інструментом, що дозволяє суттєво розширити коло присутніх, оскільки не обмежується кількістю учасників, на відміну від аудиторного приміщення, яке розраховане на обмежену кількість осіб; створює значні переваги для економії часу, коштів та інших ресурсів, оскільки дозволяє

долучатися до інтерактивного освітнього процесу в зручний час незалежно від місцеперебування учасників навчального процесу.

В режимі вебінару можливе проведення тематичних доповідей з подальшим їх обговоренням, показ демонстраційних слайдів, презентацій та інших зображень або відео. Також вебінар дозволяє побудувати проведення зустрічі в режимі питання-відповідь, коли всі учасники навчально процесу мають змогу обмінюватися досвідом один з одним, ставити інтерактивні запитання та отримувати на них відповіді. Таким чином, попри віддаленість учасників один від одного, завдяки інтеграції вебінару у освітній процес проводиться повноцінна навчальна зустріч.

Вебінари надають потужний функціонал для реалізації дистанційного навчання та мають значні дидактичні можливості. Практично всі види аудиторних занять, які мають місце в традиційній освіті, можуть бути реалізовані за допомогою вебінарів. Безумовно, що така форма організації навчання не може повністю замінити традиційне навчання, але її використання може значно покращити та удосконалити навчальний процес. Перерахуємо основні переваги вебінарів [2]:

- економія організаційних витрат, оскільки такий навчальний процес не вимагає фінансування для підтримки аудиторних приміщень;
- організація вебінару не потребує значних часових витрат, оскільки ми можемо використовувати готове спеціальне програмне забезпечення (Zoom, Skype, Google Meet та інші);
- можливість залучити необмежену кількість учасників незалежно від їх місцеперебування;
- як і традиційні навчальні методи, вебінари забезпечують можливість інтерактивної взаємодії між доповідачем та слухачем, а також слухачів між собою;
- можливість організації запису вебінарів для подальшого перегляду навчальних матеріалів у форматі відео.

Незважаючи, що вебінари мають безліч переваг, варто зауважити про недолік застосування цієї інформаційно-комунікаційної технології, а саме: технічна залежність, оскільки під час вебінару всі учасники повністю залежні від відповідних технічних засобів та умов.

Отже, вебінари належать до тієї технології, яка сумісна з багатьма організаційними формами та методами навчання. Сучасна система освіти повинна стати інноваційною, такою, що формує випереджальні напрямки розвитку та підготовки фахівців нового покоління. Також у цих умовах основним завданням системи освіти є підвищення кваліфікації педагога, здатного успішно організувати свою діяльність незалежно від зовнішніх чинників спираючись на власну професійну компетентність.

Список використаних джерел:

1. Морзе Н. В., Ігнатенко О.В. Методичні особливості вебінарів як інноваційної технології навчання. *Інформаційні технології в освіті : зб. наук. пр.* Херсон : ХДУ, 2010. Вип. 5.

2. Словінська О. Д. Педагогічні аспекти використання хмарних обчислень / *Інформаційні технології в освіті : зб. наук. пр*. Херсон : ХДУ, 2013. Вип.17.

3. Тільняк Н., Сидоренко Л., Тільняк А. Дистанційний курс навчання як форма організації самостійної україномовної підготовки студентів технічних спеціальностей. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету.* Серія : Педагогічні науки : зб. наук. пр. Вип. № 1 Бердянськ : БДПУ, 2019. С.353–360.

Ольга Фомічова,
к. хім. н., доцент, голова циклової комісії екологічних дисциплін Харківського природоохоронного фахового коледжу, м.Харків, Україна

КОМУНІКАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ПРОЄКТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНІЙ ЕКОЛОГІЧНІЙ ОСВІТІ

Постановка проблеми. Для забезпечення якості екологічної освіти має сенс використовувати такі потужні технології, як розширені сервіси Google в вигляді так званих «хмарних обчислень». Така технологія підтримує традиційні форми навчання і є інноваційним методом економічно вигідним, ефективним і гнучким способом задоволення потреб тих, хто навчається, у здобуванні нових знань.

За допомогою вже існуючих технологій та інструментарію можна створити локальну «обчислювальну хмару» для екологічної освіти, щоб використовувати її ресурси у відповідності до сучасних вимог освіти. Технології «хмарних обчислень» вносять суттєві зміни у процес навчання будь якої дисципліни, забезпечуючи оптимізацію збору, збереження, пошуку, опрацювання та представлення інформації, при цьому не потребуючи внесення змін до навчальних планів освіти.

Під час розроблення і впровадження програмних засобів та мережевих технологій в екологічній освіті найскладнішими є питання наявності сучасних комп'ютерів і програм, технічної підтримки працездатності інформаційних продуктів, забезпечення вибіркового авторизованого доступу викладачів та студентів до конкретних мережевих ресурсів.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання впровадження комунікаційних технологій в освітній процес розглянуті в наукових працях В. Бикова, А. Гуржія, М. Згуровського, В. Кременя, А. Яцишина, М. Шишкіної та інших. Проблемі формування та розвитку інформаційного освітнього простору закладу освіти присвячені дослідження А.Алтайцева, В.Валуйського, М.Гербовицької, Ю.Краснова, Т.Краснової, А.Новацького та інших. Досвід упровадження хмарних сервісів Google в освітній процес освітніх установ описаний у роботах В.Олексюка, О.Гуменного, І.Падій, О.Слободяник, Є.Долинського, В.Юркової, А.Букач, Т.Баланової та інших.

Метою статті є висвітлення можливостей додатків Google в екологічній освіті.

Виклад основного матеріалу. Традиційні методики потребують, як правило, використання сучасного обладнання, впровадження складних програмних продуктів, що різко звужує коло навчальних закладів, які можуть відповідати цим вимогам. Проте, заклади освіти почали долучатися до використання хмарних технологій в освітньому процесі. У зв'язку із цим, особливе значення має підвищення професійної майстерності з питання

цифрової компетентності викладача. Для інформаційного забезпечення застосовуються різні хмароорієнтовані технології і це дає змогу створити єдиний інформаційний простір закладу освіти. Єдиний інформаційний простір закладу освіти – це система, у якій задіяні на інформаційному рівні та пов'язані між собою всі учасники освітнього процесу: керівники, викладачі, студенти та батьки.

Нині можна виділити два напрями організації управління навчальним закладом або методичною роботою засобами хмарних технологій, які обирає спільнота керівників і викладачів-предметників – це сервіси Google та Microsoft.

Серед широкого різноманіття соціальних мережевих сервісів особливу увагу треба приділити сервісам Google. Адже Google – це одна з найпопулярніших компаній у світі, що надає користувачам інтернету велику кількість продуктів, сервісів та послуг, серед яких більшість можна застосовувати для організації освітнього процесу. Компанія Google розробила багато застосунків для освіти, тому єдине освітнє інформаційне середовище можна розгорнути за допомогою додатків Google. Перевагами їх використання у навчально-виховному процесі у порівнянні з іншими технологіями навчання є, насамперед, можливість створення «віртуальної лабораторії», «віртуального методичного кабінету», «віртуального класу», «віртуального документообігу», організації самостійної роботи студентів і факультативного навчання тощо. Це дає можливість економити: викладачі стають більш мобільними, оскільки можуть отримати доступ до свого робочого місця з будь-якої точки, використовуючи ноутбук, нетбук, смартфон. Немає необхідності купувати ліцензійне програмне забезпечення, його налаштовувати та оновлювати – потрібно просто зайти на сервіс та користуватись його послугами; платити слід лише за фактичне використання. Крім того, низька вартість – зниження витрат на обслуговування віртуальної інфраструктури, оплата фактичного використання ресурсів, все це дає змогу зекономити на закупівлі ліцензованого програмного забезпечення [2, с. 53].

До основних функцій й напрямів, які треба втілити в навчальну практику екологічної освіти належать такі:

–створення списку завдань, де визначаються майбутні і поточні завдання, для яких користувач може задати пріоритет;

-зберігання результатів у хмарному сховищі даних;

-обробки результатів тестування;

–забезпечення оперативного, поточного та підсумкового контролю;

–облік результатів діяльності, аналіз і оцінка її ефективності.

Інформаційно-освітнє середовище на базі сервісів Google для екологічної освіти може виглядати таким чином: організаційні шаблони і форми реалізуються за допомогою сервісів Google Документи, Google Таблиці, Google Форми; як інструменти планування і контролю можуть бути використані Google Календар і Google Блог; для співробітництва – Google Календар, Google Диск; для аналізу – Google Форма і Блог; для комунікації і зворотного зв'язку – Gmail та Hangouts.

Google Classroom – це безкоштовний сервіс з особистими обліковими записами Google. Сервіс допомагає викладачам організовувати процес дистанційного /віддаленого навчання і ефективно взаємодіяти зі студентами, колегами – організовувати управлінську діяльність закладу освіти (через створення віртуальної вчительської, тощо). Цей сервіс доступний у вебінтерфейсі й на мобільних пристроях. У Класі також налаштована інтеграція з об'єктами Google Диску (Gmail, Google Документами, Google Презентаціями, Google Календарем тощо). Google Classroom дозволяє створити копію для кожного; контролювати час, відведений на виконання завдань в онлайн-режимі; організовувати онлайн-опитування; організовувати спільну роботу викладача та студентів в онлайн-режимі; забезпечувати оцінювання виконаних робіт; організовувати відеозустрічі для обговорення проблем із членами колективу в режимі реального часу

Організація роботи починається з використання сервісу Google Календар. Цей сервіс дає можливість запланувати подію, а також створювати спільні календарі для фіксування заходів, що повторюються, та відображати ці події для структурних підрозділів, що мають доступ. Після створення події відбувається процес запрошення відповідних стейкхолдерів. Для цього використовуються акаунти корпоративної пошти. На Google Диску можуть бути сформовані робочі документи та наданий доступ до них для опрацювання. Робота з документами здійснюється з використанням корпоративного акаунту, всі зміни в документах фіксуються сервісом. Крім того, одним з компонентів Google Календаря є «Список завдань», де визначаються майбутні і поточні завдання, для яких користувач може задати пріоритет. Це особливо зручно для формування графіка складання завдань викладачем.

Використання для управління навчально-виховним процесом у закладі освіти на основі хмарних сервісів Google має низку переваг по відношенню до подібних програмних сервісів. Перш за все, це комплексна підтримка системи від створення відповідних форм і зберігання результатів у хмарному сховищі даних до обробки результатів тестування і менеджменту системи тестування на основі використання сервісу Google Календар. При цьому необхідними для використання хмарних технологій є Інтернет, комп'ютер (планшет, мобільний телефон, нетбук), браузер, компанія, яка надає послуги хмарних технологій, навички роботи з Інтернетом та веб-застосунками.

Висновки. Хмарні технології – це технології обробки даних, в яких комп'ютерні ресурси надаються інтернет-користувачеві як онлайнсервіси. Одні з найбільш ефективно діючих хмарних технологій, що є перспективними екологічної освіти реалізовані у програмних продуктах Google, які дозволяють забезпечити наочність та доступність навчальних матеріалів; активізувати пізнавальну діяльність студентів через можливість використовувати сторонні додатки (інтерактивні вправи); створювати завдання для кожного студента та здійснювати контроль за їх виконанням.

Список використаних джерел:

1. Букач А. Сайти Google як платформа для організації дистанційного навчання. URL: https://sites.google.com/site/edugservis/google-sites (дата звернення: 10.11.2021)

2. Воротнікова І. П. Освітня політика використання цифрових технологій для управління школою. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37057/1/ Vorotnykova_%20Poradnik_II_27-08-2021-329-347.pdf (дата звернення: 19.11.2021).

Анотація. Для забезпечення якості екологічної освіти має сенс використовувати такі потужні технології, як розширені сервіси Google в вигляді так званих «хмарних обчислень», які дозволяють забезпечити наочність та доступність навчальних матеріалів; активізувати пізнавальну діяльність студентів через можливість використовувати сторонні додатки (інтерактивні вправи); створювати завдання для кожного студента та здійснювати контроль за їх виконанням.

Ключові слова: екологічна освіта, розширені сервіси Google, хмарні технології.

Summary. To ensure the quality of environmental education, it makes sense to use such powerful technologies as Google's advanced services in the form of so-called "cloud computing", which make it possible to ensure visibility and availability of educational materials; to activate students' cognitive activity through the possibility of using third-party applications (interactive exercises); create tasks for each student and monitor their completion.

Keywords: environmental education, advanced Google services, cloud technologies.

Ольга Фурман,
к.філол.н., старший викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії, м. Запоріжжя, Україна

МОВНА СВІДОМІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

На сьогодні комунікативну компетентність розглядають як інтегральне особистісне утворення, складовими компонентами якого є знання, уміння, навички, схильності, ставлення, орієнтири [1, с. 92].

Останнім десятиліттям в мовознавчій науці в контексті мовного виховання активно осмислюється поняття мовної свідомості як частини індивідуальної свідомості людини. Особливо важливим для нас розгляд цього питання стає з початком повномасштабної російсько-української війни, адже така свідомість, на нашу думку, є рушійною в національній боротьбі за незалежність держави. Окрім цього, мовна свідомість є основою для успішного формування комунікативної компетентності.

Мета дослідження – описати чинники, які впливають на становлення та розвиток мовної свідомості особистості, сприяють формуванню високого її рівня.

Питання формування мовної свідомості стало об'єктом вивчення низки вітчизняних науковців. Так, П. Селігей подав тлумачення мовної свідомості, розробив та описав її структуру [5]. О. Селіванова називає мовну свідомість "механізмом індивідуальної свідомості, що керує мовленнєвою діяльністю, формує, зберігає й перетворює мовні знаки, правила їхньої сполучуваності, вживання, погляди й установки на мову та її елементи" [4]. Л. Масенко пов'язує мову і свідомість, аналізує появу комплексу меншовартості мови та культури в українському суспільстві, застерігає від появи нездорових психологічних наслідків в носіїв української мови через сформоване в їхній свідомості відчуття "чужого у своїй країні" [2].

Мовну свідомість розглядаємо як "небайдуже, ціннісне ставлення до мови як з боку окремої людини, так і всього суспільства", "це поняття охоплює погляди, уявлення, почуття, оцінки щодо мови, а також мотиви мовної поведінки" [5, с. 177].

Мовну свідомість виховують, вона не передається в спадок від батьків, її формують соціальні інституції, найважливішими серед яких є освітні, родинні, культурно-виховні, політичні, релігійні. Вона є дієвою внутрішньою силою, частиною індивідуальної свідомості, що регулює мовну поведінку особистості. Це той внутрішній ресурс, який мотивує людину цінувати/знецінювати, розвивати/гальмувати, дбати/занедбувати тощо мову.

Поняття мовної свідомості комплексте, яке базується на засвоєнні мовних знань усієї мовної системи. Результатом інтуїтивного та усвідомленого вивчення

мови є сформована комунікативна компетентність, знання мовної теорії, розвиток мовленнєвого чуття, пізнання мовних закономірностей, вироблення ціннісного ставлення до мови як частини людської свідомості. Водночас мовна свідомість є надбанням інтелектуальної й духовної життєдіяльності людини, вона є частиною морально-етичних цінностей особистості. Така свідомість регулює мовну поведінку особистості, сповнює людину емоціями щодо оцінки себе в мові, суспільства й мови в цілому. Поява ціннісного ставлення до мови можлива в разі контакту з матерією конкретної мови – її вивченням, слуханням, читанням, спілкуванням, письмом тощо.

Національна доктрина розвитку освіти визначає, що одним з пріоритетних напрямів освіти в Україні є розширення українськомовного освітнього простору. Водночас держава зобов'язується сприяти вихованню особистості, яка усвідомлює свою належність до українського народу, шанобливо ставиться до національних святинь, української мови, а також до історії та культури всіх корінних народів і національних меншин, які проживають в Україні [3].

За нашими спостереженнями, рівень знань студентів-першокурсників з української мови на педагогічні спеціальності (013 “Початкова освіта”, 016 “Спеціальна освіта”) Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії (м. Запоріжжя) за результатами вхідного тесту становить 67 %. У студентів-першокурсників не достатньо сформований розмовний стиль мовлення, що гальмує їхню живу комунікацію українською мовою, не вироблені навички академічного письма, потребує коригування мовна свідомість. У вищій школі ці проблеми треба розв'язувати через посилення мовної підготовки студентів та системи мовного виховання. Такому вихованню будуть сприяти, окрім освітніх заходів, система просвітницьких, нормативно-правових, науково-методичних, роз'яснювальних заходів [5].

Проведене опитування серед студентів других-третіх курсів та науково-педагогічних працівників академії (взяло участь 47 осіб) щодо якості державної політики, яка направлена на утвердження української мови як державної, засвідчило, що 66,7 % учасників опитування довіряють державі і вважають її політику виваженою, для 23,8 % така політика є формальною. Викликає в респондентів занепокоєння мовна ситуація на Закарпатті, де угорська мова широко використовується як в побуті, так і в державних інституціях, та ситуація в південних та південно-східних регіонах України, де домінує російська мова. Однак незважаючи на описані проблеми, 100 % респондентів уважають, що державною мовою в Україні повинна бути українська мова.

Важливо, що сучасна освіта орієнтує на толерантне ставлення до мовних культур інших народів, національних меншин. В умовах російсько-української війни це питання стає важливим, оскільки його розв'язання сприятиме вихованню поваги до національних мов, правильному сприйняттю “інакшості” культури інших народів, що засвідчує багатство світових культур, є їх надбанням, запобігає появі міжнаціональних конфліктів. У мовній свідомості людини формується позиція, що всі мови рівні, немає кращих чи гірших мов; через повагу до державної мови людина засвідчує шану до національної

культури; обов'язком громадянина є знання державної мови, яка об'єднує націю; в умовах глобалізації важливо знати мови міжнаціонального спілкування; знання рідної мови сприяє національній самоідентифікації тощо.

У ставленні до української мови відбувся помітний поступ. Так, для 92,8 % респондентів українська мова є частиною їхньої свідомості, особистості, є найдорожчим скарбом, зброєю від ворогів, кодом нації; лише для 7, 2 % – українська мова знаходиться поза порогом свідомості, є засобом заробітку. Таке зрушення в мовній свідомості є наслідком системної роботи щодо мовного питання в навчальному закладі. Окрім цього, на мовну свідомість вплинули події російсько-української війни, духовним наслідком якої є переосмислення ролі державної мови, поглиблення усвідомлення української національної ідентичності, комплексу меншовартості українця, поява нових українськомовних моральних лідерів.

Дані вивчення рівня мовної свідомості засвідчили, що мова стає об'єктом роздумів і почуттів для 99 % респондентів, тільки 21-му % учасників байдужі мовленнєві помилки, іншим неприємно чути ненормативне мовлення; 80 % вважають, що слід обов'язково дотримуватися норм Нової редакції українського правопису; усі учасники опитування охоче б долучилися до вивчення інших мов. У цілому такі результати дають підстави для думки, що майбутні педагоги та викладачі-предметники продемонстрували середній та високий рівень мовної свідомості, що підтверджено результатами їхньої самооцінки (відповідно до описаних рівнів мовної свідомості П. Селігеєм [5]).

Викладена вища інформація є підставою для думки, що заклади вищої освіти повинні бути мовно-культурними осередками, які сприятимуть формуванню високої мовної українськоцентричної свідомості громадян України. До системи цінностей професійної діяльності фахівця повинні увійти погляди, почуття, оцінки щодо української мови як рідної чи державної. Такі якості стають основою формування комунікативної компетентності. Важливо піддавати мову аналізу, робити самостійно узагальнення, бути мовностійким. Зріла мовна особистість зацікавлено, активно ставиться до мови, відчуває її красу, має інтерес до граматики, стилістики, фонетики, усвідомлює об'єднувальну, державотворчу роль української мови. Належний рівень мовної свідомості є складовою фахової компетентності спеціаліста, його “Я-образу”. На формування мовної свідомості майбутніх фахівців має вплив уся навчально-виховна система вищих закладів освіти.

Список використаних джерел:

1. Вторнікова Ю. С. Комунікативна компетентність у структурі ключових компетентностей компетентностей громадян Європи. *Витоки педагогічної майстерності. Збірник наукових праць.* Полтава, 2011. С. 88-93.

2. Масенко Л. Т. Мова і свідомість. *Український смисл: науково-популярний лінгвокультурологічний щоквартальник.* 2018. № 1-2. С. 38–54.

3. Про Національну доктрину розвитку освіти. Верховна Рада України :

офіційний вебпортал парламенту України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002#Text.

4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. С. 371.

5. Селігей П. О. Структура й типологія мовної свідомості. *Мовознавство*, 2009, № 5. С.12–29.

Анотація. У статті розглянуто проблему формування мовної свідомості студентів вищих навчальних закладів як складової комунікативної компетентності. Зазначено, що їх мовна підготовка передбачає як формування мовних знань, так і здійснення мовного виховання. Визначено, що мовну свідомість виховують, вона не передається в спадок від батьків, її формують соціальні інституції, найважливішими серед яких є освітні, родинні, культурно-виховні, політичні, релігійні.

Ключові слова: мовна свідомість, система цінностей, державна мова, національномовна особистість, мовна поведінка, мовні знання, мовне виховання.

Summary: The article deals with the problem of formation of the linguistic awareness of students of higher educational institutions as a component of communicative competence. It is noted that their language training involves both the formation of language knowledge and the implementation of language education. It was determined that language awareness is cultivated, it is not inherited from parents, it is formed by social institutions, the most important of which are educational, family, cultural and educational, political, and religious.

Keywords: language awareness, value system, state language, national language personality, language behavior, language knowledge, language education..

Галина Шапошник,
старщий викладач кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м.Ірпінь, Україна

ЗНАЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ЯК ЗАСОБУ АКТИВІЗАЦІЇ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах росту інтеграції освіти, науки і виробництва ще в більшій мірі виступає завдання підготовки та формування творчої особистості фахівця, поступове перетворення навчальної діяльності здобувача вищої освіти в професійну діяльність. Проблема активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти при вивченні німецької мови як навчального предмету набуває зараз все більш актуального значення. З підвищенням вимог до спеціаліста з вищою освітою, його світогляду, культурному та професійному рівню підвищується і роль німецької мови. Виходячи з цього постає необхідність в безперервній освіті майбутнього фахівця.

Будь-яка справжня освіта досягається лише шляхом самоосвіти. Саме вона здатна забезпечити постійний ріст професійної кваліфікації і самоудосконалення фахівця, сприяє удосконаленню стилю діяльності, спонукає до творчого пошуку. Отже, задача вищої школи – виховання спеціаліста, здатного постійно удосконалювати свої професійні навички.

Тому задача вищої школи – це не тільки передача здобувачам вищої освіти інформації, а, насамперед, навчання їх засобам самостійних дій для здобуття і осмислення нової інформації. Це не тільки самостійне читання, але й формування оптимальних методів і засобів здобуття знань, які необхідні для практичної діяльності.

Самостійна робота є важливою складовою частиною і основою підготовки майбутнього фахівця, оскільки мета самонавчання – опанувати засвоєння навчальної дії з наступним її опрацюванням на практичних заняттях.

Реалізація самостійної роботи на практиці сприяє розв'язанню завдань інтеграції – повному злиттю навчання і виховання, здійсненню принципу розвиваючого навчання, формуванню особистості майбутнього фахівця. Самостійна робота здобувачів вищої освіти при вивченні німецької мови вирішує такі завдання:

- удосконалення знань, навичок і вмінь набутих на практичних заняттях;
- розширення світогляду студентів;
- розвиток творчих здібностей, самостійності, естетичних смаків.

Ефективність навчальної діяльності залежить від готовності здобувача вищої освіти до самонавчання та його індивідуальних якостей. Здатність до самонавчання є однією з найважливіших передумов не тільки успішного оволодіння німецькою мовою, але й формування навичок самостійної діяльності взагалі. Лише готуючи здатну до самонавчання особистість можна зреалізувати

модель фахівця нового типу, орієнтованого до умов інформаційного суспільства та широких міжнародних контактів.

Центральною проблемою щодо значення самостійної роботи є проблема забезпечення високої внутрішньої мотивації до самостійного її опанування. Продуктивність самостійної роботи при вивченні німецької мови залежить від психолого-педагогічних умов її організації: як мотивується навчально-пізнавальна діяльність студентів; як реалізується професіонально-комунікативна компетенція здобувачів вищої освіти; як здійснюється контроль їх навчальних досягнень.

Самостійна робота є вдосконалення практичних вмінь та навичок, одержаних на практичних заняттях, а також формування вміння самостійно опановувати певні етапи засвоєння навчальної дії з наступним її опрацюванням на практичних заняттях. При виконанні самостійних завдань доцільно використовувати методичну рекомендовану літературу для розширення теоретичної бази, а також інформаційні ресурси для розвитку лексичних навичок німецької мови. Кожна самостійна робота є складовою частиною модульного поточного контролю. Контроль кожної самостійної роботи проводиться в формі усного опитування (монологічне висловлювання, діалог, полілог) та письмового контролю (тести, презентації).

Головним завданням, яке має вирішити самостійне навчання є формування навичок і вмінь самонавчання, необхідних для оволодіння німецькою мовою від висунутих конкретних цілей самостійної роботи. Самостійна робота – це самостійна навчально-пізнавальна діяльність проблемного, творчого та практичного характеру. Самостійна робота базується на володінні студентами навичками та вміннями, набутими на практичних заняттях з німецької мови, тому важливим є те, щоб здобувачі вищої освіти якнайповніше використовували ці навички та вміння під час самостійної роботи.

З точки зору навчального процесу під самостійною роботою розуміють ті види завдань, які засвоюються студентами в позааудиторний час – домашні завдання, підготовка до практичних завдань, іспитів та ін. Можна виділити такі види самостійної роботи, як обов'язкова (проводиться в процесі підготовки до занять), допоміжна (проводиться за спеціальним навчальним планом).

Питання організації самостійної роботи при вивченні німецької мови стоїть у ряду дуже важливих проблем. Навчання здобувачів вищої освіти навичкам самостійної роботи як дома, так і на заняттях пояснюється актуальною потребою оптимізувати процес навчання – раціонально перерозподілити зусилля кожного студента на незалежному рівні, прогнозувати результати діяльності окремого здобувача вищої освітиі всієї групи з метою максимального ефекту навчання.

Практика вивчення німецької мови методом активізації дає змогу говорити про форму організації самостійної роботи студентів по оволодінню навичками спілкуванню німецької мовою на базі навчальної програми. Ці форми роботи дають можливість найбільш повно реалізувати цілі навчання. [1, с.27]

Для активізації самостійної роботи студентів важливе значення має мотивація. Для предмету німецька мова в немовних вузах в умовах відсутності реального

мовного оточення необхідна штучна мотивація. Проте в сучасних соціально-економічних умовах, коли руйнуються старі стереотипи, на деяких немовних факультетах мотивація підвищується. Так, на факультетах філологічних спеціальностей мотивація серед здобувачів вищої освіти значно вища, ніж на інших факультетах.

Мета викладача не тільки і не стільки ознайомити студентів з предметом на першому занятті, скільки зацікавити їх, створити умови для активізації пізнавальної діяльності. Для вирішення цієї мети на початковому етапі навчання проходять зустрічі з іноземними фахівцями, які відвідують вищі навчальні заклади і проводять лекції.

Особливе значення для активізації самостійної пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти мають підручники та навчальні посібники. Вони не тільки дають лексико-граматичний матеріал та завдання до текстів з підручника, але й активізують, стимулюють самостійну пізнавальну діяльність студентів за допомогою змісту текстового матеріалу (актуальність, науковість) і форми (проблемність завдань, оформлення і т.ін.). Успішному засвоєнню навчального матеріалу під час самостійної роботи студентів сприяють також і аудиовізуальні засоби навчання (таблиці, альбоми, аудіозаписи і т.ін.). [2, с.101]

Ведучи розмову про активізацію самостійної діяльності здобувачів вищої освіти слід ще зупинитися на двох аспектах: вивчення граматики та навчання читанню. Так, вивчення граматичних структур проводиться таким чином, щоб студент сам визначав значення структур, що визначаються, встановлював відношення еквівалентності між ними і типові засоби перекладу. Одним з головних напрямів в активізації самостійної роботи здобувачів вищої освіти при вивченні німецької мови в немовному вузі є удосконалення навичок читання. Розвиток техніки кваліфікованого читання німецькою мовою і використання інформації в вищих навчальних закладах в умовах відсутності реального мовного оточення необхідна штучна мотивація. Проте в сучасних соціально-економічних умовах, коли руйнуються старі стереотипи, на деяких немовних факультетах мотивація підвищується.

Список використаних джерел:

1. Ляпунова В. Організація самостійної роботи студентів заочної форми навчання. *Рідна школа.* 2006. №1. С . 26 – 28.

2. Рощупкина О.А. Система навчання самостійної роботи іноземних студентів на мовній кафедрі підготовчого факультету. *Збірник наукових праць Бердянського державного педагогічного університету. Педагогічні науки.* 2013. № 3. С. 98 – 104.

Зоя Шарлович,
канд. пед. наук, ад'юнкт,
Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща

МІЖМОВНА КОМУНІКАЦІЯ ТА КОМУНІКАТИВНА ЗДАТНІСТЬ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ СПЕЦІАЛІСТА МЕДСЕСТРИНСТВА

Одним із факторів впливу на формування культури взаємовідносин є мовна ідентичність, міжмовна комунікація та комунікативна здатність особистості.

Мова є одним із видів діяльність спеціалістів медсестринства, адже процес виконання ними професійних обов'язків передбачає соціальну активність, взаємозв'язок і взаєморозуміння в комунікативних ситуаціях, створення атмосфери довіри, яка можлива за наявності у медпрацівника навичок комунікативної культури та спілкування, що базуються на знанні державної мови та мов етнічних груп, які проживають на даній території, а також іноземних мов.

Широкий словниковий запас, уміння слухати, вислухати і зрозуміти співрозмовника; проаналізувати інформацію, правильно її інтерпретувати і передати усіма доступними каналами та отримати зворотній зв'язок є важливою складовою професійної діяльності спеціаліста медсестринства.

Якою мовою повинен спілкуватися спеціаліст медсестринства на робочому місці та чи обов'язковим є спілкування державною мовою під час надання медсестринських послуг?

Розглянемо нормативні документи, які регламентують вимоги щодо мовного питання.

Медичні працівники закладів охорони здоров'я всіх форм власності зобов'язані володіти державною мовою та застосовувати її під час виконання службових обов'язків відповідно до розділу ІІІ «Обов'язок володіти державною мовою» п. 1. пп. 15 ст. 9. «Особи, які зобов'язані володіти державною мовою та застосовувати її під час виконання службових обов'язків» Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [1].

Ст. 33. «Державна мова у сфері охорони здоров'я» розділу V «Застосування української мови як державної в публічних сферах» цього ж Закону, вимагає обов'язкового використання державної мови під час медичного обслуговування та під час надання медичної допомоги. В індивідуальному порядку, якщо особа, яка звернулася за медичною допомогою чи за іншими послугами з медичного обслуговування, просить пояснити або просить звертатися до неї іншою мовою, то її персональне обслуговування може здійснюватися також іншою мовою, прийнятною для обох сторін [1].

Вся документація в закладах охорони здоров'я, яка стосується стану здоров'я пацієнтів, складається виключно державною мовою. Накази, рекомендації, нормативні акти, діловодство та документообіг, які регулюють діяльність закладів охорони здоров'я, також ведуться державною мовою.

Національна комісія зі стандартів державної мови визначає використання в документах медичної термінології в стандартах та протоколах з надання медичної допомоги [1].

Аптечна мережа зобов'язана маркувати вироби медичного призначення і лікарські засоби та тексти інструкцій про їх застосування державною мовою. Що стосується угод щодо закупівлі імпортних ліків та тексти інструкцій щодо їх застосування, то вони можуть бути виконані мовою оригіналу (ст. 33 доповнено цією нормою згідно із Законом № 114-IX від 19.09.2019), а угоди щодо закупівлі, укладених центральним органом виконавчої влади, визначеними відповідно до Закону України "Про публічні закупівлі", а також інструкції про застосування таких лікарських засобів, медичних виробів виконуються до 1 квітня 2023 року року мовою оригіналу (закріплено нормою Закону № 531-IX від 17.03.2020; із змінами, внесеними згідно із Законом № 2229-IX від 21.04.2022) [1].

Як бачимо, на національному рівні забезпечується норма застосування державної мови. Для виконання вимоги щодо застосування державної мови в практичній діяльності спеціаліста медсестринства, потрібні знання і навички володіння державною мовою, що закладається на всіх рівня освіти, включаючи фахову передвищу, вищу, післядипломну освіту та самоосвіту.

Важливим є усвідомлення власної необхідності вдосконалювати мову, як засіб комунікації. Постійно працювати над собою, бути самокритичним, вимагати від себе постійно вдосконалення комунікаційних здібностей, щоб доносити інформацію і вибудовувати успішні взаємини з оточуючими [2].

Що стосується закладів освіти, то відповідно до ст. 7 Закону України "Про освіту", мовою освітнього процесу в закладах освіти є державна. Ця норма стосується також корінних народів, національних меншин України, іноземців та осіб без громадянства. Потрібно відзначити, що мови корінного народу, національної меншини України за бажанням здобувачів освіти можуть вивчатися, як окремі дисципліни [3].

16 січня 2021 року набула чинності ст. 30 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», в якій передбачено обов'язкове використання державної мови у сфері надання усіх освітніх послуг. Ст. 48. «Мова освітнього процесу у вищих навчальних закладах» цього Закону регламентує, що мовою освітнього процесу у закладах вищої освіти є державна мова. Окрім цього Закону, застосування мов у закладах вищої освіти визначає також Закон України «Про освіту» [1, 3].

Надавачі і здобувачі освітніх послуг зобов'язані користуватися українською мовою, як державною, під час освітнього процесу усіх рівнів освіти, включаючи фахову передвищу та вищу освіту. Ця норма стосується і освіти для дорослих, а також в процесі перепідготовки, підвищення кваліфікації, здобуття нової професії та самовдосконалення для отримання додаткових знань, навичок і компетенцій [4].

З метою виконання в повному обсязі законодавства України щодо застосування української мови в робочий час у закладах формальної освіти всіх рівнів, включаючи вищу та післядипломну освіту, науково-педагогічними

працівниками в обов'язковому порядку повинна використовуватися державна мова [5]. Однак, важливо володіти і міжмовною, іншомовною компетентністю, оскільки всі ми знаходимося в полікультурному середовищі

Досконале володіння державною мовою додає впевненності в комунікативних діях під час впровадження медсестринського процесу та стає однією з передумов особистісного і професійного розвитку, зростання успіху та формування авторитету фахівця з медсестринства.

Важливим також є питання вибору найефективніших комунікативних засобів використання медичними працівниками зрозумілої для пацієнтів мови. При використанні медичних термінологічних словосполучень, професіоналізмі можуть викликати занепокоєння, непорозуміння, навіть стах пацієнта, якщо ці терміни він чує вперше і не знає їх значення. Тому до використання професійної лексики потрібно ставитися обережно, уточнювати і пояснювати пацієнту та його родині суть поняття того чи іншого терміну.

Таким чином, звертає на себе увагу взаємозв'язок між медсестринською освітою та впровадженням набутих знань, умінь, навичок, компетенцій і досвіду в практичну діяльність спеціаліста медсестринства з метою успішного їх застосування. Важливим є поєднання теорії, практики, критичного мислення, комунікативних здібностей, міжмовної комунікації та комунікативної здатності у клінічних ситуаціях в закладах практичної охорони здоров'я з метою виявлення проблем пацієнта та задоволення його потреб. Формування міжмовної комунікаційної культури відбувається в процесі безперервної професійної освіти, самоосвіти, здобуття і впровадження досвіду професійної діяльності, що забезпечить оволодіння загальною культурою фахівців.

Список використаних джерел:

1. Закон України Про забезпечення функціонування української мови як державної Документ 2704-VIII, чинний, поточна редакція – Редакція від 05.02.2023, підстава - 2869-IX – [Електронне джерело] / Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text

2. Психологічні технології самодетермінації розвитку особистості: монографія / Л. З. Сердюк та ін.; Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, Київ, 2018. 192 с. – [Електронне джерело] / Режим доступу: http://lib.iitta.gov.ua/712878/1_2018.pdf

3. Закон України Про освіту (Прийняття від 05.09.2017. Набрання чинності 28.09.2017) – [Електронне джерело] / Режим доступу: https://osvita.ua/legislation/law/2231/

4. Освітній омбудсмен України. З 16 січня 2021 року державна мова обов'язкова у сфері надання усіх освітніх послуг – [Електронне джерело] / Режим доступу: https://eo.gov.ua/z-16-sichnia-2021-roku-derzhavna-mova-obov-iazkova-u-sferi-nadannia-usikh-osvitnikh-posluh/2021/01/16/

5. Лист Міністерства освіти і науки України від 01 лютого 2018 р. №1/9-74 «Лист щодо застосування української мови в освітній галузі» – [Електронне

джерело] / Режим доступу: https://mon.gov.ua/ua/npa/list-shodo-zastosuvannya-ukrayinskoyi-movi-v-osvitnij-galuzi

6. О.А. Чиханцова Іншомовна комунікативна компетентність як фактор розвитку особистості / Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2019, Том. VI, Психологія обдарованості, Вип. 16 – [Електронне джерело] / Режим доступу: https://lib.iitta.gov.ua/718913/2/%D0%A7%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf

Денис Юрчишин,
здобувач освіти першого (бакалаврського) рівня
юридичного факультету
Західноукраїнського національного університету,
м. Тернопіль, Україна

РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ПРАВНИКІВ

Розвиток уміння спілкуватися є необхідним для представників майже усіх професій, особливо для правників. У сьогоднішніх реаліях, в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів зростають вимоги суспільства до професії юриста, зокрема до професійної підготовки фахівців у галузі юриспруденції. Однією з найважливіших ознак професіоналізму правників є формування комунікативної компетентності як запоруки успіху.

Професія юриста передбачає широку мовленнєву практику, яка полягає у використанні точних словесних описів правових понять і категорій. Цей фах пов'язаний з підготовкою значної кількості правових документів, передаванням і отриманням інформації як в усній формі, так і письмовій формі. Праворозуміння, правозастосування, правотворення, професійна комунікація потребують мови і знаходять практичне застосування в мовленні.

Безперечно, вагому роль у розвитку комунікативної компетентності відіграє комунікативна грамотність. Ф. Бацевич визначає її як «сукупність комунікативних знань, умінь і навичок людини, які дають змогу їй ефективно спілкуватися в усній і писемній формах; знання законів, правил і засобів ефективної усної та писемної комунікації» [1, с. 328].

На підставі вміння говорити та грамотно писати юрист вирішує комунікативні завдання, пов'язані з одержанням і передачею інформації. Отож, недостатність словникового запасу, стереотипні чи незрозумілі фрази свідчать про низький рівень володіння усним мовленням чи писемним мовленням, що неприпустимо в юридичній практиці.

В. Бедь стверджує, що обсяг комунікативних дій у роботі юриста суттєвий і дуже важливий. Для успішного спілкування з людьми правникам необхідні такі розвинуті комунікативні якості як чуйність, сприйнятливість, товариськість, спостережливість, впливовість тощо.

Окрім зазначених рис, у професійного юриста також мають бути добре сформовані такі комунікативні вміння: схиляти людей до себе, слухати і формулювати запитання, «читати» невербальні сигнали і порівнювати їх з мовою співрозмовника, використовувати у своїй мові психологічний закон краю (закони першого і останнього місця) та інші [2, с. 112].

Варто зазначити, що важливу роль у ефективній комунікації юристів відігає так званий мовний вплив. Водночас сфера, доступна для мовного впливу,

може бути розширена до різного використання мови: від неформальної бесіди (розмови), юридичної консультації до судових дебатів.

Практика засвідчує, що для юриста важливо не тільки правильно й уміло спілкуватися з людьми, але й уміти впливати на них: схиляти їх до свого погляду, переконувати, стимулювати позитивні прояви в їхній поведінці, мотивувати до надання правдивої інформації тощо.

