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

Zbiór materiałów z Międzynarodowej Konferencji Naukowo-Praktycznej online
(21 lutego 2025 roku)

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 2025 року)

Redakcja naukowa:
Tetiana Hyrina
Nataliia Moshenets

Łomża-Irpiń, 2025
Wydawnictwo: MANS w Łomży

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
“Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі:
аспекти міжмовної комунікації
та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця”

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

Rozpatrzone i zatwierdzone na posiedzeniu Rady Naukowej Uniwersytetu Podatkowego
(protokół nr 10 z dnia 13 marca 2025 r.)

Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets

Język i kultura ukraińska we współczesnej humanitarnej przestrzeni czasowej: aspekty komunikacji międzyjęzykowej i kształtowanie kompetencji komunikacyjnych współczesnego specjalisty [wydanie elektroniczne] : zbiór materiałów IV Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji online, Irpiń – Łomża, 21 lutego 2025 r. / Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets. Irpiń: Państwowy Uniwersytet Podatkowy; Łomża: Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2025. 280 s. Format PDF ; wydanie online ; repozytorium instytucjonalne.

Recenzenci:
Anastasiia Bessarab, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, profesor Zakładu Psychologii i Pracy Socjalnej, Khortytska Narodowa Academia Edukacyjno-Rehabilitacyjna, Ukraina;
Anzhelika Dosenko, doktor nauk społecznych, profesor nadzwyczajny, kierownik Katedry Dziennikarstwa Narodowego Uniwersytetu Tavri im. VI.I. Wernadskiego, Ukraina

Rada Redakcyjna:
Tetiana Hyrina, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, docent, kierownik Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
Nataliia Zykun, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, prof., dziekan Kierunku Technologii Społecznych i Humanitarnych, Sportu i Rehabilitacji, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
Olena Kalyta, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, docent, docent Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
Nataliia Moshenets, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska;
Zoia Sharlovych, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska.

ISBN 978-83-68480-03-0
DOI https://doi.org/10.58246/UBWA9567

W zbiorze znajdują się materiały z Międzynarodowej Konferencji Naukowo-Praktycznej Internetowej, która odbyła się 21 lutego 2025 r. na podstawie Katedry Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury Wydziału Technologii Społecznych i Humanitarnych, Sportu i Rehabilitacji Państwowej Wyższej Szkoły Podatkowej. Publikacje odzwierciedlają kierunki i wyniki badań naukowych poświęconych takim aktualnym zagadnieniom: funkcjonalność języka ukraińskiego w komunikacji międzykulturowej i zawodowej, dyplomacja kulturalna Ukrainy: formy, środki i kierunki rozwoju, wykorzystanie technologii cyfrowych dla rozwoju kompetencji komunikacyjnych współczesnego specjalisty, innowacje komunikacyjne projektowania mediów: estetyka. technologie, interaktywność, przestrzeń informacyjna jako czynnik kulturowego rozwoju jednostki, komunikacja biznesowa i tłumaczoznawstwo: wyzwania współczesnościPublikacja przeznaczona jest dla szerokiego grona czytelników zainteresowanych omawianymi zagadnieniami.

Zbiór został opracowany na podstawie gotowych materiałów dostarczonych przez autorów. Za kompletność i rzetelność przedstawionych faktów i przepisów odpowiadają autorzy publikacji. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za materiały przekazane do publikacji.

Źródło grafiki zamieszczonej na okładce: URL: https://um.kpnu.edu.ua/2021/05/27/uchast-u-i-mizhnarodnij-naukovo-praktychnij-konferentsii-sotsiokomunikatsijna-nauka-v-paradyhmi-smyslovykh-transformatsij-trendy-osvity-i-profesijnoi-diialnosti-prof-marchuk-l-m-dots-ladyniak-n-b/

Wydawnictwo: MANS w Łomży

© Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina, 2025
© Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska, 2025

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
“Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі:
аспекти міжмовної комунікації
та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця”

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

Розглянуто і схвалено на засіданні вченої ради Державного податкового університету (протокол №10 від 13 березня 2025 року)

Наукова редакція: Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець

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, Ірпінь – Ломжа, 21 лютого 2025 р. / Наукова редакція : Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець. Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2025. 280 с. PDF-формат ; мережеве видання ; інституційний депозитарій.

Рецензенти:

Бессараб Анастасія, д-р наук із соц. ком., професор, професор кафедри психології та соціальної роботи Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії, Україна;

Досенко Анжеліка, к.соц.ком., доц., завідувачка кафедри журналістики Таврійського Національного університету ім. В.І. Вернадського, Україна

Редакційна колегія:

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

Наталія Зикун, декан факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Державний податковий університет, Україна;

Олена Калита, к. п. н., доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, Україна;

Наталія Мошенець, Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща;

Зоя Шарлович, к. п. н, Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща.

ISBN 978-83-68480-03-0
DOI https://doi.org/10.58246/UBWA9567

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, що відбулася 21 лютого 2025 р. на базі кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації Державного податкового університету. Публікації відображають напрями та результати наукових досліджень, присвячених таким актуальним питанням: функціональність української мови в міжкультурних і професійних комунікаціях, культурна дипломатія України: форми, засоби та напрями розвитку, використання цифрових технологій для розвитку комунікативних компетентностей сучасного фахівця, комунікаційні інновації медіадизайну: естетика. технології, інтерактивність, інформаційний простір як чинник культурного розвитку особистості, бізнес-комунікації та перекладознавство: виклики сьогодення.

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

Збірник сформований з готових матеріалів, наданих авторами. За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій. Видавець не несе відповідальності за надані до публікації матеріали.

Джерело графіки на обкладинці: URL: https://um.kpnu.edu.ua/2021/05/27/uchast-u-i-mizhnarodnij-naukovo-praktychnij-konferentsii-sotsiokomunikatsijna-nauka-v-paradyhmi-smyslovykh-transformatsij-trendy-osvity-i-profesijnoi-diialnosti-prof-marchuk-l-m-dots-ladyniak-n-b/

Видавництво: MANS w Łomży

©Державний податковий університет, Україна 2025
©Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща, 2025

Ministerstwo Edukacji i Nauki Ukrainy

Ministerstwo Finansów Ukrainy

Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Zakład Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury (Irpin, Ukraina)

Międzynarodowa Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży (Rzeczpospolita Polska)

Wyższa Szkoła Ekonomii (Bydgoszcz, Polska)

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (Rzeczpospolita Polska)

Uniwersytet w Zagrzebiu (Chorwacja)

Uniwersytet Biznesu w Katowicach (Rzeczpospolita Polska)

Chortycka Akademia Narodowa, Zakład Projektowania (Zaporoże, Ukraina)

Narodowy Związek Dziennikarzy Ukrainy

Uniwersytet Państwowy “Kijowski Instytut Lotnictwa” (Kijów, Ukraina)

PODZIĘKOWANIA

Instytucjom edukacyjnym, które wzięły udział w odbytej konferencji, wyrażamy wdzięczność za planowaną współpracę. Znaczna liczba współorganizatorów z różnych części Ukrainy i Europy świadczy o wysokim poziomie zainteresowania partnerów rozwojem i pogłębianiem kierunków naukowych w obszarach komunikacji społecznej, filologii, kultury i sztuki, a także perspektywami dalszych badań naukowych na poziomie multidyscyplinarnym.

Dorobek naukowy zawarty w raportach i publikacjach szczegółowo analizuje trendy edukacyjne, wyzwania społeczne i działalność zawodową nauk społeczno-komunikacyjnych w paradygmacie przemian semantycznych.

Міністерство освіти і науки України

Міністерство фінансів України

Державний податковий університет (факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації; кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури (м. Ірпінь, Україна)

Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі (Республіка Польща)

Вища Школа Економіки (м. Бидгощ, Республіка Польща)

Економічний Університет У Катовіцах (Республіка Польща)

Загребський Університет (Хорватія)

Катовіцький Університет бізнесу (Республіка Польща)

Хортицька Національна Академія (м. Запоріжжя, Україна)

Державний університет “Київський авіаційний інститут” (м. Київ, Україна)

ПОДЯКА

Висловлюємо вдячність за планомірну співпрацю закладам освіти, які долучились до проведеної конференції. Значна кількість співорганізаторів із різних куточків України та Європи свідчить про високий рівень зацікавленості партнерів у розвитку та поглибленні наукових напрямів у галузях соціальних комунікацій, філології, культури й мистецтва, а також про перспективність подальших наукових досліджень на мультидисциплінарному рівні. Наукові надбання, висвітлені у доповідях і публікаціях, підтверджують ґрунтовність розуміння учасниками освітнього процесу ролі трендів освіти, суспільних викликів і професійної діяльності соціокомунікаційної науки в парадигмі смислових трансформацій.