Окрім того, необхідно пам'ятати, що правник часто вступає в спілкування не тому, що його цікавить людина, а для того, щоб змінити її позицію. Ефект комунікації в юридичній практиці спостерігається саме в зміні поведінки співрозмовника, яка відбувається через сприйняття і відповідне трактування ним повідомлення.

Розвиток комунікативної компетентності – це тривалий і складний процес. Вибір методів формування комунікативної компетентності майбутніх правників зумовлюється цілями навчання, мотивацією до розвитку комунікативних навичок і умінь, необхідних у професійній діяльності. До таких методів належать: проблемні лекції з активною участю студентів, а також доповіді/презентації, ділові ігри, диспути, анкетування, тестування тощо [3, с. 316].

Найважливішим при цьому є те, щоб форми, методи і прийоми роботи були спрямовані на самостійний пошук студентом вирішення проблеми, а зміст навчального матеріалу слугував для нього джерелом. Велику роль відіграє розвиток уміння і здібностей роботи з різними джерелами інформації та вдосконалення умінь її інтерпретації. Цьому сприяє підготовка так званих комплексних практичних індивідуальних завдань із наступною їх презентацією та обговоренням. Важливою складовою комунікативної компетентності правоохоронця сьогодні є також володіння сучасними цифровими інформаційними технологіями.

Слід зазначити, що комунікативна компетентність є важливою складовою професійної культури правників. Індивідуально-особистісні якості, соціально-культурний та історичний досвід сприяють формуванню вмінь і навичок професійного спілкування юриста високої кваліфікації.

У цілому, процес цілеспрямованого формування комунікативної компетенції майбутнього правника залежить від розв'язання конкретних завдань, а саме: розвитку гуманістичного мислення; усвідомлення цінностей юридичної професії; формування професійно-комунікативних умінь та навичок; активізації мотиваційної сфери на здобуття професії правника; самоаналізу та дидактичної рефлексії тощо.

Отже, для успішної професійної діяльності, для майбутнього кар’єрного росту майбутні правники повинні володіти знаннями основ комунікативного процесу, а саме: вміти володіти засобами вербальної та невербальної комунікації, вміти встановлювати міжособистісні (психологічні) контакти з різними учасниками спілкування [4, с. 88], вміти використовувати прийоми впливу на людей, володіти прийомами активного слухання, володіти навичками усного та писемного ділового спілкування на високому професійному рівні.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підр. Київ : Академія, 2004. 344 с.

2. Бедь В.В. Юридична психологія : навч. посіб. Київ : МАУП, 2004. 436 с.

3. Зінченко В. Феномен комунікативної компетентності в правоохоронній діяльності. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Дрогобич, 2022. Вип. 53. Т.1. С. 312-318. URL:http://www.aphn-journal.in.ua/archive/53_2022/ part_1/45.pdf

4. Кім К.В. До питання визначення обсягу комунікативних дій у роботі юриста. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Право.* Харків, 2017. Вип. 23. С. 86-88. URL: http://www.aphn-journal.in.ua/archive/53_2022/part_1/45.pdf

Панель 4. ЕТИЧНА СКЛАДОВА В СУЧАСНІЙ ГУМАНІТАРНІЙ ПАРАДИГМІ

Наталія Дяченко,
к. філол. н., доцент кафедри української мови та методики її навчання Житомирського державного університету імені Івана Франка, м. Житомир, Україна

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ БОРОТЬБИ ЗІ СТРАХАМИ ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Страх є однією з фундаментальних людських емоцій. Він виникає тоді, коли з'являється біологічна або соціальна загроза існуванню окремої особи чи людства загалом. Від початку свого існування людство в різний спосіб омовлювало страх: його образи-репрезентанти (як смерть, демони, пекло, потойбіччя та інше) були широко представлені в міфології, фольклорі, релігії. Однак упродовж останніх років ми змушені активно боротися не лише з уже звичними страхами, зумовленими природними катаклізмами, пандемією COVID-19, але й із «новими», здавалося б абсурдними, пережитковими й архаїчними для XXI ст. страхами – війною, ядерною загрозою й геноцидом.

Мета нашої розвідки – дослідити особливості вербальної репрезентації боротьби зі страхами війни в сучасній українській мові, зокрема на прикладі матеріалів із соцмережі «Фейсбук» та інших інтернет-джерел.

Оскільки тематика страху в нашому житті стрімко набирає обертів, людство звертається до старих перевірених рецептів, котрі допомагають з ним боротися. До головних механізмів його подолання, які вподобали й українці, належить знецінення загроз через гумор у найрізноманітніших його проявах (традиційних, як іронія, сарказм, і нових, як тролінг, стьоб) та омовлених за допомогою низки засобів.

Сучасні «українські» страхи згруповані довкола певних центрів, якими є саме поняття «війна» та «ворог» (насамперед путін, його вояки, пропагандисти, та й загалом усі росіяни, «повітряна тривога», «зброя», «ядерна зброя (тактична і стратегічна)», «смерть», «катування», «полон» та ін.).

Оскільки основний задум використання гумору в боротьбі зі страхами – залучення його потенціалу для знецінення останніх, самі страхи й пов'язані з ними негативні персонажі зображено в комічних, незручних ситуаціях, а засобами сатири просякнуті всі ресурси мовомислення (за Є. Карпіловською [2]): словник, граматика, правописні засоби, цитатний тезаурус, мовні й соціокультурні стереотипи, норми мови й регістри мовлення.

На рівні словника комічного ефекту авторам новотворів вдається досягти завдяки вживанню різних груп лексики, зокрема негативно забарвленої та згрубілої, обсценної, суржику, викликаючи в читача потужні асоціації. Ось лише деякі приклади: жаргонний неологізм *могилізація* «позбавлене будь-якого сенсу знищення чоловічого населення країни-агресора»; *ладакалинізація* «перетворення окупантів на

Лади «Калини» за допомогою магії ЗСУ» (термін С. Даниленка [1]); *мобік* «нещодавно мобілізований, не підготовлений до бойових дій військовослужбовець» (фонетичний варіант *чмобік* є контамінацією лексем *чмо* «частково мобілізований організм» (первинно «лох, невдаха, опущена людина», з російської «человек морально опущенный»); *чмоня* «людина, переважно так називають військовополонених, яка виглядає чмошно» (часто використовується біля фотомема з російським військовополоненим відповідного зовнішнього вигляду) та ін.

Значна кількість лексем має виразну прецедентну спрямованість, наприклад: *арестовлення* «заспокійливі повідомлення», *смузі*, *бандеро-смузі* «коктейль Молотова», *кімити* «зберігати оптимізм навіть у найскрутніші й найважчі часи», «записувати милі відео, паралельно готуючи сюрпризи для ворога», *макронити* «робити дуже стурбований вигляд, намагаючись продемонструвати його якомога більшій кількості людей», *чорнобаїти* «наступати на ті самі граблі» та ін.

Наша мова має цілу низку сатиричних зневажливих прізвиськ для ворога: *асвабадітєлі*, *ваньки*, *ватники*, *єгорки*, *іхтамнєти*, *кацапи*, *мокша*, *москалі*, *московити*, *орки*, *русаки*, *русня*, *рашисти*, *свинособаки*. Однак, на нашу думку, жоден із зазначених етнонімів не може вповні впоратися із завданням так, як би це змогла зробити назва *росіянин*, з світ повинен чітко асоціювати увесь жах злочинів проти людяності й провину в неспровокованій воєнній агресії проти суверенної держави. На жаль, в інтернет-просторі на заваді цьому стає політика більшості соціальних мереж, де дописувачів через використання прямої номінації будь-хто може заблокувати за «розпалення міжнаціональної ворожнечі». Тож замість назви, яка мала б насамперед і повсюдно використовуватися, – росіяни, користувачі змушені послуговуватися всілякими евфемізмами, як ті, котрі навели вище, та інші, наприклад, *mozzкалі*, *мск-лі*, *ка*апи*, *рузгє*, *рсня*.

Аналіз дописів у соцмережах засвідчує, що потужною зброєю в боротьбі з агресором та засобом його дискредитації є тролінг у поєднанні з інформаційно-інтерпретаційною комунікативною стратегією (тактики коментування, пояснення, розгляду ситуації під іншим кутом, акцентуація на позитивній інформації). Наприклад: фото вибухів на еклекторстанції в росії – у Бельбеку – на кримському мосту коментувалося відповідно словами *хлопок – аплодисменти – овації*.

Війна творить узус і переписує мовні норми: слова *росія*, *кремль*, *путін*, хоч поки що й не кодифіковано, дозволено писати з малої літери. А для піднесення бойового духу й боротьби зі страхом активно використовуються засоби експресивного (експресивно-оцінного) правопису окремо (*росія*, *російська федерація*, *РФія*, *РФ-ія*, *ерефія*, *путін*, *кремль, Мацква*) та в поєднанні з конотованими назвами-стереотипами (*раша*, *рашка*, *мордор*, *залісся*, *тераша*, *ху*лостан*).

На спеціальну увагу заслуговує використання графічних символів «Z» і «V». Ці літери, зображені на військовій техніці окупантів, в один момент набула вірусного поширення, ставши символом широкомасштабної війни путіна в Україні. У нас, як і в решті цивілізованого світу, їх називають сучасною свастикою. Тож не дивно, що значна поширеність і символіка вказаних латинських літер стали підставою для

широкого їх використання, особливо z-компонента, як засобу графодеривації: *Zайди*, *Zомбі*, *руZZкій мір*, *поZор* та ін.

Ресурси мовомислення, пов'язані з цитатним тезаурусом, поповнилися широко відомими в усьому світі фраземами «*Русскій воєнний корабль, іді…* !», «*Русскій воєнний корабль … ВСЬО!*», «*Послати за російським кораблем*». Ще однією мікросистемою є фразеологізми, які з'явилися як реакція на багаторазове знищення ворожої техніки в Чорнобаївці: «*день Чорнобаївки*» (пор.: «день бабака»), *ефект Чорнобаївки*, *Чорнобаївський трикутник*, «*Побачити Чорнобаївку і померти*». До цієї ж групи ресурсів мовомислення належать римейки пісень, наприклад: «*Як тебе сміли бомбити, Києве мій*», «*Геть з України, москаль некрасівий!*»; скоромовки, наприклад: «*Клара для Карла вкрала байрактара*» та ін.

Страх переважно дуже предметний. Як ми вже зауважили, головним злом у цій війні є путін – напівбожевільний диктатор, якому заманулося перекроїти світ і сконструювати нову реальність, котра б реалізувала його імперські очікування. Але ще до початку повномасштабного вторгнення він викликав в українців не стільки страх, а радше огиду й несприйняття, представлену у відповідних назвах, як *Владімір Путін*, *Путін* (*путін*), а також влучних емоційно-експресивних неолексемах, прізвиська-прізвищах, що надають характеристику іменованій особі та її вчинкам: *х**ло* (*х@йло*, *хлйло*, *х*йло*, *х*ло*), *хутін – пуйло*, *ПТН ХЛО*, *ПТН ХЙЛО*, *ПТН ПНХ ХЛО*, *Путін Hello*, *Putin Hello*, *ху*луша*, *путлер*. Особливо промовистою є експресивно-правописна, графічно увиразнена символічна назва *П4ТЛЕР ХЭЙЛО*.

Отже, попри переважно негативний уплив, страх також реалізує й життєво необхідні функції через інстинкт самозбереження. Осмислений і «прожитий» у різний спосіб, зокрема й через заперечення гумором, він спонукає нас бути поінформованими про основні заходи безпеки, ознайомленими з алгоритмом дій у такий складний час і допомагає вижити.

Для вербалізації ворожих образів українці використали значну кількість новотворів, обсценної й евфемічної лексики, які виконують насамперед захисну (здоров'язбережувальну), оцінювально-рефлексійну й інтегрувальну (соціально-об'єднувальну) функції, оскільки покликані насамперед заспокоїти, підбадьорити українців і зберегти хоча б відносну душевну рівновагу, але й водночас допомогти їм осмислити свої почуття, засудити ворога та згуртуватися для продовження боротьби на шляху до перемоги.

Перспективи подальших студій пов'язуємо з різноаспектним вивченням особливостей мовосвіту мережевого воєнного фольклору.

Список використаних джерел:

1. Букет Є. У словнику неологізмів поповнення: «могилізація», що породжує «ладакалинізацію». *АрміяInform*. URL : https://cutt.ly/qNeZgKi (дата звернення: 07.02.2023).

2. Карпіловська Є. Українська мова у вирі суспільних подій кін. XX – поч. XXI ст. URL : https://www.youtube.com/watch?v=686bziSGHmc (дата звернення: 07.02.2023).

Анастасія Костенко,
здобувачка освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету податкової справи, обліку та аудиту
Державного податкового університету,
м.Ірпінь, Україна

ІМІДЖ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ

Одним із найважливіших інструментів формування образу ділової людини, що допомагає досягти бажаного результату в кар'єрному рості, відповідної атмосфери у колективі та можливості впливати на відсутність бар'єрів у спілкуванні з колективом, виступає імідж ділової людини – поняття, яке, водночас, характеризує манери поведінки та зовнішній вигляд людини.

У теоретичному аспекті, імідж – це враження, яке особистість або організація справляють на людей і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень [3, с. 543]. Окрім цього, характеризують імідж людини, яке передає візуальну привабливість особи, самопрезентацію, конструювання людиною свого образу для інших [6].

Актуальність зв'язку між іміджем ділової людини та її професійного успіху зумовлює інтерес науковців до її вивчення. Насамперед, до цієї теми зверталися такі видатні вітчизняні та зарубіжні вчені, як: З. Фрейд, А.К. Маркова, І.В. Альошина, О.Г. Романовський, Е.В. Галицька, В.М. Шепель та інші.

Підходи науковців щодо дефініції поняття «імідж» є неоднозначними та різносторонніми.

Г.Г. Почепцов стверджує, що імідж є найефективнішим способом проникнення у масову свідомість. У своїх працях він відображає потреби масової свідомості, що легко закріплюють і зберігають у пам'яті, наголошуючи, що імідж є відповіддю на бажання населення [5].

В той час, Г.В. Осовська у своєму курсі лекцій зазначає, що імідж – це певне уявлення про об'єкт, образ, що формується у психіці певної людини чи соціальної групи в результаті отриманої про об'єкт інформації на основі їх емпіричних знань [4].

На основі праць вчених, можемо дійти до висновку, що імідж складається з двох основних елементів – зовнішнього образу (жести, міміка, одяг) та внутрішнього (професійні навички, вміння спілкуватися та розуміти колектив), формуючись як за власним бажанням особистості, так і під впливом думок суспільства.

Варто зазначити, що імідж доволі багатогранне поняття, тому може набувати різних значень – позитивного або ж негативного. Приміром, комунікативні здібності особистості, її артикуляція, уміння виступати на публіці, гарні манери, охайність є одними з тих ознак, що характеризують позитивне значення іміджу.

Зважаючи на це, досягти професійного успіху може лише та особистість, яка формує позитивний імідж, що водночас є яскравим, конкретним і цікавим суспільству. Недарма стверджують, що життєва позиція людини «вимагає щирого бажання самореалізації у діяльності, високого рівня мотивації досягнення успіху, знань стратегії і тактики поставлених цілей і бажання досягти їх» [2, с. 322].

Проте зустрічаються випадки, коли люди й організації не приділяють належної уваги власному іміджу, пояснюючи це тим, що найголовніше для успіху – це багатства внутрішнього образу у вигляді знань, умінь та майстерності.

На нашу думку, таке судження не є коректним. Звичайно, внутрішній імідж відіграє значиму роль у кар'єрному злеті, у можливостях налагодження дружніх та партнерських відносин, але, оцінюючи співрозмовника, більший відсоток соціуму звертає увагу на зовнішній імідж особистості.

Варто зазначити, що необхідно формувати, як зовнішній, так і внутрішній образи, але не зосереджуватися на одному з них, щоб не досягти в загальному негативного іміджу.

Загалом, можемо виокремити такі характеристики формування позитивного іміджу людини:

- візуальне сприйняття: фізична привабливість, манери, одяг та аксесуари;
- інтелектуальне сприйняття: особистісні характеристики, які виявляються під час спілкування та взаємодії;
- статусне сприйняття: професія, посада, становище у суспільстві;
- соціальний фон, особистісні характеристики оточення: сім´я, друзі, знайомі, колеги;
- вплив інтер'єра на сприйняття: стиль, кольорове і звукове оформлення, просторові характеристики;
- моральні цінності та манери поведінки [1, с. 13].

Отже, імідж, як основа враження про людину, відіграє важливу роль у ділових стосунках. Його позитивне формування, що складається з певних внутрішніх та зовнішніх чинників, істотно впливає на особистісні та професійні якості людини, тому дуже необхідно вміти правильно ним управляти: розвивати комунікаційні та професійні здібності, розуміти колектив, спостерігати за охайністю та власною привабливістю, вміти правильно виражати свої емоції тощо. Не приділяючи належної уваги власному іміджу, або ж зациклюючись лише на одній із його складових, людині буде складно реалізовувати свій потенціал та зробити кар'єру, адже імідж – це поєднання внутрішнього багатства та зовнішнього вигляду.

Список використаних джерел:

1. Галицька Е. В., Донкоглова Н. А. Імідж ділової людини та чинники впливу на його формування. *Наукові записки НаУКМА. Том 120. Економічні науки*. 2011. С. 11 – 16.

2. Грень Л. М. Роль професійного іміджу керівника у конкурентоспроможності ПВНЗ на ринку освітніх послуг. *Соціальногуманітарні вектори педагогіки вищої школи* : зб. матеріал. VIII Міжнародн. наук.-практ. конф. Харків : «Міськдрук», ХНТУСГ ім. П.Василенка, 2017. 368 с.

3. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : Посібник. Київ : 2015. 567с.

4. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : Курс лекцій. Київ : Кондор, 2016. 664 с.

5. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз : навч. посібник. Вид. 3-тє вид, випр. і доп. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2006. 327 с.

6. Формування іміджу персоналу. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/iebmd/prishak_psihologiya_upravlinnya_v_organizaciyi/ar4/index_4_6_2.html (дата звернення: 31.10.2022).

Анотація: У тезах розглянуто імідж як один із найважливіших інструментів формування образу ділової людини. Акцентовано, що імідж як основа враження про людину, відіграє важливу роль у ділових стосунках. Його позитивне формування, що складається з певних внутрішніх та зовнішніх чинників, істотно впливає на особистісні та професійні якості людини, тому дуже необхідно вміти правильно ним керувати: розвивати комунікаційні та професійні здібності, розуміти колектив, спостерігати за охайністю та власною привабливістю, вміти правильно виражати свої емоції тощо.

Ключові слова: імідж, ділова людина, професійні якості, кар’єра.

Summary. The theses consider the image as one of the most important tools for forming the image of a business person. It is emphasized that the image as the basis of the impression about a person plays an important role in business relations. Its positive formation, which consists of certain internal and external factors, significantly affects the personal and professional qualities of a person, therefore it is very necessary to be able to manage it correctly: to develop communication and professional abilities, to understand the team, to observe cleanliness and one's own attractiveness, to be able to correctly express one's emotions etc.

Keywords: image, business person, professional qualities, career.

Тетяна Недашківська,
к. філол. н., професор, завідувач кафедри слов'янських і германських мов Житомирського державного університету імені Івана Франка, Житомир, Україна

МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ПОНЯТТЯ В КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦЯ

Слово, яке прийнято вважати основною одиницею мовної системи, так активно, різнобічно та детально досліджене, що, здавалося б, знову робити його об'єктом і предметом розвідки якщо не безглуздо, то не актуально. Проте різновимірність і багатокомпонентність, гнучкість і незамкненість лексико-семантичного рівня мовної системи залишають можливості для пошуку непізнаного у цій мовній страті навіть із системоцентричного погляду. Антропоцентричний підхід відкриває невичерпні можливості для виявлення специфіки сприймання семантики слова мовцем, виявлені когніції якого дозволяють не лише моделювати асоціативні поля та фрагменти картини світу, а й уможливлюють прикладне застосування отриманих відомостей у тих сферах, які віддзеркалюють змодельовані фрагменти.

Морально-етична сфера в умовах суспільно-політичних перетворень стає особливо актуальною. Різні покоління мовців виявляють різне ставлення до життєво важливих понять, що може стати предметом непорозумінь, навіть конфліктів, принаймні скарги на падіння моралі стали звичними, обговорюються в суспільстві, але зазвичай з обивательських позицій. Ось чому психолінгвістичне дослідження названої групи лексики є актуальним, воно дає змогу виявити та відтворити імпліцитні структури в семантиці слів та побудувати моделі, в яких виявляються семантичні зсуви, і завдяки цьому до певної міри передбачити розвиток морально-етичного фрагмента картини світу носіїв мови.

Мета цієї розвідки – за результатами вільного асоціативного експерименту проаналізувати структуру та специфіку асоціативних полів стимулів морально-етичної сфери в картині світу українців.

Експериментальні дослідження в лінгвістиці набирають сили, зокрема в Україні. Вільний асоціативний експеримент, будучи започаткованим понад століття тому в психології (Ф. Гальтон, А. Тумб, К. Марбе й ін.), поступово зацікавив мовознавців, оскільки дозволив досліджувати специфіку мовної свідомості з антропоцентричного погляду на противагу системоцентричному підходу.

Завдяки працям О. Горошко [2], Д. Терехової [6], О. Холода [7], Т. Недашківської [4], Л. Кушмар [9], О. Загородньої [3] та ін. дослідження українських психолінгвістів за останні роки стали відомими широкому колу науковців завдяки публікаціям у виданнях з наукометричними індексами. Переважає лексикоцентричний підхід, за якого відбувається відтворення фрагментів картини світу, утворених, наприклад, лексикою сфер державного

управління, економічної, соціально-політичної, реклами тощо. Подібні дослідження доходять висновків, що мають прикладне значення не лише для лінгвістики (наприклад у створенні асоціативних словників), а й для тих сфер, які відображені у відтворених фрагментах картини світу.

Поняття картини світу надто складне та дискусійне, щоб могло обговорюватися в межах стислої публікації, тому ми не будемо характеризувати її види, зокрема шукати збіги та розбіжності між мовною та концептуальною, й обмежимося найзагальнішим найменуванням «картина світу».

У складних і неоднозначних умовах соціального існування та розвитку звички й традиції людей набувають особливого значення, тому лексика на позначення емоцій і почуттів стає важливою для асоціативного вивчення. Така лексика через свою семантику відображає морально-етичні поняття, тому вони відібрані як стимули для вільного асоціативного експерименту (далі: ВАЕ).

Перший етап і разом з тим одна з найскладніших проблем у такій роботі – формування стимульного списку. Досвід показує, що відбір слів з широкого лексико-семантичного поля не може задовольнити дослідників, оскільки суцільна вибірка дає матеріал для роботи великого колективу пошукачів, а вибір окремих лексичних одиниць формує суто суб'єктивний матеріал. Тому ми впровадили додатковий крок для ВАЕ, який називаємо підготовчим експериментом.

Для формування стимульного списку морально-етичних понять було проведено вибірку слів з тлумачного [5] та психологічного словників [8], яка склала загалом понад 300 слів. У цій роботі брали участь студенти, які працювали над дипломними роботами, що дозволило розширити коло стимулів та респондентів. Створений список було запропоновано учасникам підготовчого експерименту – чотирьом групам опитуваних з 50 осіб кожна. Проти кожного запропонованого слова респондент указував свою оцінку за шкалою від одного до п'яти балів за власною усвідомленістю та значущістю такого поняття для свого життя. Кожна лексична одиниця отримала загальну суму балів, за кількістю яких до окремого сеансу ВАЕ потрапляло 35 стимулів, а загалом в роботі було 82 поняття, серед яких: *кохання, любов, задоволення, радість, хвилювання, відповідальність, доброзичливість, ніжність, обов'язок, дружба, скромність, переконання, релігійність, допомога, каяття, воля, совість, терпіння, повага, благонадійність, катарсис, мрія, самооцінка, герой, довіра, сила волі, особистість, самоповага* та ін.

У ВАЕ традиційно взяли участь люди від 18 до 25 років, чий вік вважають таким, у якому картина світу в основному сформована і подальший розвиток особистості не призведе до кардинальної трансформації поглядів [1]. До того ж кількість респондентів і виявлених реакцій забезпечує валідність результатів. ВАЕ проведено в період 2018–2022 років з 550 інформантами, отримано та проаналізовано понад 40 тисяч асоціативних зв'язків. Експеримент проведений в усно-письмовій формі: сприймання на слух стимулів і запис реакції. Така організація дозволяє максимально організувати роботу так, щоб кожен учасник (до 15 опитаних за сеанс) витрачав однакову кількість часу на реагування, не мав

змоги відволікатися на попередні стимули або чужі реакції, а відтак досягаємо чистоти експерименту.

Опрацювання із застосуванням елементів статистичного аналізу отриманих на кожен зі стимулів реакцій дозволило побудувати асоціативні поля стимулів. Асоціативним полем називаємо сукупність асоціацій на стимул. Найчастотніші реакції встановлюються за відомою формулою: сума найчастотніших реакцій на кожен зі стимулів ділиться на кількість інформантів. Отриманий коефіцієнт стає числовим показником ядра асоціативного поля: стимули з визначеним показником і вищим мають сформоване ядро, стимули з відхиленням униз в межах 10% мають межовий характер, тобто близькі до формування ядра, решта – стимули з несформованим ядром. Це ключовий показник, оскільки ядро є фактично сформованим асоціативним значенням, зіставлення його з лексичним дозволяє унаочнити трансформацію останнього, простежити напрямок семантичного зсуву, який і виявляє відмінність у сприйманні досліджуваних понять різними поколіннями мовців.

Опрацювання інформації від респондентів виявило, що лише 40,8% стимулів мають асоціативне значення. Але в тому числі 42% таких понять, про які опитані не надають інформації, залишають в анкеті невербальний знак: « – , ?, ~ , ?!», – або такий вербальний сигнал, що фактично дорівнює зазначеному невербальному «не знаю». Через таку ситуацію ігнорувати анкети з відсутністю вербальних відповідей ми не могли. Якщо ядром асоціативного поля стає відсутність його смислового (вербального) вираження, то фактично у таких стимулів асоціативне значення не сформоване, наприклад: СКРОМНІСТЬ, ПЕРЕКОНАННЯ, СОВІСТЬ, ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ВИБІР. Іншими словами, лише 22,8% проаналізованих стимулів мають чітко окреслене ядро, наприклад: РЕЛІГІЙНІСТЬ – *віра*, ПОЧУТТЯ – *кохання*, *любов*, ЗАПОВІДЬ – *закон*, ВОЛЯ – *свобода*.

У 10,2% стимулів ядро повноцінно не сформоване, хоча цей результат потенційно може змінитися, якщо коло респондентів буде розширене до показника, який вважають оптимальним – тисяча учасників [1]. Прикладом таких стимулів можуть бути ТЕРПІННЯ – *витримка*, КАЯТТЯ – *прощення*, РЕПУТАЦІЯ – *резюме*.

У 49% проаналізованих стимулів асоціативне значення відсутнє, оскільки ядро не сформоване. Цікаво, що у таких випадках наявні повторювані периферійні реакції, які сукупно демонструють розуміння лексичного значення слова-стимулу, але ядром могли б бути лише сумарно, проте точного відтворення семантики слова немає. Наприклад: ДОВІРА – *друг*, *дружба*, *любов*, ДРУЖБА – *вірність*, *друзі*, *подруга*, *навіки*, *повага*, *вірна*, ЩИРІСТЬ – *добро*, *усмішка*, *правда*, *доброта*, *відкритість*, *відвертість*, *чесність*, *друг*, *щедрість*, *радість*.

Аналіз асоціативних полів за типами реакцій [6] показав, що найчастотнішими типами реакцій є синтагматичний і парадигматичний, які складають відповідно 55% і 35%. Прикладами синтагматичних реакцій можуть слугувати такі: ЗАПОВІДЬ – *Божа*, *релігійна*, *біблійна*, ІДЕАЛ – *неповторне*, *неможливе*, *найкращий*, *недосяжний*, *високий*, ПРАВДА – *моя*, *щира*, *чиста*,

гірка, *одна*, ПОЧУТТЯ – *сильні*, *глибоке*, *природне*, *прекрасні*, *різні*, *щирі*, *справжні*, *взаємні*. Парадигматичні реакції представлені зокрема такими прикладами: ДРУЖБА – *товариськість*, РЕПУТАЦІЯ – *статус*, ЛЮДЯНІСТЬ – *гуманність*.

Решта 10% реакцій представлена такими типами, як фонетичні (ВОЛЯ – *доля*), словотвірні (ГАРМОНІЯ – *гармонійний*, *гармонійність*), ремінісцентні (ВИБІР – «*Бути чи не бути?*»), граматичні (ВИБІР – *вибори*), персоналії (ДРУЖБА – *Юля*, *Віка*, *Оля*). Ми включили до типів реакцій невербальні – графічні, які складають 2,6%, що не дозволяє ігнорувати відсутність вербального асоціата, вважаючи його помилкою, втомою респондента чи банальним небажанням шукати слово.

Тривалі дослідження дозволили нам виявити паралелізм в будові лексичного значення слова й асоціативного поля відповідного стимулу. Аналогічно тому, як в лексичному значенні наявний денотативний, а в певних словах ще й конотаційний компоненти, в асоціативному полі присутні такі ж складники, лише з тією відмінністю, що конотаційний є обов'язковим. Принаймні робота з понад тисячею стимулів з різних понятєвих сфер не виявила жодного прикладу, коли б конотаційний фрагмент був відсутній. Можна провести аналогію між семами та семемами лексичного значення слова та семантичними сферами в асоціативному полі. Реакції в кожній сфері практично функціонують, як і семи в лексико-семантичних варіантах лексичного значення, ключові чи периферійні. Наприклад, за допомогою компонентного аналізу виділяємо такі семи в лексичному значенні слова «повага», як 'почуття шани', 'прихильне ставлення', 'заслуги', 'позитивні якості', 'солідність', 'серйозність', 'рішучість', 'спокій' [5]. В асоціативному полі стимулу ПОВАГА ядерними реакціями, зіставними з ключовими семами, є реакції *батьки*, *люди*, *старші*, *мама*. Зіставлення лексичного й асоціативного значень яскраво демонструє різницю між абстрактним значенням слова в лексико-семантичній системі мови та конкретним сприйманням поняття через суб'єктно-індивідуальне усвідомлення.

В асоціативному полі формується денотативний фрагмент з семантичними сферами, до яких входять реакції зі спільним семантичним зв'язком. Для стимулів однієї групи такі сфери сформовані за однією моделлю. Так, морально-етичні поняття мають спільність за семантичними лініями «дія / діяльність», «якісна характеристика», «суб'єкт / об'єкт», «родове поняття». Конотаційний фрагмент за питомою вагою значно скромніший за денотативний, він містить емоційно-оцінні реакції. Поділ на семантичні сфери в ньому недоцільний, вартий уваги той факт, що конотації, як правило, представлені реакціями з діаметрально протилежною оцінкою від позитивної до негативної.

Застосування методу моделювання дозволило унаочнити структуру асоціативного поля. Запропонований варіант моделі асоціативного поля дозволяє представити його структура одночасно в двох вимірах: ядро / периферія та семантичні сфери. Проте в такому підході є вада – ядерні реакції не відображені в семантичних сферах, тому ми шукаємо форми більш точного

відтворення в одній моделі (можливість роз'єднати два виміри в двох різних моделях уже використана).

Наведемо приклад асоціативного аналізу та моделі асоціативного поля стимулу ПОВАГА.

За словниковим визначенням, ПОВАГА, и, *ж* 1. Почуття шани, прихильне ставлення, що ґрунтується на визнанні чиїх-небудь заслуг, високих позитивних якостей когось, чогось. // Вияв цього почуття. 2. *рідко*. Солідність, серйозність. 3. *діал.* Рішучість. 4. *діал.* Спокій [5].

У структурі лексичного значення ключовою ядерною семою є 'почуття шани', на його формування впливають смисли, виражені периферійно: 'визнання заслуг', 'позитивних якостей'. Утворення решти лексико-семантичних варіантів значення пов'язане з осмисленням периферійної семи, оскільки саме завдяки її широкій семантиці стали можливими рідко вживаний та діалектні змісти. Стимул повага викликав 173 різні вербальні асоціації, а 25 з 550 опитаних не відреагували на це поняття. Денотативний фрагмент асоціативного поля, на відміну від конотаційного, доволі об'ємний, проте недостатньо чітко структурований, семантичні сфери утворені великою кількістю периферійних реакцій, що являють собою абстрактні поняття, хоча ядро поля виявляє прагнення мовців до конкретного сприйняття. Найчіткіше окресленою, попри велику кількість різних реакцій (58), є семантична сфера "суб'єкт / об'єкт", тобто опитані асоціюють одне з провідних моральних понять з особою, до якої таке почуття відчувають. Ядерними стали реакції 'батьки' (53: тут і далі цифрами позначений коефіцієнт частотності реакції), 'люди' (30), 'мама' (12), 'старші' (22), 'старість' (16). Цікаво, що перевага надається сімейному оточенню, хоча вагомим компонентом є широкозначний 'люди', окремо виділяються вікові характеристики. Це демонструє традиційну будову картини світу інформантів із фундаментальним фрагментом "сім'я". Периферійні реакції посвідчують загальну картину: 'дорослі' (6), 'бабуся' (4), 'люди похилого віку' (2), 'діти' (4), 'сім'я' (2), 'вік' (2), 'старі люди', 'папа', 'дружина', 'хороша людина', 'мій чоловік', 'до близьких' (по 1) тощо. До кола цих реакцій дотичні 'друг' (9), 'друзі', 'друзів', 'товариші' (по 1) та ін. Суб'єктами, які викликають пошану, можуть бути люди зі звичного оточення інформантів: 'учителі' (6), 'колеги' (3), 'викладач', 'відділ кадрів', 'шеф', 'директор', 'клієнт', 'педагог', 'учень' (по 1). Поодинокі випадки реакцій, що відображали б суспільно-політичну значущість поважних суб'єктів та об'єктів: 'Батьківщина' (2), 'Президент', 'Кабінет міністрів', 'єврей', 'материнство', 'хліб', 'мова', 'воля', 'незалежність' (по 1). Семантична сфера "діяльність" представлена вузько. Інформанти вбачають можливості прояву поваги в процесах: 'управління' (8), 'робота' (4), 'дія' (2), 'гарні відносини' (2), 'допомога', 'виконання', 'послуга', 'заповнювати документи', 'розподіл', 'управляти', 'керувати', 'праця', 'допомагати людям', 'стажування', 'інспектування', 'гарне ставлення', 'поступатись місцем в автобусі' (по 1). Лише периферійними реакціями представлена семантична сфера якісних характеристик поняття, причому доволі віддалених одне від одного семантично: 'уміння' (2), 'віддача', 'порядок', 'якість', 'турбота', 'дотримання дистанції', 'особиста', 'проста',

'поважливий', 'охайний' (по 1) та ін. Близькою до цієї сфери, але специфічною за семантикою є сфера «родове поняття» з групою реакцій, які можна вважати синонімічними до стимулу, принаймні контекстуально, оскільки вони відносяться до поняття повага подібно до відношень множин, що перетинаються, маючи спільну значеннєву частину: 'пошана' (12), 'авторитет' (11), 'ввічливість' (11), 'відношення' (6), 'доброзичливість' (6), 'ставлення' (5), 'розуміння' (4), 'доброта' (4), 'шанобливість' (3), 'взаєморозуміння' (3), 'розум' (3), 'вихованість' (3), 'довіра' (2), 'честь' (2), 'взаємність' (2), 'заслуга' (2), 'тактовність' (2), 'людяність', 'шанування', 'взаємоповага', 'шанобливе відношення', 'самоповага', 'сприймання', 'увага', 'уважаю', 'уважають', 'виховання', 'шанувати', 'чесність', 'порядність', 'привітність' (по 1) тощо. Думаємо, ця ділянка асоціативного поля віддзеркалює особливості будови лексичного значення (2-й, 3-й, 4- й варіанти, тим паче, що останні є діалектними). Повага не потребує для опитаних спеціальної атрибутики, принаймні ця семантична сфера представлена лише двома реакціями – 'офіс' (3) та 'бумага' (1). Конотаційний фрагмент напрочуд вузький і містить переважно позитивні оцінки – 'добре' (2), 'важливо', 'треба', 'сильна', 'круто' (по 1), хоча є й окремі негативні – 'хабарі', 'відсутня', 'монстр' (по 1). Така будова конотаційного фрагмента на тлі значної кількості денотативних реакцій з семантикою важливих морально-етичних понять демонструє, що поняття повага є одним з визначальних у сприйнятті та розумінні опитаних. Асоціативне значення стимулу повага не відтворює структури лексичного значення, оскільки ядерна сема 'почуття шани' представлена реакціями 'пошана', 'авторитет', 'ввічливість', які прагнуть, але не входять до ядра. Ядерні реакції 'батьки', 'люди', 'старші', 'старість', 'мама' опосередковано пов’язані з периферійними семами 'визнання заслуг', 'позитивних якостей', вони виявляють персоніфіковане сприйняття інформантами абстрактних морально-етичних понять.

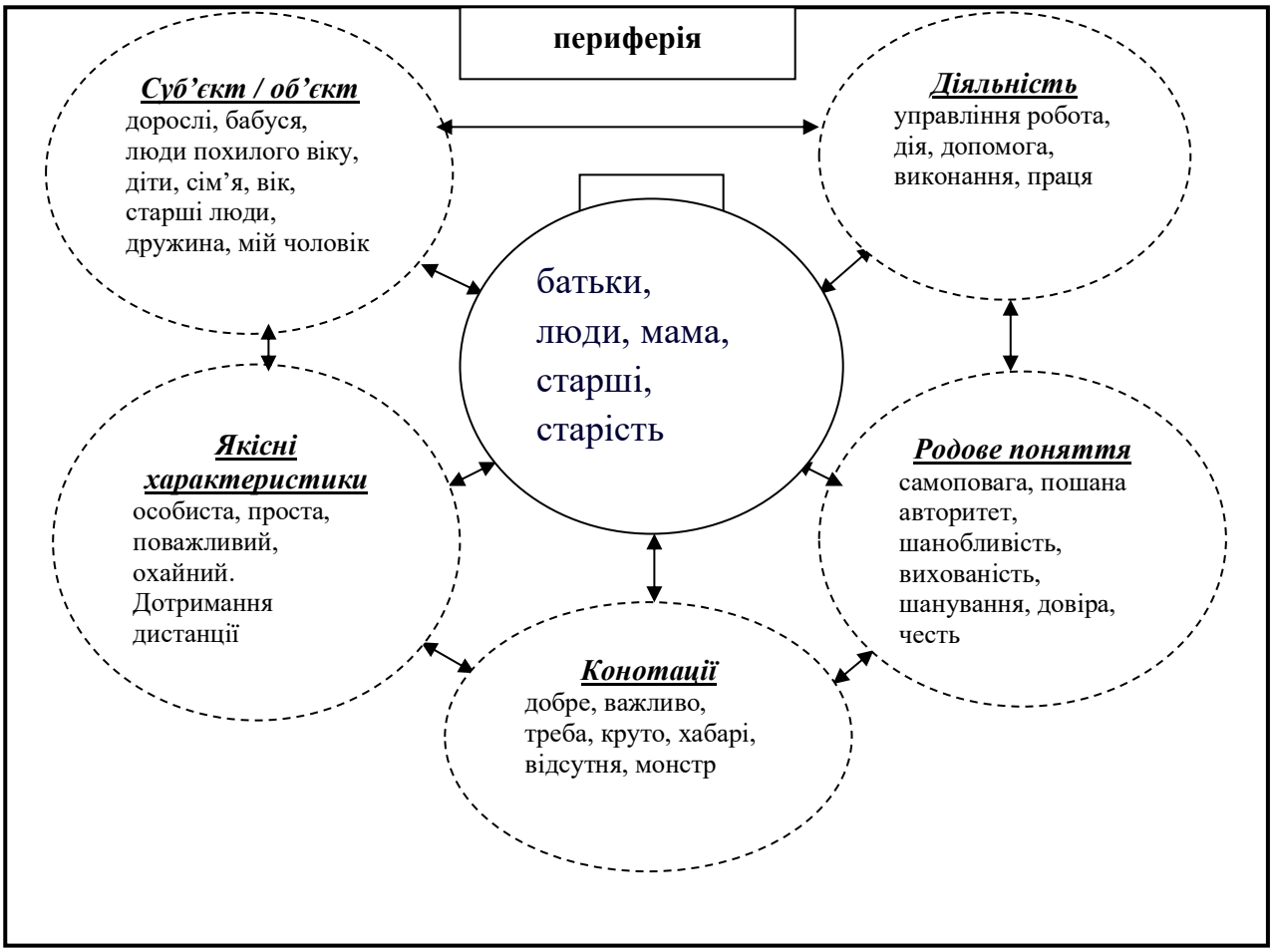
Модель асоціативного поля містить умовні позначки. Ядро зображене суцільною лінією, оскільки в його колі зазначені всі реакції. Для аналізованого стимулу вони за коефіцієнтом настільки відрізняються від периферійних показників, що межові реакції відсутні. Одночасно ядро демонструє асоціативне значення стимулу. Периферійні сфери позначені перерваною лінією, оскільки формат публікації обмежує кількість реакцій, які можна вмістити в коло, щоб модель була читабельною. Але важливіше, що перервана лінія інформує про можливість потрапляння до периферійної сфери додаткових елементів в процесі подальшого експериментування зі стимулом. Стрілки між сферами зображують семантичний зв'язок між реакціями, оскільки польова організація віддзеркалює саме цю особливість сформованого значення.