Міністерство освіти і науки України

Державна наукова установа
«Український інститут науково-технічної експертизи та інформації»

ПОСВІДЧЕННЯ № 218
про реєстрацію проведення заходу
від 19 лютого 2025 р.

назва заходу	Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця»

дата і місце проведення	21 лютого 2025 року м. Ірпінь, Україна

орієнтовна кількість учасників	100

Одержувач	Державний податковий університет, Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі (Республіка Польща)

Завідувач відділу інформаційного
забезпечення міждержавного
науково-технічного співробітництва В.В. Матусевич

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
“Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі:
аспекти міжмовної комунікації
та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця”

ЗМІСТ

Панель 1. ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В МІЖКУЛЬТУРНИХ І ПРОФЕСІЙНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

АМЕЛІН Богдан,
ЗАЙЦЕВА Інна
УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ФЕНОМЕН НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ …….. 13

БАБКО Марія
УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОФЕСІЙНОГО ЗРОСТАННЯ…… 17

БАНАР Марія
КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ …….. 20

БАЧИНСЬКА/ЯКУШЕВІЧ Марина,
ВОЛЬСЬКА Ангелія
БАЧЕННЯ ФІЛОЛОГА Н. ВОЛОШИНОЇ ВІДНОСНО ДУХОВНО-КУЛЬТУРНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ МУЛЬТИМЕДІЙНИМИ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНОГО СЛОВА ……. 26

ДАВИДЧЕНКО Інна
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ …… 36

ДЕНИСЮК Сергій
ПРОБЛЕМА ЄДИНОЇ ДАВНЬОРУСЬКОЇ МОВИ У ПРАЦЯХ ЮРІЯ ШЕВЕЛЬОВА . 40

ДІДКІВСЬКА Карина
РОЛЬ КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ В ПРОФЕСІЙНОМУ СТАНОВЛЕННІ ПРАЦІВНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ …….. 43

Єльнікова Наталія
ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ……... 46

Зикун Наталія
ФЕМІНІТИВИ В ДІЛОВИХ МЕДІА: ОНОВЛЕННЯ СТАТУСУ, РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ, ТЕНДЕНЦІЇ …… 49

ІВАНОВА Ірина,
ЯРЕСЬКО Катерина
“ЧЕТВЕРТА ВЛАДА” В УКРАЇНІ: ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ …… 57

КАЛЕНИЧ Володимир
АЛЮЗІЯ ОНІМІВ У МЕДІАТЕКСТАХ ……. 59

КОВАЛЕНКО Наталія
РЕАЛІЗАЦІЯ ЗНАЧЕННЯ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ В ДІАЛЕКТНИХ ТЕКСТАХ ……. 63

КОВАЛЕНКО Олена,
КРИЦЬКА Антоніна
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ВИМІР ВИКЛАДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА “УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)” ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ ……. 66

НАУМЕНКО Ліана
ВИКОРИСТАННЯ ЗАПОЗИЧЕНОЇ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА ……..... 70

РОМАНЧУК Світлана
ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ПАРАМЕТРИ ФОРМУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОЇ ПРИРОДИ ДИСКУРСУ …….. 76

РУДЕНКО Світлана
КОМЕРЦІЙНІ ЕРГОНІМИ ХАРКОВА ВОЄННОГО ЧАСУ …….. 81

СУПРУН Володимир,
СУПРУН Людмила
СЕМАНТИЧНА ТИПОЛОГІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З АНТОНІМІЧНИМИ КОНСТИТУЕНТАМИ В УКРАЇНСЬКІЙ ХУДОЖНІЙ КОМУНІКАЦІЇ …… 88

ТУРЧАК Олена
ОДНОСКЛАДНІ РЕЧЕННЯ ЯК СТИЛІСТИЧНІ МАРКЕРИ В ОПОВІДАННІ ГРИГОРА ТЮТЮННИКА “ЗАВ’ЯЗЬ” …….. 91

Панель 2. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ:
ФОРМИ, ЗАСОБИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

БРЯНСЬКА Юлія
ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ГЕНДЕРНИХ ЗАСАД В ДІЛОВИХ ВІДНОСИНАХ …….. 94

ВІЛЬЧИНСЬКИЙ Андрій,
СИНОРУБ Галина
ТУРИСТИЧНИЙ КОНТЕНТ ЛЬВІВЩИНИ В ЕПОХУ ІМЕРСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ……..…… 98

Гогун дмитро
СУЧАСНИЙ ОБРАЗ УКРАЇНСЬКОГО КОЗАКА В ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ: МІЖ ІСТОРИЧНОЮ ПРАВДОЮ ТА КУЛЬТУРНОЮ ДИПЛОМАТІЄЮ ……..…….. 101