Робота над моделюванням асоціативних полів триває, тому цілком імовірно, що формат і використані позначення можуть змінюватися.

Таким чином, вільний асоціативний експеримент, є доцільним методом для отримання імпліцитної семантичної інформації. Опрацювання отриманих результатів за допомогою асоціативного аналізу з елементами статистичної

методики та моделювання дає змогу відтворити й унаочнити структуру семантичної організації стимулів.

Модель асоціативного поля стимулу ПОВАГА



Така робота з поняттями морально-етичної сфери, побудова їхніх асоціативних полів показала, що абстрактність відповідних слів впливає на сприймання їх інформантами, у значної частини опитаних не викликає конкретних образів і вербальних асоціацій. Аналіз 41 тисячі реакцій і конструкція 82 асоціативних полів виявили, що сформоване ядро, яке відтворює асоціативне значення стимулу, наявне лише в 40% опитаних. Проте питома вага стимулів, ядро яких сформоване реакціями, умовно узагальненими як «не знаю», така висока, що фактично лише в 22,8% стимулів сформоване асоціативне значення. На межі сформованості ядра виявлено 10,2% понять. А 49% понять морально-етичної сфери сприймаються інформантами як такі, що не мають ядра, тобто сприймані людьми неповноцінно, без усвідомлення асоціативного значення. Побудований фрагмент картини світу об'єктивно показує , що суспільні проблеми в морально-етичній сфері наявні, вони опосередковано представлені у асоціативних полях через специфіку реакцій і асоціативних зв'язків.

Ці висновки можуть бути використані як у теоретичних розвідках з соціології, педагогіки, політології тощо, так і в практичній роботі соціологів,

соціальних педагогів, політологів та ін., що і є перспективою подальших досліджень картини світу українців.

Список використаних джерел:

1.Бутенко Н. П. Словник асоціативних норм української мови. Львів: Вид-во при Львів. ун-ті «Вища школа», 19799. 120 с.

2. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков; М.: Изд. группа «РА—Каравелла», 2001. 320 с.

3. Загородня О. Ф. Асоціативні поля суспільно-політичної лексики в мовній картині світу українців (комп'ютерне опрацювання результатів психолінгвістичного експерименту): дис. …канд. філол. фаук 10.02.21. Житомир, 2018. URL: https://www.academia.edu/38523196/Zagorodnya (дата звернення 19.02.2023).

4. Недашківська Т. Є. (2019) Професійна компетентність і професійні компетенції державних службовців як теоретико-методологічна проблема. *Наукові записки кафедри слов'янських і германських мов.* Новоград-Волинський : НОВОград, 2019. С. 181–214.

5. Словник української мови. URL: https://slovnyk.ua/index. php?s1=20&s2=85 (дата звернення: 19.09.2021).

6. Терехова Д. І. особливості сприйняття лексичної семантики слів: психолінгвістичний аспект. Київ: КДЛУ, 2000. 244 с.

7. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз. 2-е вид., доп. і випр. Київ : КиМУ, 2010. 391 с.

8. Шапар В. Б. учасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с.

9. Tetiana Nedashkivska (2017), Lesia Kushmar. Associative Way from Perception to Understanding: Associative Field vs Lexical-Semantic Field. *Journal of Modern Education Review*, ISSN 2155-7993, USA January 2017, Volume 7, No. 1, pp. 44–50. Doi: 10.15341/jmer(2155-7993)/01.07.2017/005\.

Панель 5. СУЧАСНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ДУХОВНИЙ УНІВЕРСУМ ЛЮДИНИ

Володимир Брадов,
доктор філософії (PhD), доцент,
доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

РОСІЙСЬКІ ЗМІ У ЗБРОЙНІЙ АГРЕСІЇ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ

У пострадянський період паростки демократії у медіасфері Росії, якщо й пішли на зріст, то не надовго. У надрах російського професійного медіасередовища почало формуватися своєрідне бачення варіанту подальшого свого розвитку, мова пішла про співпрацю з діючою владою на кшталт взаємопідтримки: засоби масової інформації виступають посередниками між суспільством та владою і за це отримують від останньої певні блага, в першу чергу – економічні [1, с.31–33]. Але крок за кроком гарні наміри вибудувати рівноправні відносини масмедіа та влади прийняли вигляд звичайного патерналізму – системи взаємовідносин, побудованої на принципі своєрідної опіки, коли влада безальтернативно бере на себе керівну роль по відношенню до масмедіа, як соціального інституту, виявляючи при цьому певну турботу про їхнє благо [2]. Все закінчилося досить прозаїчно: на основі патерналістських підходів в РФ було здійснено модернізацію медіасфери з переобладнанням соціального інституту масмедіа у передавальний механізм рішень влади з метою використання його як інструменту реалізації її внутрішньої та зовнішньої політики. Війна РФ проти України, розпочата у 2014 році у гібридній формі, а з 24 лютого 2022-го – вже як відкрите збройне вторгнення, актуалізує питання дослідження особливостей практики перетворення соціального інституту масмедіа в злочинний інструмент влади.

Для вирішення питання перетворення масмедіа в керований механізм впливу на суспільство російська влада протягом десятиліть на державному рівні використовує всі доступні їй методи. Останні десятиліття вони проявляються у вигляді постійної фінансової підгодівлі владою масмедіа через надання їм різноманітних пільг та щорічної роздачі ЗМІ частки бюджетного грошового пирога. Це робиться відкрито, з відвертим заохоченням редакцій реалізовувати «соціально значущі проєкти за пріоритетними напрямками державної політики». Так, у бюджеті на 2022 рік на подібне фінансування ЗМІ була закладена сума, що дорівнювала більше 111 млрд руб.[3]. Природно, редакції російських засобів масової інформації намагаються щоразу переконливо доказувати державним структурам свою «соціальну» значимість, або відданість владі, бо від цього залежить їх фінансове благополуччя як на поточний рік, так і найближчу перспективу. Регулярне бюджетне фінансування отримують і регіональні ЗМІ, і

такі монстри, як «Российская газета», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», загальнонаціональні телеканали, інформаційні агенції, мережеві структури. Так, сумнозвісний телеканал Russia Today (RT) 2022 року отримав майже 30 млрд руб., біля 10 млрд – МІА "Россия сегодня", не залишиться також без вливання ТАСС, значні суми пішли на підтримку державного телебачення, тільки бюджет телеканалу «Звезда» склав біля 2 млрд руб.[3].

Але у патерналізму є й зворотній бік. По тому, яку роль російські масмедіа виконують з самого початку агресії РФ проти України, починаючи з захоплення Криму та бойових дій на її сході, можна бачити, що має влада у відповідь на «турботу» про безальтернативно підконтрольні їй ЗМІ. Приховування і виправдування війни проти незалежної держави протягом більш ніж восьми років; дезінформація міжнародної спільноти та введення в оману громадян Росії стосовно подій в Україні; замовчування вчинених російською армією численних військових злочинів, загибелі тисяч мирних жителів та знищення цивільних об’єктів – лікарень, шкіл, житлових будинків; розпалювання ненависті до українського народу, – ось далеко не повний перелік їх заслуг [4].

Влітку 2014-го, коли більшість місцевих і загальноукраїнських газет вже евакуювали з повзуче захоплених Донецька і Луганська свої редакції і корпункти, а поява сепаратистських видань ще була справою нехай і близького, але завтрашнього дня, містком між антиукраїнськими силами та місцевою авдиторією виступили друковані випуски «Комсомольской правды. Донецк и Луганск» та «Московского комсомольца. Донбасс» [5]. Лише вони виходили регулярно, без збоїв, знайомлячи та привчаючи читачів до нової риторики – «ополченці», «народна армія», «укрофашисти», «бандерівці», «свята русь» і таке інше.

З того часу телерадіоетер непідконтрольної Україні частини регіону монопольно заповнений аудіовізуальним російським інформаційним продуктом, так як українські мовники чисто з технічних причин втратили можливість щось донести авдиторії захоплених сепаратистами при безпосередній підтримці РФ територій. Для новинного телеконтенту початкового періоду агресії була характерна специфічна особливість: досить часто знімальні групи російських телевізійників опинялися у містах проявів «злодіянь укрофашистів» майже через хвилин 10-15 після чергового артобстрілу житлових кварталів. Важко було позбутися враження, що в даному випадку тележурналісти московських каналів виступали не фіксаторами трагічної події, а навпаки, безпосередніми учасниками її створення.

На етапі початку наступальних дій з боку агресора, у Мережі, крім численних діючих, часто-густо з’являлися сайти, які навіть і не намагалися приховати свого призначення – посилити проросійську медійну присутність в інформаційному просторі регіону. Типовим взірцем подібного медіа є інформаційна агенція «Новороссия», що має офіційну реєстрацію у Федеральній службі по нагляду у сфері зв'язку, інформаційних технологій і масових комунікацій РФ [6]. Глобальною своєю місією агенція декларує забезпечення користувачів «якісною патріотичною публіцистикою» про життя на території

«руського міра», «простору, об'єднаному загальною культурою, цінностями, історією і мовою», до якого редакція мережевого інформаційного ресурсу поспіхом віднесла й Донбас.

Протягом більш ніж вісім років гібридної війни проти України російські ЗМІ – преса, телебачення, радіомовлення, мережеві медіа – продовжують відпрацьовувати владі її «турботу». В українському національному медіапросторі, весь час до безпосередньо відкритого збройного вторгнення РФ в Україну 24.02.2022 р., легально діяв пул російськомовних, підзвітних своїм головним московським редакціям, видань, серед яких був навіть клон друкованого органу уряду РФ (до літа 2014 року в Україні на умовах стовідсоткового зовнішнього фінансування виходила урядова «Российская газета», з редакцією у Донецьку, а після окупації регіону, аж до повномасштабного вторгнення – «Неделя», суботній додаток до «РГ», з редакцією в Києві і все на тих же умовах «зовнішнього утримання»).

Видання, що входили до пулу, могли з номера в номер просто грати роль ненав'язливих носіїв мови та культури «руського міра», але в потрібний момент виконували свою місію – донести до української авдиторії російську провладну точку зору на події, що відбуваються в РФ і світі, сформульовану у вигідному для країни-агресора ракурсі.

Стосовно початку обов'язкового переходу у січні 2022 року видань з загальнодержавною сферою розповсюдження або на дублювання своїх накладів українською мовою, або на вихід тільки нею, вищезгаданий клон російського «МК в Украине» публікує матеріал під рубрикою «Неприродний відбір», в якому першим рядком йшлося «згідно закону про тотальну українізацію…», а далі – повний передрук статті з мережевого медіа того ж пулу «Страна.UA» з розлогими міркуваннями про «хибкість нововведення» та знову ж про «тотальну українізацію» [7]. Вже за день до відкритого російського збройного вторгнення, видання, яке знаходилося на той час у вільному доступу у роздрібній мережі столиці України, переповнено матеріалами антиукраїнської спрямованості, просуванням російського погляду на події, а також риторичними заголовками публікацій типу «Залишився один шлях – в РФ?» (про евакуацію мешканців Донбасу, які опинилися на тимчасово окупованій території, до Росії, з залякуванням наступом ЗСУ), «Україну накрило зустрічним палом» з неоднозначним підзаголовком «Макрон просить Зеленського не починати війну», коментарями псевдоекспертів на кшталт «Чи буде Україна імпортувати хліб?» та про те, що «визнання ДНР та ЛНР є виявом Росією власної волі» [7].

Роль і місце російських масмедіа спочатку у гібридній, а потім у відкритій збройній агресії РФ простежується не тільки у виробництві відповідного пропагандистського контенту, що спотворює дійсність. Створений на тимчасово непідконтрольній Україні території «Л/ДНР» інформаційно-пропагандистський комплекс протягом восьми років укріплюється кадрами з росЗМІ, їх фахівці проводять майстер-класи для представників сепаратистських видань та телерадіомовників, організовують їх стажування на підмосковних ТБ-каналах. Для посилення управління сепаратистськими телеканалами, створеними на

захопленій технічній базі, а також забезпечення їх повної підконтрольності російським кураторам, керівниками теж призначаються заїжджі російські медіафахівці. Сьогоднішній «міністр інформації ДНР» є вихідцем з керівного складу донецького випуску «Комсомольской правды».

Не дивно, що російські масмедіа опинилися в ролі фігурантів санкційного впливу, запровадженого проти країни-агресора міжнародною спільнотою, що логічно у ситуації, коли преса, ТБ, радіо та численні мережеві ресурси однозначно розглядаються сьогодні керівництвом РФ в ролі суб'єктів реалізації загарбницької зовнішньої політики. Наявні факти дають можливість однозначно конкретизувати роль масмедіа у структурі сьогоднішнього суспільно-політичного укладу РФ не як суспільного інституту, а навпаки – як механізм здійснення злочинних задумів керівництва країни-агресора.

Список використаних джерел:

1. Иваницкий В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ : автореф. дис. …д-ра фил. наук: 10.01.10. Москва, 2011. 41 с.

2. Патерналізм. *Вікіпедія.* URL : uk.wikipedia.org/wiki/Патерналізм. (дата звернення: 16.01.2023).

3. Российским СМИ не хватает свободы бюджета. *Коммерсант.* URL : https://www.kommersant.ru/doc/5239569?query (дата звернення: 03.11.2022).

4. Конгрес Міжнародної федерації журналістів засудив російську дезинформацію. *Детектор медіа.* URL : https://detector.media/infospace/article/199833/2022-06-03-kongres-mizhnarodnoi-federatsii-zhurnalistiv-zasudyv-rosiysku-dezinformatsiyu/ (дата звернення: 10.11.2022).

5. Брадов В. В. Трансформація медіапростору регіону в умовах зовнішньої агресії: український аспект. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences.* Будапешт, 2018. VI (29) № 169, С. 21-25

6. Информационное агентство «Новороссия». *Новороссия.* URL : https://novorosinform.org/ (дата звернення: 11.12.2022).

7. Газета «МК в Украине». №52 29.12-31.12.2021, №8 23.02-01.03.2022.

Оксана Галицька,
здобувачка освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

АНАЛІЗ НАУКОВО-ПРОСВІТНИЦЬКОГО КОНТЕНТУ В ГРОМАДЯНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ НА ПРИКЛАДІ YOUTUBE-ПРОЄКТУ «ШАЛЕНІ АВТОРКИ»

«Шалені авторки» – youtube-проєкт науково-просвітницького характеру, підтриманий Фондом ім. Гайнріха Бьолля, літературного критика, письменника, літературознавця, доцента Національного університету «Києво-Могилянська Академія» та літературознавиці, письменниці, літературної критикині, докторки філологічних Віри Агеєвої.

В описі канал ідентифікується так: «Шалені авторки»: жінки, які відмовилися бути другою статтю – це серія відеоблогів про ґендер і культуру.

Упродовж XIX–XX століть у європейській культурі виробилася нова ціннісна ієрархія. Жіноче більше не визначається як вторинне і підпорядковане. Ґендерні студії ревізували засадничі уявлення, міфи й упередження. У відеорозмовах про ґендер і культуру йтиметься, зокрема, про співвіднесеність українських процесів із широким західноєвропейським контекстом. Наше завдання – увиразнити зв'язки вітчизняної культури, її долученість до світових процесів» [3].

Станом на 29.10.2022 на канал підписано 14,3 тис. користувачів.

Критеріями, за якими здійснювалась характеристика, обрано:

– тематику;
– жанр;
– тип зйомки;
– рубрикацію;
– хронометраж;
– образ і роль ведучого;
– періодичність виходу.

Основною тематикою каналу виділяємо аналіз персоналій відомих жінок-миткинь, «що відмовились бути другою статтю». Аналіз через контекст творчості героїнь випусків, контекст часу та періоду, контекст жіночого руху, впливів соціуму, а також біографічної складової. Переважно, відео записуються про миткинь українок, але інколи, розглядаються відомі жінки з інших країн.

Героїнями випусків вже були Олена Пчілка, Леся Українка, Оксана Забужко, Марія Башкирцева, Вірджинія Вульф, Джейн Остін, Оксана Забужко, Софія Яблонська, Олександра Єфименко, Ольга Кобилянська, Наталія Забіла, Марія Примаченко, Алла Горська, Ліна Костенко, Соломія Павличко, Наталя Кобринська, Ірина Вільде, Шарлотта Бронте, Агата Крісті та інші.

Щодо жанру, то відео-контент youtube-проєкту «Шалені авторки», ми відносимо до аналітико-публіцистичних жанрів журналістики. На каналі опубліковані:

– рецензії («Камінний господар»: драма про владу», «Переможні вікторіанки: Шарлотта Бронте і її героїні», «Карлсон чи Пеппі Довгапанчоха?», «Великий роман Ольги Токарчук і Україна в ньому»);

– огляди («Карлсон чи Пеппі Довгапанчоха?», «Ліна Костенко, ґендер і муза для жінки-поетки»);

– практично усі відео створені у жанрі біографії;

– усі відео є подкастами [2].

Варто зазначити, що більшість відео (якщо не всі) є мультижанрові, тобто поєднують в собі ознаки різних жанрів. Тому говорити про приналежність окремих випусків лише до одного жанру ми можемо дуже відносно, оскільки «рецензію», «огляд», «біографію» та «рефлексію», «Шалені авторки» часто поєднують, створюючи при цьому оригінальний контент.

Тип зйомки – чергування зустрічних крупних/середніх планів. Без перебивочних планів та більш складних розкадровок. Роль ведучих у такому випадку має велике значення, оскільки на них тримається весь сюжет та увага глядача. Це одна із причин, чому відео «Шалених авторок» ми відносимо до подкасту. Візуальна складова не є визначальною, весь сценарій тримається виключно на інформаційному наповненні та авторській подачі (інтерпретації/рефлексії) ведучих.

Якщо говорити про рубрики, то на каналі їх 8:

1. Зарубіжні авторки. Налічує 9 відео: «Мері Волстонкрафт, Франкенштайн і Французька революція»; «Чому Джейн Остін стала сучасною культурною героїнею»; «Як у Києві не впізнали Симону де Бовуар»; «Та, що вбиває: жінка-агентка як літературний образ»; «Карлсон чи Пеппі Довгапанчоха?»; «Агата Крісті: історія успіху»; «Чому успішна романістка сховалася за чоловічим псевдонімом?»; «Великий роман Ольги Токарчук і Україна в ньому»; «Переможні вікторіанки: Шарлотта Бронте і її героїні».

2. Українки. Налічує 29 відео: «Як Олена Пчілка Емський указ відмінила»; «Леся Українка, фемінізм і «осоружна Москва»; «Оксана Забужко: ще про дослідження українського сексу»; «Марія Башкирцева: ікона стилю у вишиванці»; «Лесбійські сюжети Ольги Кобилянської»; «Олександра Єфименко: без знання історії немає ідентичности»; «Софія Яблонська: схід, наркотики, травелоги»; «Українська месниця: Майя Вовчик-Блакитна»; «Надія Суровцова: тридцять років ГУЛАГу»; «Голова Союзу українок – пані посол до польського Сейму»; «Наталя Забіла: на її текстах виросли покоління українців»;«Леви Марії Примаченко переслідують путіна»; «Докія Гуменна: свідчити про епоху»; «Наталя Лівицька-Холодна: українська поетка в Празі»; «Княжі емалі Оксани Лятуринської»; «Алла Горська: художниця проти злочинної влади»; «Людмила Старицька-Черняхівська: феміністка і діячка Центральної Ради»; «Марко Вовчок: геніальна бунтарка і femme fatale»; «Соломія Павличко: подолання страху польоту»; «Наталя Кобринська: мама українського фемінізму»; «Ліна

Костенко, ґендер і муза для жінки-поетки»; «Ірина Вільде: фемінізм, УПА і львівські пляцки»; «Уляна Кравченко: українка з власного вибору»; «Ірина Жиленко: «в затінку чуда»; «Конкістадорки сучасного письменства»; «Зінаїда Тулуб і її Роксолана»; «Катря Гриневичева: жінка, що писала про війни»; «Ця неймовірна Емма Андієвська»; «Наталя Романович-Ткаченко: інститутка і революціонерка».

3. Ширший погляд. Налічує 8 відео: «Фемінність, маскулінність і мужність, Конкістадорки сучасного письменства», «"Чи дозволять жінкам пророкувати?": християнство і рівність статей», «Війни канонів: жінки чи чоловіки головують в українській літературі», «Забужко, УПА і помста: розмова про «Музей покинутих секретів», «Чому фемінізується Шевченківська премія?», «Та, що вбиває: жінка-агентка як літературний образ».

4. Науковиці. Налічує 4 відео: «Як у Києві не впізнали Симону де Бовуар», «Українська месниця: Майя Вовчик-Блакитна», «Олександра Єфименко: без знання історії немає ідентичності», «Соломія Павличко: подолання страху польоту».

5. Громадські діячки. Налічує 6 відео: «Людмила Старицька-Черняхівська: феміністка і діячка Центральної Ради, Голова Союзу українок – пані посол до польського Сейму», «Надія Суровцова: тридцять років ГУЛАГу», «Як Олена Пчілка Емський указ відмінила», «Наталя Кобринська: мама українського фемінізму», «Наталя Романович-Ткаченко: інститутка і революціонерка».

6. Письменниці. Налічує 28 відео: «Наталя Романович-Ткаченко: інститутка і революціонерка», «Переможні вікторіанки: Шарлотта Бронте і її героїні», «Ця неймовірна Емма Андієвська», «Катря Гриневичева: жінка, що писала про війни», «Великий роман Ольги Токарчук і Україна в ньому», «Чому успішна романістка сховалася за чоловічим псевдонімом?», «Зінаїда Тулуб і її Роксолана», «Ірина Жиленко: «в затінку чуда», «Уляна Кравченко: українка з власного вибору», «Агата Крісті: історія успіху, Ірина Вільде: фемінізм», «УПА і львівські пляцки, Ліна Костенко, ґендер і муза для жінки-поетки», «Наталя Кобринська: мама українського фемінізму», «Карлсон чи Пеппі Довгапанчоха?», «Мері Волстонкрафт, Франкенштайн і Французька революція», «Марко Вовчок: геніальна бунтарка і femme fatale», «Чому Джейн Остін стала сучасною культурною героїнею», «Як Олена Пчілка Емський указ відмінила», «Леся Українка, фемінізм і «осоружна Москва», «Оксана Забужко: ще про дослідження українського сексу», «Лесбійські сюжети Ольги Кобилянської», «Вірджинія Вулф про свободу, власний простір і 500 фунтів стерлінгів», «Софія Яблонська: схід, наркотики, травелоги», «Наталя Забіла: на її текстах виросли покоління українців», «Докія Гуменна: свідчити про епоху», «Наталя Лівицька-Холодна: українська поетка в Празі», «Княжі емалі Оксани Лятуринської», «Як у Києві не впізнали Симону де Бовуар».

7. Художниці. Налічує 4 відео: «Алла Горська: художниця проти злочинної влади», «Леви Марії Примаченко переслідують путіна», «Марія Башкирцева: ікона стилю у вишиванці», «Ця неймовірна Емма Андієвська».

8. Найкращі уривки з розмов. Налічує 17 відео: «Наталя Кобринська як зразок формування модерного жіноцтва», «Донька «ворога народу» Майя Вовчик-Блакитна», «Про неймовірну відвагу Алли Горської», «Забужко-поетка і неподолання межа між поезією шістдесятих і вісімдесятих», «Як герої Астрід Ліндгрен руйнують патріархат і традиційну педагогіку», ««Та й осоружна ж ця мені москва!» Чому в радянських виданнях Лесі Українки не було драми «Бояриня»», «Власна кімната і 500 фунтів: формула Вірджинії Вулф», «Братам освіту дали, а їй освіти не дали. На що була готова Ольга Кобилянська заради доступу до знань», «Стать жіноча, ґендер чоловічий: коли жінка вдягає солдатський стрій і йде на поле бою», «Ольга Драгоманова-Косач російською говорити не буде!», «Великий український роман Оксани Забужко», «Українську класику не можна прочитати без фемінізму», «Просвітницький проект Людмили Старицької-Черняхівської», «Чи потрібен нам літературний канон?», «Про спільне в щоденниках Марії Башкирцевої», «Історія України – політично неблагонадійне заняття», «Про відмінність фемінізму імперських і підпорядкованих націй».

Усі відео виходять з періодичністю 1-2 в тиждень. Рубрики теж чергуються з певною періодичністю [1].

Хронометраж варіюється від 20-ти до 40-ка хвилин. Відео в рубриці «Найкращі уривки з розмов», зазвичай, 1 – 2 хвилини.

Отже, youtube-проєкт «Шалені авторки» – канал з нішевою тематикою, що дуже вдало поєднує біографії відомих авторок/миткинь з власними рефлексіями. Ведучі Віра Агеєва та Ростислав Семків виступають не тільки в ролі інформаторів «викладачів», що сухо розкривають конкретну тему, вони також підштовхують свою авдиторію до особистих роздумів. Канал виконує функцію як просвітницького проєкту, так і навчального, і соціального, висвітлюючи суспільно важливі теми (наприклад, тему ґендеру), через контексти відомих й маловідомих миткинь.

Список використаних джерел:

1. Назаренко Г. І. Журналістські жанри: інформаційні: курс лекцій. Київ. КиМУ, 2006. 169 с.

2. Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів: посібник для журналістів. Київ, 2019. 107 с.

3. Ютуб-канал «Шалені авторки» URL: https://www.youtube.com/channel/UCXHkeT2D9F1yE5Ue9dBexBA/featured (дата звернення: 20.10.2022).

Тетяна Гиріна,
д.н.соц.ком., професор, завідувач кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету, м. Ірпінь, Україна

РЕНЕСАНС ДЕРЖАВНОЇ МОВИ В ЕФІРІ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО

Українське радіо звучить українською. Звична, з першого погляду, теза десятиліттями виборювалася поколіннями українців у світі. Говорили, співали, жили з рідною десяткам мільйонів наших співгромадян мовою на побутовому рівні повсюдно, однак засилля зарубіжної культури, тотальна русифікація, привласнення духовного надбання та національної культурної спадщини окупантами розмивало національний колорит, дух, ідентичність.

Народні пісні в радянські роки переписувалися та видавалися за російські, знімалися з друку, не тиражувалися – попри все жили, передавалися з вуст в уста від дідів до онуків. Автентична українська пісня голосніше звучала з радіоприймачів закордоном, де національні громади боролися за відділення своєї культури від збідненої, відтак агресивної російської. Типовим для ХХ ст. є ситуація викладена в публікації українського щоденник “Свобода” за 1922 р., коли: “Українську громаду репрезентували першорядні співацькі сили під проводом звісного талановитого диригента п. Євгенія Королишина. Вони вивязалися зі своєї задачі дуже добре, приносячи добру славу для української пісні. Згаданий дневник на другий день подав досить обширну новинку про сей концерт, однак, нажаль подав так незрозуміло, що пересічний американський читач зрозумів, що се співано російські а не українські пісні” [4, с. 3]. З такою несправедливістю громада що є сил боролася наголошуючи на тому, що “Се не є маловажне і на такі річи треба уважати. Американські журналісти мало ознайомлені з нашою справою і тому нераз виходять подібні непорозуміння на шкоду українській справи” [4, с. 3].

Невіддільність української культури від радянської в свідомості пересічного європейця, американця зберігалося і після здобуття Україною незалежності. Домінування російських пропагандистських наративів потужною мережею пропаганди насичувало міжнародний інформаційний простір, а засилля відповідного музичного контенту у внутрішньому радіопросторі, разом із орієнтацією виконавців у середині країні співати російською робило все, щоб українська пісня в Україні залишалася на задвірках національної популярної культури. Після початку квотування української пісні в радіоефірі винахідливі медіаменеджери заповнювали нічні таймслоти українською піснею, натомість денні години віддавалися популярним зарубіжним, в тому числі, російським композиціям. В пресі публікували розлогі розвідки на тему “Квоти vs хіти: що не так з українською піснею?” [2], а деякі радіостанції вдавалися навіть до відкритого саботажу. Так 10 і 11 квітня 2015 р. радіослухачі «Європи-FM» могли чути лише пісні Вєрки Сердючки та Михайла Поплавського. Таким чином

радіостанція хотіла продемонструвати громадськості та контролюючим органам відсутність якісних конкурентоспроможних українських композицій та наголосити на безглухдості виконання мовних квот. А. Уреньов, програмний директор «Просто радіо» наголошував, що радіостанція за наслідками виконання законодавства в частині дотримання мовного режиму на радіо "втратили значну частину аудиторії саме тому, що вона не звикла слухати українську музику в такому кількості на цій хвилі" [1]. Медіаменеджер популярної в Україні радіостанції бідкався демонстративно не розуміючи "яким чином рівень української культури може підвищити погана музика" [1]. Підмінюючи поняття і обвинувачуючи в безталанності українських виконавців, сплачуючи штрафи та шукаючи шпарини в законодавстві українська справа на радіо незмінно рухалася в бік українізації радіопростору. Вже в 2017 р. продюсер та телеведучий, автор проекту "Караоке на Майдані" І. Кондратюк констатував: "Вперше від початків незалежності завдяки мові можна безпомильно впізнати, що та чи інша радіостанція є українською" [5]. В 2020 р. спостерігалася ситуація, коли в топі музичних чартів на радіо звучали українські пісні, а в інтернеті найбільшою популярністю користувалися саме російські.

Сила протидії українізації на радіо послаблювалася пропорційно ворожій агресії, якій нещадно піддавалася наша держава і за рік після початку повномасштабного військового вторгнення в Україну радіо незалежної непереможної держави стало по справжньому українським. Про це свідчить поява нових брендів радіостанцій, вінцем якого став ребрендинг "Русского радіо", яке змінило позивні на "Радіо Байрактар", зазнала змін і програмна концепція радіостанції. Цінно, що навіть на лінії зіткнення у лютому 2023 р в ефірному просторі можна отримати доступ до українського контенту. До прикладу в Краматорську мовлять радіостанції: "Радіо М" (87,5 МГц), "Українське радіо «Голос Донбасу" (90,4 МГц), "Громадське радіо" (90,9 МГц), "Радіо Культура" (91,3 МГц), "Радіо НВ" (99,0 МГц), "Промінь" (100,3 МГц), "Радіо Рокс" (101,7 МГц), "Українське радіо" (102,2 МГц), "Армія FM" (102,4 МГц), "Перець FM" (105,7 МГц), "Хіт FM" (107,4 МГц), "Байрактар" (107,8 МГц) [6]. В їхньому ефірі справжній бум української музики, а про недостатню кількість талановитих виконавців чи якісних пісень вже рік ніхто не згадує. Війна не лише оголила нерв нації, але й посилила відчуття самоідентичності українців, мірилом якої є творчість, зокрема і музична.

Мейнстрим української культури нині не обмежується територією держави. Зарубіжні радіостанції включають в свої ефіри композиції наших виконавців. Серед них KALUSH, Sasha Boole, The Unsleeping, ЮЮ, Disappeared Completely, FO SHO, I Hate Myself Because, Love'n'Joy, The HARDKISS, AKINE, Bjelle & Ira Lobanok і Богдан Купер. Загалом від березня 2022 р. їхні пісні програли в ефірах 80 європейських радіостанцій у 20 країнах на радіо 8200 разів [3]. Чудовий результат за рік роботи агенції "European Radio Plugger", яка надає послуги радіоплагінгу, тобто пітчингу та рекомендації треків для європейських радіостанцій з акцентом на таланти східноєвропейських виконавців. Враховуючи, що ротація на радіо є чудовою передумовою для продажу квитків на

концерти та популяризації музикантів, слідом за українською віртуальною піснею Європа та світ побачить талановитих українських виконавців наживо під час концертних виступів.

Тож українська культура нарешті вийшла з-за лаштунків стереотипів неспроможності, не достатньої кількості талантів тощо десятиліттями насаджуваних слухачів як в середині країни та поза неї. На черзі розквіт та популяризації української пісні та слова, яке лунатиме з найбільших концертних станцій та радіостанцій завершуючи тисячолітню боротьбу українців за незалежність, автентичтиність та свободу спілкування своєю, мовою своїх предків на свій землі.

Список використаних джерел:

1. Відповідальність за майбутнє української музики. Нотатки про українську музику. 2015. URL: https://notatky.com.ua/vidpovidalnist-za-ukrajinsku-muzyky/
2. Квоти vs хіти: що не так з українською піснею? Укрінформ. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2374063-kvoti-vs-hiti-so-ne-tak-z-ukrainskou-pisneu.html
3. Комлєв М. Українська музика на радіо в Європі. Досвід Music Export Ukraine.Слух. 2023. URL: https://slukh.media/news/ukrainian-artists-european-radio/
4. Обсерватор. Упадок українського большевизму в нашій громаді. Свобода. 1922. №239. С.3, с. 3
5. Солонина Є. Півроку мовних квот на радіо: українська пісня піднімає голову?. Радіо Свобода. 2017 URL: https://www.radiosvoboda.org/a/28469868.html
6. Ходушко М. Які радіостанції у FM діапазоні можна слухати у Краматорську зараз. Kramatorst.post. 2023. URL: https://www.kramatorskpost.com/yaki-radiostanciyi-u-fm-diapazoni-mozna-sluxati-u-kramatorsku-zaraz_85118

Анотація: Осмислено зміну парадигми представлення українськомовної пісні в радіоефірі України та зарубіжних країн. Констатовано поступ в популяризації української пісні, в тому числі закордоном через пітчинг відповідного контенту для радіостанцій різних країн.

Ключові слова: квоти на радіо, пітчинг, світове українське радіомовлення, українська пісня, українськомовне радіо.

Summary: A meaningful change in the paradigm of the presentation of Ukrainian-language songs on the radio airwaves of Ukraine and foreign countries. Progress in the popularization of Ukrainian songs, including abroad through pitching of relevant content for radio stations of various countries, has been noted.

Keywords: radio quotas, pitching, world Ukrainian radio broadcasting, Ukrainian song, Ukrainian-language radio.

Інна Зайцева,
к.пед.н., доцент, доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна
Геннадій Христокін,
д.філос.н., професор, професор кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Національного авіаційного університету,
м. Київ, Україна

ПАБЛІСИТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ PR-ДІЯЛЬНОСТІ

Необхідність урахування та цілеспрямованого впливу на громадську думку, формування і просування позитивного образу тієї чи іншої організаційної структури в суспільстві зумовило виникнення спеціальної системи управління інформацією (PR), паблік рилейшнз, як філософії та технології сучасного менеджменту, і паблісіті (комерційної пропаганди), важливого інструменту діяльності PR.

Для більшості людей «public relations» (PR) і «publicity», у загальному розумінні, поняття тотожні. Але ж доскональне вивчення вживання цих термінів дозволяє зробити висновок, що певна різниця в змісті цих категорій є.

У різні часи ці питання студіювали С. Блек, Е. Бернейз, Ф. Джефкінс, Г. Почепцов, В. Королько, В. Моісеєв та багато інших вчених.

Мета дослідження – виявити різницю в змісті категорій «public relations» (PR) і «publicity», встановити взаємозв'язок між ними.

Поняття «public relations», буквально перекладається з англійської як «зв'язки з громадськістю» і являє собою відношення, мистецтво і науку досягнення гармонії організації, установи, соціальних груп, особистості з громадськістю за допомогою комунікаційних засобів. Існує надзвичайно багато визначень «паблик рилейшнз». Найбільш вживаними з них є:

– визначення Сема Блека, почесного професора зі зв'язків з громадськістю, екс-президента Міжнародної асоціації PR, який казав, що «паблик рилейшнз» – це мистецтво і наука про досягнення гармонії через взаєморозуміння, заснованого на істині та повноті інформованості» [7];

– на думку Едварда Бернейза «PR – це зусилля, спрямовані на те, щоб переконати суспільство змінити свої підходи чи свої дії, а також забезпечити гармонізацію діяльності організації відповідно з інтересами суспільства і навпаки»;

– Уебстер вважає, що «PR – це сприяння становленню взаєморозуміння, доброзичливості між особою, організацією та іншими людьми, групами людей і суспільством у цілому за допомогою розповсюдження роз'яснювального матеріалу, розвитку обміну інформацією та оцінювання громадської реакції на неї»;

– Френк Джефкінс: «PR складається з усіх форм планової комунікації, зовні й усередині, між організацією і її громадськістю для реалізації специфічних цілей, направлених на досягнення взаєморозуміння» [1];

– визначення, яке дали вчені на I Всесвітній асамблеї асоціації PR (Мехіко) у 1978 р.: «Практика Public Relations – це мистецтво і соціальна наука, що дозволяє аналізувати тенденції, передбачати їх наслідки, консультувати керівництво організацій й перетворювати в життя, запропоновані раніше програми дій, які служать інтересам як організацій, так і громадськості» [2];

– Г. Почепцов розглядає «PR як ефективну стратегію в галузі управління суспільною думкою» [5];

– В. Моісеєв: «PR – це такий різновид соціально-технологічного менеджменту, в якому на основі точної та повної інформації, отриманої за результатами аналізу тенденцій політичного, соціально-економічного розвитку (країни, регіону, або окремих галузей, підприємств), і додержання загальновизначених етичних норм та суспільних інтересів планомірно й безперервно здійснюється комплекс заходів спрямованих на досягнення взаємної довіри, гармонійних і взаємокорисних відносин між фірмою і суспільством (його окремими групами), між ними і владою» [4];

– В. Королько, спираючись на сучасну теорію комунікації, пише: «Паблік рилейшнз – це функція управління, покликана оцінювати ставлення публіки, ідентифікувати політику і дії приватної особи або організації стосовно до громадських інтересів і виконану програму діяльності, спрямовану на досягнення розуміння і сприйняття її масами» [3].

Зв’язки будь-якого суб’єкта з громадськістю включають в себе не лише наявні, але часто незримі форми і методи досягнення стійкої позиції на ринку засобами комплексного використання комунікаційних каналів, медіа і соціальної реклами, практично, це репутація та результат того, що ви робите і говорите, а також те, що інші говорять про вас. PR стежить за репутацією для залучення, розуміння, підтримки та впливу на думку і поведінку [6, с.316].

Практика «паблик рилейшнз» виникла в сиву давнину. Прототипи діяльності PR ми знаходимо у античній Греції, Стародавньому Римі, на Сході – у Древньому Китаї. Вважається, що словосполучення «паблик рилейшнз» вперше було офіційно використано третім президентом США Томасом Джефферсоном, у 1807 році в чернетці сьомого послання до Конгресу він вписав його замість викресленого – «стан думки».

На першому етапі еволюційного розвитку, діяльність з організації зв’язків з громадськістю була, переважно, політично заангажованою і передбачала, насамперед, пропаганду і агітацію.

Досліджуючи історію «паблик рилейшнз», не можна обійти увагою ім’я журналіста Айві Лі. Саме він першим визначив зв'язок між позитивними публікаціями у пресі щодо компаній або певних політиків і досягненнями ними успіхів. Практика реклами Айві Лі розпочалася у 1903 році після створення ним інформаційного агентства. У 1906 році журналіст презентував свою знамениту «Декларацію принципів», положення якої лягли в основу цивілізованих засобів

PR. Айві Лі заявив про те, що, створюючи паблисити, недопустимо вводити публіку в оману, бо це непристойно і не вигідно, оскільки обман рано чи пізно буде викрито, а це завдасть значної шкоди репутації. Айві Лі був одним з перших, хто застосував термін «паблик рилейшнз» до професійної діяльності. Двадцять років його роботи у Джона Рокфеллера – це свого роду азбука PR у бізнесі [5].

На сучасному етапі для розуміння сутності PR використовують такі терміни, як «організація», «публіка», «розуміння». Розглянемо їх зміст та сутність. Організація – це державні органи, бізнес, професія, державна служба або органи з питань охорони здоров'я, культури, освіти, тобто будь-яка корпоративна або добровільна структура. Публіка – це аудиторії, які важливі для організації: наявні й потенційні клієнти; працівники та керівництво; інвестори; засоби масової інформації; уряд; постачальники; незалежні експерти. Розуміння – це двосторонній процес, який забезпечує надання інформації та прослуховування думки тих, до кого вона надходить, для забезпечення ефективності діяльності організації. Зазначені дефініції дають змогу трактувати PR як систематичну діяльність, мистецтво управління, розповсюдження інформації про фізичну особу або компанію, яку поширюють стейкхолдери й намагаються передати лише позитивну інформацію [8].

Також варто зазначити, що фахівці в галузі «паблик рилейшнз» повинні, насамперед, розтлумачити аудиторії суть проблем до того, як ці проблеми переростуть у кризову ситуацію. Діяльність спеціалістів у сфері PR повинна бути оцінена з точки зору єдиного критерію – професійної етики. Ми поділяємо думку дослідників, які вважають, що при цьому, «паблик рилейшнз» повинні здійснювати певні функції: 1) контроль, цілеспрямований вплив на формування думки і суспільної поведінки задля задоволення потреб і забезпечення інтересів організації; 2) забезпечення зворотного зв’язку з громадськістю, відслідковування подій, виявлення проблем, розробку програми дій з урахуванням отриманої інформації; 3) досягнення взаємовигідних відносин між суспільними групами в організації, гарантування конструктивної взаємодії між ними або сприяння цій взаємодії [4].

«Publicity» (publicity – публічність, гласність) – позитивна популярність, громадське визнання діяльності людини чи організації, досягнуті публічними виступами, а також використанням різних засобів масової комунікації; гласність, реклама, самореклама; створення інформаційних приводів для підвищення популярності в комерційній, політичних та інших сферах; зосередження уваги громадськості на товарах та послугах для стимулювання попиту; зацікавленість громадськості певним об’єктом (на відміну від іміджу, як позитивного так і негативного, паблісіті має лише один вимір (позитивний образ), значно меншу аудиторію і, незначною мірою, залежить від ЗМІ); пропаганда, вплив на споживача для збільшення попиту на товари і послуги засобами реклами, публікацій і передач у засобах масової інформації, продажу зразків за пільговими цінами, дарування сувенірів, використання інших методів і засобів стимулювання попиту.

Формування паблісіті визначається за допомогою різних засобів комунікації. «Publicity» як інструмент PR, передбачає роботу зі ЗМІ через такі засоби розповсюдження інформації як: прес-реліз (короткий виклад інформації для журналістів); прес-конференція; інформаційні листи; прес-кіт (набір матеріалів про діяльність організації, про бренд, продукцію чи особистість); прес-тур (прес-конференція, яка проводиться у різних містах); презентація; фотографії; відеоньюс-реліз (короткий ролик для сюжету новин чи інформаційної програми); радіоповідомлення.

Робота по створенню паблісіті містить не лише підготовку необхідної інформації, але й розміщення її у ЗМІ. Яскравим прикладом роботи «паблик рилейшнз» на рівні паблісіті може бути діяльність прес-служби, яка спостерігає за повідомленнями у ЗМІ, аналізує суспільну думку, своєчасно інформує громадськість про новини, наміри та інші програми.

Отже, різниця між паблісіті і PR полягає в тому, що «паблик рилейшнз» виконують управлінські завдання, паблісіті виконує виключно комунікативну функцію, при цьому паблісіті – це інформація, отримана від незалежного джерела: зацікавлена сторона не сплачує пресі чи телебаченню за розміщення та публікацію матеріалів. Інформація може носити нейтральний, позитивний чи негативний характер. Те, яким способом надану інформацію буде опубліковано, видозмінено чи скорочено, цілком залежить від ЗМІ. Саме тому необхідно підтримувати дружні контакти з преставниками ЗМІ, щоб моніторити ситуацію, адже неправильно інтерпретована інформація може нанести надзвичайно велику шкоду організації й сприяти формуванню негативної оцінки громадськості.

Список використаних джерел:

1.Джефкінс Френк. Реклама: практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. Київ : Знання, 2008. 565с.

2.Драгомирецька Н.М., Кандагура К.С., Букач А.В. Комунікативна діяльність в державному управлінні : навч. пос. Одеса : ОРІДУ НАДУ. 2017. 180 с.

3.Королько В. Г. Паблик рілейшнз. *Наукові основи, методика, практика*. Київ : Видавничий дім «Скарби». 2001. 400 с.

4. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации (теория и практика). Київ: Дакор. 2002. 506 с.

5. Почепцов Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Т-во «Знання», КОО. 2000. 506 с.

6. Радзіховська Ю.М. Функціонування PR-технологій та реклами в Інтернеті . *Економіка і суспільство.* Випуск 12. 2017. С.315-318.

7.Black Sam. Front cover image for Introduction to public relations. 2 reviews. Print Book, English, Modino Press Ltd. London, 1989. 240 p.

8. The advantages and disadvantages of magazine advertising. URL: http://www.emeraldfrog.co.uk/the-advantages-and-disadvantages-of-magazine-advertising/.

Анотація: У статті виявлено різницю в змісті категорій «public relations» (PR) і «publicity». Акцентовано, що відмінність між паблісіті і PR полягає в тому, що «паблик рилейшнз» виконують управлінські завдання, паблісіті виконує виключно комунікативну функцію.

Ключові слова: паблик рилейшнз, паблісіті, PR-діяльність, організація, публіка, розуміння.

Summary: The article reveals the difference in the content of the categories «public relations» (PR) and «publicity». It is emphasized that the difference between publicity and PR is that «public relations» perform management tasks, publicity performs exclusively a communicative function.

Keywords: public relations, publicity, PR-activity, organization, audience, understanding.

Вікторія Ковпак,
д. соц. ком., доцент, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету, м. Запоріжжя, Україна

СЕРІЯ ПОДКАСТІВ «ФРОНТ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ»: СМИСЛОВИЙ КАПІТАЛ, СТРАТЕГІЧНІ НАРАТИВИ

В умовах воєнного стану, із початком повномасштабного вторгнення росії в Україну сфера креативних індустрій запропонувала потенціал комерційних вигод, генерує потужний інтелектуальний капітал як ресурс стратегічних комунікацій як всередині країни, так і для зовнішнього інформаційно-комунікаційного простору – архетипне коріння, націєідентифікаційні смисли, національні культурні цінності, історичні міти та масштабує їх на цивілізаційній мапі світу. Як зазначається в дослідженні креативної економіки України та міжнародного досвіду, проведеному у 2021 р. ГО «GoLocal» спільно з мозковим центром CMD Ukraine та Центром розвитку креативної економіки, саме «ДНК креативної економіки – це здатність генерувати інтелектуальний капітал, який має високий потенціал дохідності, створювати робочі місця та експорт, одночасно сприяючи соціальній інклюзії, культурному різноманіттю та розвитку людського потенціалу» [1]. Національне бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні виділяє такі 12 секторів культурних та креативних індустрій: перформативні види мистецтва (театр, танець, балет, оперні та музичні вистави); образотворче мистецтво (живопис, скульптура, малюнок, друк, фотографія); ремесла (текстиль, кераміка, дерево, метал, скло, графіка); культурна спадщина (матеріальна і нематеріальна спадщина, об’єкти спадщини,; археологія, музеї, бібліотеки, архіви; аудіо-візуальний сектор (фільми та відео); інтерактивне програмне забезпечення/IT/навчальні програми; розробка комп’ютерних та відеоігор; музика (жива і відтворена); дизайн і мода (виробники одягу і інші, хто спеціалізується на модній індустрії та дизайні інтер’єру); література та видавництво (книги, журнали, періодичні видання); архітектура (будівництво і ландшафтна архітектура); ЗМІ-мовлення, реклама (телебачення, радіо, газети) [2].

Український культурний фонд (УКФ) спільно з Міністерством культури та інформаційної політики України в період з 01 червня по 13 червня 2022 року провів анонімне онлайн-анкетування креативних підприємців і креативних фахівців – заявників УКФ 2020–2022 років щодо стану культури та креативних індустрій під час війни для формування плану відновлення та посилення сфери, залучення партнерів та донорів, адже відтік людського капіталу, переорієнтування фінансування на Збройні сили України, зниження попиту та інші чинники позитивну динаміку могли порушити [3]. У результаті опитування з’ясували, що прибуток найманих працівників, їхня зайнятість знизилися разом із попитом на культурні послуги та продукти, вироблені ними; третина учасників зафіксувала зниження обсягів реалізації продукції та послуг більше ніж як на 90% порівняно з минулорічними показниками; але абсолютна більшість підприємств та установ

продовжують сплачували податки у повному обсязі, хоч і ціною зменшення навантаження та відправлення працівників у відпустки без збереження заробітної плати. Було зафіксовано недостатню поінформованість щодо отримання державної підтримки стосовно фахівців галузі, разом із тим на думку 61% опитаних відновлення та розвій креативних індустрій у повоєнний час можливі за рахунок грантів на проєкти. Цікаво, що 92% опитаних, які за кордоном, не перестають «донатити» на Збройні сили України, беруть участь у різноманітних заходах та акціях на підтримку України за кордоном. А збір відкритих відповідей насвітив такі маркери: прозорий конкурс на керівні посади, реструктуризація керівної вертикалі галузі, міжнародні освітні тренінги та обмінні програми для митців та менеджерів креативного сектору; копродукція та колаборація в міжнародних проєктах; акцентування на культурних чинниках в державній міжнародній політиці; державна стратегія підтримки, мінімізція документообігу [3].

Серед успішних українських кейсів креативних індустрій під час воєнного стану варто згадати подкаст «Фронт креативних індустрій» (подкаст про участь фахівців та команд галузі у спротиві росії), запущений CASES, фаховою соцмережею для креативних індустрій, ведучим якого став Анатолій Попель, CEO CASES. Основні наративи та смислові акценти викристалізовуються в описі місії проєкту: «Поточна війна ведеться на багатьох фронтах. Одним з таких фронтів став цифровий вимір, адже тут доводиться боротись із пропагандою, фейками, психологічним тиском та іншими формами цифрового наступу. Крім боротьби, ”цифра” стає напрямком емоційної підтримки, координації волонтерів та економічним тилом. В серії подкастів «Фронт креативних індустрій» мова йде про проєкти, команди та людей, що ведуть боротьбу на цьому Фронті» [4]. Теми й гості подкастів засвідчують смислові орієнтири цього проєкту.

Так стратегічними візіями протистояння російській агресії в інтернеті, на думку CEO «Postmen» – комунікаційної агенції, що створює стратегію, креатив і продакшн, Ярослава Ведмедя, озвученій у першому випуску, є трансформовані задачі комунікаційників, робота в соцмережах, де головним завданням є просування українських наративів: зокрема, на початку війни ефективним способом комунікації з пересічними росіянами були системні розсилки, персоналізовані контакти, поширення повідомлень через сервісні додатки, класичні медіа, особливо інформаційні агенції, які мають корпоративні лінки в росії (як напр., Інтерфакс-Україна з материнською компанією в рф, прес-конференції яких з російськими воєнними полоненими мають тисячі поширень серед росіян); дослідницька робота, а саме виявлення ворожих гугл-трендів, показників YouScan та ін. платформ, тез у зонах коментарів у соцмережах, форумах тощо, що дає змогу аналітикам, копірайтерам «відсканувати» ворожі наративи та знайти способи реакції на них, їх нейтралізації, розвінчання; створення якісного відеоконтенту для поширення тощо.

Ольга Ель Рай, керівниця «Креативних сил України», спільноти у Телеграмі диджитал-фахівців – відеомейкерів, копірайтерів, ілюстраторів, які з перших днів російського вторгнення росії в Україну продукують найрізноманітніший професійний контент і поширюють для протидії дезінформації, психологічного тиску на ворогів і підтримки державних союзників, поділилась комунікаційними

механізмами роботи з цільовою аудиторією – українською, європейською та ворожою,: наприклад, запуск таргета у ворожому просторі для аналітики дає змогу з'ясувати, що саме є «гачком» для російської аудиторії, наприклад, заклики про знімання грошей із банківських рахунків у зв'язку із санкційним тиском, заклики про виїзди з росії у зв'язку з масовою мобілізацією тощо; створення відеороликів для українського бізнесу для виходу на закордонний ринок; створення чату вакансій, корисних просвітницьких ефірів для українців, колаборація з благодійними фондами та багато інших ініціатив.

Автори проєкту Stand with Ukraine, Георгій Курбанов, Ілля Балабан та Павло Гончаров у третьому випуску розповіли про те, як їхні компанії перелаштовувались із комунікацій для девелоперів у проєкт, що допомагає зорієнтуватись в напрямах підтримки України, дає змогу залучати десятки тисяч доларів на підтримку армії та волонтерських ініціатив.

Роботу агенції комунікацій «Варто» (українське агентство маркетингових комунікацій), що свої зусилля під час війни спрямували на бізнес-фронт, на комунікації з тилу насвітив випуск 4 з Наталею Холод. Феномен стартапів у період війни презентував Антон Валовик як СОО Reface – ІТ-стартапу – додатку українського виробництва, що дає змогу модифікувати контент за допомогою нейромереж, наголосивши, що попри знижену інвестиційну привабливість українська стартап-екосистема має всі шанси перейняти успішні моделі Ізраїлю, адже сильні позиції держав мають аналогії в освітньому, підприємницькому. військовому секторі тощо. Креативна агенція «Галаган», що пропонує всі послуги від позиціонування бренду, логотипа, фірмового стилю до рекламної комунікації та супроводу компанії, в особі Н. Закашанської, арт-директорки, поділилася своїми «рецептами» збереження комерційних замовлень та долучення до благодійних ініціатив, серед яких згадують розробку айдентики для проєкту HandyFriendsBot – чат-бота у месенджерах Viber і Telegram, який допомагає українцям знайти необхідну інформацію про житло, медицину, освіту та адаптуватись до життя за кордоном, що є гуманітарною ініціативою української команди Handy.ai у партнерстві з Міністерством закордонних справ України. Про ще одну гуманітарну ініціативу йдеться у сьомому випуску, де Андрій Таганський, співзасновник волонтерської організації «Допомагай», розповідає про допомагу переселенцям у пошуку житла, яке після верифікації оголошення, перевірки власника пропозиції, набуває статусу «перевіреного».

Восьмий випуск присвячений логістичному фронту, в якому Рей Астафічев, фаундер благодійного фонду-стартапу KOLO (команда топів технологічних компаній, які створили фонд оперативної допомогти ЗСУ), створеного продуктовими менеджерами, які опікуються стратегією розвитку цифрових продуктів, поділився аспектами реалізації своєї місії – заповнення ланки між великими фондами та окремими волонтерами, реалізація фандрейзингових стрімів, активної роботи в соцмережах, співпраці з бізнесом, PR за кордоном: «Досить швидко команда фонду дійшла простого висновку: всі запити задовольнити неможливо, необхідно визначити пріоритети в роботі організації. Тут у пригоді знов став досвід продуктового менеджменту. У бізнесі існує важливий показник

ROI…Return of investment, тобто «зворот інвестицій». Він визначає, який дохід буде отримано від зроблених в проєкт інвестицій. Чим показник вищий, тим краще. В умовах війні він виявився також напрочуд корисним для оцінки докладених зусиль. Тільки, звісно, команда KOLO в якості одиниці ефективності брала не гроші, а врятовані життя. І швидко стало очевидним, що партія бронежилетів чи тепловізорів, відправлені на передову, цінніша, ніж рації та спальники для тилових областей» [5]. Гастрономічна культура як іміджевий фронт презентована Олександрою Фідкевич, партнеркою, головною креаторкою бренду Євгена Клопотенка, яка зібрала команду фуд-продюсерів. спеціалістів із просування в соцмережах, копірайтерів, відео- та фотопродакшн, відділ роботи з клієнтами тощо у випуску «Боротьба за борщ».

Особливо цінним у контексті формування історичної пам'яті воєнного досвіду креативних агенцій є структура згаданих серій подкастів: згадки про довоєнний фаховий бекграунд, історії пережитого першого дня війни, адаптація діяльності до роботи у воєнних умовах, імплементація волонтерських та благодійних ініціатив для допомоги державі.

Список використаних джерел:

1. Рівчаченко М. Креативна економіка – нова економічна епоха XXI. *Економічна правда.* 10 червня 2022 р. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/10/682634/ (дата звернення: 19.02.2023).

2. Креативне підприємництво або чи може творчість бути доданою вартістю. *Громадський простір.* 02.02.2022. URL: https://www.prostir.ua/?news=kreatyvne-pidpryjemnytstvo-abo-chy-mozhe-tvorchist-buty-dodanoyu-vartistyu (дата звернення: 19.02.2023).

3. Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. *Український культурний фонд*. 12 серпня 2022 року. URL: https://ucf.in.ua/news/11082022 (дата звернення: 19.02.2023).

4. Фронт креативних індустрій. Серія подкастів. URL: https://podcasts.nv.ua/ukr/podcast/325-front-kreatyvnykh-industriyi.html (дата звернення: 19.02.2023).

5. KOLO: Благодійний фонд, створений продуктовими менеджерами. URL: https://dou.ua/forums/topic/38475/ (дата звернення: 19.02.2023).

Антон Криворучко,
здобувач освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

МАЛЬОПИС ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Мальопис (комікс) як складова масовокомунікаційного простору, за період свого розвитку набув певних ознак, які відрізняють його від інших продуктів інформаційної діяльності. В той же час, більше ніж за століття свого існування, мальопис не отримав такого визначення, яке б охоплювало усі аспекти даного жанру. Наявні ж характеризують лише окремі аспекти розуміння мальопису/коміксу як поняття, що вимагає розширення додаткового дослідження його основних типологічних ознак.

Деякі дослідники відносять мальопис до літератури та називають його «графічною літературою» [2]. Також його визначають як різновид візуального мистецтва, а деякі дослідники ставлять цей жанр в ряд з фотографією, живописом та графікою. Мальопис часто намагалися віднести до так званого дев'ятого мистецтва та надати відповідний статус, яке б прийшло на зміну спробам дослідників дати коміксу визначення на основі існуючих видів мистецтва.

З огляду на попередні визначення мальопису, дослідники характеризують цей вид засобу масової комунікації лише з візуальної або текстуальної сторони [1]. Таким чином вони нівелюють важливість сприйняття коміксу як візуально-текстуального твору. Якщо ж визначати явище коміксу як мистецьке, то буде великий ризик нівелювання прикладних завдань коміксу, тобто передання об'єктивної та функціональної інформації про поняття явища коміксу.

Повне тлумачення коміксу можливе лише при абстрагуванні від суб'єктивного підходу до вивчення мальопису та об'єктивному аналізі засобу масової комунікації.

Можна стверджувати, що мальóпис або кóмікс – це послідовність мальованих зображень (кадрів), зазвичай з короткими текстами, які створюють певну зв'язну розповідь. Тексти мають специфічну форму «мовної бульки» («мовної хмарки», «мовного димка», виноски; (англ. speech balloon)), яка передає мову чи думку персонажа, заголовків, титрів тощо [3].

За своєю типологією мальопис являє собою тісну взаємодію його двох структурних елементів – зображення та тексту. Цілісність зображення та тексту є основою коміксу, а тому комікс розрахований на сукупне сприйняття цієї єдності [1, с. 15]. Комікcна манера подачі інформації є дуже простою для сприйняття. І тому в цей формат автори можуть вкладати навіть складні

повідомлення, які після обробки та подачі можуть легко сприйматися аудиторією.

Жанр коміксу є доволі ефективним в плані подачі інформації за допомогою візуального та текстового аспекту, які в купі стають чудовим інструментом збагачення читача певною інформацією, яку несе інформаційний продукт. А тому віднедавна жанр коміксу почали використовувати в освітньому процесі.

Освітні комікси включають в себе певний розважальний елемент, який дозволяє засвоїти матеріал більш краще. Такий підхід до навчання шляхом певних розважальних аспектів предметів, має назву «едьютейнмент». Едьютейнмент – це сучасна педагогічна іновація, заснована на візуальному типі подачі матеріалу та сучасних психологічних прийомах, ігрових елементів та інформаційно-комунікаційних технологіях задля надання полегшеного та ефективного аналізу та сприймання інформації завдяки залученню та підтримці уваги учнів [2].

Практика використання навчальних коміксів досить поширена і на сьогодні. Створюються комікси для вивчення іноземної мови, історії, літератури тощо. Так Японія вже на протязі багатьох десятиліть використовує свій вид коміксів (манґа) для викладання багатьох предметів, а також у соціальному житті [4, с.122].

Якщо говорити про комікс як про інформаційний продукт, то він постає перед авдиторією переважно в друкованому варіанті, передбачає активну співучасть читача, який на практиці читання мальопису/коміксу має бути здатним «охопити» своєю думкою текст. Це дає можливість розглядати твір як довершений продукт в контексті поєднання зображальної та текстової інформації, що робить його універсальним засобом масової комунікації.

Комікс-журналістика розширює і збагачує літературу журналістики, створюючи три рівні смислів: це емоційна безпосередність, створена здатністю забезпечувати атмосферний зміст; налаштування аудиторії на сприйняття певного матеріалу та використання зображення для вираження складних ідей; змішування слів із зображеннями, які інформують і вдосконалюють одне одного, і разом створюють багаторівневий наратив [5].

За допомогою малюнків комікс-журналіст передає сюжет новини, роблячи події більш видимими, передаючи вигляд об’єктів, які описує автор. Він робить новину більш піддатливою для візуального сприйняття.

Загалом, можна виокремити такі типологічні характеристики коміксу як інформаційного продукту та засобу масової комунікації: діалогічність оповіді – в коміксі важливим є етап побудови комунікації, бо від цього залежить легкість сприйняття інформації; динамічність розповіді виражається через малюнки, які мають у собі певний смисл та контекст, що дозволяє більш чітко сприймати повідомлення, закладене в тексті; фрагментарність оповіді – оповідь в коміксі розбивається на фрагменти – кадри, що створюють нерозривну розповідь; стилістика – кадри можуть бути намальовані в різній стилістиці, яка найбільше підходить коміксу та передає тон оповіді; хронотоп або ж часопростірі – в

коміксі ми спостерігаємо за дією, яка відбувається не в часі, а просторі, дії персонажів вдало інтерпретовані в малюнку та зберігають тривалість дії.

Список використаних джерел:

1. Гудошник О. В. Комікс в українському комунікаційному просторі. *Вісник Дніпропетровського університету*. Дніпро. 2017. №17. С. 19–24 (Серія «Соціальні комунікації»).
2. Козлов Е.В. Комукативність коміксу (в текстуальному та семіотичному аспектах). URL: https://www.dissercat.com/content/kommunikativnost-komiksa-v-tekstualnom-i-semioticheskom-aspektakh
3. Комікс. Вікіпедія: веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Комікс
4. Хлестова С. В. Комікс як засіб масової комунікації: типологічні особливості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Харків. №11. С. 13–17 (Серія «Соціальні комунікації»).
5. Остапенко Л. П, Соловйова О. К. Дидактичний потенціал коміксів. URL: https://elib.institutemvd.by/bitstream/MVD_NAM/1817/1/Ostapenko.pdf
6. Сіляєва О. О. Парадигма розвитку та функціонування сучасної комікс-журналістики. URL: https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/41754 (дата звернення: 28.10.2021).

Богдан Криворучко,
здобувач освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ КОНТЕНТУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сьогодні можливість створення візуального контенту доступна майже кожній людині, що має у власному розпорядженні смартфон чи планшет середнього або ж високого цінового сегменту. Все через той факт, що станом на 2023 рік технології у сфері компактної електроніки настільки розвинуті, що звичайна камера у смартфоні, якщо фотографувати чи знімати на неї відео при нормальному освітленні, майже нічим не поступається професіональній техніці від Canon чи Sony. Також, окрім фотографування, на смартфоні можна писати текстові матеріали, начитувати звук для відеоматеріалів або окремо писати подкасти, чи навіть монтувати невеличкі відеосюжети.

Інтернет-ЗМК, якщо порівнювати їх із друкованими засобами масової комунікації, мають значно більше можливостей щодо візуалізації власного контенту, через той факт, що унікальною та одною із найяскравіших рис мережевих медіа є мультимедійність, як комбінування різних форм представлення інформації на одному носієві, наприклад текстової, звукової і графічної, або, останнім часом все частіше – анімації і відео [4].

Традиційні масмедіа також певною мірою можна назвати мультимедійними ЗМК – одні містять текст і фото (як наприклад газети та журнали), інші – зображення та звук (як наприклад телебачення), або окремо звук (як наприклад радіо). Однак в мережевих журналістських медіа мультимедійність зведена в абсолют, через той факт, що в матеріалах Інтернет-ЗМК можна знайти усі види візуалізації контенту, які частково доступні кожному з аналогових масмедіа. І вони можуть бути прикріпленні до текстового матеріалу як окремо (інформаційна замітка з фотографіями), або одразу усі разом (текстовий лонгрід із відеороликами, картинками, графіками, таблицями та аудіо файлами). Також в якості ілюстрації до матеріалів можна використати пряму трансляцію з камери підключеної до Інтернету (наприклад у матеріалі розповідається про певний район міста, а під ним – прямий ефір з web-камери, яка знаходиться у цьому районі).

Можна виділити дві актуальні класифікації поняття «візуальний контент». Перша – це за способом сприйняття людиною. Залежно від того, яким шляхом надходить інформація, розрізняють п'ять її видів: візуальну (або зорову), аудіальну (або слухову), нюхову, смакову, тактильну. Друга – за способами опрацювання інформація поділяється на числову, текстову, графічну та звукову [2].

Дуже багато візуального контенту в мережевих ЗМІ міститься саме в лонгрідах. Лонгрід (від англ. «Long read» – довге читання) – довга стаття з інтерактивними елементами: зображеннями, відео, цитатами, інфографікою тощо [5]. З українських ЗМІ, автори яких створюють цей вид контенту, можна згадати «Дзеркало тижня» – кожен з лонгрідів тут є унікальним за тематикою, своїм графічним оформленням та підходом до створення. З повною впевненістю ці матеріали можна назвати цілими інформаційними проектами (вони навіть розміщенні на окремих під сайтах), над створенням кожного з яких працюють по кілька людей.

У традиційних засобах масової інформації, як наприклад тих ж газетах чи журналах, текстовий контент завжди відігравав головну роль, в той ж час, як візуальні матеріали, як ті ж фотографії чи графіки, лише доповнювали текст. У мережевих медіа все навпаки – важливість та функціональність вербального і візуального контенту дещо перерозподілена. Перш за все, через психологічні особливості сприйняття інформації в електронному вигляді: швидше й легше сприймається і запам'ятовується саме візуальний контент. Другим фактором є той факт, що тенденцію візуалізації в Інтернет-журналістиці диктують соціальні мережі, які останнім часом стають для користувачів не лише засобом міжособистісної комунікації, а й головним джерелом новин. Більшість сучасних соціальних мереж побудована за таким принципом, що текст у них відіграє другорядну роль, а головне інформаційне навантаження покладається саме на візуальний контент. Зважаючи на зростаючу з кожним роком популярність соціальних мереж, більшість інтернет-видань орієнтуються на таку саму стратегію подання інформації [3].

В мережевих медіа як ілюстрації до текстового контенту використовуються: статичні зображення (фотографії, карикатури чи шаржі, графіки тощо), відеоролики (інтерв'ю чи коментарі експертів, відеорепортажі тощо) та аудіофайли (аудіо-коментарі експертів, подкасти, аудіо-записи тощо). Також кожен із цих типів ілюстрацій може публікуватися як окремий тип контенту (наприклад відео репортажі та подкасти), без прив'язки до текстового матеріалу, як на сайтах засобів масової комунікації, так і на відео- (YouTube, Vimeo) чи аудіохостингах (SoundCloud, Spotify, Anchor).

Але не слід зловживати мультимедійністю, якщо ви доповнюєте за допомогою неї текстовий матеріал, – відео, аудіо та фото повинно підходити та гармоніювати з текстом. Є багато випадків, коли журналісти дуже використовують мультимедіа, ставлячи стиль поперед змістом, і жертвують цілісністю текстового матеріалу на користь розкішної графіки. Зміст новин ніколи не має ставитися під загрозу, проте журналістам не слід боятися мультимедіа – вони просто повинні зрозуміти, як використати ці засоби для того, щоб краще висвітлювати новини [1].

Список використаних джерел:

1. Крейґ Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ: Видавництво «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с. URL: https://www.studmed.ru/krey-r-nternet-zhurnalstika-robota-zhurnalsta-redaktora-u-novih-zm_f41f965dc00.html.

2. Кулаковська, Х. Візуальний контент інтернет-ЗМІ: термінологічні засади дослідження. Вісник книжкової палати, 2012, 6. С. 26-28. URL: https://www.libr.dp.ua/text/vkp_2012_6_7.pdf

3. Тонкіх, І. Ю. Види візуального контенту в лонгрідах в Інтернет-медіа. Напрям: соціальна робота секція 1. Стратегічні напрямки розвитку теорії та практики соціальної роботи, 232. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2020/conf/2.1/Zbirka.pdf#page=232

4. Чабаненко М.В. Мультимедійність в інтернет-журналістиці: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя: Видавництво «Просвіта», 2018. 80с.

5. Як зробити лонгрід, який дочитають до кінця? + інфографіка. URL: https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/

Анастасія Мироненко,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ПОНЯТТЯ НОВИННОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНИХ МЕДІА

В сучасній медійній екосистемі явище інформації відіграє основоположну роль в житті людей. Володіючи інформацією – можна володіти світом, не інакше, а отже і виходить, що з розвитком техногенної сфери в людському суспільстві буквально виникла «четверта влада» – журналістика, а за нею й засоби масової інформації та комунікації. Зі стрімким поширенням інформаційних повідомлень набуває своїх обертів розвиток різних видів дискурсів.

Питанням дослідження дискурсу займалися багато зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема Г. Почепцов, А. Приходько, З. Харріс, В. Карасик, О. Менджерицька, Т.А. ван Дейк, Т. Добросклонська, Є. Кожемякін та інші.

Метою нашої розвідки є наведення визначення терміну «дискурс», виокремлення його основних видів й характеристика новинного дискурсу в сучасних масових медіа з висвітленням його значення в медійному середовищі.

Насамперед варто зауважити, що термін «дискурс» на разі немає єдиного визначення, так як він є дуже популярним у використанні різними сферами людської життєдіяльності. В лінгвістиці США явище дискурсу розуміється як прояв усної, спонтанної й незапланованої комунікації між особами. Таким чином дослідник З. Харріс вважає дискурс поступовістю вираження думки, яка може бути під виглядом частини більших, ніж просте речення текстів [1]. За працями М. Фуко явище дискурсу вважалося не мовленнєвим, а загальним культурним поняттям, під час якого можуть використовуватися певні знаки, проте він не є зведеним виключно до мови та мовлення [2, с. 50].

Явище дискурсу часто може функціонувати в багатьох сферах масової комунікації, яким властиве поняття персуазивності, що чинить вплив на формування особистості не лише шляхом мовлення, а й способом тасування ідеологій великих дискурсів, їхньої системної складової, шаблонів думки, вчинку, образу, метафоризації тощо [3]. Одним словом, медійний дискурс включає в себе суб'єкти сфери засобів масової інформації, які доносять ряд текстів колективному адресатові, якого уособлюють масові аудиторії – цільові чи широкі.

Класифікація понять дискурсу є дуже широкою і залежно від певних критеріїв містить в собі його різні види. Базовими категоріями дискурсу залежно від, власне, видів медійних засобів є:

- дискурс друкованих засобів масової інформації (дискурс преси);
- дискурс радіо (радіомовлення);
- дискурс телевізійного мовлення (телебачення);

- Інтернет-дискурс (дискурс, який виникає в мережі Інтернет).

Види дискурсу за приналежністю до певної субкультури чи етнічної спільноти бувають такі: корпоративні (банківські, релігійні, езотеричні, сакральні, лаудативні, героїчні, революційні, партизанські, терористичні), професіональні (педагогічні, дипломатичні, спортивні, медичні, політичні, економічні), побутово-комунікаційні (сімейні, дитячі, молодіжні, любовні), віртуальні (казкові, комп'ютерні, форумні, чатові), соціально-специфічні (рекламні, святкові, передвиборчі). Також існує ще класифікація існуючих дискурсів зважаючи на форму, жанр і специфічну функціональність масового медіа: репортажні, інформаційно-аналітичні, есеїстичні, рекламні та новинні.

Медійний дискурс є одним з найпопулярніших з типів дискурсу в наш час. Роблячи моніторинг даного дискурсу можна побачити явище, під час якого в учасників комунікації створюються та формуються думки й погляди на певні явища й події в суспільстві [4, с. 220]. Медіадискурс може відігравати роль специфічного типу мовленнєвих і розумових видів людської діяльності, яким характеризуються процеси в інфопросторі медійного засобу. Відповідно до цього явище медійного дискурсу постає автономним і дещо незалежним видом всіх видів дискурсу.

Похідним від медійного виду дискурсів є новинний дискурс, який вдало функціонує в медійній екосистемі і є дуже актуальним. Новинний дискурс стає процесом поширення різних новинних повідомлень, явища медіації, формуванням «сирої й недосконалої інформації» в правильний виклад подієвих фактів з набуттям вигляду розповідей.

Новинний дискурс як явище в медійному суспільстві розподіляється на такі смислові рівні:

1) Перший змістовний рівень (до нього належать явище ролевантності та риторичних операцій).
2) Другий змістовний рівень (ще може зватися «стилем»).
3) Третій змістовний рівень (до нього належать локальні та мікроструктури – механізми морфології, синтаксису чи лексики, які беруть участь у формулюванні фраз та зв'язних текстів).
4) Четвертий змістовний рівень (постає глобальною структурою та семантичною макроструктурою).
5) П'ятий змістовний рівень (має вигляд формальної суперструктури, що дає розуміння суті взаємодії текстів в дискурсі).

Тип новинного дискурсу передбачає застосування такого поняття як «новина». Залежно від різного практичного чи теоретичного контексту використання цієї дефініції новина постає як «сировина для сфери публіцистики», але в іншому випадку функціонує як окремий жанр журналістики [5, с. 23]. Суттю новини є інформування її отримувачів стосовно останніх актуальних подій, процесів чи питань, де представляються сучасні підходи і погляди. Тому основоположними рисами новинних дискурсів є те, що їм притаманні номіналізування, структуризація інформаційних повідомлень згідно з ролевантними принципами, вони спрямовують свій меседж завдяки журналісту

і всьому засобу масової інформації, в них розподіляються семантичні ролі між учасниками подій тощо.

Таким чином функціонування новинного дискурсу в медійному середовищі відіграє велике значення для учасників всього інформаційного простору. Новинний дискурс як один з основних видів дискурсів спрямований на інформування споживачів новинного контенту мережі, що дає йому велику роль в житті соціуму.

Список використаних джерел:

1. Beaugrande R.-A., Dressler W. Introduction to Text Linguistics. URL: http://www.beaugrande.com/introduction_to_text_linguistics.htm

2. Фуко М. Археология знания. Київ: Ника-Центр, 1996. 208 с

3. Мороховський А.Н. К проблеме текста. Текст и его категориальные признаки: Сб. науч. тр. Київ: КГПИИЯ. 1989. С. 5 – 8.

4. Суська О.О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій мас-медіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини. Слово. Символ. Текст. 2006. С. 211–226.

5. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. по -сіб. : стандарти якості журналіст. практики / З. Вайшенберг, Ю. Ракерс ; пер. з нім. В. Климченко, А. Баканов. Київ : АУП ; ЦВП, 2004. 262 с.

Ліана Науменко,
к. філол. н., доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету, м. Ірпінь, Україна

ВІДОБРАЖЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ЖУРНАЛІСТА В ЖАНРІ РЕПОРТАЖУ

Постановка проблеми. Сьогодні пришвидшено розвиваються медіакомунікації. Часто швидкість передачі інформації переважає над її якісними показниками. Саме жанр репортажу дозволяє журналістам досить оперативно відображати події, що відбуваються. Журналісти, які працюють у жанрі репортажу – репортери. У Тлумачному словнику української мови зафіксовано таке значення цього слова: «Репортер – співробітник газети, радіо, телебачення і т. ін., який пише репортажі про факти повсякденного життя» [9, VIII, с.510]. Останнім часом дослідники в сфері журналістики порушують питання про роль самого журналіста як автора репортажу у сприйнятті його матеріалу читачами, глядачами чи слухачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню цього питання присвячена значна кількість робіт. Серед них варто звернути увагу на праці А. Іващук, М. Галлера, Л. Шутяк. Інформаційна база дослідження ґрунтується також на роботах В. Здоровеги, Д. Рендела, О. Москаленка, О. Бикової, М. Василенка, Ю. Коваленко, А. Мамалиги та ін.

Формування цілей тез. Наше завдання – визначити дозволений ступінь присутності самого автора в репортажі та засобів вираження авторської позиції.

Виклад основного матеріалу досліджень Український дослідник інформаційних та аналітичних жанрів М. Василенко в одному з підрозділів своєї роботи розглядає питання про роль особитості в журналістиці та особистість самого журналіста. Автор детально аналізує проблему становлення творчої особистості в колективі редакції, також наголошує на необхідності швидко та ефективно вирішувати питання, що мають етичний характер. Він звертає увагу на той факт, що значна кількість нових співробітників приходить до редакції напередодні передвиборчих кампаній, а робота в такого типу друкованих виданнях вимагає окрім професійних навичок, ще й відповідної моральної позиції або вміння пристосовуватися, погоджуватися з тим, що відбувається навколо. В останньому випадку – це відсутність моральної позиції. М. Василенко подає власну оцінку доцільності функції агітації та функції пропаганди в українській журналістиці. Суть її в тому, що «загострення соціальних відносин, розширення меж бідності через постійний тиск на найнеобхідніші компоненти життєдіяльності, безумовно, несе із собою ризик соціальних конфліктів» [4]. Також автор робить прогноз стосовно найближчих років, коли очікується процес спочатку поступового, а потім лавиноподібного розвитку суто партійно-агітаційної преси. А це в свою чергу призведе до появи значно більшої кількості

матеріалів, що будуть написані в інформаційних жанрах. Отож, функція інформування поступиться функціям агітації та пропаганди.