Єськова Анжела
СКРАЙБІНГ ЯК СУЧАСНА ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ……..…… 105

ЗАГАЛЕВИЧ Валентина,
МАРЧАК Тетяна
ТРАДИЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ В СИСТЕМІ ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ …… 112

КРУГЛЯК Олеся
УКРАЇНСЬКА КІНЕМАТОГРАФІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ……..……... 116

ПАШИНСЬКА Агнесса
КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ У ЧАСИ ВІЙНИ: СПІВПРАЦЯ ІРПЕНЯ ТА ЛАЧИНА ЯК МОДЕЛЬ МІЖНАРОДНОЇ СОЛІДАРНОСТІ …… 119

ПЕТРОВА Єлизавета
РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ …….. 123

Проневич Олексій
ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ДОКТРИНАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ВИМІР ……..…… 125

Семашко Тетяна
СВІТОГЛЯДНІ ІМПЕРАТИВИ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ …… 130

СЕРГІЄНКО Тетяна
МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ ……..…….. 134

ФЕСЕНКО Галина
МУЗЕЙНА ДИПЛОМАТІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ДОСВІД НАЦІОНАЛЬНОГО МУЗЕЮ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ В ДРУГІЙ СВІТОВІЙ ВІЙНІ (2022–2023 рр.) …….. 141

Панель 3. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

ABATUROV Oleksandr,
NIKULINA Anna
COMMUNICATIVE COMPETENCE AS AN INTEGRAL PERSONAL FORMATION 148

БАРАНЕНКОВА Дар’я
КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ІНТЕГРАЛЬНЕ ОСОБИСТІСНЕ УТВОРЕННЯ ДЛЯ ДЕФЕКТОЛОГА ..……...…… 156

БОНДАРЧУК Анжеліка,
СИНОРУБ Галина
ОСВІТНЯ ТЕМАТИКА НА СТОРІНКАХ ОНЛАЙН-ВИДАННЯ “ІНФОРМАТОР” 160

ВАХОВСЬКА Аліса
РОЛЬ ДИСКУРСИВНИХ ПРАКТИК У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНОЇ РЕАКЦІЇ НА ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАГРОЗИ …….. 163

ВЕРБОВЕЦЬКИЙ Максим
СПЕЦИФІКА ЗАГОЛОВКОВОГО КОМПЛЕКСУ МАС-МЕДІА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ (НА МАТЕРІАЛІ ВИДАННЯ “20 ХВИЛИН” (ТЕРНОПІЛЬ) ... 166

КАЛИТА Олена
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У СУЧАСНОМУ ЗВО ……. 170

МАКАРЕНКО Андрій,
ЯКОВЕНКО Вікторія,
ГЕРШУН Владислав
КОМУНІКАТИВНІ БАР’ЄРИ ТА НЕПОРОЗУМІННЯ В ХОДІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ ТРЕНЕРА ТА ЙОГО ВИХОВАНЦІВ …… 174

МЕДИНСЬКА Олеся
МЕДІАТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ТЕМАТИКИ В ОНЛАЙН-ВИДАННІ “РУБРИКА” 182

МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА Олена
СЕНСИТИВНЕ ІНТЕРВ’Ю ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, ОСОБЛИВОСТІ, ЕТИЧНІ НОРМИ ЖУРНАЛІСТИКИ ……. 187

МІЩЕНКО Олексій
ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КООРДИНАЦІЇ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ В УМОВАХ ВІЙНИ ……. 189

ОРДЕНОВ Сергій,
КЛЕШНЯ Ганна
ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ ДІДЖИТАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА …… 192

ОСТАПА Світлана
ЕТИКА ТА ПРАВО ЯК РЕГУЛЯТОРИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА ……... 195

СУКАЛЕНКО Тетяна,
ШПЕТНА Світлана
ТРАНСЛЯЦІЯ В РЕАЛЬНОМУ ЧАСІ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЕРУ СОЦМЕРЕЖ …… 201

ЧОРНОУС Оксана
КОМУНІКАТИВНІ НАВИЧКИ ЯК ОБОВ’ЯЗКОВА СКЛАДОВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАВООХОРОНЦІВ …….. 205

Панель 4. КОМУНІКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ МЕДІАДИЗАЙНУ: ЕСТЕТИКА. ТЕХНОЛОГІЇ, ІНТЕРАКТИВНІСТЬ