О. Бикова досліджувала специфіку роботи репортера в друкованих ЗМІ. Науковець розглянула специфіку професії репортера газети, вказавши, що вона полягає в поєднанні двох різних видів діяльності: зборі новин та написанні матеріалу. Авторка розглянула значення терміна «репортер» та трактування його зарубіжними й вітчизняними дослідниками. Наголошує, що в кожному репортажі повинна відчуватися авторська індивідуальність. Автор повинен уміти вибирати з великої кількості засобів художньо-образного зображення саме ті, за допомогою яких якомога повніше можна зобразити конкретне явище, подію чи ситуацію. Особливу увагу О. Бикова приділяє літературним здібностям журналіста.

Варто дослухатись до думки британськогго журналіста Д. Рендола, який зауважив, що становлення репортера залежить від настанови й характеру [8, с. 12].

Структуру репортажу складає інформація про подію, передача атмосфери заходу, співбесіда з учасниками або свідками події, опис або відображення. Професіоналізм журналіста проявляється в тому, щоб усі частини репортажу були органічно поєднані в одне ціле, доповнювали одна одну та розкривали тему. Завдання репортера полягає в тому, щоб передати враження від події. Автор репортажу повинен вміло висловити за допомогою слів інформацію про якусь подію з людського життя так, щоб читачі, глядачі чи слухачі перенеслися подумки на місце події та відчули те, що відчув сам журналіст. Для цього потрібно використовувати різні прийоми: опис, цитати, асоціативну передачу емоцій, запахів, кольорової гами. Репортаж складається із значної кількості матеріалу, тому ілюстративний матеріал повинен привертати увагу аудиторії.

Репортаж має синтетичний характер. Саме через це його не можна стовідсотково віднести до інформаційного жанру, бо для нього можуть бути характерні властивості й інших жанрів. Також варто зазначити, що для репортера важливо показати як розгортається сама подія, а не її результат.

У репортажі саме автор є основним розпорядником і головне його завдання – створити цілісне враження про епізод із життя. Тому можемо стверджувати, що індивідуальність журналіста в жанрі репортажу базується на ерудованості, умінні створити індивідуальний стиль. Завдання кореспондента не лише в тому, щоб знайти цікаву подію, а й підібрати потрібні слова, аби викликати потрібну реакцію у реципієнтів. Журналіст повинен володіти комунікативними здібностями, вміти узгоджувати контакти з усіма, хто може надавати інформацію для репортажів. Ще одна властивість репортера – уміння підлаштовуватись під ситуацію. Не кожен кореспондент здатен виїхати на місце події вночі або в інший незручний для нього час. Сьогодні, коли в Україні йде повномасштабна війна, журналістам інколи доводиться працювати в екстремальних умовах.

Дослідники зазначають, що для того, «щоб гідно і якісно зрежисерувати репортаж, слід мати дві якості: талант і професіоналізм. Талант – від Бога, а

професіоналізм – це набуті у практиці і навчанні відповідні навички та вміння» [7].

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків. Отже, в репортажі важлива роль належить авторові. Головне завдання журналіста – створити цілісне враження про епізод життя. У репортажі він є головною фігурою. Репортер описує подію через призму власного бачення. Зазвичай репортаж має інформаційно-аналітичне забарвлення. Індивідуальність журналіста в цьому жанрі залежить від його ерудованості та рівня його індивідуального стилю. Необхідною якістю для автора репортажу є вміння тонко відчувати слово, точно виражати власну та чужу думки.

Матеріали можуть бути використані для подальшого дослідження жанрових особливостей репортажу та ролі автора у цьому жанрі.

Список використаних джерел:

1. Бабій О. Телевізійний репортаж: сучасні реалії, методи зацікавлення аудиторії. Вінниця. 2020. 77 с.

2. Бикова О. Жанрово-стильова специфіка репортажів на військову тематику. URL: https://www.researchgate.net/publication/329994384_Zanrovo-stilova_specifika_reportaziv_na_vijskovu_tematiku_za_materialami_zbirki_Veni_Vidi_Scripsi_Vijna_Zitta_de_facto/fulltext/5c284d

3. Бикова О. Специфіка роботи репортера в друкованих ЗМІ. Синопсис: текст, контекст, медіа. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stkm_2013_2_11

4. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ: Інститут журналістики КНУ імені тараса Шевченка., 2006. 238 с.

5. Галлер М. Репортаж: навчальний посібник. Пер. з нім. В.Климченко, В.Олійник; За загал. ред. В. Іванова Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 348 с.

6. Коваленко Ю. Сучасний телевізійний репортаж: жанрові та мистецькі ознаки. *Культура України*. Випуск 45, 2014.

7. Мамалига А. Комунікативно-текстові побудови в проекції синергетики. *Вісник Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка*. Сер. Журналістика. Київ, 2006. Вип. 14. С. 5 –9.

8. Рендол Д. Універсальний журналіст. Київ: «К.І.С.», 2007. 288 с.

9. Словник української мови: в 11 томах. Т.8, С. 510.

10. Шутяк Л. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: ґенеза та жанрово-стилістичні ознаки: дис…канд. наук із соц. ком.: 27.00.04 / Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 2015. 216 с.

Сніжана Розсудовська,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Державного податкового університету,
Ірпінь, Україна

STORYTELLING ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: МОВНИЙ АСПЕКТ ТА ХУДОЖНЯ СТИЛІСТИКА ЖАНРУ

Постановка проблеми. Реклама починає втрачати свою дієвість у конкурентних сферах бізнесу та влади, у яких однотипні товари продають майже за ідентичними цінами. Проте безкомпромісне нав'язування різноманітних поглядів спонукає користувачів до опору. Кожен із нас схильний довіряти особисто підбитим підсумкам. Тому й виникла ідея написання тез на тему *"Storytelling як інструмент комунікації в економічній журналістиці: мовний аспект та художня стилістика жанру"*. Так, адже журналістські мотиви мають велике значення у сфері економічних питань, особливо маркетингу. Серед основних цілей дослідження є висвітлення належним чином питання щодо журналістського жанру життєвої історії як ключ продажів і залученості потенційних клієнтів до споживання рекламованого продукту.

Аналіз наукових досліджень. Дослідженням сторітелінгу в економічній журналістиці займаються такі науковці: О. Оргієць, С.І. Ковпік, В.М. Кірносова, О.В. Кузик, Є.Й. Майовець. Серед іноземних дослідників є Дж. Готмала, К. Холл, М. Лівіна, К. Лоуренс, Дж. Лазаускаска та інших.

Виклад основного матеріалу. Сторітеллінг – це дія, що дає можливості реалізувати успішну компанію з маркетингу, окреслити свою ідентичність серед інших конкурентів і отримати майбутніх клієнтів [3].

Сторітеллінг – це модернізований крок до написання матеріалів і створення журналістських творів. Грамотно структурована розповідь викликає у читача відповідні почуття. Адже все, що сприяє виникненню емоцій, закарбовується в нашій пам'яті ліпше [3].

Якщо прибуткові матеріали ніби змушують придбати це зараз, то сторітеллінг дає людині можливість обрати та виражати свою критичне мислення щодо певної пропозиції. Це і є ключовим фактором цього жанру. Методикою слугує перш за все передбачення в собі знаходження спільної мови між читачем і автором, що сприяє побудові відданих взаємовідносин [1].

Обов'язково варто пам'ятати про правила такого жанру журналістської діяльності. Першочергово – це написання матеріалів, грунтуючись на основних фактах і пропозиціях. Дійсно, оповідач має добре володіти мовленнєвою грамотністю й харизмою, але цього недостатньо для оволодіння відповідною методикою. Вразлива розповідь – не успіх для автора. Успіх виявлятиметься лише тоді, коли читач серйозно буде обґрунтовувати в себе в голові ту чи іншу

думку, яка представлена в матеріалі [4].

Розповідь має окрилювати та надихати, спонукати до замислення з приводу тої чи іншої теми (питання) та провести аналіз. Добре розуміють той матеріал, який має таку структуру:

1. Теза;
2. Доведення на прикладах;
3. Висновки, що випливають із попереднього твердження [2].

Сторітеллінг або вміння розповідати історії у будь-якому форматі, використовується від імені організації чи компанії для якісного спілкування. Це може сформувати довіру та допомогти створити тісні зв'язки із користувачами відповідних послуг.

Технологія цього жанру журналістської діяльності використовується з метою:

- побудувати з користувачем ментальний взаємозв’язок;
- створити у споживача непохитне бачення про організацію;
- підняти продуктивність і популярність бренду;
- ненав’язливо надати допомогу споживачу обрати ту чи іншу продукцію [4].

Сторітеллінг не просто продає й розважає, цей жанр дає можливість представити свій досвід і досягнення. Авжеж результатом має стати непоганий прибуток, але першочергово – це алгоритм дій відповідно до журналістських стандартів.

За допомогою такого медійного оповідання ви спрощуєте меседж, який важко зрозуміти, створюєте фізичні основи для абстрактних понять і демонструєте яскраві описи певних подій і ситуацій [1].

Яскравим прикладом є певні рекламні ролики, які показують, як можна «оживити» товар і створити сильний попит на нього. Це є реклама розкладного стільця від IKEA, яка містить багато гарних емоцій для цільової аудиторії. Такою ж є презентація сторінки «Про нас», власником якої є український бренд Week. З цікавою та професійною подачею матеріалу, одразу ж видніється результат. Це є ключем до успіху.

Незважаючи на ефективність журналістського сторітеллінгу в процесі маркетингу продукту, він все ще спрямований на постійний розвиток, оскільки маркетингові інструменти з часом можуть втомитися. Потенційні споживачі продукції, які розуміють, що типовий маркетинговий план постачається знову і знову, з часом можуть стати більш скептичними [1].

Найчастіше в маркетингу продукту використовується історія з трьох кроків. Іноді вони просто асоціюють продукт з історією про його попереднього власника. Були випадки, коли стартова вартість товарів стрімко збільшувалася завдяки вдалому використанню інфоприводу. Речі, які не мають «попередньої» історії, дуже низько вартують, але, коли для них представляється цікава ситуація, ціна значно зростає. Будь-які незначні вироби стають привабливими та унікальними в очах споживачів. Те, що купується і є пов’язане з розказаною історією, то це точно спрацювала якісна подача матеріалу, а не потреба в цій

продукції [2].

Якщо можливо, слід заохочувати потенційних клієнтів візуалом або аудіорозповіддю. Історія може привернути увагу сама по собі, але в поєднанні з зображеннями, звуками, запахами це можливіше. Вплив такого контенту на аудиторію може бути настільки важливим, що деякі історії залишаються в пам’яті на все життя та створять довгострокову привабливість до рекламованого бренду [4].

Деякі рекламні кампанії заохочують до свого матеріалу кінцівки з інтригуючим завершення. Це спричиняє виклик інтересу та заохочення уваги до скорішого отримання відповіді на всі питання, які виникли в голові споживача. Це слушна техніка, але на постійній основі використовувати її не варто. Почувши розв'язку, покупець може надовго утримати в своїй уяві цю подію. Однак поширеність цієї діяльності може спричинити до надмірного зниження інтересу [3].

Отже, варто підбити підсумки, а саме наголосити на тому, що сторітеллінг є одним із найефективніших інструментів маркетингу економічної діяльності. Ефективність, дієвість і доступність цього методу підтверджено щоденною роботою над нею, однак розповідь варта постійного вдосконалення, особливо за рахунок використання оповідань з простою структурою. Потенційному клієнту набридли стандартні мотиви презентації продукту та неструктуровані маркетингові меседжі. Тому розповідь стає з кожним часом розповсюдженішою й обговорюваною основою для маркетингових продуктів.

Список використаних джерел:

1. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 240 с.

2. Кірносова М.В. Сучасні тенденції розвитку сторітелінгу у цифровому маркетингу. Маркетинг і цифрові технології. 2020. № 2. С. 17—26.

3. Кузик О.В. Сторіфікований маркетинг у діяльності українських агропромислових підприємств. Агросвіт. 2020. № 13—14. С. 47—53.

4. Оргієць О. Застосування організаційного сторітелінгу як інструменту збереження інституційної пам'яті в системі державної влади. Державне управління та місцеве самоврядування. 2017. № 1 (32). С. 42—48.

Тетяна Сукаленко,
д. філол. н., професор, професор кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна
Світлана Шпетна,
к. пед. н., доцент кафедри іноземних мов за професійним спрямуванням ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
м. Полтава, Україна

ЖАНР ІНТЕРНЕТ-ЩОДЕННИКА ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТЕКСТІВ СУЧАСНОЇ БЛОГОСФЕРИ

Глобальні соціокультурні, політико-економічні зрушення, що мають місце у XXI столітті, суттєво вплинули на всі без винятку сфери життя і знайшли своє відображення у різновекторних дискурсах. На тлі підвищеного інтересу до змін, що відбуваються сьогодні в Україні, об'єктом нашої уваги стали тексти віртуальної літератури, зокрема онлайнові щоденники, які дають можливість їх авторам не лише вести блоги, відкриваючи їх для всіх охочих, отримувати відгуки на свої записи й відповідати на них, самореалізовуватись, демонструвати свою компетентність, але й формувати приватне співтовариство, вибудовуючи з великої кількості LJ-тів щоденникову лінію користувачів, які будуть найбільш цікавими й близькими.

Мета статті – дослідити жанр «Інтернет-щоденник» та виявити його основні характеристики, з'ясувати специфіку ведення онлайнового щоденника, здійснити контент-аналіз сучасних віртуальних щоденників.

Жанр публічних щоденників існував із часів античності до сьогодення. Тому сучасний щоденник як жанр віртуальної літератури є досить популярним, оскільки через зміну векторності суспільної свідомості, за твердженням І. Барбукової, більшість користувачів Інтернет-простору надають перевагу сучасним оригінальним публічним формам спілкування, зокрема блогам перед класичним щоденниковим діалогам із собою. Дослідниця акцентує увагу на тому, що живий журнал є досить зручним середовищем за швидкістю реакції, прозорості й можливості відбору респондентів, свободи й розкутості у смисловому й стилістичному планах, розумінні тих чи тих подій, у тому числі культурних і політичних, а разом із новинними сайтами функціює як частковий замінник інформаційної компоненти телебачення [1].

Нові інформаційні технології сприяли появі онлайнового різновиду щоденникового жанру. Автори усвідомлюють, що такий перехід є цілком очевидним, оскільки сучасні віртуальні щоденники вже стали надбанням літератури. Проте для більшості користувачів і авторів онлайн-щоденники є поза межею класичних жанрів. Тому цілком виправданим є той факт, що жанр віртуального щоденника є малодослідженим і вимагає наукового визначення цього феномена як форми самовираження не лише автора, а й користувача. Це зумовлює й зростаючий інтерес сучасного літературознавства та мовознавства до

новітніх жанрових форм, модифікацій щоденників, мовного вираження ідейно-смислових пріоритетів онлайнового щоденника як проміжного жанру документалістики й мемуаристики.

Віртуальна література, яка почала формуватися й функціювати як особлива форма мистецтва слова та якісно новий простір буття з огляду на свою природу, призначення, виявилася здатною до відображення та продукування глобальних загальнокультурних змін.

В українському літературознавстві та мовознавстві сформувалося різнопланове осмислення особливостей жанру щоденника, оскільки існують суперечливі погляди на його визначення та місце в сучасному культурному просторі. Дискусійні питання з історії розвитку та теорії щоденникового жанру засвідчують відсутність єдиної методології та методики, де було б враховано компоненти історико-генетичного, порівняльно-історичного й типологічного методів аналізу. Периферійне становище, яке щоденник традиційно займає у сучасних дослідженнях серед інших жанрів, а саме визначення його ознак, законів і його місця в системі прозових жанрів залучає до дискусії багатьох науковців. Щоденник як жанр утверджується на власних позиціях як цілісна структура, що має випрацювані власні канони та поєднує жанротворчі характеристики суміжних жанрів.

На нашу думку, заслуговують на увагу дослідження, що вивчають питання сучасних щоденникових форм та особливостей жанру (К. Танчин, Р. Семків). Характеристиці типології та поетики мережевої літератури присвячене дисертаційне дослідження Ю. Завадського, особливості віртуального дискурсу висвітлені в наукових розвідках С. Заборовської. Сучасні дослідження жанрової специфіки мережевої літератури впливають на становлення парадигми сучасної теорії жанрів.

Віртуальний щоденник належить до «мережевої літератури». Це спосіб донесення «живих» текстів до читача, текстів незавершених, фрагментарних, однак цілісних у межах авторської свідомості.

Мережева література – це блоги, інтеракція, вікі, ґуґл, гіпертекст, гіперфікшн, кіберпанк, культура. Зокрема блоги – канали зв’язку, автоматизовані інтерфейси, які дають змогу коментувати й бути прокоментованим, мати архів публікацій, можливість легко створити свій сайт. Живий журнал, безумовно, не єдиний спосіб вільного поширення власних думок, проте наразі саме LiveJournal (Живий Журнал) має найбільшу аудиторію на всій території України, якісну програмну підтримку, численні активні спільноти користувачів.

Ознаками онлайнового щоденника є його оперативність, відвертість, демократичність. Осучаснена щоденникова форма, онлайнові щоденники, трансформують конститутивні ознаки класичного щоденника в сучасні блоги. У віртуальних щоденниках способом відвертого «висловлювання» себе автор обирає різні жанри: сповідь, спостереження, афоризм, жарт, миттєву розмову в кулуарах, риторичні фігури й особисте одкровення з інтроспекцією тощо. Тому щоденниковий жанр об’єднує внутрішню різноманітність малих жанрів. Мережа дозволяє як експериментувати з формою, так і залишатися в межах традиційного

письма. Через те в мережевій літературі існує альтернативний вектор розвитку – нелінійні гіпертекстові конструкції з візуальними і звуковими ефектами.

З-поміж значного масиву журналів, які містять огляди мовних моделей «як я провела/ провів нині день» та журналів, у яких вмотивовано окремі художні твори, простежуємо спроби концептуалізації, автоміфологізації, зразки непересічної оповідності, а також констатуємо зростання кількості візуально орієнтованих чи змішаних візуально-текстових журналів. Зміст і мета блогів досить різні. Це може бути список покликань, які постійно поповнюються коментарями, новини, приватні повідомлення, обговорення будь-якої теми, ідеї, що зацікавили автора. Деякі з віртуальних щоденників сформовано за зразком щоденникових записок, інші є збірками поезій, невеликих есе, літературних проєктів тощо [1].

Веблог може бути збірником статей, які є результатом обговорення ідей і тем. У цьому випадку динамічне поле може мати покликання на статті самого сайту та матеріали інших ресурсів із тієї ж теми.

Значна частина блогів – персональні проєкти, інші – колективні, присвячені окремій темі й об'єднують людей з однаковими інтересами, які дискутують і обмінюються інформацією.

У мережевій літературі потенціал щоденника необмежений у часі та просторі, він перестав бути тільки «текстом-для-себе», ставши і «текстом-для-інших». Текст щоденника, як і будь-який інший текст, є макрокомунікативним актом, під час якого відбувається взаємодія читача з автором. На сторінках онлайнових щоденників читач знайомиться з авторською позицією – позицією критика.

У теорії щоденникового жанру відкритим залишається питання «називання / замовчування (шифрування)» конкретних імен у тексті. Однак більшість щоденникарів дотримуються принципу напіввідкритості, анонімні «N.» ми спостерігаємо і в щоденниках Т. Шевченка, Л. Танюка, О. Гончара. На таке явище натрапляємо і в щоденниках на Інтернет-ресурсах.

У сучасних Інтернет-щоденниках, як і в сучасному мемуарному дискурсі, вже частково втрачено принцип «цілісності образу автора». Так, наприклад, Є. Баран дозволяє читачу побачити себе не тільки в літературній чи навколо літературній площині, а й у площині суспільній, політичній, побутовій, інтимній [2]. Під таким кутом зору його щоденник близький до щоденників А. Любченка і Ю. Луцького.

В електронний «щоденник» автор у довільній формі й у довільний час занотовує все, що хоче, – думки, твори, цитати, знімки, жарти. Тут можна краще пізнати його життя й погляди, побачити сам процес творчості, (бо дуже часто у блогах публікують нові, часто недоопрацьовані твори), поспілкуватися з письменником у формі дописів-коментарів.

Ідеальним способом спілкування між читачами або між читачами й автором є форум на персональному сайті. Індивідуальний стиль, манера письма, своєрідний авторський підхід, особливості Інтернет-середовища – нова форма самовираження авторів, які пишуть онлайн-щоденники. Серед особливостей

індивідуального стилю веб-щоденників виокремлюємо норму авторської поведінки, актуалізацію естетичних цінностей, підбір мовних засобів, групування контенту, словесну організацію тексту тощо.

Отже, поява щоденника як явища віртуальної літератури, його жанрово-стильових особливостей зумовлені впливом ідейних і соціокультурних течій сучасної доби, розвитком новітньої літератури й критики. Текстове наповнення Інтернет-щоденників відображає не лише жанрові та стилістичні преференції їхніх авторів, а також переконливо засвідчує активність суспільних мовних процесів, адже мова авторських текстів та коментарів до них є також цінним матеріалом для мовознавців з погляду синхронії.

Список використаних джерел:

1. Барбукова І. С. Онлайновий щоденник як феномен віртуальної літератури: жанрова природа, поетика: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.06 «Теорія літератури». Донецьк, 2012. 23 с.

2. Баран Є. М. Наодинці з літературою... : щоденникові нотатки, есеї. Луцьк : Твердиня, 2007. 172 с.

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

Ірина Гумовська,
к. філол. н., доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій Західноукраїнського національного університету,
м. Тернопіль, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УСПІШНОГО ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ПРИ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

У період процесів глобалізації та у час формування комунікації в міжкультурному просторі, зокрема спілкування у сфері бізнесу, який стає дедалі популярнішим, переклад економічного дискурсу залишається актуальним. Слід зауважити, що тут однією з важливих складових є термінологія та її правильне тлумачення для досягнення порозуміння між іноземними партнерами. Терміни зустрічаються у текстах з різних галузей науки, і завдання перекладача полягає в тому, щоб адекватно передати значення цих фахових слів та словосполучень.

Значущим для нашої роботи є дослідження перекладу економічного тексту як важливого чинника міжкультурної бізнес-комунікації. Під бізнес-комунікацією ми розуміємо міжособистісне та міжгрупове спілкування, структура, функції та специфіка якого зумовлено сферою ділових відносин, у якій вони використовуються.

Питання значення слова, зокрема термінологічної одиниці в певному контексті, стає дедалі популярнішим. Вітчизняні та світові лінгвісти представляють багато версій словесного значення. Усім відомо, що слово – - явище багатоаспектне, воно має фізіологічні, акустичні, психічні, соціальні ознаки. Щоб увійти в семантичну систему мови, повинні бути названими предмет і поняття. Якщо значення слова будемо приймати як зв'язок відображення фізичної сторони слова та відображення предмета, тоді будуть зрозумілими співвідношення, з якими входить слово у мову: денотативне (слово – предмет), сигнифікативне (слово – поняття), структурне (слово – інше слово).

Питанням перекладу, семантизації та семантичної еволюції присвячено низку праць, зокрема плідними є роботи Т. Кияка, О. Балацької, О. Куц, Л. Чередник, О. Сніговська, Л. Козуб, М. Гузинець, Т. Близнюк та ін. Т. Кияк аналізує функції та переклад термінів у фахових текстах. Український лінгвіст досліджує особливості та класифікацію лексики фахового тексту, виокремлює закономірності побудови фахових текстів, поділяє фахові мови. Т. Кияк зазначає також, що такі тексти розрізняються на текстовому й термінологічному рівнях [4]. О. Сніговська аналізує особливості перекладу англійських економічних багатокомпонентних термінів [5]. Деякі питання, які важливі для нашого дослідження, розглядають М. Гузинець та Л. Козуб у своїй праці про *специфіку перекладу термінів в підмові аграрної галузі [3].*

Нашою метою є дослідження семантики та особливостей перекладу юридичних термінів в економічному дискурсі при бізнес-комунікації.

При здійсненні перекладу правничих термінів в економічному контексті спеціаліст повинен володіти величезним багажем знань стосовно загальновживаних чи фахових слів, а також розуміти сучасні тенденції в різних сферах діяльності, зокрема у галузях міжкультурного спілкування. Перекладачеві слід враховувати специфіки юридичних систем інших країн, пам'ятати про лінгвокультурологічні особливості перекладу, зокрема документів (угоди, контракти, платіжні доручення, бухгалтерські баланси, рахунки-фактури, накладні, і т.п.).

Суть перекладу економічного чи юридичного дискурсу полягає також у роботі з текстами різних жанрів. Безумовно, такі матеріали мають свою своєрідність, яка суттєво впливає на процес і результат тлумачення. Тут доводиться враховувати особливості правових та економічних систем різних країн світу. Перекладаючи юридичні документи міжнародних організацій, спеціалісти повинні чітко передавати зміст, форму, стиль і значення оригінального документа.

Питання значення слова залишається одним із важливих компонентів для перекладу, зокрема значення термінологічної одиниці. Відомо, що слово як одиниця мови – явище багатоаспектне і має характеристиками акустичні, фізіологічні, психічні, соціальні. Для входження у семантичну систему мови, повинні бути названими і предмет, і поняття. Якщо значення слова – це зв'язок двох відображень – відображення фізичної сторони слова та відображення предмета, то стає зрозумілим відношення, з якими слово входить у мову: денотативне (слово – предмет), сигнифікативне (слово – поняття), структурне (слово – інше слово).

Дослідження правничих та економічних термінів здебільшого проводимо у межах структурно-семантичного аналізу, в системі відповідного дискурсу – економічна термінологія в економічному дискурсі, юридична – в юридичному і т. д. Вперше досліджується проблема функціонування юридичної термінології в економічному дискурсі, а також семантичного поля юридичної термінології в структурі економічного дискурсу.

Зазначимо також, що семантичні поля можна розглядати за ступенем термінологічності або за ступенем зберігання значення у певній вузькоспеціальній галузі, так само за прагматикою контексту. В економічному дискурсі юридичний термін може зберігати значення повністю, зберігати його частково або повністю його втрачати.

Дослідження показало, що коли юридичні терміни входять в економічну підмову, то вони проходять так звану спеціалізацію, змінюючи своє місце в системі і дефініції. Вони стають омонімами вихідних термінів або можуть перетворюватися в омоніми. Наприклад, термін *liability* – «осудність», відповідальність», «зобов'язання», в юридичній терміносистемі є омонімом економічного терміна *liability* (у множині) – «пасив».

Нами проведено аналіз юридичних термінів стосовно збереження чи втрати первісної семантики і це такі слова: *term, contract, tort, fraud, law* та ін. Семантиці у економічному дискурсі відповідають близько 99,6 % термінів. Ці слова чи словосполучення перекладають однаково. Близько 0,2 % термінів частково можуть реалізувати значення того чи іншого юридичного терміна, їх уже будуть перекладати з урахуванням контексту. Ми помітили, що існує явище десемантизації згаданих термінів у структурі економічних текстів різних жанрів (це становить 0,2% термінів). Нами виявлено також і випадки, коли одночасно в різних економічних контекстах терміноелементи юридичної терміносистеми можуть зберігати юридичну семантику, частково реалізовувати її і повністю зберігати. Таких термінів виявилося два: *valid, capacity.*

Наше дослідження дозволяє дійти висновку, що юридичні терміноелементи дедалі ширше використовуються у структурі економічних текстів різних жанрів. Високий відсоток відповідності юридичному значенню терміна в економічному дискурсі передусім пояснюється тісними зв'язками економіки з правознавством. Юридичні терміни входять у підмову економіки на рівні її різних жанрів: монографії, статті, доповіді (монографічної літератури на економічну тематику), контрактів, угод (економічної документації), науково-популярної літератури та газетного жанру з питань економіки та сталого розвитку. У всіх цих жанрах економічної літератури функціонують юридичні терміни та термінологічні словосполучення, які проявляють спільні та індивідуальні риси щодо семантичної реалізації, соціальної та культурологічної орієнтації. Розгляд таких аспектів щодо правничих терміноелементів полегшить завдання перекладу фахових текстів та дозволить уникнути певних недоліків при міжкультурному спілкуванні, зокрема при бізнес-комунікації.

Список використаних джерел:

1. Балацька О. Л., Куц О. В., Педашев С. А. Особливості англо-українського перекладу багатокомпонентних термінів: лексичні трансформації. *«Молодий вчений»*. № 5.1 (69.1). 2019. С. 14-17.

2. Близнюк Т. П. Крос-культурні особливості комунікації в Україні. [Електронний ресурс]: *Харківський національний економічний університет, Науково-технічна бібліотека,* Електронний архів (репозитарій irHNEU)// Економіка розвитку. 2011. №1(57). С. 72-74. Режим доступу до журн.: http://www.repository.hneu.edu.- ua/jspui/handle/123456789/7769. Pdf

3. Гузинець М., Козуб Л. *Специфіка перекладу термінів в підмові аграрної галузі. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»* (Вип.55). 2015. С. 73-74.

4. Кияк Т.Р.Функції та переклад термінів у фахових текстах. *Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка*. Вип. 32.2007. С. 104-108.

5. Сніговська О.В. Особливості перекладу англійських і новогрецьких економічних багатокомпонентних термінів. *Наукові записки Національного*

університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». Випуск 61. 2016. С. 329–332.

6. Чередник Л. А. Роль перекладу в кроскультурній комунікації. [Електронний ресурс]: *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2021. № 51, том 3. С. 78-81. URL: http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/10316/1/vestnik_%E2%84%9651_3_2021_%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf

7. Шумило І. І., Карпушина М. Г. *Труднощі перекладу юридичних термінів англійської мови. «*Молодий вчений» • № 12 (52). 2017 р. С. 275-278. URL.: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/63.pdf

8. Dorothy Duplessis Canadian Business and the Law. *Solution Manual. 5th Edition*. 2014. 171p.

Nataliia Koshil,
PhD in Philology, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Information and Communication Technologies
West Ukrainian National University,
m.Ternopil, Ukraine
Olha Hyryla,
Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Information and Communication Technologies
West Ukrainian National University,
m.Ternopil, Ukraine

TEACHING BUSINESS COMMUNICATION FOR CROSS FUNCTIONALITY

We are living in a crisis period of accelerated development. Lockdown, forced distancing and a war in Ukrane as a litmus test showed us the nearest future and what business communication will be like in the following years. Each period of world history is characterized by a certain way of thinking. Nowadays, metamodernism rules the ball i.e. a cross between modernism with its belief in the power of man to change the world around him and postmodernism with its total irony and simulacra of real life. Forced distancing and work "from home" became another crisis factor of changes in communication.

The form of communication "face -screen" for an individual, of course, has both its pluses and minuses. If we talk specifically about business communication, there are enough disadvantages.

First of all, it is a lack of information. The standard office situation "quickly asked – heard somewhere – you know the context – make a complete picture" – has become very complicated. Secondly, it is an increased irritability, as obviously 2-3 online meetings per day exhaust employees. Finally, there are many communication difficulties. Constant communication with the "screen" will drive anyone crazy, and there are objective reasons for this, which were recently investigated by scientists from Stanford. In real life, close-up face-to-face communication indicates aggression, so such "closeness" on a subconscious level can scare us. Moreover, we do not read all the "non-verbal" of a person through the screen. Besides, the quality of the image often does not reflect facial expressions enough to draw accurate conclusions about the interlocutor's emotions. As a result, we get tense and nervous. There is no sense of reality, consequently some people believe that what is said not in person, but through the screen, does not happen in reality, but as part of a simulacrum game. The sense of responsibility is lost. During video communication, it is more difficult for a person to monitor the dialogue, people feel the interlocutor less, interrupt or remain silent.

In general, cross-functionality is a reality of the 21st century. We believe that everyone understands how the experience of working with colleagues from different departments and directions enriches each team member and the final result of the

project. Meanwhile, each team member should have equal opportunities to receive the necessary advice and assistance. And the team should work like a well-adjusted organism. That is, we must understand that our contribution and our help do not go unnoticed, and this will not make my colleague more successful than us. All in all, everyone's contribution should be valuable, and success should be common.

References:

1. What is Cross-Functional Collaboration? URL:: https://www.kainexus.com/employee-engagement/cross-functional-collaboration (date of access 05.02.2023)
2. N. Rybina, N. Koshil, O. Hyryla Peculiarities of intercultural English communication as a manifestation of English competence Закарпатські філологічні студії. Наукове видання. Видавничий дім «Гельветика»: Ужгород, 2022. №22, Том 2. С.104-110

Людмила Киба,
старший викладач кафедри англійської філології
та методики навчання англійської мови
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна

ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ: ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕГОВОРНИХ НАВИЧОК

Сучасні реалії істотно впливають на парадигму університетської освіти. До будь-якого предмета, який розуміється як навчальний предмет, слід підходити не як до сукупності готових знань, а як до живого знання. У навчальних планах вищих навчальних закладів у минулому залишилися такі навчальні дисципліни, як, наприклад, англійська мова чи іноземна мова, поступившись місцем дисципліні «Іноземна мова за професійним спрямуванням». Така заміна є обґрунтованою, а **актуальним** є пошук сучасними науковцями (Balboni, Bouchard, Jenkins, Lochtman, Widdowson та інші) відповіді на запитання «Яка англійська принесе найбільшу користь студенту?».

Метою публікації є опис практичного досвіду формування інтегрованих (лінгвістичних та професійних) компетенцій в курсі іноземної мови за професійним спрямуванням (спеціальність «Міжнародні відносини»).

Володіння іноземною мовою, необхідною для виконання посадових обов'язків, входить до основних вимог до осіб, які претендують на зайняття посад дипломатичної служби різних категорій з виконанням дипломатичних функцій. Університетського курсу іноземної мови у подальшому буде недостатньо з багатьох об'єктивних причин і оскільки функціональні характеристики дипломатів включають низку різноманітних обов'язків і завдань, що потребують різного рівня володіння іноземною мовою, далі сьогоднішніх студентів чекає спеціальна мовна підготовка (доучування), яка здійснюватиметься диференційовано, в залежності від кваліфікаційних потреб, результатом якої стане володіння як стратегічними, так і лінгвістичними компетенціями у обраній галузі. У пошуках відповіді на запитання «Яка англійська принесе найбільшу користь студенту?», на передній план у викладанні вийшли компетенції, яким раніше в аудиторії приділялася лише побіжна увага. Формування комунікативної компетенції поступово трансформується у формування міжкультурних та адаптивних навичок ("*accommodation skills*"), навчання здатності успішно спілкуватися, орієнтуючись у складних політичних, міжкультурних, світоглядних ситуаціях, у яких значення спільно створюється та розповсюджується, де джерелом інформації у ситуації виступає не носій мови, а й той, хто вивчає мову, акцентування у навчанні на стратегічній компетенції (стратегії не лише мовленнєвої взаємодії, а – що важливіше – з'ясування вкладеного у висловлювання змісту), урахування ролі міжособистісних стосунків та тактичних і стратегічних шляхів знаходження спільної мови, здатність опанування як загальних

соціокультурних норм, так і конкретних, ситуативних чи навіть вузькопрофесійних норм вибору мовних та мовленнєвих одиниць [1, с. 120].

Недостатня увага до послідовного формування і вчасної сформованості лінгвістично-стратегічної професійної компетенції обертається тим, що у площині міжнародної дипломатії і в переговорних процесах зокрема є десятки випадків комунікативних помилок та невдач. Переговори це процес, у якому кінцевий результат залежить від багатьох чинників, серед яких і вміння переговорника переконливо, ситуативно-виправдано, чітко та дипломатично виражати думки вербальними засобами. Іншими словами – граматичний і лексичний вибір може значно вплинути на результат зустрічі чи перемовин. З огляду на вищезазначене, як викладач англійської мови для студентів спеціальності «Міжнародні відносини», наведу практичні приклади того, як розставляються професійні акценти при роботі з граматикою та опрацюванні лексичного матеріалу не лише теми "*Negotiations*". З мовних паттернів, списку лексичних одиниць, обов'язкових до заучування, вокабулярного матеріалу з словниковими статтями, присвяченими словам, вжитим у навчальних текстах, вправ на пошук синонімів або антонімів, вправ на переклад тощо центр уваги змістився на ракурси певного явища та елементи, що створюють мапу теми [2, с. 220].

Ось деякі приклади. Перш за все увага студентів звертається на вживання модальних дієслів *would, could, may, might: This is a problem. > This would be a problem* (у другому прикладі мовець звучить менш категорично та провокаційно, хоча базовий посил не змінюється). Наступним варіантом пом'якшення негативних оцінок, прогнозів, попереджень тощо є уникнення вживання *can't* або *won't*. До того ж, психологи вважають, що ці мовні одиниці свідчать про налаштованість протидіяти нормальному перебігу того, що відбувається чи ж є ознакою того, що мовець є «пішаком», людиною, від якої нічого не залежить. Тож, більш конструктивним буде вживання *unable, not able, not in a position to: We won't accept anything less. > We're not in a position to accept anything less.*

Важливим є привчити студентів до використання у дипломатичному спілкуванні вербальних модифікаторів (*modifiers) slight, a bit, rather, a few* тощо, оскільки їх вживання пом'якшує вплив (чи ефект) поганих новин : *There may be a delay. > There may be a slight delay*. Професійною навичкою має бути уміння перефразувати, пом'якшити заперечне (*negative*) судження, використовуючи для цього такі вирази та слова як *not very, totally, completely* у поєднанні із «позитивним» прикметником чи дієприкметником: *We're unhappy with this arrangement. > We're not very happy with this arrangement. Або: I'm unconvinced. > I'm not totally convinced.* Тим не менш, заперечно-запитальні форми, навпаки, вважаються потенційно виграшними і потужними: запитання звучать більш переконливо і їх вживання доцільне при висловленні пропозицій чи попереджень: *Shouldn't we be working together on this?або: Wouldn't it be better to…?*

Популярними у дипломатів та переговорників є вживання на початку висловлювання пом'якшуючих слів (*introductory softeners*) *unfortunately, I'm afraid, to be honest, with respect* тощо : *This doesn't meet our needs. > Unfortunately, this doesn't meet our needs* або: *You don't quite understand. > With respect, you don't quite understand.*

Якщо метою є спонукання до перемовин чи демонстрація налаштованості на перемовини, то вживання прикметників у вищому ступені порівняння чи порівняльних прислівників (*-er, more, less)* є попередженням чи ознакою, що попереду не дуже приємні новини. Змін до контексту ці слова не вносять, проте роблять новину психологічно легшою для сприймання*: We're looking for something acceptible. > We're looking for something more acceptable.*

Професійно-корисним є і призвичаєння до вживання так званих «обмежувальних» виразів (*restrictive phrases*) *at the moment, at this stage, so far* тощо, які сигналізують про те, що несприятливий перебіг подій є лише тимчасовим і не виключена можливість бажаного розвитку подій у майбутньому: *That's our position. > That's our position at the moment*. Раціональним є налаштування студентів на ширше вживання пасивного стану дієслова, оскільки він усуває звинувачувальну конотацію висловлювання: не *You promised us...*, а: *We were promised*…

У мові дипломатії (у прямому сенсі, в англійській мові) велике значення має зважене вживання часових форм дієслів. Наприклад, вживання *Past Continuous (Past Progressive)* зберігає прагнення та варіанти учасників переговорного процесу відкритими: було прагнення досягти згоди і процес ще не завершився. *Past Perfect Continuous* несе імпліцитну інформацію, що сподівання на сприятливе вирішення питання ще не остаточно вичерпані, надія ще жевріє: *We aimed to reach agreement today. > We were aiming to reach agreement by today; We had hoped to see some movement on supplies. > We had been hoping to see some movement on supplies.*

Порадою, якою варто скористатися майбутнім дипломатам та переговорникам, є порада обмежити чи взагалі уникати вживання прикметників з негативною конотацією (*aggressive, careless, cruel…),* а у дипломатичних (як усних, так і письмових) текстах користуватися ухильним дієсловом *seem*: *We don't seem to agree*. Обов'язковим є і опанування вживання лексично-граматичних зразків зі словами *recommend / suggest /advise*, але без персоналізованого адресування через вживання займенника "*you*": *recommend / suggest something* ; *recommend /suggest something to someone; recommend / suggest (not) doing something* тощо.

Наведені приклади – це один з файлів із портфоліо досвіду роботи над забезпеченням комплементарного поєднання лінгвістичної компетенції із стратегічною, що є перспективним у світлі сучасних наукових пошуків.

Список використаних джерел:

1.Pawlas, E. & Paradowski, M.B., Misunderstandings in communicating in English as a *lingua franca*: causes, prevention and remediation strategies. // I. Koutni, I. Stria & M. Farris (Eds.), Role of Languages in Intercultural communication. – Poznan. – 2020. – P. 101-122.

2.Brinton, D., Content-based instruction // D. Nunan (Ed.), Practical English Language Teaching. – New York: McGraw Hill. – 2003. – P. 199–224.

Yana Levytska,
3rd year student,
B. Havrylyshyn Education and Research Institute of International Relations
West Ukrainian National University,
m.Ternopil, Ukraine

PECULIARITIES OF COMMUNICATION IN NEGOTIATION PROCESS

Many theories have been proposed to describe, predict, and understand the behaviors and phenomena of which communication consists. When it comes to communicating in business, we are often less interested in theory than in making sure our communications generate the desired results. But in order to achieve results, it can be valuable to understand what communication is and how it works [3].

In order to better understand the communication process, we can break it down into a series of eight essential components: 1) source; 2) message; 3) channel; 4) receiver; 5) feedback; 6) environment; 7) context; 8) interference [1, c. 51].

Each of these eight components serves an integral function in the overall process. Communication is the process of exchanging thoughts, ideas, and facts with groups of people or individuals important for achieving your goal. Its goal is to achieve mutual understanding and gain trust. Communication is the best that God gave us. It is an opportunity to listen, speak, advise and receive advice. Thanks to communication and common interests, we find friends, live and develop.

If you're not confident in your ability to strike an effective deal or want to improve the outcome of future negotiations, there are a handful of skills you need in your arsenal. Investing time and energy into developing them can prepare you to maximize the value you and your counterparts leave the bargaining table with.

«Enhancing your negotiation skills has an enormous payoff», says Harvard Business School Professor Michael Wheeler in the online course Negotiation Mastery. «It allows you to reach agreements that might otherwise slip through your fingers. It allows you to expand the pie, create value, so you get more benefits from the agreements that you do reach. It also, in some cases, allows you to resolve small differences before they escalate into big conflicts» [4].

In order for the conversation to be constructive, concise and successful, it is necessary to have certain skills.

To achieve your ideal outcome at the bargaining table, it's essential to clearly communicate what you're hoping to walk away with and where your boundaries lie. *Effective communication skills* allow you to engage in a civil discussion with other negotiators and work toward an agreeable solution. Deal-making naturally requires give and take, so it's important to articulate your thoughts and actively listen to others' ideas and needs. Without this skill, key components of the discussion can be overlooked, making it impossible for everyone to leave the negotiation satisfied.

Emotions play a role in negotiation, for better or worse. While it's important not to let them get in the way of reaching a mutually beneficial deal, you can use them to

your advantage. For example, positive emotions have been shown to increase feelings of trust at the bargaining table, while feelings of anxiety or nervousness can be channeled into excitement. A high degree of *emotional intelligence* is needed to read other parties' emotions. This can enable you to more easily pick up on what they're implying rather than explicitly stating. In addition to understanding what you and others are experiencing throughout a negotiation, emotional intelligence can help you advantageously manage and use emotions [4].

Each country has not only its own culture, but also its own style of negotiation. The *national style of negotiations* is the features of the national character and culture, the most common features of thinking, perception and behavior that affect the process of preparation and conducting of negotiations.

For example, the American national stereotype is characterized by democracy and pragmatism. But at the same time, the Americans act quite straightforwardly, using pressure in the process of agreeing on a joint solution and are not inclined to strictly follow the stages of negotiations and formalities.

The German national stereotype is distinguished by punctuality and a desire for orderliness. When conducting negotiations, the time of the meeting must be agreed much earlier, and when signing contracts, the Germans demand strict fulfillment of accepted duties.

The French national stereotype significantly influenced the formation of diplomatic protocol and etiquette in the world. The French strive to achieve the perfection of projects, programs, and planning. A feature of the French national stereotype is that the French try to avoid official one-on-one discussions of issues.

During business meetings and negotiations, Chinese participants are quite attentive to two main elements. First, they pay a lot of attention to gathering information about the subject of discussion, as well as the negotiation partner; secondly, the formation of the "spirit of friendship". The Chinese want partners to be the first to "open their cards" at negotiations, to be the first to express their opinion, and to be the first to make proposals.

In Japanese culture, great importance is attached to punctuality and accuracy, therefore, during negotiations, it is necessary to remember the accuracy of the start and end times, the obligation to fulfill promises and assumed responsibilities.

National stereotype of Ukraine largely reflects the national features of the Ukrainian people. These are firmness in defending a position, tolerance for a different point of view, tact and patience, a prudent manner of conducting negotiations, a sense of humor.

Regardless of the national style of conducting negotiations, they give the desired results if they are carried out in accordance with international rules and norms developed by the experience of many countries and generations. These rules are recorded in the form of a diplomatic protocol and international etiquette. They must comply with international principles, international norms and international policies [2, с. 28].

The main types of *business negotiations* are: ordinary – related to internal problems of employees and relationships at work; ; legal – official and legally binding; commercial – usually conducted between the organization and an external partner.

An interesting fact: commercial business negotiations between financially involved parties can last for years and decades. They are like a game of chess. The long-term nature allows for a more tolerant attitude to possible short-term losses, as partners balance the results with future time perspectives.

In order to assess how successful the negotiations were, one should understand what criteria should be used to form one's assessment:

1. Efficiency. The result may be satisfactory, but if it was achieved at an excessively high cost or too late, it no longer makes sense. The result, which does not justify the expediency of the measures taken, indicates that the rules of negotiations have been violated.

2. Constructivity. Financial gain is important, but future interests should also be considered. Often in negotiations there is an excessive emotional involvement of the participants when they put forward desired but unreasonable demands. It should be remembered that a momentary victory, which leads to tension and deterioration of relations between partners, turns out to be a loss for both parties as a result.

In order to obtain a positive outcome of negotiations for both parties, it is important to consider the following points: 1) be honest and as open as possible; 2) ask open questions to which you can give a detailed answer in order to get the necessary information and establish a relationship of trust with the interlocutors; 3) ask closed questions that can only be answered "yes" or "no" in order to obtain concessions or confirm an agreement; 4) listen carefully – this way you can get more information and show respect for your interlocutors; 5) paraphrase heard – by retelling in your own words what was said by the interlocutor, you will be able to make sure that you correctly understood what you heard; 6) keep records; 7) emphasize your value; 8) be flexible; 9) pause to consider the offer; 10) acknowledge – after reaching an agreement, express gratitude to the other party; 11) try to make a good impression on the interlocutor; 12) show empathy; 13) watch for signals: listen with your eyes, watch for changes in the mood of the interlocutor, in his body language.

During negotiations, it is strictly forbidden to:

– Drive the interlocutor into a corner. It is necessary to give the partner the opportunity to "save face".

– Drive yourself into a corner. This will lower your status in the eyes of your interlocutors.

– To degrade the status of the interlocutor. This will cause negative emotions in the partner and will not give a positive effect for reaching a profitable deal.

– Use words, actions or inactions that may lead to conflict. Conflict situations will not allow you to achieve the primary goals of negotiations, they must be avoided at all costs.

– When convinced, start with issues that separate you and your partner. It is better to start with issues in which you agree with the interlocutor.

– Do not question whether you understood everything correctly.

– At the end of the conversation, summarize what you understood and remember the main points you heard.

In addition to language rules, there are also so-called *external rules* that should be followed in order not to look low in the eyes of partners, colleagues or friends. If the two of you are talking, you don't need to stand directly opposite each other. This is perceived by the interlocutor as opposition, it is better if there is a small distance between the interlocutors and an angle of 90 degrees. Do not cross your arms, this position of the hands is perceived as closedness. Do not touch the interlocutor in order to "not violate" his personal space. Be patient and calm. Always be honest, provide only reliable information, if you are asked and you do not know what to answer, say that you do not know, but you will try to find out.

In business negotiations, business talks, as well as human communication in general there are two types of communication: verbal and non-verbal. The effectiveness of *verbal communication* in a negotiation depends upon the ability of the speaker to encode thoughts properly and on the ability of the listener to understand and decode the intended message(s). Language operates at two levels: the logical level (for proposals or offers) and the pragmatic level (semantics, syntax, and style). We often focus upon logical attributes instead of semantic or style attributes. In any event, the meaning conveyed by a proposition or statement is a combination of one logical, surface message and several pragmatic messages. A negotiator's word choice, tone, tempo, and inflections may not only signal a position but also shape and predict it [2, c. 36].

Non-verbal communication in negotiation is anything that is "not words". Examples of non-verbal communication includes: vocal cues or paralinguistic cues; facial expressions; eye contact; interpersonal spacing; posture; body movements; gestures; touching, etc. Generally, successful communicators are nonverbally sensitive, nonverbally expressive, nonverbally self-controlled, and motivated to perform for their "audiences". It can be extremely important with regard to persuasion, power, and trust. People assert dominance and power through nonverbal cues. High social power is reliably indicated by patterns of looking while speaking and listening. Body language can be aggressive, coy, eager, engaged, inviting, closed-off, etc. A skilled negotiator will use any non-verbal communications in a manner that furthers her strategy and strengthens her position. A neutral exhibition of non-verbal communication is known as "attending behaviors". Attending behavior lets the other know that you are listening and prepares her to receive your message. Examples of attending behavior include making eye contact when speaking and adjusting one's body position to show engagement [5].

There are three main *aspects of international negotiations.* First, they can create communication problems. For example, if in response to one of your proposals your Japanese supplier says, "That's difficult," you might erroneously assume that the door is still open for further discussion. In fact, your supplier, coming from a culture that avoids confrontation, may have been giving a flat no.

Second, cultural barriers also make it difficult to understand each other's behavior. While many Americans may view the hiring of relatives as dubious nepotism,

Lebanese counterparts may consider the practice to be necessary to securing trustworthy, loyal, and long-term employees.

Third, cultural considerations influence the form and substance of the deal. For example, when McDonald's first franchised its operations in Thailand, it insisted on strict adherence to its traditional American menu. Later, under pressure from its Thai franchisee, it permitted the sale of noodles, a dish traditionally served on auspicious occasions. Sales increased as a result of the menu changes.

The characteristics of Negotiation Skills are among others: preparation and planning skill, knowledge of the subject matter being negotiated, ability to think clearly and rapidly under pressure and uncertainty, ability to express thoughts verbally, listening skill, judgment and general intelligence, integrity, ability to persuade others, patience, decisiveness, considers lots of options, aware of the process and style of the other person, is flexible and thinks and talks about possible areas of agreement.

Unlike domestic conversations, business conversations are primarily related to trade and business. This forces the participants to use specific skills and to maintain the procedure. A key element that is part of the peculiarities of conducting business negotiations is the common interests of the participants of both parties.

To reach successful negotiations is to do a lot of work on yourself in the first place, because you are responsible for representing certain interests at negotiations. And it is your behavior, style, diction that affects the opinion of the people around you. The ability to listen is also very important in any negotiations. Apparently, all interlocutors value this the most and prefer to communicate with this person.

It is very important to study the party with whom you are negotiating. This will not only help you in conversation, but will allow you to be much more confident and talkative.

An important moment of all negotiations is summing up after their conclusion. By performing this analysis, you analyze whether you have achieved your goal, what was difficult, where problems arose, and what still needs to be worked on.

Of course, reasonable criticism is needed. The ability to accept criticism in one's direction is not only a discussion or a reproach, it is the ability to work on one's mistakes, it is an opportunity to become better and never give up.

References:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підр. Київ : Академія, 2004. 344 с.

2. Levchenko Y., Britchenko I. Business communication. Sofia, 2021. 151 p. URL: https://fmab.khadi.kharkov.ua/fileadmin//Publications/Business_Communications_Britchenko.pdf

3. What is communication? URL: https://open.lib.umn.edu/ businesscommunication/chapter/1-2-what-is communication/

4. Six negotiation skills all professionals can benefit from. URL: https://online.hbs.edu/blog/post/negotiation-skills
5. Abdun Noor. The role of communication in negotiation. URL: https://www.academia.edu/44756710/The_Role_of_Communication_in_Negotiation

Анотація: У статті йдеться про перемовини та особливості спілкування під час ділових переговорів. Проаналізовано чинники, які потрібно враховувати для успішного ведення переговорів. З'ясовано, якою має бути поведінка та навички співрозмовників, щоб комунікація була успішною. Авторка досліджує національні стереотипи ведення перемовин, типові для окремих країн, та аналізує основні аспекти міжнародних переговорів.
Ключові слова: ефективність комунікації, комунікація під час перемовин, навички перемовин, перемовини, поведінка комунікатора, поради щодо успішної комунікації, спілкування, стиль комунікації, типи комунікації.

Summary: This article focuses on negotiations and peculiarities of communication in negotiation process. Factors that should be taken into account for successful negotiations are analyzed. It has been clarified what the interlocutors' behavior and skills are needed for communication to be successful. The author explores national stereotypes of negotiations, which are typical for individual countries, and analyzes the main aspects of international negotiations.
Keywords: communication effectiveness, communication in negotiation process, negotiation skills, negotiation, communication, interlocutors' behavior, tips for successful communication, communication style, types of communication.

Катерина Лінива,
здобувачка освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету податкової справи, обліку та аудиту
Державного податкового університету,
м.Ірпінь, Україна

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ В ПРОЦЕСІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

В сучасному суспільстві особливе місце в етиці ділового спілкування посідає гендерний аспект, адже все більша кількість жінок приділяє увагу своєму кар'єрному зростанню в професійно-трудовій галузі. Проте через такі гендерні стереотипи як «бізнес – це не жіноча справа», «жінка має обирати сім'ю, а не кар'єру» збільшується гендерна дискримінація, яка найбільше виражена в політиці та економіці. Майже всі високі політичні та економічні посади обіймають чоловіки, тоді як лише в 17 зі 149 країн лідером держави є жінка. Краща ситуація відбувається в галузі охорони здоров'я та освіти, де гендерна рівність з кожним роком значно зростає.

Побутує стереотип, що і в діловому спілкуванні себе краще проявляють чоловіки, а жінки не дотримуються більшості правил, адже більшість правил, наприклад рукостискання, були створені суто для переговорів чоловічої статі. Проте сьогодні з метою збільшення гендерної рівності дотримуватись правил ділового спілкування в будь-якій професійній діяльності мають як чоловіки, так і жінки.

Таким чином, актуальність даної тематики полягає в дослідженні особливостей спілкування чоловіків і жінок в діловій етиці, так як результат розмови або переговорів великою мірою залежить саме від гендерного статусу.

Велику увагу питанням гендерних аспектів ділового спілкування приділяють такі науковці як Н.В. Боркова, С.М. Бортнік, А. Весельська, Д.О. Гладка, Н.О. Кодацька, Л. Корнєва, І.Ю. Кочума, Е.Р. Степанова, М.Г. Ткалич, О. Мешко, Т.М. Мандоліна та інші. Проте тематика даного питання залишається на сьогодні недостатньо висвітленою, що також зумовлює актуальність її подальшого вивчення.

Метою роботи є дослідження основних відмінностей в поведінці жінок та чоловіків в діловому спілкуванні.

Завжди існував певний розподіл статей, який пов'язаний з біологічними, соціальними та психологічними установками, відповідно до яких чоловіки та жінки по-різному проявляють себе в діловому середовищі. Це виявляється в їхній поведінці, спілкуванні, жестах, емоціях, ставленні до партнерів, мотивації до професійних звершень.

Проаналізувавши низку наукових праць, ми поділяємо думку науковців, які виділили такі особливості ділового спілкування чоловіків:

- формулюють свої думки, вислови, пропозиції прямо та чітко;

- стримані в емоційному плані;
- в переговорах зосереджені лише на досягненні успіху своєї справи;
- можуть проявляти себе більш агресивно, ніж жінки;
- можуть впливати на інших людей за допомогою маніпуляцій заради своєї вигоди;
- аналізують наперед всі можливі проблеми та шляхи їх уникнення;
- переважно мають спокійне жестикулювання та не жваву міміку.

Тоді, як для жінок, притаманні такі риси спілкування в діловому середовищі:

- краще виражають свої ідеї, власні думки;
- йдуть назустріч своїм партнерам, уникають з ними конфліктів та швидше налагоджують взаємозв'язок;
- є більш консервативними, ніж чоловіки;
- керуються емоціями, почуттями;
- звертають увагу на дрібниці, які, скоріш за все, не потребують уваги;
- можуть шукати прихований підтекст в певних питаннях, словосполученнях;
- інколи демонструють надмірну міміку [1].

У своїй роботі Корнєва Л. також наголошує на тому, що гендерні відмінності виявляються не тільки у вербальному спілкуванні, але й у невербальному. Чоловіки посміхаються рідше, ніж жінки. Це важко довести або заперечити, але мотивація використання посмішки різна: жінки посміхаються не тільки, щоб виразити почуття щастя, задоволення, радості, але й задля встановлення контакту. Щодо особливостей погляду під час спілкування, то чоловіки в очі співрозмовника дивляться на 1-3 сек. менше, ніж жінки. Прямий довгий погляд є для чоловіків сигналом агресії, ненависті, бажання принизити [1].

До того ж, як зазначає Василенко А., не менш важливим фактом є те, що жінки менше, ніж чоловіки, реагують на залицяння в ділових стосунках, тому що вони чітко розмежовують справу й особисті стосунки. Проте одним з важливих бар'єрів на шляху до професійної кар'єри ділових жінок є їх нездатність до глобального, критичного аналізу проблеми, оскільки вони мають тенденцію застрягати в дрібницях, а також в системі людських стосунків. Саме тому, сьогодні, переважна більшість організацій потребують на посаду керівника саме чоловічу частину населення [2].

Підсумовуючи, варто зазначити, що в діловому середовищі чоловіки звикли домінувати, що пов'язано, насамперед, зі стереотипами, які формувало суспільство протягом багатьох десятиліть, а також з тим, що чоловіки володіють багатьма позитивними якостями та навичками, які допомагають їм у діловому спілкуванні: вони сконцентровані на особистих цілях, здатні ефективно діяти в умовах невизначеності, досить легко використовувати ідеї інших людей, маніпулювати, відстоюючи свою позицію. Та, незважаючи на це, варто акцентувати, що ділові переговори з жінками можуть бути більш

результативнішими, оскільки вони вміють проявляти гнучкість у спілкуванні, простіше досягають компромісу з партнерами, враховують поведінку та позицію інших, але при цьому їм притамана така негативна риса, як нестабільна емоційність. Та не зважаючи на це, жінки в діловому спілкуванні можуть досягати успіху так само як і чоловіки, використовуючи свої сильні якості.

Список використаних джерел:

1. Корнєва Л. Гендерний аспект комунікації. *Філологічні науки.* 2013. Вип. 13. С. 106–113.

2. Василенко А. Дослідження психологічних особливостей жінок, орієнтованих на управлінську діяльність. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти: матеріали конф. каф. педаг. та псих. проф. осв*. Київ, 2020. С. 35- 37.

Анотація: У тезах розглянуто основні відмінності в поведінці жінок та чоловіків у діловому спілкуванні. Акцентовано, що домінування чоловіків в діловому середовищі пов’язано, насамперед, зі стереотипами, які формувало суспільство протягом багатьох десятиліть. Та не зважаючи на це, жінки в діловому спілкуванні можуть досягати успіху так само як і чоловіки, використовуючи свої сильні якості.

Ключові слова: чоловіки, жінки, гендерні особливості, ділове спілкування.

Summary: Theses examine the main differences in the behavior of women and men in business communication. It is emphasized that the dominance of men in the business environment is connected, first of all, with stereotypes formed by society for many decades. But regardless of this, women in business communication can achieve success in the same way as men, using their strong qualities.

Key words: men, women, gender characteristics, business communication.

Ірина Лисак,
викладач іноземної мови за професійним спрямування
кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ В СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Сучасність вимагає від молодого спеціаліста володіти універсальними навичками для успішного будування кар'єри, а одним із фундаментальних умінь – це вміння здійснювати ефективну комунікацію в діловому просторі.

Майбутні спеціалісти економічних спеціальностей повинні формувати в себе фундаментальні теоретичні знання з ділової комунікації рідною та іноземною мовами на освітніх заняттях. Перевагою у вивченні теорії бізнес-комунікації іноземною мовою полягає в розширенні кордонів власних можливостей, які часто обмежені недостатньою компетентністю в сфері міжкультурного мовленнєвого простору.

Бізнес-комунікації (англ. business – справа, діло та лат. communicatio – зв'язок) – міжгрупові та міжособистісні комунікації, специфіка, структура та функції яких зумовлені сферою ділових відносин, у якій вони використовуються. [1]

Зараз існує тенденція до формування ділового спілкування в умовах міжкультурного простору, що має вплив на пріоритетність у виборі мови спілкування – одною з найрозповсюдженішою яких – є англійська, яка стала синонімом ділової мови, що використовується в сферах іноземного бізнесу. Формуючи навички ведення ділової комунікації іноземною мовою, зникає один із бар'єрів, що перешкоджає взаємодії між діловими партнерами та колегами.

В процесі засвоєння навичок бізнес-комунікації іноземною мовою в здобувачів освіти економічних спеціальностей, формуються такі компетентності:

– вміння здійснювати комунікаційну діяльність іноземною мовою в економічній сфері;

– володіння діловою іноземною мовою та застосування її в бізнес ситуаціях;

– вміння працювати у колективі та команді;

– формування лідерських якостей та демонстрація цих якостей у процесі співпраці з людьми;

– уміння комунікувати з іншими структурними підрозділами та контролюючими органами. [2]

Володіючи бізнес-англійською, студенти економічних спеціальностей матимуть змогу значно розширити свої трудові перспективи, сюди також необхідно включити навички бізнес-листування, роботу з документами та розуміння ділових нюансів при комунікації.

Важкість в оволодінні діловою іноземною мовою полягає в специфіці граматичних структур, стилів та мовних засобів, особливій лексико-нормативній базі. Навчання діловій іноземній мові містить в собі не тільки надання певних знань, умінь та навичок, але й формування культурної свідомості природи комунікацій у діловій сфері, оволодіння методами їх реалізації, а також узагальнення на теоретичному рівні знань, які було засвоєні студентами при оволодінні інших спеціальних та економічних дисциплін. Бізнес-спілкування може функціонувати завдяки трьом основним елементам: суб'єкту мовної комунікації, мовному повідомленню та об'єкту, який виступає одержувачем цього повідомлення. Успішне застосування іноземної мови має проявлення в трьох аспектах:

– утворенні мовних елементів;

– формуванні змісту повідомлення;

– готовності об'єкта сприймати та опрацьовувати ці повідомлення.

Формування навичок ведення ділового спілкування відбувається за наступними методами:

– аудіювання: розуміння змісту поширених економічних та бізнес-повідомлень, що включають різні типи ділових ситуацій;

– діалогічне та монологічне мовлення: вміння спілкуватись швидко та спонтанно, уміти пояснити власну точку зору на конкретну економічну проблему, робити аналіз переваг та недоліків різних варіантів її вирішення;

– письмо: розвиток навичок написання офіційних, ділових та особистих листів і повідомлень;

– читання: вміння працювати з документами в діловому та офіційному стилі, вільно обробляти інформацію, надану в них та розуміти специфіку вищезазначених стилів. [3]

На практичних заняттях при вивченні ділової іноземної мови необхідно використовувати типові ситуації усного спілкування, які можуть виникнути в реальному житті. Сюди відносяться прес-конференції, переговори, бізнес-презентації, ситуації з укладанням договорів та меморандумів, ділових контрактів, вирішення економічних та бізнес-питань із партнерами в режимі онлайн комунікації. [4]

Таким чином, використовуючи іноземну мову в процесі формування бізнес-комунікації, студент-економіст відкриває перед собою нові можливості у сфері ділового спілкування, він стає затребуваним та конкурентоспроможним спеціалістом в сфері економічних питань, завдяки своїм навичкам.

Список використаних джерел:

1. Петрушенко О.О. Комунікативні аспекти вивчення ділової іноземної мови у вищих навчальних закладах економічного профілю. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна"*. 2011. Вип. 4. С.131–136.

2. Гутброд, Г. Успішна комунікація в бізнесі та освіті : навч. посіб. Київ : Київський університет, 2006. 207 с.

3. Нагірний Л. Особливості формування іншомовної комунікативної компетенції студентів. URL: http://www.chnu.edu.ua/res/chnu.edu.ua/period_vudannia/web13/pdf/2012_1/Liubomyr_Nahirnyi.pdf.

4. Малюська З.В. Типові ситуації ділового спілкування для спеціалістів з економіки. *Вісник Житомирського державного університету ім.І.Франка*. 2006. Вип. 29. С.96-99.

Ангеліна Никончук,
здобувачка освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету податкової справи, обліку та аудиту
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ У СУЧАСНОМУ ДІЛОВОМУ СВІТІ

У сучасному світі, коли потік інформації з кожним днем стає ще швидшим, все більшого значення набуває ефективне та результативне спілкування. Ефективна комунікаційна система допомагає менеджерам, інженерам, науковцям, дослідникам представляти свої ідеї, погляди, рішення, пропозиції та почуття для досягнення як індивідуальних, так і соціальних та організаційних цілей. Успіх підприємства значною мірою залежить від хорошої комунікації, адже ефективна комунікація усуває перешкоди на шляху досягнення мети підприємства, а неефективна комунікація або збій комунікації може призвести до втрати грошей, часу, енергії, можливостей і навіть хорошої репутації бізнесу. Саме тому у цю епоху глобалізації кожне підприємство, велике чи мале, потребує належного ділового спілкування для свого існування.

Питання тенденцій розвитку ділового спілкування та його соціально-психологічних аспектів досліджувалося багатьма науковцями, зокрема такими як: В. Н. Лавриненко, Г. Х. Бакировою, Л. С. Вечером, С. Кові, В. А. Сосниним, Л. Якокка, Ф. А. Кузіним, Дж. Ньюстром, К. Девісом, Р. Д. Льюісом, А. В. Опалевим, Л. Д. Столяренко та ін.

Метою роботи є визначення та розкриття особливостей, які притаманні спілкуванню у сучасному діловому світі.

Ділове спілкування – це процес передачі інформації та думок від однієї людини до іншої, процес передачі ідей. Спілкування можна визначити як обмін думками або інформацією з метою досягнення взаєморозуміння та довіри.

За словами Ньюстрома та Кіта Девіса, ділове спілкування – це багатовимірний, динамічний та інтерактивний процес, який передбачає ефективну передачу фактів, ідей, думок і систематичне розуміння наукових теорій і практичних аспектів [3]. Характерною рисою ділового спілкування є те, що в ньому всі суб'єкти спілкування виступають в офіційних статусах, учасники орієнтовані на досягнення певної ділової домовленості [2].

На наш погляд, ефективне спілкування в діловому просторі – це нелегкий двосторонній процес, від якого залежить позитивний результат у професійній діяльності, задля реалізації якого необхідно дотримуватися певних вимог. Зокрема, таких як:

1. Стислість. У діловому спілкуванні все, що хочеться сказати, має бути коротким, лаконічним та по суті. Насамперед не слід використовувати надмірні пояснення та дуже довгі речення, тобто повідомлення має бути передано якомога

меншою кількістю слів – «коротке повідомлення економить час і кошти як для відправника, так і для отримувача».

2. Чіткість. Китайський філософ Конфуцій слушно зауважив: *«In language charity is everything»* (перекл. «У мові ясність – усе»). Тобто повідомлення має бути подано дуже чітко, для чого варто використовувати точні, прості та зрозумілі слова.

3. Простота. Простота адресована різним контактам, що підвищить зрозумілість та корисність будь-якого ділового спілкування.

4. Логічний розвиток ідей. Мета ділового спілкування полягає в тому, щоб передати інформацію у такий спосіб, щоб кожен міг її правильно зрозуміти. Цієї мети значною мірою можна досягти правильною послідовністю та логічним розвитком ідей при спілкуванні.

5. Сприйняття. Цей критерій, у першу чергу, відноситься до одержувача інформації, оскільки те, що ми збираємося передати, має бути зрозумілим з точки зору одержувача. Обираючи предмет і засіб спілкування, варто враховувати емоції, почуття, потреби та інтереси адресата.

6. Точність та конкретність. У діловому спілкуванні дуже важливо зберігати точність та конкретність висловлювань, оскільки некоректні вирази лише погіршують ефективність ділового спілкування. У першу чергу, мовцем (комунікатором) має підтримуватися точність щодо інформації, фактів, цифр, граматики, використання слів, навіть пунктуації.

Варто зазначити, що ділове спілкування, на відміну від звичайного, повсякденного спілкування, завжди має спеціальний зміст, характер, певну аудиторію, конкретну мету, час і місце. Якщо порівнювати ділове спілкування та звичайне, то можна зазначити, що:

- мета ділового спілкування полягає в тому, щоб зміцнити, навчити, стимулювати, мотивувати, пояснити та переконати, у той час, коли загальне спілкування більшою мірою спрямоване на розвагу;
- сфера застосування ділового спілкування значно обмежена, оскільки стосується бізнесу, торгівлі, промисловості, технологій, науки. У свою чергу, сфера застосування звичайного спілкування ширша і стосується фактично кожного аспекту життя;
- щодо видів ділового спілкування, то воно включає листи, звіти, пропозиції, наукові статті, повідомлення, записки тощо, тоді, як звичайне спілкування, поділяється на різні жанри, наприклад, проза, поезія, драма, роман тощо;
- мова ділового спілкування відзначається лаконічністю, ясністю, конкретністю, простотою, тоді як загальна комунікація – багатослівна, екстравагантна, урочиста, або, іншими словами, – «помпезна» [1].

Крім того, ділове спілкування обмежене часом, тобто кожна мета, завдання чи проєкт повинні бути досягнуті в обумовлений період часу. Наприклад, компанії, що виробляють електронні товари, змінюють свої маркетингові та продажні стратегії кожного «святкового сезону», як у передбюджетний, так і післябюджетний період. Вони пропонують знижки, привабливі пропозиції під

час святкового сезону, щоб зацікавити споживача. У добюджетний період ці компанії залучають споживачів до купівлі товарів до зростання цін.

Таким чином, якщо аналізувати особливості ділового спілкування, то варто виділити наступні:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань;
- взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- значущість кожного партнера як особистості;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать внутрішній світ [4, с. 8].

Отже, сучасний діловий світ не може розвиватися без спілкування, оскільки саме ефективне спілкування робить підприємство динамічним і підвищує його рівень. За словами Кіта Девіса, роль спілкування в бізнесі така ж важлива, як кровоносні вени чи артерії в людському тілі. Адже за його відсутності господарська організація припинила б своє існування.

Список використаних джерел:

1.Ангелов, Г., Дмитрашко, С. (2016). Ділове спілкування: особливості сучасної комунікації. Food Industry Economics. 2016. № 8 (2). URL: https://doi.org/10.15673/fie.v8i2.134

2. Зайцева І.В. Мовленнєва культура як невід'ємна складова професійної діяльності майбутніх фахівців. Тенденції та перспективи формування професійної лексики: матеріали Міжнародного науково-практичного семінару (12 травня 2018 року). Ірпінь : Видавництво Університету ДФС України, 2016. С.208-217.

3. Ньюстром Дж., Девіс К. Організаційна поведінка: пер. з англ. Серія «Теорія і практика менеджменту». 2000. 448 с.

4. Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Слободянюк О. М. Ділове спілкування: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2015. 128 с.

Людмила Онучак,
к.пед.н., доцент, професор кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ПЕРЕКЛАД ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У контексті сучасних соціополітичних та соціокультурних процесів міжкультурна комунікація є важливим аспектом сучасної реальності, яку розглядають через призму інтернаціоналізації та глобалізації світової економіки. Внаслідок інтеграційних процесів України в глобальну економічну та культурну сфери важливим компонентом професійної сфери особистості виступають міжкультурні комунікації. Нагальним завданням цього є підготовка особистості до участі у комунікативних процесах в умовах полікультурного середовища. Необхідність підготовки особистості до означеної діяльності актуалізується в роботах вітчизняних (О. Дубасенюк, О. Сухомлинська, О. Бобловський, І. М'язова, В. Погребняк, М. Стріха, Н. Якса) та зарубіжних (П. Аблер, К. Хованова-Рубікондо, Н. Авсеєнко, Л. Грофф, П. Донець, С. Хатчинсон) дослідників процесів міжкультурної комунікації.

Міжкультурна комунікація характеризується як комплекс взаємозв'язків, під час якої комуніканти, що належать до різних національних спільнот, здійснюють спілкування, обмінюються інформацією, духовними цінностями тощо.

Міжкультурна комунікація в сучасному світі є багатофункціональною системою взаємодії представників різних культур – індивідів, груп, які реалізують свої інтереси, потреби у різних сферах життєдіяльності. Ефективність взаємодії комунікації залежить від адекватного розуміння, знання, а також інтерпретації символічних знаків та маркерів соціального простору, та оперування мовними засобами передачі поняття об'єктів соціальної реальності. Оскільки текст як знак певної культури тісно пов'язаний з культурним контекстом минулого, сьогодення і майбутнього.

Процес взаємодії культур відбувається в рамках різних стереотипів мислення та спілкування, що значно впливає на взаємопорозуміння між людьми, що спілкуються. Переклад дає можливість подолати міжкультурні дистанції суб'єктів масової комунікації та гарантує їх порозуміння. Тобто він виступає своєрідним засобом ліквідації міжкультурного та міжмовного бар'єру.

За допомогою перекладу здійснюється опосередковане спілкування людей, які належать до різних культурних товариств, де культурним посередником є перекладач. У зв'язку з цим багатьма вченими визнається той факт, що переклад означає не тільки перехід від однієї мови до іншої, але й від однієї культури до іншої.

У сучасному перекладацькому світі існує безліч теорій та моделей перекладу, з яких лише скопос-теорія, функціональний підхід, інтерпретативна теорія та інтегрований підхід включають лінгвістичні та культурні аспекти.

Так, скопос-теорія розглядає переклад як вид практичної діяльності, а критерієм успішності перекладача є досягнення ним цілей комунікації, які задає відправник перекладу (Choi Jungwha). З цього слідує, що процес перекладу є процесом продукування цільового тексту на основі оригіналу, який є лише одним із елементів "інформаційної пропозиції". Головним фактором при цьому для перекладача є точно сформульований "скопос". Дану теорію можна віднести до міжкультурної комунікації, оскільки кінцевий варіант перекладу не можна розглядати без урахування культурного підгрунтя реципієнта [1].

К. Норд (Nord C., 2014) розробив функціональний підхід, який базується на німецькомовних теоріях. Головною ідеєю даного підходу є вивільнення перекладача від його залежності до оригіналу тексту. При цьому переклад виступає новим комунікативним актом, який націлений на клієнта та перекладача [2].

Одним із прикладів перекладацької моделі, яка демонструє взаємодію мови й комунікації, є інтерпретативна теорія, яку започаткувала Даніція Селескович (Seleskovitch Danica) – професійний перекладач-практик.

Детальний аналіз інтегрованого підходу у своїй праці "Перекладознавство. Інтегрований підхід" зробив М. Снел-Хорнбі (Snell-Hornby Mary, 1995), який трактує визначення "культура" як подію в міжкультурній комунікації та доводить взаємозалежність між культурою та перекладом. Сам процес перекладу повинен бути пов'язаний з текстом, ситуацією та культурою [4].

При здійсненні перекладу обов’язково слід враховувати культурно-мовну специфіку іншомовного тексту, адже вона може призвести до конфлікту культур. Для здійснення ефективного перекладу потрібно, щоб комуніканти володіли спільною когнітивною базою.

Все зазначене вимагає від перекладача знання національної специфіки мови, з якої він здійснює переклад, та особливостей національного характеру її носіїв.

Процес перекладу є прагненням до розуміння інших культур, а оскільки семантико-культурна насиченість концептів у різних мовах різна, то переклад є суб’єктивною інтерпретацією тексту, що залежить від обсягу суміщення когнітивних баз рідної і перекладацької мов у свідомості мовної особистості перекладача.

У свою чергу перекладач окрім знання мови іншої країни повинен мати високо розвинену мовну інтуїцію та віртуозно володіти мистецтвом слова, при цьому не менш важливу роль відіграють також знання рідної мови та рівень культури перекладача.

Отже, дослідивши переклад як засіб міжкультурної комунікації, можна сказати, що саме він є головним засобом спілкування та обміну інформацією між комунікантами різних ареалів. При цьому саме перекладачеві відводиться одна з найважливіших ролей у даному процесі, адже від нього залежить, чи правильно

зрозуміють інформацію, передану одним з комунікантів. Переклад є необхідною та вважливою складовою, яка задовольняє потребу у міжкультурній комунікації.

Список використаних джерел:

1. Choi Jungwha.The Interpretive Theory of Translation and Its Current Applications // http://jaits.jpn.org/home/kaishi2003/pdf/01-choi_final_.pdf

2. Nord C. (2014)/ Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained (160 p.) Routledge.

3. Seleskovitch Danica. Fundamentals of the interpretive theory of translation. Retrieved from http://www.worldcat.org/title/fundamentalsof-the-interpretive-theory-oftranslation/oclc/44423665?referer=di&ht=edition

4. Snell-Hornby Mary (1995). Translation Studies. An integrated approach. (170p.). Publishing company. Amsterdam/Philadelphia.

Тетяна Пернарівська,
к.пед.н., доцен кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ТЕСТОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК СКЛАДОВА КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

В сучасних умовах виникає потреба у якісній підготовці фахівців з вільним володінням іноземними мовами. Це зумовлено розширенням і зміцненням міжнародних зв'язків, необхідністю ознайомлення зі світовою культурою, потребою освоєння науково-технічного процесу, розширенням ділових та особистих контрактів.

Для забезпечення ефективного навчання англійської мови у вищому навчальному закладі та отримання об'єктивних показників навчальних досягнень з предмету «Іноземна мова» (англійська) необхідно створити надійну систему контролю володіння іноземною мовою. Контроль входить складовою частиною до системи навчання іноземних мов. На відміну від власне навчання іноземної мови, метою якого є формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмінь, завданням контролю передусім є визначення та оцінювання рівня їх сформованості. Головна мета контролю у процесі навчання іноземної мови – управління цим процесом.[1, с.26]

Як складник системи навчання контроль має свої функції, види, форми, засоби та об'єкти.

Успішна реалізація функцій контролю впливає на ефективність як контролю, так і всього процесу навчання. Виділяють такі функції контролю:

функції зворотного зв'язку, оціночну, навчальну і розвиваючу. Процес навчання є системою із внутрішніми взаємозв'язками між її компонентами.

Важливим компонентом системи навчання іноземної мови є контроль, який і виступає підсистемою відносно цієї системи. Тобто підсистема контролю функціонує як невід'ємний компонент системи навчання. Мета контролю як підсистеми навчання є адекватною загальній меті навчання. Отже, мета контролю відображає не тільки контролюючий, але й навчальний, освітній, виховний і розвиваючий аспекти.

Функціонування системи тестового контролю реалізується на певних етапах за допомогою конкретних видів, типів, форм, способів, прийомів та засобів тестування.

Цілі тестового контролю співвідносяться з етапами навчання матеріалу.

Для уточнення етапів студентів іншомовного проведення тестового контролю ми виходимо з положення про те, що контроль проводиться наприкінці того мінімального відрізку навчального процесу, за який відбулось засвоєння студентами певної порції навчального матеріалу і були опановані певні дії

оперування цим матеріалом. Такий мінімальний відрізок навчального процесу може збігатися з етапом заняття або цілим заняттям.