БАЛАЛАЄВА Олена
ЕТИЧНІ ОРІЄНТИРИ ЦИФРОВОГО ДИЗАЙНУ ……...…… 207

ДІДЕНКО Олександра
ЗАПОРІЖЖЯ – ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ … 210

КРАВЕЦЬ Наталія
ФРЕСКА – МИСТЕЦТВО КРІЗЬ ВІКИ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СУЧАСНОМУ ІНТЕР’ЄРІ ……..…… 216

ЛИСЕНКО Ганна,
СТРІКУН Марія
ВІДОБРАЖЕННЯ ЗАПОРІЗЬКИХ КРАЄВИДІВ У МИСТЕЦЬКИХ ТВОРАХ …..….. 220

ЛИСЕНКО Ганна,
ТКАЧЕНКО Єлизавета
УКРАЇНСЬКІ МОТИВИ У ДЕКОРАТИВНОМУ ПЕЙЗАЖІ ……..……. 222

МІХЄЄВА Леся
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МЕДІАДИЗАЙНІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ АВТОРСЬКОГО ВНЕСКУ …… 225

РЕШЕТУХА Тетяна,
КУШНІР Оксана
ЕТИКА МЕДІАТИЗАЦІЇ ЧУТЛИВИХ ТЕМ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ……. 229

ЧУКІНА Олександра
СЕРІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ЗАХИСТ ТВАРИН …….. 233

Панель 5. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ЧИННИК КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

АБИСОВА Марія
КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ МІЖ МОВНИМ ПЛЮРАЛІЗМОМ ТА УНІФІКАЦІЄЮ: ФІЛОСОФСЬКИЙ ВИМІР…….……..……. 237

БРАДОВ Володимир
СПЕЦИФІКА МАСМЕДІА ЯК СУБ’ЄКТА МЕДІАРИНКУ …… 241

ГИРІНА Тетяна
КІБЕРСПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МЕДІА ТРЕНДІВ ……..…….. 245

ДЖОЛОС Олег
ДОКУМЕНТАЛЬНЕ КІНО ЗБІЛЬШУЄ СВОЮ ЧАСТКУ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТБ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МЕДІАСЕРВІСАХ ……..……. 247

ЗАГРЕБА Валентин
ВИКОРИСТАННЯ МОРАЛЬНИХ ІМПЕРАТИВІВ У ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ ТА PR …… 249

KITSA Mariana
THE IMAGE OF UKRAINIAN FEMALE REFUGEES IN POLISH MEDIA: MAIN TRENDS ……...……..……. 253

КОВАЛЬ Максим
ФІЛОСОФСЬКІ ЗАСАДИ МІЖМОВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ ……... 256

СИНОРУБ Галина
ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЖУРНАЛІСТА ……..…… 260

СИНЧАК Богдан
ВПРОВАДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ДНЯ МОЛИТВИ, ЯК ЦІННІСНИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ АГРЕСІЇ ……..…… 266

ХІТРОВА Тетяна
МЕДІАПРОЄКТ І ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ МЕДІА: ВІД ТВОРЧОСТІ ДО БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ …….…….. 269

Панель 6. БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

ВОЛКОВА Людмила,
ЧОРНА Альона Ігорівна
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФІЛОЛОГІВ …….. 272

П’ЯТНИЧКА Тетяна,
ДУДА Олександра,
КУЗІВ Марія
БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ ТА ПРАКТИКА ЇХ ПОДОЛАННЯ …… 276

Панель 1. ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В МІЖКУЛЬТУРНИХ І ПРОФЕСІЙНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Богдан Амелін
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
Державого податкового університету
Науковий керівник:
Інна Зайцева
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового університету

УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ФЕНОМЕН НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Вихід України на світову арену як незалежної самостійної держави загострив багато проблем – економічних, політичних, соціальних. Невідворотно постало питання про стан і статус української мови, яка століттями перебувала на периферії наукового та офіційно-ділового життя. З наданням українській мові статусу державної реально виникла потреба державних службовців, фахівців різних галузей господарства досконало володіти державною мою для ефективного виконання посадових обов’язків[1, с. 4].

Мова-явище фізичне, фізіологічне, антропологічне, суспільне. Вона – одна з головних ланок ланцюга “суспільна свідомість – праця, мова”, що робить людину власне людиною. Мова – найважливіше знаряддя соціалізації людини. Суспільна сутність людини виявляється уже в тому, що вона щодня спілкується, пристосовується до свого оточення, зміцнює суспільні зв’язки, взаємодіє із суспільними групами [1, с. 5].