Іншими словами, уже в процесі становлення окремих навичок та вмінь мовлення на певних етапах цього процесу застосовується тестовий контроль для визначення ступеня успішності навчальної діяльності студента з оволодіння німецькою мовою у процесі навчання. Далі тестовий контроль проводиться з певними інтервалами завершується підсумковим контролем в кінці кожного ступеня навчання. Тобто періодичність тестового контролю має циклічний характер, що дозволяє зміст тестового контролю на одному етапі співвіднести із змістом тестового контролю на наступному етапі. Циклічність тестового контролю збігається з цілями системи тестового контролю і обумовлює зміст специфікацій тесту з мови.

Отже відповідно до етапів навчання та цілей тестового контролю ми визначаємо чотири етапи тестування:

1) наприкінці окремого етапу заняття чи заняття в цілому;

2) по завершенні роботи над темою або тематичним циклом, який включає серію занять;

3) наприкінці семестру, навчального року;

4) по завершенні окремого ступеня або всього періоду навчання.

На кожному із згаданих етапів реалізуються різні види тестування, яким притаманні відповідні функції тестового контролю. Традиційно у навчанні іноземної мови застосовуються такі види контролю як поточний, тематичний, рубіжний, підсумковий. Відповідно в системі тестового контролю ми виділяємо поточне тестування, тематичне тестування, рубіжне тестування та підсумкове тестування.

Тестовий контроль іншомовних навичок і вмінь проводиться різними способами. Тестування в письмовій формі за способом проведення є колективним, тобто група тестованих одночасно виконує один і той самий тест. Усне тестування за способом проведення є індивідуальним, тобто група тестованих виконує тест послідовно один за одним.

У спеціальній літературі описуються різні прийоми тестування, за допомогою яких від тестова ного отримується відповідь. Серед них виділяють: запитання-відповідь, правильно- неправильно, множинний вибір, заповнення пропусків (доповнення, добір, перегрупування, відновлення, вставляння, диктант, клоуз-тест, трансформування, переформулювання, переклад, твір, монолог, читання вголос).

Перелічені прийоми тестування дозволяють моделювати мовленнєву поведінку тестованого під час тестування в різних видах мовленнєвої діяльності.

До засобів тестового контролю ми відносимо власне тести у друкованій версії, звукозапис тестових матеріалів, спеціальні бланки для фіксування відповідей тестованих, методи оцінки результатів виконання даного тесту. [2, с.75]

Таким чином, згідно з викладеним вище, ми класифікуємо тестовий контроль іншомовних навичок і вмінь:

1) за етапами проведення – чотири основні етапи тестування: на занятті (етапі заняття), по завершенні теми (тематичного циклу), наприкінці семестру (навчального року), по завершенні навчання на ступені навчання;

2) за видами тестового контролю – поточне тестування, тематичне тестування, рубіжне тестування, підсумкове тестування;

3) за ступенем офіційності тестового контролю – підвиди тестування: неофіційне з низьким статусом результатів та офіційне з високим статусом результатів;

4) за ступенем стандартизованості тесту з іноземної мови – типи тестування: нестандартизоване, локально стандартизоване, стандартизоване;

5) за типами тестових завдань виділяємо підтипи тестування: дискретне, інтегративне, комунікативне;

6) за формами проведення: письмове тестування, усне тестування, комп'ютерне тестування;

7) за способами проведення – колективне та індивідуальне тестування.

Описана класифікація тестового контролю враховується при розробці тесту з англійської мови, визначені процедури проведення тестування та оцінювання тестових відповідей.

Список використаних джерел:

1. Дюканова Н.М. Проблеми застосування тестів під час вивчення іноземної мови. *Нові технології навчання: Наук.-метод. зб.* Київ: Інститут інноваційних технологій і змісту освіти, 2007. Вип. 46. С. 26-31.

2. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник. Вид. 2-е, випр. і перероб./ Кол. авторів під керівн. С. Ю. Ніколаєвої. Київ: Ленвіт, 2002. 328 с.

Олена Петришена,
аспірант Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії,
викладач спеціаліст, майстер виробничого навчання
Відокремленого структурного підрозділу
«Хмельницький торгово-економічний фаховий коледж
Державного торгово-економічного університету»,
м. Хмельницький, Україна

ІНОЗЕМНА МОВА В ФАХОВІЙ ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ

Значення іноземної мови у структурі професійної підготовки сучасного фахового молодшого бакалавра формує постійно зростаючу потребу до вивчення іноземної мови та іноземної мови (за професійним спрямуванням) у комплексному формуванні професійної компетентності зі спеціальності готельно-ресторанна справа, що зумовлена розвитком інноваційних технологій, можливостями співпраці з іноземними партнерами у сфері гостинності зовнішньої та внутрішньої політики держави.

Перспективи розвитку професійної компетенції визнається вивченням англійської мови за новітніми інформаційними технологіями у навчальній та майбутній професійній діяльності, розширюючи спектр знань, умінь та навичок, яким повинен володіти здобувач освіти, що постійно оновлюється за рахунок додавання професійного та міжкультурного аспектів комунікації.

За освітньо-професійною програмою для здобувачів освіти за спеціальністю готельно-ресторанна справа, загальна кількість годин на вивчення іноземної мови (за професійним спрямуванням) передбачає виділену кількість годин на вивчення освітнього компоненту в складі практичних, семінарських занять та години на опрацювання самостійно. Протягом останніх років спостерігається тенденція до збільшення кількості годин на самостійну роботу здобувачів освіти.

Сучасні інформаційні технології мають бути ефективними для покращення засвоєння знань здобувачами освіти та зробити вивчення іноземної мови (за професійним спрямуванням), доступним, інтерактивним, комунікативно спрямованим, цікавим, наочним, індивідуальним [1 с.2].

Збільшення словникового складу у майбутніх фахових молодших бакалаврів з англійської мови відбуватиметься набагато швидше, під час вивчення ще й освітнього компонента з англійської мови (за професійним спрямуванням), завдяки розширенню словникового запасу вивчення професійних термінів, спектру знань у сфері гостинності із знання іноземної мови та іноземної мови (за професійним спрямуванням) [1 с.3].

У зв'язку з цим є актуальним розглянути функціонування нових мовних одиниць в когнітивному ракурсі, оскільки це має сприяти розкриттю механізму формування фундаменту з вивчення англійських мовних одиниць [1 с. 4-5].

Когнітивна наука – це сукупність наук про пізнання – отримання, зберігання, перетворення і використання знання; у вузькому сенсі – це міждисциплінарне дослідження отримання і застосування знань.

Основними складовими когнітивної науки є: [4 с. 41].

- експериментальна психологія пізнання;
- філософія свідомості;
- нейрон-наука;
- когнітивна антропологія;
- лінгвістика;
- комп'ютерна наука і штучний інтелект.

Когнітивні технології – це сукупність методів, алгоритмів і програм, що моделюють пізнавальні здібності людського мозку для вирішення конкретних прикладних завдань – розпізнавання образів, мови, сигналів, зображень, переробку інформації, що бере участь в сприйнятті, пам'яті, мисленні і мові, граматики. [4 с. 42].

На симпозіумі в Массачусетському технологічному інституті з доповіддю на тему: «Три моделі мови», виступив лінгвіст Ноам Аврам Чомскі (Хомський) представник галузі комп'ютерного моделювання і штучного інтелекту, та пояснює дивовижну швидкість, з якою діти вивчають мови, схожі етапи вивчення мови дитиною незалежно від конкретної мови, а також типи характерних помилок, які роблять діти, що засвоюють рідну мову [5 с.1-5].

Данна теорія Чомскі «мінімалістська програма» має сильні твердження про універсальну систему з вивчення англійської мови. Згідно з його переконанням, граматичні принципи, що лежать в основі мов, є природженими і незмінними, а відмінності між мовами світу можуть бути пояснені в термінах параметричних установок мозку, які можна порівняти з перемикачами. Виходячи з цієї точки зору, здобувачу освіти для вивчення англійської мови (за професійним спрямуванням) полягає у вивчені лексичних одиниць і морфеми [1].

Відомі американські вчені у сфері освіти А. Маслоу, К. Роджерс стверджують, що впровадження в навчальний процес з застосуванням новітніх технологій навчання повинно базуватися на таких принципах, як індивідуалізація та диференціація навчання; розвиток та самореалізація творчих здібностей; визнання провідної ролі мотивації навчання; повага до особистості; активізація та інтенсифікація в навчанні.

Типологія технологій навчання з вивчення англійської мови: [3 с. 41].

- навчальні комп’ютерні програми для роботи над окремими аспектами мови (вимова, лексика, граматика);
- навчальні фільми з розробленими завданнями;
– комп’ютерні тестові програми для підготовки до іспитів;
- мультимедійні засоби (PowerPoint);
- інтерактивні дошки.

До телекомунікаційних технологій відносяться:

- сайти для вивчення іноземних мов [2];
- навчальні інтернет-сайти;
- інтернет-проекти;

– віртуальні освітні простори (Moodle, Whiteboard).

До мультимедійних технологій відносяться:

- WEB-камери для проведення телеконференцій;

– різні екрани, відео- та аудіопристрої відображення інформації;

- пристрої дистанційного управління технічними засобами [4 с. 13].

Можна визначити низку переваг використання новітніх інформаційних технологій на заняттях з іноземної мови (за професійним спрямуванням) у здобувачів освіти немовних спеціальностей. Комп'ютерні програми є джерелом інформації, які стимулюють самоосвіту, формують навички самостійної діяльності, сприяють використанню швидкісного навчання, підвищують мотивацію навчання.

Новітні інноваційні технологій, дозволяють здобувачам освіти усвідомлювати потребу з вивчення іноземної мови, (за професійним спрямуванням) та використовувати мережу Інтернету як засіб навчання, що має доступ до світових ресурсів освіти [3 с. 5].

Отже, новітні технології навчання з іноземної мови (за професійним спрямуванням) є частиною самоосвіти, що допомагають швидко та ефективно збільшити лексичний запас, засвоїти сприйняття усної мови, поставити правильну вимову, з поєднанням декількох видів інформації для вирішення певного завдання та презентуються за допомогою комп'ютера або іншої електронної апаратури. Новітні технології дають можливість застосувати індивідуальний підхід, сприяють розвитку самостійної освіти і забезпечують сучасний та автентичний матеріал, що відповідає інтересам і потребам здобувачів освіти.

Список використаних джерел:

1. Богуцький В.М. Стаття Дата оновлення 16.02.2023 р. URL https://www.naiau.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovizaxodi/zbirnuki/ 2017/zbir_inavac_ inozmov.pdf (дата звернення 16.02.2023 р.)

2. Кузьміна І.П. Використання сучасних інформаційних технологій на заняттях з іноземної мови. Дата оновлення URL: http://novyn.kpi.ua/2008-3/05_Kuzmina.pdf (дата звернення15.02.2023р.)

3. Морська Л.І. Інформаційні технології у навчанні іноземних мов: навчальний посібник. Тернопіль: Астон, 2008. 256 с.

4. Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті Педагогічна газета, 2001. 7 липня. с. 4-6

5. Онопрієнко М.В.Феномен когнитивной науки и технологии; стаття

4. Кауфман С. Книга «За межами піраміди потреб. Новий погляд на самореалізацію. М'яка обкладинка». 400 с.

Інтернет джерела:

1. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. Ноам Чомскі. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B0%D0%BC_%D0%A7%D0%BE%D0%BC%D1%81%D0%BA%D1%96 (дата звернення 17.02.2023 р.).

2. (http://www.bbc.co.uk/learningenglish).

Тетяна Руженська,
викладач кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій
Державного податкового університету,
м. Ірпінь, Україна

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Бурхливий розвиток науки і техніки у XX ст. призвів до поширення нових інформаційно-комунікаційних технологій. Тим самим мова тісно взаємопов'язана з процесами, які відбуваються в суспільстві, це накладає свій характерний відбиток на зміни у словниковому складі мови, які відображають навколишню реальність та внутрішній світ мовця.

У нашу повсякденну мову ввійшли лексичні одиниці, характерні раніше лише дня обмежених кіл мовців. Впливу зазнали всі мови, що активно використовуються в сучасному світі. Зрозуміло, що англійська мова перебуває в особливому становищі, адже саме через неї було засвоєно іншими мовами масиви нових слів. У XXI ст. англійська мова залишається лідером у продукуванні неологізмів у сфері науки і техніки, використання яких є вимогою сучасності [1; 2; 3; 4].

Чи можна встановити кількісний об'єм словника мови? Можливо, варто вивчити словники, їхні перевидання, що містять доповнення за певний період. Як засвідчує К.Майр, результат таких досліджень розчарував багатьох науковців. Тимчасові та незначні зміни приховують головні тенденції. Слід також подолати культурні стереотипи: наприклад, вважається, що англійська мова, яку використовують за межами Великобританії, дає життя більшій кількості неологізмів, ніж британська англійська. Але якщо відкинути упередження, порівняти лексичні одиниці певних мовних стилів, то стає помітним, що британський варіант англійської мови щонайменше не відстає у створенні нових лексичних одиниць [5, с. 54].

Морфологічну продуктивність можна визначити, звернувшись до баз даних друкованих видань. Це дає доступ до вивчення конкретних випадків входження в мову лексичних одиниць, але отримані дані складно інтегрувати в дослідження, що охоплювало б усі головні тенденції розвитку словника мови.

Використовуючи доступні джерела, виявляємо, що ряд неологізмів мають надзвичайно обмежене використання або ж є спеціалізованими термінами. Але деякі характерні особливості все ж простежуються, як-от надзвичайна продуктивність основ ***multi-***, ***poly-, super-, hyper-, cyber-***, які вперше ввійшли в англійську мову як запозичення з латини, далі отримали поширення в науково-технічній лексиці, а згодом перетворилися на загальновживані форми [5, с. 55]. Слід зазначити, що нині відбувається переорієнтація баз даних неологізмів: якщо раніше там переважали технічні терміни, то зараз все частіше більшість становлять семантичні неологізми, сленгові лексичні одиниці, абревіатури, акроніми тощо.

К. Майр вважає, що одразу можна виділити найбільш поширений спосіб словотворення в XXI ст. — абревіація, скорочення, усічення слів [5, с. 53]. Це стало

можливим завдяки поширенню сприйняття слова написаного. Адже лише в такому разі можна побачити його форму, структуру та модифікувати її.

Звісно, найбільш яскравий приклад неологізму — нове за формою слово (запозичене або утворене за допомогою продуктивних засобів словотвору) для позначення нового концепту (нового або ще не лексикалізованого предмету або явища), наприклад *information superhighway, to google, smartphone, blogger, memory card, cyberattack, broadband Internet access, spyware* тощо. Доволі часто змін зазнає лише форма слова, тоді як значення переходить до нього від іншого давно відомого слова. Можлива зміна значення без зміни форми: *mail* (*електронна пошта* замість звичайної), *to chat* (*обмінюватися електронними повідомленнями* замість просто *розмовляти).* Це особливо помітно порівняно з іншими мовами: у німецькій мові слово *Mail* позначає саме електронну пошту, тоді як звичайна пошта має значення *Post.* Не можна не згадати про полісемію — багатозначність слова, а саме її розширення. Поширюється вживання стійких словосполучень – лексичних одиниць, що складаються з декількох слів: *nine* ***eleven*** (терористична атака 11 вересня 2001 р.) [5, с. 38].

Варто зазначити, що дослідження сучасних неологізмів виконується із широким застосуванням можливостей, отриманих завдяки цифровій революції – всезагальній комп'ютеризації та поширенню мультимедійних технологій та Інтернет-комунікацій. Таким чином, можливості для дослідження мови значно покращилися, взявши все найкраще зі світу сучасних мультимедійних технологій.

На думку К. Майра, лексичні інновації простежуються там, де процес лінгвістичних змін найбільш помітний для спостерігача. При дослідженні неологізмів слід приділяти увагу не лише окремим словам, пошуку їхніх значень та систематизації, а й виявленню загальних тенденцій [5, с. 37]. Отже, важливо розрізняти у великій кількості нових лексичних одиниць ті, що справді вживаються через необхідність позначити нове поняття, та ті, що лише нав'язуються засобами масової інформації, а також модні сленгові слівця.

Список використаних джерел:

1. Єнікєєва С.М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2006. 302 с.

2. Зацний Ю.А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів: ПАІС, 2007. 228 с.

3. Зацний Ю.А., Янков А.В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. 360 с.

4. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. 272 p.

Mair C. Twentieth-Century English History, Variation and Standardization. Cambridge: Cambridge University Press, 2016. 244 p.

Ольга Царик,
д. пед. н., професор,професор кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Наталія Рибіна,
к. філол. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій Західноукраїнського національного університету, м.Тернопіль, Україна

БІЛІНГВАЛЬНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРЕКЛАДАЧІВ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ПРОГРАМ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

ХХІ століття являє собою новий етап розвитку сучасного суспільства. Більшість політико-економічних і соціально-культурних змін останніх років нерозривно пов'язані з прагненням країн загалом та України зокрема до відкритого суспільства та інтеграції в єдиний європейський культурно-освітній простір.

Міжнародні відносини, що стрімко розвиваються, ведуть до тісної взаємодії різних культур і цивілізацій. У світі залишилося мало місць, де жителі стикаються за своє життя всього лише з однією рідною мовою. Телебачення, ЗМІ, Інтернет проникають всюди, а разом з ними і іншомовні форми спілкування. Люди подорожують, мігрують, намагаються пристосуватися до нової обстановки, зрозуміти особливості життя в інших місцях, іноземні мови входять в багатьох країнах до освітнього мінімуму шкільних та вузівських програм підготовки, і досить часто мова освіти відрізняється від рідної мови. Без знання іншої або інших мов, в тій чи іншій мірі, тепер не обійтися. Вищезгадані процеси істотно впливають на мовну ситуацію загалом. Розвиток відкритого інформаційно-комунікативного простору створює передумови та умови для поширення двомовності або білінгвізму як провідної тенденції мовного розвитку сучасного суспільства. Доцільно зауважити, що в свою чергу, білінгвізм як сучасне соціально-культурне явище розвивається під впливом наступних чинників:

- посилення ролі соціокультурного компонента – вивчення культури інших країн і більш глибоке усвідомлення своєї власної культури, участь в «діалозі культур»;
- створення єдиного освітнього простору (загальноєвропейського освітнього простору, міжнародного освітнього простору) і, як наслідок, прагнення людей до досягнення загальноєвропейського рівня володіння іноземними мовами; розвиток академічної мобільності студентів і викладачів;
- потреба в білінгвальному навчанні як засобі професійної підготовки, що дає майбутнім фахівцям можливість реалізувати свій потенціал і активно працювати на світовому ринку, а також значне збільшення в ХХІ столітті обмінів міжпрофесійного характеру;

- розвиток світового інформаційного простору, стрімке поширення таких сучасних інформаційних і комунікаційних технологій як телебачення та Інтернет, різних засобів масової комунікації;

- використання нових інформаційно-комунікативних технологій, розвиток дистанційної форми навчання, навчання в режимі on-line та ін.

У даний час полікультурна білінгвальна освіта засобами вивчення рідної та іноземної мов є важливою складовою частиною модернізації цілей і змісту національних освітніх систем в країнах Європи (включно з Україною). В умовах глобалізації, економічної інтеграції та створення єдиного європейського ринку праці вони прагнуть забезпечити підготовку фахівців європейського рівня, здатних працювати в масштабах загальноєвропейського ринку праці і ставати активним суб'єктом сучасного суспільства.

Потреба в білінгвальному навчанні як засобі професійної підготовки також є вагомим чинником міжнародного співробітництва держав, одним з напрямків якого є стимулювання мобільності і «створення умов для вільного переміщення студентів з метою забезпечення доступу до освіти та викладачів з метою визнання і оцінки їх роботи в країнах Європи» . Інтернаціоналізація вищої освіти безпосередньо пов'язана з розширенням доступу різних верств населення до різноманітних рівнів та ступенів освіти, індивідуалізацією вибору шляхів і методів отримання знань. У документах ЮНЕСКО вказується, що за останні 25 років міграція академічно налаштованої молоді зросла в міжнародних масштабах більше, ніж на 300%. Можливості, які відкриває студентам академічна мобільність, є ефективним мотивуючим засобом до вивчення іноземних мов. Європейська практика організації білінгвальних (двомовних) освітніх програм і курсів, що забезпечують міжнародний аспект у змісті вузівської освіти, дозволяє підготувати студентів до міжнародної співпраці у різних областях діяльності людей в іншомовному світі. Двомовна підготовка здійснюється в рамках наступних програм Європейського союзу:

- Програма Еразмус Мундус (Erasmus Mundus), що являє собою програму співпраці та мобільності у сфері вищої освіти і дає можливість студентам і молодим вченим з усього світу отримати післядипломну освіту в університетах Європи;

- Програма Сократ (Socrates), що є однією з основних програм Європейського Союзу щодо поліпшення якості й розширення співробітництва між країнами Європейського Союзу у всіх сферах освіти;

- Програма Леонардо да Вінчі (Leonardo da Vinci), що є однією з базових програм Європейського Союзу в галузі професійного навчання та розвитку і включає в себе заходи, спрямовані на підтримку співпраці між різними університетами, організаціями та компаніями з професійного навчання;

- Програма Темпус (Tempus), що являє собою програму співробітництва в галузі вищої освіти і дає можливість взаємодії університетам, коледжам, агентствам і компаніям Швеції та інших країн Європейського Союзу. Проекти передбачають студентські обміни, розвиток нових курсів і поширення результатів раніше завершених проектів;

- Програма «Навчальний Рік у Франції, Іспанії чи Німеччині», що надає можливість вивчати французьку, іспанську або німецьку мови в цих країнах;

- Програма IAESTE – міжнародна практика для студентів вищих навчальних закладів;

- DAAD (Німецька служба академічних обмінів) – організація вищих навчальних закладів Німеччини. Станом на 2015 р DAAD об'єднує 232 німецьких вузи-учасники і 129 студентських організацій, є посередником в організації зовнішньої культурної політики, а також політики вищої освіти і науки Німеччини. DAAD має 14 зарубіжних представництв та 50 інформаційних центрів по всьому світу і видає близько 50000 стипендій на рік.

Викладачі та студенти беруть активну участь у реалізації спільних освітніх програмах і отримують унікальну можливість вивчати спеціальні дисципліни іноземною мовою в університетах-партнерах. Навчання за кордоном, вивчення культури і традицій іншої країни дозволяють їм іншими очима подивитися на власну культуру та звичаї, підвищити рівень своєї білінгвальної підготовки і стати повноправним суб'єктом сучасного суспільства.

Крім цього, вони переконливо доводять відповідність якості навчання в рідному вузі міжнародним стандартам, беручи участь в різних представницьких міжнародних конкурсах і міжнародних наукових конференціях (іноземною мовою).

Говорячи про двомовність як про основну тенденцію мовного розвитку сучасного суспільства, слід зазначити, що інформаційні процеси в сучасному світі привели до корінних соціальних змін, і поряд з інформаційною революцією, людство є свідком мовної революції, в основі якої лежать соціально-комунікативні процеси білінгвізму. Інформація долає кордони, і її отримання в доступній для розуміння формі-якій іншій точці світу є дуже важливим. Розвиток глобальних білінгвальних (мультилінгвальних) процесів сучасності пов'язано, насамперед, з цінністю переданої інформації. Зважаючи на такі сучасні інформаційні та комунікаційні технології як телебачення та Інтернет, різні засоби масової комунікації, сучасний білінгвізм стрімко поширюється по всьому світу.

Входження тієї чи іншої країни у світовий інформаційний простір і проникнення в сферу науки та освіти інформаційних і комунікаційних технологій помітно змінює освітнє середовище будь-якого навчального закладу. Так, розвитку білінгвізму і білінгвального освіти в сучасному суспільстві значною мірою сприяє використання якісно нового педагогічного супроводу: мультимедійні навчальні посібники, дистанційна освіта, навчання в режимі on-line та ін.

Розширення меж світового інформаційного простору в сучасному суспільстві робить обмін інформацією на білінгвальній основі найважливішим чинником функціонування єдиного міжкультурного простору. Будучи своєрідним перетином як мінімум двох мов, білінгвізм сприяє формуванню у людини нової інформаційної культури. Володіння іноземними мовами полегшує сприйняття іншої культури, надає можливість активно функціонувати в

соціально-інформаційному просторі сучасного співтовариства. Білінгвізм стає ознакою культури, і необхідність усвідомлення цього явища в контексті освоєння культурних цінностей є найважливішим завданням сучасного етапу розвитку цивілізації.

Список використаних джерел:

1. Bauer, T., Tsaryk, O. M., & Rybina, N. V. Bilingualism and interfererence as tendencies of linguistic development of modern educatiobal space in conditions of educational internationalization *Медична освіта*, (1), 31–35. URL:https://doi.org/10.11603/me.2414-5998.2020.1.10990 (дата звернення 3.02.2023).

2. Council Resolution on a strategic framework for European cooperation in education and training towards the European Education Area and beyond (2021-2030) URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX: 32021G0226(01)%20 (дата звернення 7.02.2023).

Інна Шилінська,
к. пед. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Ірина Бєлінська,
к. філол. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Людмила Залюбовська,
викладач іноземної мови фахового коледжу економіки, права та інформаційних технологій Західноукраїнського національного університету, м. Тернопіль, Україна

МІЖКУЛЬТУРНА ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ З ПОЗИЦІЇ ДИСКУРСИВНОГО ПІДХОДУ

Міжкультурна професійна комунікація відіграє надзвичайно важливу роль у житті професійних спільнот в епоху інформатизації та глобалізації. Для успішного вирішення професійних завдань у фахівців виникає необхідність обміну інформацією не лише з представниками спорідненої галузі, а й з фахівцями інших галузей і до того ж з представниками інших культур.

Мова професійного спілкування певної професійної спільноти, окремої культури має тенденцію зазнавати впливу інших культур відповідно до сфери застосування. Використання «lingua franka», яка не є рідною мовою ні для адресата, ні для адресанта не усуває проблем, а навпаки – може призвести до їх виникнення під час процесу продукування та інтерпретації тексту.

Сучасні дослідження міжкультурної комунікації базуються як на наукових розвідках лінгвістики, так і соціології, психології та культурології (Е. Голл, А. Вежбіцька, Дж. Кондон, Дж. Фаст).

Метою статті є розгляд міжкультурної професійної комунікації з позицій більш гнучкого дискурсивного підходу, тобто розгляд комунікації як такої, що відбувається без граничних обмежень щодо культурних, професійних чи гендерних груп, представники яких можуть належати до різних поколінь. На основі дискурсивного аналізу досліджуються шляхи виникнення дискурсу, а також його інтерпретації, коли він переходить за межі певної дискурсивної групи.

Дослідження різних типів дискурсів дають змогу стверджувати, що процес комунікації є не просто сукупністю мовленнєвих дій, а значно складнішим явищем. У реальній комунікації окремі мовленнєві дії певним чином пов’язані, відбувається перехід однієї дії в іншу. Мовленнєві акти формують дискурс завдяки мовленнєвому жанру. Причиною того, що два тексти, навіть якщо вони створені представниками різних дискурсивних спільнот належать до одного жанру може бути спільна мета комунікативної діяльності.

Відповідно до *теорії мовленнєвих дій* Дж. Серля, за допомогою мови ми не просто стверджуємо чи описуємо щось, а діємо, виконуємо різноманітні функції [5].

Розглянемо як у різних науках з позиції дискурсивного підходу тлумачиться поняття міжкультурної комунікації.

У науках про комунікацію предметом вивчення є як процес комунікації між людьми різних культур (*intercultural communication*), так і зразки комунікативної поведінки різних культур (*cross-cultural communication*) [3].

Функціонування тексту відповідно до ситуаційного середовища розглядає *міжкультурна соціолінгвістика*. Оскільки культура не може прирівнюватися лише до мовного контексту, цінності і установки комунікантів є, безумовно, одним з найбільш важливих контекстуальних елементів, які виявляють себе у процесі міжособистісної комунікації. Без контексту неможливо точно визначити смислове значення лексичної одиниці.

Предметом *жанрового аналізу* з позицій дискурсивного підходу є структурування тексту та його функціонування в певному соціокультурному професійному середовищі. Різноманітність, зв'язки, динаміка та інші аспекти мовленнєвого жанру залежать від установок та стратегій учасників комунікації.

Одним із найважливіших аспектів культури комунікації є *мовленнєвий етикет,* який регулює використання комунікантами певних мовленнєвих формул відповідно до ситуації спілкування. Система одиниць мовленнєвого етикету відображає національно-культурну специфіку спілкування певного суспільства, так як вона пов'язана з прийнятими в суспільстві правилами невербальної поведінки, звичаями, традиціями носіїв мови. Етикетні відносини пронизують усі сфери суспільства, всі системи. Етикетна поведінка допомагає виявити певні відносини і зв'язки, які існують в суспільстві, оскільки мовою етикету виражається багато фактів, що вказують на різницю у віці, соціальному статусі та ін. Порівняльний аналіз мовленнєвого етикету різних культур показує значні відмінності комунікативної поведінки представників цих культур.

У широкому спектрі ділових культур можна чітко виокремити Західну та Східну ділові культури. До типово західних культур відноситься євро-американська та західноєвропейська ділові культури. Незалежність, індивідуалізм, рішучість, точність, пунктуальність, мобільність, енергійність – так можна визначити специфічні характерні риси Західної ділової культури. Колективізм та колективні орієнтири – як в побутовій, так і в діловій сфері, притаманні Східній діловій культурі. Пріоритетом є не індивідуалізм, а група, клан, лояльність у ставленні до своєї групи чи компанії.

Останніми роками спостерігається зростання інтересу до проблем міжкультурної ділової комунікації за межами Європи (Австралія, Японія, Малайзія, Китай). Відповідно до цього, звуження розгляду моделі професійної комунікації лише до західних стандартів – з включенням у неї англійської мови як мови міжнаціональної ділової комунікації – не є виправданим сьогодні. Інше, більш прийнятне вирішення цього питання полягає у прийнятті «кращих зразків» досвіду ділової комунікації та обміну ними між представниками професійних

спільнот різних культур на міжнародному рівні. Процес надбання «кращих зразків» досвіду може розпочатися із започаткування комунікативного портфоліо за умови, якщо фахівці усвідомлюють, що вони роблять і як. Конструювання комунікативного портфоліо базується на аналітичній моделі, запропонованій інтерактивною соціолінгвістикою, яка наголошує на важливості фізичного контексту комунікативної взаємодії. Таким чином, невербальні елементи комунікації такі як кінетика і проксеміка включаються в процес аналізу комунікативної професійної взаємодії.

Не зважаючи на обмеження, які притаманні будь-якому моделюванню людської інтеракції, модель ділового дискурсу постає як соціальна дія, яка включає міжособистісну, міжгрупову, та міжорганізаційну інтеракцію. У такому розумінні дискурс отримує епістемологічний статус як потужна соціолінгвістична категорія, основою якої є лінгвістика, і яка проявляється у вербальній і невербальній інтеракції.

З позицій антропологічного підходу, міжкультурний діловий дискурс розглядається як місце взаємодії мови і культури. Культура – це не лише пізнавальне знання, а й соціальне, а мова відповідно є тим засобом, за допомогою якого здійснюється інтерпретація соціокультурного знання, цінностей та переконань.

Труднощі у процесі міжкультурної комунікації трапляються, якщо у межах певного соціального контексту комунікація зводиться лише до двостороннього обміну між комунікантами знаками лінгвістичного коду. І навпаки, ми можемо найвірогідніше розкрити смисл соціального контексту, якщо в ньому поєднуються соціальний, лінгвістичний та когнітивний контексти. Розуміння соціокультурних концептів, таким чином, здійснюється завдяки функціонуванню тексту в контексті. У своїй денотативній властивості слова і висловлювання викликають у нашій свідомості не лише речі, процеси чи явища, а також вказують на соціальні ролі комунікантів. Кожна інтеракція – це точка в мережі інтердискурсивності, яка її структурує.

Для ефективного здійснення професійної міжкультурної комунікації представникам відповідних дискурсивних спільнот різних культур необхідно володіти певними соціально-психологічними знаннями та нормативними уміннями. З-поміж них виокремимо знання так званих «безпечних тем». У англійців не прийнято питати про дохід, самопочуття чи здоров’я, можна говорити лише про загальні речі, наприклад, погоду. На початку знайомства не прийнято розпитувати про сім’ю, сімейний стан, вік, відносини на роботі, проблеми тощо.

Важливе значення для професійної міжкультурної комунікації має знання соціально-обумовлених моделей поведінки, а саме: ритуально-етикетних та вербально-етикетних правил і норм поведінки в стандартних мовленнєвих ситуаціях: під час зустрічі, прощання, знайомства, привітання, прохання, критики, висловлення вдячності, компліментів та реакції на них, під час телефонної розмови, розмови в таксі, ресторані, довідковому бюро, здійснення

покупок і т. д. У цих ситуаціях вербальна і невербальна поведінка досить жорстко регламентована соціально-мовленнєвими традиціями та етикетом.

Згідно з англійським мовленнєвим етикетом не прийнято вітати один одного з нагоди офіційних свят. Обмінюються вітаннями-побажаннями лише на Новий рік і Різдво. Вручення подарунка не супроводжується голосним і довгим побажанням, а лише коротким привітанням, наприклад – *Congratulation! Happy Birthday!* В англійській мові не має точного еквівалента українському – *будь ласка*. Відповідь може супроводжуватися жестом чи специфічним висловлюванням і залежить від змісту висловлювання.

Незнання національно-обумовленого контексту часто призводить до міжкультурного непорозуміння. Так, наприклад, часто трапляються випадки непорозуміння при отриманні запрошення. Звичаї, характерні для англійського суспільства, передбачають, що якщо у запрошенні не конкретизована дата, час і місце зустрічі – таке запрошення ще не є дійсно запрошенням.

Специфіка національної комунікації обумовлена етнічними і світоглядними факторами і подіями та концепціями іміджу і престижу в певному соціумі. Яскравим прикладом цього є звичні для нас відмова і повторне запрошення та відсутність такого ритуалу в англійській соціокультурній спільноті.

Ефективність міжкультурної професійної комунікації значною мірою визначається культурологічними знаннями учасників спілкування. До культурологічних знань відносять історично-культурні знання (про становлення і розвиток певної етнічної спільноти, знання основних історичних подій, які визначають долю суспільства); соціокультурні знання (про соціальне розшарування суспільства, основні органи влади і управління, права, свободи і обов'язки громадян); етнокультурні знання (про спосіб життя певного етносу, національні свята, звичаї, традиції, риси національного характеру та ін.); семіотичні знання (символіка позначень, специфіка оголошень, вказівників). Ці знання допомагають співрозмовникам зрозуміти не лише соціокультурний статус партнера, а й специфіку його життя, досвіду, поглядів та досягнути взаємопорозуміння у процесі міжкультурного спілкування, а також ознайомитися з культурними цінностями іншої країни, збагатити свій культурний досвід.

Знання полярних особливостей Західної і Східної ділових культур дозволяє оптимізувати процес професійної комунікативної взаємодії. Незалежність і внутрішня свобода американців може проявлятися в тому, що на ділову зустріч вони можуть прийти в джинсах. Японці вважають, що партнера не можна сприймати серйозно, якщо він не одягнений у чорний діловий костюм. Американський вчений може залишити наукове зібрання ще до його завершення, якщо воно виявиться для нього не цікавим. Японець залишиться просто із ввічливості.

Важливе значення у міжособистісній комунікації відіграють як вербальні фонові знання так і невербальні. Так, для англійця цілком зрозумілим є таке поняття як *backwoodsman*, що означає *член палати лордів, який рідко буває на засіданнях*. Людина, яка володіє англійською, але яка не є обізнаною з реаліями

життя у Великобританії не зможе адекватно перекласти це слово, оскільки у її соціумі такого поняття не існує. Розрізняють і невербальні засоби інтеракції. Так, українець зупиняє машину піднімаючи руку, француз – великий палець у відповідному напрямку, а англієць – парасолю.

Найбільш сильним інструментом переконання є голос. Виразність голосу сприймається партнерами не лише розумом, а й почуттями. Монотонність мовлення часто є причиною невдачі в професійній комунікації. Паузи переривають потік мовлення. Вони також виконують психологічні функції: підсилюють увагу, заспокоюють, підкреслюють сказане, дають можливість відпочити.

Якість і багатство лексикону людини підсилюють силу висловлювання. Існують слова, які людина використовує постійно, і паралельно існують слова, які становлять частину її пасивного лексикону і практично не вживаються. Активний лексикон людини значною мірою свідчить про її відношення до певної соціальної групи, території проживання, професійного статусу. У процесі вибору мовних засобів розкриваються особистісні якості людини, яка керується як соціальними лексичними нормами, так і власними вподобаннями. Пасивний словниковий запас (слова, які може використовувати пам'ять людини) становить від 30 000 до 50 000. Активний словник (слова, які використовуються під час спонтанного мовлення) становить 3000 -12 000 слів.

В мовних системах різних культур одні й ті ж самі слова можуть виражати різні значення. Оскільки лексика є надзвичайно чутливим показником культури народу, то відповідно зміна значень, втрата одних слів, утворення і запозичення інших, залежить від історії та культури народу. Певні лексичні відмінності приймаються однією культурою і абсолютно ігноруються мовою іншої культури. Словниковий склад конкретної мови свідчить про рівень розвитку культури, оскільки, як змістова сторона мови, словник є набором символів, які відображають культурний фон даного суспільства.

Знання основних культурних відмінностей партнерів, причин і факторів їх поведінки запобігає культурному шоку та конфліктам, сприяє успіхові ділової комунікації. Міжкультурна професійна комунікація – це діалогічна зустріч культур, яка означає рівноправну культурну взаємодію представників різних лінгвокультурних спільнот.

Список використаних джерел:

1. Шилінська І. Ф. Формування культури професійного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю в процесі вивчення гуманітарних дисциплін: дис. … канд. пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2012. 218 с.

2.Cheney G., Lair J., Ritz D. Just a job? Communication, Ethics and Professional life. Oxford University Press, 2010. 298 p.

3. Professional Communication. Collaboration between Academics and Practitioners/ Edited by W. Cheng and K. C. Kong. Hong Kong University Press, 2009. 242 p.

4. Sales H. E. Professional Communication in Engineering. New York: Palgrave Macmillan, 2006. 254 p.
5. Searle J. Indirect Speech Acts. New York: Academic Press, 1975. 341 p.

Анотація: У статті висвітлено проблему міжкультурної професійної комунікації. Означене поняття розглянуто з позиції дискурсивного підходу. Виокремлено особливості Західної і Східної ділових культур. Окреслено труднощі, що виникають у процесі ділової комунікації між фахівцями різних культур. Наведено фактори, що визначають ефективність міжкультурної професійної комунікації. Окреслено роль вербальних і невербальних фонових знань і правил володіння мовленнєвим етикетом у процесі міжкультурного професійного спілкування. Визначено поняття активного і пасивного лексикону фахівця та його роль у процесі комунікації.
Ключові слова: міжкультурна професійна комунікація, дискурсивний підхід, діловий дискурс, мовленнєвий етикет.

Summary: The paper deals with the problem of intercultural professional communication. The defined concept is considered according to the discourse approach. Features of Western and Eastern business cultures are discussed. Difficulties, which the specialists of different cultures face in the process of business communication are outlined. Factors determining the effectiveness of intercultural professional communication are given. The role of verbal and non-verbal background knowledge and rules of speech etiquette in the process of intercultural professional communication is outlined. The concept of the active and passive lexicon of a specialist and its role in the communication process are defined.
Keywords: intercultural professional communication, discourse approach, business discourse, speech etiquette.

Лілія Штохман,
к. філол. н., доцент
кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету,
м. Тернопіль, Україна

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ У НАВЧАННІ ПЕРЕКЛАДАЧІВ

Одним із основних завдань викладання іноземних мов у вищому навчальному закладі є пошук шляхів підвищення комунікативної компетенції фахівця. У центрі уваги при цьому є мовно-розумова діяльність людей, а основним об'єктом навчання є мовна комунікація. Досягнення цієї мети вимагає використання методичної концепції навчання іноземним мовам у вищому навчальному закладі, яка виходить з найголовнішого, комунікативного підходу до професійно орієнтованого навчання.

Розуміння іноземної мови як засобу міжнародного спілкування стимулює пошук нових підходів в організації процесу навчання іноземних мов, який забезпечуватиме пізнання студентами нової культури. Зростання освітнього, виховного й розвивального значень іноземних мов у житті суспільства й кожної людини, а також наявність багатомовного й полікультурного середовища в усіх європейських країнах продукували ідею розширення індивідуального мовного досвіду особистості.

Мовленнєва функціональна система, яка забезпечує комунікацію, тобто спілкування, має складний, системний характер і включає в себе цілий ряд ланок: мотив, задум, внутрішню програму і т.д. Ще однією умовою комунікативності є наявність чи відсутність у тих, хто навчається, мотиву для здійснення мовленнєвої діяльності іноземною мовою. Це положення є головним при визначенні комунікативності. Важливою умовою ефективності діяльності, за визначенням багатьох науковців, є наявність і мотиву, і предмету діяльності, їх тотожність [6, с.10].

Досягнення цієї мети вимагає використання методичної концепції навчання перекладачів, яка виходить з найголовнішого, комунікативного підходу до професійно орієнтованого навчання. Станом на тепер його адаптували до усіх рівнів опанування мови і його філософія торкнулась різних методів навчання, включно із комунікативним навчанням. Мова під час його використання передусім – знаряддя ділової мови – „мови тільки для спеціальних цілей" [9, с.47].

Дослідник Алан Фірт стверджує, що «…мова є взаємодією; це – міжособистісна діяльність, тому її зв'язок із суспільством є природним. У світлі цього вивчення мови повинне бути спрямоване на використання (функціонування) мови у контексті як лінгвістичному, так і соціальному чи

ситуаційному (хто говорить, яка їх соціальна роль, чому вони ведуть діалог)» [2, с.145].

Якщо вести мову про справжню комунікативність, насамперед потрібно викликати у майбутніх перекладачів природну потребу у спілкуванні іноземною мовою на занятті. Комунікативний підхід до навчання мови полягає у використанні реальних ситуацій із життя, що спонукають до спілкування. На відміну від аудіо-лінгвального методу навчання мови, що в своїй основі має повторення та тренування, комунікативний підхід дозволяє завжди забезпечити студентам відчуття неочікуваності під час виконання вправ, адже їх результат залежатиме від реагування та відповідей тих, хто навчається. Моделі ситуацій з реального життя змінюються щоразу, а мотивація студентів до навчання зумовлюється їхнім бажанням до змістовної комунікації на значущі для них теми. [4]

Активізація навчальної діяльності значним чином залежить від викладача, який створює атмосферу співробітництва. Важливо, щоб вся навчальна діяльність була мотивованою. При організації групового і парного спілкування важливо правильно підібрати партнерів тому, щоб з однієї сторони у них був різний рівень інформованості, а з іншого боку, щоб один не пригнічував активність іншого.

Ґюнтер Ґернґрос, австрійський викладач наголошує, що комунікативний підхід у навчанні майбутніх перекладачв зокрема, акцентує на слуханні, що спрямоване на розуміння сказаного співрозмовниками. Це – одне із найважчих завдань, адже ті, хто вчаться, зазвичай слухають викладача, а не співрозмовників. Викладач у цьому випадку повинен бути терплячим слухачем [3, с.90].

Комунікативна спрямованість навчання повинна перш за все переслідувати мету не навчання спілкування взагалі, а навчання мовленнєвому спілкуванню.

Розмаїття видів діяльності, що можуть бути застосовані за умови використання комунікативного підходу у навчанні перекладачів, є необмеженим за умови, що такі вправи дають змогу студентам досягти комунікативних цілей, залучити студентів до комунікативної діяльності з метою передачі інформації чи її отримання, мовної взаємодії.

Роль викладача при комунікативному підході до викладання іноземної мови було визначено багатьма науковцями, серед яких Breen and Candlin, які описують ці ролі у своїй праці «*The essentials of a communicative curriculum in language teaching. Applied Linguistics*». Першою з них вони визначають роль посередника в організації процесу комунікації між її учасниками та між ними і різними видами діяльності чи текстами. Іншою роллю вони визначають роль незалежного учасника навчальної групи. Остання роль тісно пов’язана із цілями першої і випливає із неї. Ці ролі передбачають і ряд другорядних: організатора ресурсів, керуючого та дослідника, аналітика і радника. [1, с. 99].

Д. Ларсен – Фрімен, у свою чергу, підтримує науковців і зазначає, що викладачі в умовах комунікативного підходу повинні виконувати роль радше слухачів, ніж тих, хто говорить, приймаючи функцію фасилітатора. Викладач визначає вправи, та маючи за мету діяльність студентів, повинен лиш

спостерігати, часом відіграючи роль судді. Завдяки підвищеній відповідальності у розігруванні навчальних сцен студенти мають можливість відчути себе впевненішими у застосуванні мови, що вивчається. За словами Ларсен-Фрімен, студенти є відповідальними менеджерами свого власного навчання [4].

Комунікативна активність – це участь у навчальній діяльності всіх тих, хто навчається. Важливо, щоб ця діяльність наближалась до безпосереднього спілкування. Групова взаємодія тих, що навчаються, спрямована на вирішення цієї проблеми. У результаті цієї діяльності, де стимулюється активність кожного і яка спонукає до створення атмосфери взаєморозуміння, кожен учасник чітко бачить свій внесок у спільну справу, що в результаті є ефективним способом підвищення комунікативної компететності майбутніх перекладачів.

Практичні заняття зі студентами-перекладачами, де типовим є розгляд проблемних ситуацій і їх можливих рішень, набувають більшої ефективності за умови використання різних методів роботи зі студентами – поєднання індивідуальної, групової та колективної роботи. Варіювання між цими методами роботи в межах одного практичного заняття дозволяє уникнути одноманітності та, як наслідок, втрати інтересу студентів до завдань, що виконуються.

Науковці зазначають, що викладачі повинні використовувати ті види роботи, що найбільше відповідають розміру групи, часу, умовам приміщення та особливостям завдань. При навчанні майбутніх перекладачів, наприклад, стиль і методологія занять будуть теж дещо іншими. Замість, наприклад, роботи в парах чи групах, студенти можуть значно більше дізнатись в результаті кейс стаді, рольових ігор чи вправ-симуляцій. В таких ситуаціях викладач виконує інші, аніж в ході вивчення англійської розмовної ролі. Це, наприклад, можуть бути ролі куратора, модератора, помічника в ході тренування вмінь для проведення зустрічей, або роль посередника, коли опрацьовуються навички моніторингу переговорів [9; 12]. Робота у групі є формою спільного навчання, яке має своєю метою покращення вмінь критичного мислення, мовних та соціальних навичок.

Висновки з даного дослідження. Отож, можемо підсумувати, що комунікативна складова є одною із базових, доводить свою унікальність і є одним із ефективних способів підвищення комунікативної компететності майбутніх перекладачів.

Список використаних джерел:

1. Clark, J. L. Classroom assessment in a communicative approach. "British Journal of Language Teaching," Oxford: Oxford University Press 25(1), 2007. pp. 9-19.

2. Dolle, D., Willems, G. M. The communicative approach to foreign language teaching: The teacher's case. // "European Journal of Teacher Education," Routledge: Routledge. Part of the Taylor and Francis group 7(2), 1984. pp. 145-54.

3. Gerngross, G., Puchta, H. Beyond notions and functions: Language teaching or the art of letting go. // S. Savignon, M. S. Berns "Initiatives in communicative

language teaching. A book of readings" – Boston: Addison-Wesley Publishing Co., 1994. pp. 89-107.

4. Larsen-Freeman, D. "Techniques and principles in language teaching." Oxford: Oxford University Press, 1996

5. Rosenthal, A. S., Sloane, R. A. A communicative approach to foreign language instruction: The UMBC project. //"Foreign Language Annals," 20(3), 2007. pp. 245-53.

6. Swan, M. A critical look at the communicative approach (1). //"ELT Journal," 39(1), 2005. pp. 2-12.

Тетяна Юрчишин,
к. філол. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Ірина Стецько,
к. пед. н., доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій Західноукраїнського національного університету, м. Тернопіль, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ З ПОЛЬСЬКОЇ МОВИ

Переклад ділової кореспонденції – це тривалий і складний процес, який потребує відповідної компетенції. Вона ґрунтується не лише на знанні рідної та іноземної мов, але й на глибокому розумінні лексико-граматичних та стилістичних особливостей текстів офіційно-ділового стилю.

Загалом ділові листи повинні відзначатися ввічливістю й точністю, тобто демонструвати невід'ємні риси ділової кореспонденції. Переклад листів зазначеного виду повністю орієнтований на передавання змісту, тобто носить інформативний характер. З огляду на це, перекладач часто використовує дослівний переклад ділових листів, адже вільне тлумачення є неприпустимим.

Практика перекладу з української мови на польську і навпаки засвідчує, що переклад ділової кореспонденції передбачає урахування особливостей лексико-граматичної структури обох мов та спричиняє ряд труднощів, які необхідно долати перекладачеві [1, с. 97].

Розв'язання цих проблем досягається умінням правильно проводити різні перекладацькі трансформації, які допомагають зробити тексти оригіналу та перекладу відповідними один до одного. Специфіка перекладу ділової кореспонденції визначається не лише мовними особливостями, властивими офіційно-діловому стилю обох мов, але й головним чином тим, як співвідносяться ці особливості між собою, наскільки збігаються стилістичні характеристики мови оригіналу і мови перекладу [3, с. 206]. Якщо ж певна особливість притаманна тільки одній із мов, то під час перекладу відбувається своєрідна стилістична адаптація: специфічні засоби викладу в мові-джерелі замінюються мовними засобами, властивими мові-реципієнтові.

Характерною рисою польського ділового листа є вживання стандартизованих кліше, які мають прагматичну спрямованість та забезпечують реалізацію категорії ділової ввічливості: Oczekując na odpowiedź, pozostajemy z poważaniem – Чекаємо на Вашу відповідь. З повагою...; Oczekując na odpowiedź, przesyłamy pozdrowienia – В очікуванні швидкої відповіді та з найкращими побажаннями; W nawiązaniu do Państwa zapytania z dnia /data/, informujemy, że... – У відповідь на Ваш запит від /дата/ повідомляємо, що...

Загалом стереотипні кліше, які є компонентами семантичної структури ділових листів, можна згрупувати за тематичною ознакою: 1) замовлення; 2) пропозиція; 3) претензія, скарга; 4) запит; 5) повідомлення; 6) вибачення; 7) прохання. Існування в українській мові подібних груп висловлювань значно полегшує їх переклад українською мовою з польської. Розглянемо кожну групу:

1) замовлення: Uprzejmie prosimy o sprzedanie nam następujących pozycji /nazwa i ilość/. Towar wraz z fakturą prosimy przesłać pod adres... [4, с. 136] – Щиро просимо продати нам наступні позиції /назва та кількість/. Товар разом із фактурою просимо надіслати на адресу…;

2) пропозиція: W nawiązaniu do Państwa zapytania z dnia /data/ mamy przyjemność przedłożyć naszą ofertę na /nazwa towaru/ [4, с. 137] – У відповідь на Ваш запит від /дата/ із задоволенням подаємо Вам нашу пропозицію щодо /назва товару;

3) претензія, скарга: Z przykrością stwierdzamy, że towary dostarczone nam przez Was na nasze zamówienie z dnia /data/ nie odpowiadają partii próbnej, na podstawie której zostało złożone zamówienie. Prosimy o wyjaśnienie i zaproponowanie nam rozwiązania w powyższej sprawie [4, с. 167] – Ми з прикрістю повідомляємо, що надіслані Вами товари за нашим замовленням від /дата/ не відповідають пробній партіїї, на основі якої здійснено замовлення. Просимо усе з'ясувати і запропонувати вирішення цієї проблеми;

4) запит: Prosimy o przesłanie nam cenników i katalogów oraz podanie szczegółów, żniżek i rodzaju opakowania [4, с. 57] – Просимо надіслати нам прейскурати і каталоги, а також детальну інформацію щодо знижок і видів упаковок;

5) повідомлення: Z przykrością informujemy, że nie możemy przyjechać zgodnie z uprzednimi uzgodnieniami w dniu.../data/ [4, с. 51] – З прикрістю повідомляємо, що не маємо змоги приїхати /дата/ згідно попередніх домовленостей;

6) вибачення: Proszę przyjąć przeprosiny i zapewnienie, że chciałbym zobaczyć się z Państwem osobiście w najbliższej przyszłości [4, с. 51] – Перепрошую і запевняю, що хотів би з Вами зустрітися особисто у найближчому майбутньому; Przepraszamy za związane z tym kłopoty – Перепрошуємо за пов'язані з цим проблеми;

7) прохання: Bylibyśmy wdzięczni, gdybyście potwierdzili Państwo Waszą obecność – Будемо вдячні, якщо Ви підтвердите свою присутність; Prosimy o przesłanie nam kilku próbek, abyśmy mogli właściwie ocenić Wasze towary [4, с. 49] – Просимо надіслати нам зразки Вашої продукції, щоб ми могли належним чином оцінити Ваші товари.

У галузі офіційно-ділового перекладу польська і українська мови прагнуть до чіткості й суворості викладу. Перекладач повинен повністю й точно передати думку автора, надати їй форму, властиву українському чи польському спеціальному тексту.

Не менш важливими є знання пунктуації та специфіки перекладу листових штампів. Дотримання тих чи інших норм, зокрема й в офіційно-діловому стилі, допоможе перекладачеві розв'язувати складні проблеми ділового спілкування.

Ініціали або скорочення імен – ще одна складність, яку можна зустріти при перекладі ділової кореспонденції. Зазвичай ініціали подаються у текстах після того, як попередньо вже було подано повне ім'я [5, с. 112]. Однак, іноді вони подаються без попередньої розшифровки. Передача більшості ініціалів не становить труднощів, тому що вони мають однозначні українські відповідники: prof. I. Nowak – проф.

І. Новак.

Дуже часто при перекладі ділової кореспонденції перекладачеві доводиться зустрічатися з абревіатурами та скороченнями. Поширений спосіб перекладу скорочень – це його переклад відповідною повною формою слова або словосполучення: wg (według) – згідно; tj. (to jest) – тобто; m. inn. (między innymi) – між іншим. Повна форма абревіатур перекладається якомога точніше при використанні такої лексичної трансформацію як калькування [2, с. 83], так, щоб з відповідної форми перекладу можна було б утворити скорочення: BIG (Bank Inicjatyw Gospodarczych) – Банк господарських ініціатив (БГІ); WIG (Warszawski Indeks Giełdowy) – Варшавський Біржовий Індекс (ВБІ).

Таким чином, процес перекладу ділової кореспонденції є певним випробовуванням для перекладача і не обмежується знанням іноземних мов, а передбачає високий рівень його перекладацької та референційної компетенції, що становить основу діяльності перекладача.

Перспективним є розгляд польського та українського ділових листів у комунікативно-прагматичному та когнітивному аспектах.

Список використаних джерел:

1. Драбов Н.Ю. Особливості перекладу ділових листів. Сучасні дослідження з іноземної філології. Ужгород, 2013. Вип. 11. С. 97-102.

2. Масальський В. Теорія і практика перекладу ділової документації : навч.- метод. посібн. Донецьк : Бізнес центр ДонНУ, 2006. 142 с.

3. Чепурна М.А. Особливості перекладу ділових листів. Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. Кривий Ріг, 2015. Вип. 12. С. 204-210.

4. Kienzler I. Korespondencja handlowo-prawnicza w języku polskim. Wzory pism, umów i innych dokumentów. Gdynia : IVAX, 2012. 208 str.

5. Pisarska A. Współczesne tendencje przekładoznawcze. Poznań : Wydawnictwo Naukowe UAM, 1996. 229 str.

Катерина Яриновська,
викладач кафедри слов'янських і германських мов
Житомирського державного університету імені Івана Франка,
вчитель Наукового ліцею ЖДУ імені Івана Франка,
м. Житомир, Україна

ПРАГМАТИЧНА СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ВІЙСЬКОВОГО СОЦІОЛЕКТУ Й ТЕРМІНОЛОГІЇ

Загалом, кількість соціолексем й термінології у сучасній мові є достатньо значною за обсягом, тому доцільним є обмеження їх дослідження певною лексичною групою, військовою сферою зокрема.

Перш за все, варто з'ясувати значення слів "соціолект" та "термін". Дефініція «соціолект» зазвичай використовується при вивченні лексичної системи якоїсь частки суспільства, або ж певної групи населення. Визначною рисою соціолекту, котра відрізняє його від інших соціальних груп, як вважають деякі дослідники, є його взаємозв'язок із процесом називання. У сучасній лінгвістиці можемо виділити домінантні варіанти найменування того чи того предмета/ явища (інтралінгвістична ознака), про який говориться (когнітивна ознака) і чому це потребує назви (причина номінації).

Розгляд мовної системи і як з погляду книжного (унормованого), так як і факту дійсності у суспільному житті призводить до акцентації особливої уваги на процес індивідуальної комунікації, який сприймається як мовний акт окремої особистості або групи індивідів, наприклад: сім'я, клас, медицина, професія тощо. Мова носія певного соціального діалекту можна вважати як продукт відносин у суспільстві, при моделі зумовленості психологічної сторони соціальною [2].

При описі соціальних й функціонально-стилістичних характеристик мовної системи соціальна діалектологія виробляє власний апарат дослідження. Предметом його вивчення є мовлення як окремого індивіда, так і людей різних соціальних груп й категорій. Для більш наукового визначення згаданих вище категорій запроваджуються наступні терміни: "соціолект", "ідіолект".

Більше того, «соціолект» є сукупністю мовних кодів, котрими володіють окремі індивіди, об'єднані в якусь соціальну групу, а стратифікація комунікативного колективу містить в собі методологічний підхід, який дозволяє аналізувати закони та особливості мовної поведінки індивіда в дійсній ситуації мовлення.

Отже, термін «соціолект» підходить до тріади «діалект» (мова спільноти, території) – «соціолект» (мова спільноти, об'єднаної певним фактором) – «ідіолект» (мовна специфіка індивіда). У філософській категорії мовлення взагалі та мовлення під час певної комунікативно ситуації виділяються загальний, суспільно-діалектний, діалектно-окремий види [1].

Загалом, можна розуміти соціальний діалект або соціолект як мову, яка

характеризується використанням у певній соціальній групі (класі, професії, віці).

Також варто дізнатися визначення терміну [3]. Кожен крок наукового дослідження є продуктом усталеної термінології, тобто мисленнєвої діяльності людини, що виражена мовною. Отже, мова науки є особливою системою репрезентації, в якій результати пізнання фіксуються в матеріальній формі. Як і інші знакові засоби, термінологія, з одного боку, консолідує наявні знання та пояснює наукові поняття, категорії та принципи їх систематизації, конкретні галузі знань і закономірності діяльності.

З іншого боку, термінологія допомагає відкривати нові знання. Таким чином, можна говорити про динамічний характер терміна, який виражає взаємодію результатів повсякденного досвіду з результатами наукового пізнання. На наш погляд, динаміка наукового знання є ключовою для семантичної динаміки термінології та є рушійною силою розвитку термінологічної номенклатури принципів й механізмів.

Науковий і технічний розвиток у всіх галузях знань призвів до появи великої кількості нових понять, які вимагають розробки та впорядкування термінології. Таке розташування, упорядкування має форму термінологічної системи. Цей процес є природним, оскільки нова концепція завжди вимагає мовного дизайну, щоб підключитися до існуючого масиву знань, концептуального зв’язку та встановлення у свідомості. Кожна терміносистема характеризується особливостями тієї чи іншої галузі наукової картини світу, яку вона обслуговує, лексико-семантичними зв'язками в системі, структурними відмінностями, особливостями її складових частин.

Фахова підмовна система, зокрема, військова, є специфічною формою відтворення мови загалом, що має певну спрямованість, приміром медичну, освітню, торгівельну, мисливську. Її найменш стандартизованим компонентом є лексична підсистема, що має відносний характер (польовий), а це означає, що її структура організована за аналогією до поля, в якому є центр (ядро – термінологічна система) й периферія (сюди можемо вписати субстандартну лексику). Військова лексика є нагромадженням мовних одиниць, які об’єднуються спільним змістом та відображають предметну, понятійну й функціональну схожість номенів, які вони означають чи позначають.

Значну увагу дослідженню військового соціолекту приділяли такі вчені: Яценко Н. О. [12], [13], Яремко Я. П. [11]. В царині вивчення й дослідження військової лексики в художніх творах працювали: Дубинець О.[4], Зайцева М.О. [3], Панасюк К. [5]. Прагматичне використання військового соціолекту й термінології у професійному мовленні репрезентовано у наукових розвідках наступних вчених: Селіванова О. Д.[6], Циганок Н. І.[8], Шалигіна Н.[9],[10], Тарасенко О. Д.[7] тощо.

Етимологія та структура військової лексики висвітлюється в мовознавстві з різних точок зору. Більшість дослідників відносять до військового лексичного дискурсу слова й словосполучення, котрі передають унікальні військові поняття, а також лексеми, що вживаються у комунікації військовослужбовців збройних сил. Військова лексика є домінантним компонентом, що модифікується у

військову термінологію й соціолект.

Практика військового перекладу в період повномасштабної війни немислима без глибокого знання теоретичних засад та осмислення нюансів процесу перекладання військового соціолекту чи термінології. Розуміння суті процесу перекладання дає можливість, перш за все, перекладачеві, оволодіти методикою пошуків адекватних еквівалентів чи відповідників, визначає індивідуальний підхід до процесу перекладу, дозволяє з точки зору прагматики підходити до вирішення практичних завдань, тобто більш раціонально здійснювати переклад, відповідно, заощаджуючи час і перекладача, і комунікантів.

Дотримання формальних відповідностей при перекладі українською, англійською чи будь-якою іноземною мовою унеможливлює створення правильної відповідності у стилістиці, а навпаки, призводить до руйнації. Тому перекладач ні в якому разі не має прагнути перекласти зі стовідсотковою точністю кожне слово, абсолютно чітко передати його стилістичне і емоційне забарвлення, оскільки кінцевий оптимальний результат не буде можливим через не знаходження у відповідності з правилами і нормами досліджуваного виду (підвиду) стилю в мові, на яку перекладається текст.

У практиці перекладу досить часто вживаються наступні поняття “змістові втрати”, “змістовні перекручення”, "стилістична нейтралізація" або “стилістична невідповідність”, “використання неправильних еквівалентів” тощо (наприклад, *smart bomb* – (військ. жарг.) бомба, яку можна точно навести на ціль, довести до цілі за допомогою лазерного променя, радіо-контролю електро-оптичної системи).

Кількість можливих помилок особливо зростає останнім часом, при перекладі неологізмів (*green pine* – ультрависока частота сітки радіозв’язку, яка підтримується ВПС США). Але похибка буде значно меншою, якщо перекладач дотримуватиметься чіткої умови: осмислення реальної комунікативної ситуації, яка лежить в основі тексту (реплік мовців), знання навколишньої дійсності, про яку мовиться (приміром, *body cooler* – приміщення з холодильниками для тимчасового зберігання трупів при медичних евакуаційних шпиталях).

Уникнення суб’єктивізму і похибки під час перекладу здійснюється шляхом одночасної та об’єктивної оцінки перекладу кількома перекладачами, порівняння різних варіантів перекладу однієї і тієї ж лексеми. Домінантне значення мають достовірні лексикографічні й наукові джерела: підручники, словники й посібники, що розкривали б конотації та денотати лексем, їх етимологію, можливі принципи перекладу.

Потенційному перекладачу, який працює із перекладами військової літератури, для початку варто зрозуміти одну головну річ: перекладений текст, за призначенням, насамперед, для прагматичного використання бійцями збройних сил, військовослужбовцями а також працівниками силових структур. Отже, перекладач повинен враховувати певні вимоги до перекладу, а саме бути:

1. Бути чітким, лаконічним, навіть – коротким, містити достовірну військову й військово-технічну термінологію, соціолекти (наприклад: *big noise* –

жаргонний вираз, який використовується під час тренувальних занять та слугує сигналом повітряної тривоги протиповітряним військам; *buy the farm* – (евфемізм) загинути (e.g. *"The sergeant bought the farm over on Hill 654 this morning");*«Мотолига» (БТ-ЛБ багатоцільовий транспортер легкий броньований, від російського МТ-ЛБ) – «Motoliga», «Оса, птіца, птічка» (коптери, тобто безпілотні апарати, які використовують обидві сторони для розвідки) – «A wasp, a bird, a little bird»).

2. Не допускати двозначного тлумачення, бути пристосованим до використання під час процесу комунікації положень й ідей, котрі описані в тексті або під час процесу комунікації (*white rocket* – кодова назва імітованого стану небезпеки – з тим, щоб не сплутати його зі справжнім; *wild weasel* – військ. жарг. – назва літака, який спеціально призначений для встановлення місцезнаходження та знищення систем протиповітряної оборони противника, самохідна артилерійська установка «САУшка» – «SAUShka», «Муха» (РПГ, ручний протитанковий гранатомет) – «Fly»).

3. Сленгові вирази, фразеологізми допускаються тільки у деяких випадках, коли без них неможливо зрозуміти суть висловлення (*banana clip* – магазин автомата, в який входить 30 патронів; *ears only* – секретна інформація, яку не дозволяється фіксувати у письмовому вигляді; лимон (lemon) – бойова граната, Транспортний засіб з назвою «Шишига, шашарік» (вантажний автомобіль ГАЗ-66) – «Shishiga, shasharik»).

Один з відомих вчених, котрі досліджували переклад військового соціолекту А. Судзиловський стверджує, що найбільш вагомим для перекладу лексики досліджуваного типу є не приватне, а загальне функціонально-стилістичне узгодження у певному лінгвістичному аспекті. При цьому маємо пам'ятати, що ті ідентичні типи стилів мови в українській та будь-якій іноземній мовах мають різні правила та норми. Приміром, військово-публіцистичний стиль української мови з погляду лексичних характеристик має деякі особливості, зокрема, у переважанні відносно невеликої кількості забарвлених емоційно елементів в українському військовому соціолекті [14]. Тому перекладачеві не обов'язково намагатися перекласти кожну лексему й абсолютно достовірно передати емоційно-оцінне забарвлення фрази чи тексту.

Військовий соціолект та термінологія характеризуються високою частотою вживання евфемізмів. Їх розглядаємо як слово чи сполучення слів, що являє собою найменшу одиницю мовлення, котра вживається замість лексеми-синоніма, що приховує головну суть явища, або не називає його конкретно [15, с. 106]. Зважаючи на досить широку поширеність евфемізмів у військовому соціолекті, виділимо три основні їх функції :

1. Передання витонченості. Ця функція типово використовується якщо описується людина, її зовнішність, фізичний стан й розумові здібності (*red leg* жарг. – артилерист).

2. Пом'якшити значення надто незручних чи серйозних слів, котрими не варто послуговуватись. Ця функція проявляється в заміщенні лексики, на яку поширене табу. При цьому може бути відсилання до релігії, кохання, містики,

епістолярної політики та етикету (*dear John* – 1. лист від коханої чи дружини військовослужбовця, в якому вона сповіщає про припинення стосунків між ними; 2. офіційний лист-повідомлення про обмеження терміну служби офіцера-резервіста (e.g. *"I got my Dear John today… 20 years in and I'm out")*).

3. Маскування й приховування дійсності, з метою перекручування її негативної сторони (*cheese knife* – церемоніальна шабля чи шпага з тупим лезом, яку носять офіцери чи сержанти під час офіційних військових церемоній).

Виявлення домінуючих частин комунікативного потоку є одним із першочергових завдань перекладача на етапі аналізу оригінального тесту чи фрази. В такому випадку, майже завжди йдеться про переклад не окремих слів чи фраз, а текстів, котрі функціонують у просторі військового соціолекту. При перекладі соціолекту й термінології досліджуваного нами дискурсу необхідно враховувати такі особливості:

– рід фрази, тексту (приналежність до військової лексики);

– комунікативні специфіки (мовлення представників різних видів військ відрізнятиметься);

– мовностилістична (військових сленг більш неформальний від офіційного мовлення);

– етноспецифічна (врахування національності й народності комінкантів).

Отже, для правильного й чіткого розуміння, а більше того, для перекладу військових текстів необхідно, перш за все, мати грунтовні знання цій сфері: організація й ведення війни, види озброєння, способів бойового використання збройних сил, техніка та літаки, бойові тактики й сленгові назви та дотримуватись основних законів і правил перекладання досліджуваного типу лексики.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні сучасного українського військового соціолекту більш детально та перекладі його на іноземні мови, англійську та польську зокрема.

Список використаних джерел:

1.Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу. Київ : Логос, 2002. 315 с. Бібліогр.: с.145-162.

2.Бєляєва Т.М. Нестандартна лексика англійської мови. Львів.1985. 234 с.

3. Зайцева М.О. Особливості перекладу термінів у текстах на військову тематику. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Київ. 2013. Вип. 10. Серія 9. С. 96–102.

4. Дубинець О. Військова лексика в романі Р. Іваничука "Мальви". *Вісник Харківського НУ ім. В. Каразіна. Серія: Філологія.* 2015. Вип. 73. С. 169-172.

5.Панасюк К. Військова термінологія в романі Юрія Щербака "Зброя судного дня". *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми української термінології*". 2018. № 890. С. 66-69.

6.Селіванова О. Д. Мовленнєва культура професійного спілкування військовослужбовців – складова військової культури сучасної української армії.

Військова освіта. 2013. № 1. С. 200-206.

7. Тарасенко О. Д. Типові труднощі російсько-українського перекладання науково-технічних термінів. *Збірник тез доповідей П'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції "Спільні дії військових формувань і правоохоронних органів держави: проблеми та перспективи".* Одеса, 2018. С. 327-329.

8. Циганок Н. І. Роль мовленнєвої культури у формуванні особистості військового фахівця. *Військова освіта: збірн. наук. праць.* Київ, 2008. №1(21). С. 85-93.

9. Шалигіна Н. Стан розвитку комунікативної компетентності офіцерів багатонаціональних штабів. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Педагогічні науки*. 2016. № 3. С. 255-266.

10. Шалигіна Н. П. Сутність та особливості службово-ділового спілкування офіцерів багатонаціональних штабів. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки.* 2016. № 3(2). С. 119-128.

11. Яремко Я. П. Формування української військової термінології: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Дрогобич, 1997. 16 с.

12. Яценко Н. О. Військова лексика в історичних романах Ліни Костенко. *Дивослово.* 2000. № 3. С. 30–32.

13. Яценко Н. О. Формування назв військового одягу в українській мові. Київ : ВД Дмитра Бураго, 2009. 180 с.

14. Chandra Sekhar Rao V. The Significance of the Words Borrowed Into English Language. Journal for Research Scholars and Professionals of English Language Teaching. 2018. Is. 6(2). URL: https://www.researchgate.net/publication/324273536_The_Significance_of_the_Words_Borrowed_Into_English_Language

15. Mammadzade A.F. Lexical features of English military discourse. Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. 2013. No 1.

Анотація. У статті репрезентовано основні категорії військового мовного дискурсу: соціолект й термінологію, описано їх лінгвістичне значення та прагматичну специфіку в перекладі з англійської на українську й навпаки. Проаналізовано основні труднощі у перекладі та особливості перекладання сленгу й жаргонізму, якими послуговуються військовослужбовці. Було визначено, що військові терміни та соціолект створюється для забезпечення якісного взаєморозуміння між фахівцями у досліджуваній галузі, якій притаманні специфічні мовні вирази. Об'єктом нашого дослідження є військовий соціолект та термінологізми. Предметом – прагматична специфіка перекладу досліджуваних категорій лексики. Переклад військових термінів та соціолекту загалом є досить непростим завданням, адже є слова, що не існують в мові перекладу, тому значне значення при перекладі зразків соціолекту й термінів має специфічний контекст, який дозволяє вивести стержневе значення лексеми із

значень окремих його компонентів. Головною помилкою при перекладі військових термінів й соціолекту полягає в тому, що перекладачі іноді намагаються знайти буквальний відповідник україномовному чи англомовному терміну.
Ключові слова: військовий дискурс, соціолект, термінологія, термін, переклад, труднощі перекладу.

Summary. The article presents the main categories of military language discourse: sociolect and terminology, describes their linguistic meaning and pragmatic specificity in translation from English to Ukrainian and vice versa. The main difficulties in translation and the peculiarities of translating slang and jargon used by military personnel are analyzed. It was determined that

military terms and sociolect is created to ensure high-quality mutual understanding between specialists in the researched field, which is characterized by specific language expressions. The object of our research is the military sociolect and terminologies.The subject is the pragmatic specificity of the translation of the studied vocabulary categories. The translation of military terms and sociolect in general is quite a difficult task, because there are words that do not exist in the language of translation, so the specific context, which allows to deduce the core meaning of the lexeme from the meanings of its individual components, is of significant importance when translating samples of sociolect and terms. The main mistake when translating military terms and sociolects is that translators sometimes try to find a literal equivalent of a Ukrainian or English term.
Keywords: military discourse, sociolect, terminology, term, translation, difficulty of translation.

Liudmyla Yatsenko,
PhD in Pedagogy, associate professor
University of the State Fiscal Service of Ukraine
m.Irpin, Kyiv Oblast, Ukraine
Svitlana Makater,
Lecturer Kyiv National Linguistic University,
m.Kyiv, Ukraine

BUSINESS LETTER-WRITING AS A MEANS OF WRITTEN COMMUNICATION

Communication is a process that is a set of actions or changes that brings about a specific result. Communication involves an interaction among sender, message, and receiver; it is a process, not a product. This point is important to remember when you are trying to improve communication or understand why it broke down.

Since the earliest days of writing and paper-making, people have used the written word to communicate their commercial needs or describe their product. The use of the written word has become paramount in business. The advantages of written communication are particularly valuable on the job. They are as follows: *1. the receiver must take an active role in the communication process; 2. reading is faster than listening; 2. writing is less personal. 3. writing provides a permanent record. 4. writing can be revised.*

Despite the wide range of different means of communication, much attention is still attached to letter-writing. Many businesses, for instance, traditionally prefer sending letters to calling somebody, since a telephone call may arrive at a wrong time and distract a person. It is also clear that an executive, a manager, a salesman or a businessman has to write letters (Sankrusme, 2017).

Letter-writing is the one of the central skills in office administration. A well-presented letter will show the outside world that you and your company are professional and capable. On the one hand, a badly laid-out letter, full of grammatical and spelling errors, is irritating and time-consuming to deal with. Before you begin to organize the content of a letter, it is necessary to think about its layout and general appearance. It is important to remember that a letter starts to communicate before the first word is read. Although letters may differ in appearance, their basic parts are similar. The standard parts of a business letter are as follows.

Letterhead. This is your company's details. The letterhead is normally designed and pre-printed. However, if no letterhead is available, type the required information either at the left-hand edge, centered or at the right-hand edge, depending on your company's usual style.

Letter reference. This is often made up of two sets of initials: those of the person writing the letter and those of the person typing the letter, separated by an oblique stroke.

Date. The standard way to write the date in English is in figures and words, in the order in which you would say it: date, month, year (e.g.: 21st February 20__)

Private / Confidential. The difference is that letters marked "private" should only be opened by the addressee. Letters and other documents marked "confidential" will have their circulation confined to a few relevant members of stuff only.

Addressee's name and address. If writing to a particular person in a company, write their name and title, followed by the company name, full address, and the postcode.

Salutation. All letters should open with a salutation: "Dear…" If you are writing to a particular person, use that person's courtesy title and surname (e.g. "Dear Mr. Smith" or "Dear Ms. Smith". If you are on very good terms with the addressee, it is permissible to use a Christian name only ("Dear John"). If you are not writing to a named person, use the salutation, "Dear Sir / Madam".

Subject heading. This is a title that indicates the subject of the letter for quick reference.

Body of the letter. The letter should be clear and easy to understand. Put your emphasis and purpose of your letter in the first paragraph. The succeeding paragraph will be the supporting details of your purpose.

Closing (also called "complimentary close"). Close your letter with polite closing and with expectancy that you will receive a response from your reader. Which form of subscription you use depends on the salutation at the start of the letter. If you opened with "Dear Sir(s)", you should close with "Yours faithfully". If you opened with the name of a person, and you have never met that person, or the relationship is formal in any other way, close with "Yours sincerely". If the sender and the addressee are close friends or colleagues, it is possible to use a more familiar subscription, such as "Best regards" or "Kind regards" (Brieger, 2011).

Signature and signatory. The sender's signature is usually made up of initials and surname.

Topping-and-tailing. Some company executives like to add a personal touch to some of their correspondence by handwriting the salutation and the closing as well as their signature.

Designation. The position in the company of the sender is typed on the line below the signatory, and should give the accurate job title.

Enclosures. If you are sending other material with the letter, indicate this after the designation, so that the addressee could check that all the material is present (e.g.: "Enc").

Copies. If you are planning to send a copy of the letter to someone other than addressee and the sender, indicate this using the abbreviation "cc".

Continuation sheets. Your letter may run to two or more pages. If this is the case, indicate the existence of a communication sheet with a catchword, such as "continued".

The format of a letter refers to the arrangement of the four elements on the page. The two letter formats most commonly used in business today are the Full Block and the Modified Block. In the Full Block format every line begins at the left margin. This format has become the preferred choice in most businesses because it is the easiest to keyboard. You do not have to worry about lining up to return address with the signature block, or intending the first line of each paragraph. The Full Block format generally has open punctuation, which means that only the body of the letters is punctuated. There is no

punctuation after the salutation or complimentary close. The Modified Block is somewhat more old-fashioned (Sankrusme, 2017).

There are some important letter-writing tips:

- Keep your letters short and to the point.
- Use the subject heading that accurately reflects the subject of the letter.
- Make sure that your letter starts with a statement of intent and ends with a request or promise of action.
- Never use words that you do not understand or do not know how to spell. If you are unsure, look it up in a dictionary.
- Avoid using too many adjectives or adverbs. You will be able to do this if you choose the correct nouns and verbs.
- Don't use the words and phrases that could be ambiguous. If there is any chance of a misunderstanding arising, find an alternative way of saying it.
- Always be cordial and polite. Never be abusive, even if you are writing a letter of complaint.
- All parts of the letter are designed to give important information. If your letters give accurate information, you will increase efficiency all round. For example, the addressee will know how to contact the sender, and you will know where to find your file copy in a hurry.
- Think out your letter before you start to compose it. Make notes if this helps to organize the information in a logical order.
- If you can amend a standard or similar letter to say what you need to say, do so. It will save your time.
- If you have difficulty finding the right words and phrases for your letters, consider investing in a book of sample letters.

Writing good letters is an art. Letter writing is crucial to the success of every professional. You cannot have a good business relationship with customers if they do not know what you are trying to tell them in a letter. Without letter-writing skills, the professional's effectiveness is stymied.

References:

Brieger, N. (2011). Business Writing (Collins English for Business). HarperCollins UK

Dignen, B. (2013). Effective International Business Communication. HarperCollins Publishers.

Sankrusme, S. (2017). International Business Correspondence. Hamburg: Anchor Academic Publishing

Shevchenko, O.L. (2018). Business English for Economists: Written and Oral Communication. Kyiv: KNEU

Наукове електронне мережеве видання

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

Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції

21 лютого 2023 року

Відповідальна за випуск *Т.С.Гиріна*

Форматування та комп'ютерна верстка *І. В. Зайцева*

Матеріали друкуються в авторській версії. Здано до друку 10.03.2023. формат 60х84/14. Папір офсетний №1. Гарнітура «Times New Roman». Друк офсетний. Друк.арк. 18,2. Тираж 100 прим.

Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром «Державний податковий університет», 08205, вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська область, Україна

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції Серія ДК № 5104 від 20.05.2016