Рідна мова відіграє ключову роль у формуванні національно свідомої особистості. Державний статус української мови та освіта українською покликані протидіяти денаціоналізаційним процесам в Україні. Втім, вплив російськомовного маскульту, а також розрив між мовою повсякденного спілкування студентів і мовою навчання послаблюють ефективність виховання національно свідомих громадян.

Багатовимірність окресленої проблеми зумовила значний інтерес дослідників, зокрема окремі аспекти формування національно свідомої мовної особистості відображені у працях О. Біляєва, М. Вакуленко, С. Єрмоленко, Л. Мацько, Л. Скуратівського та ін. Окремі аспекти розвитку української національної свідомості відображені у працях вітчизняних і зарубіжних дослідників: А. Андрущенка, В. Антоненка, О. Забужко, Ю. Римаренка, Г. Грабовича, В. Жмира, О. Мотиля, Н. Яковенко, М. Шульги та ін. [2, с. 1].

У сучасних умовах, коли відбувається переоцінка морально-етичних цінностей і зростає національна самосвідомість, знання рідної мови набуває

особливої важливості. Вона охоплює всі сфери суспільного життя: освіту, науку, мистецтво, театр, побутову культуру, відіграючи ключову роль у мовному вихованні та мовній політиці. Рідна мова є одним із головних чинників формування патріотизму, гордості за свій народ і є виразником національної культури. Турбота про мову, любов і шанобливе ставлення до неї мають стати пріоритетом для кожної нації.

Українська мова – це не мова простолюду, а мова цілої нації, чиє місце на право самостійного розвитку в ряду цивілізованих народів уже завойоване й не може бути зайняте ніким іншим. Мовну палітру розглядають як діяльність людей, що спілкуються між собою і цим самим привносять у лексичний склад елементи, зумовлені потребами їхньої виробничої і духовної діяльності. При цьому мова розглядається як творча практика особистостей, які спілкуючись між собою, розвивають свій генофонд, орієнтуючись як на власні надбання, так і на зовнішньомовні запозичення, зберігають у ній культуру попередніх поколінь і вносять свою відповідно до розвитку цивілізації [3, с. 6].

Сучасна українська мова – це результат багатовікового розвитку та спадщина українського народу, сформована зусиллями численних поколінь. Вона створена зусиллями багатьох поколінь. І, за влучним висловом Івана Огієнка, “…в мові наша стара й нова культура, ознака нашого національного визнання... І поки живе мова – житиме й народ як національність” [4, с. 17]. Багато відомих людей відзначали велич і красу української мови. “Мова – то неоціненне духовне багатство, у якому народ живе, передає з покоління в покоління свою мудрість і славу, культуру і традиції. Бо в рідному слові народ усвідомлює себе як творчу силу. Рідне слово – то невичерпне, животворне і невмируще джерело, з якого дитина черпає уявлення про навколишній світ, про свою родину, про своє село чи місто, про весь свій край. Саме в рідному слові народ усвідомлює себе як творчу силу”, – так писав про значення рідної мови великий педагог В. О. Сухомлинський.

Мова для Т. Г. Шевченка – це найвищий дар людини й народу, талісман їхньої долі, таланту, безсмертя. Проникливо-задушевно писав про рідну мову Панас Мирний. Він називав її “живою схованкою людського духу, багатою скарбницею, у яку народ складає і своє давнє життя, і свої сподівання, і розум, і досвід”. Олесь Гончар називав мову генофондом культури. Він зазначав, що “мова – це не просто спосіб спілкування, а щось більш значуще. Мова – це всі глибинні пласти духовного життя народу, його історична пам’ять, найцінніше надбання віків, мова – це ще й музика, мелодика, фарби, буття, сучасна художня, інтелектуальна і мисленнєва діяльність народу”. Цей список афористичних висловів про рідну мову, роль слова в житті народу і людини визначав своїм обов’язком поповнити майже кожен поет чи письменник, тому що мова й мовлення – це найголовніші засоби самовираження особистості. Через властиву тільки свідомості поета єдність породженого смислу з

історичним і життєвим досвідом народу говорить душа поета і письменника про те, що вона бачить, що її турбує [5, с. 44].

Процес ідентифікації ґрунтується на сукупності ідентичностей, таких як громадянство, територіальна приналежність, мова та історична спадщина.

П. Бергер і Т. Лукман зазначають, що “ідентичність є основним елементом суб’єктивної реальності, вона перебуває у діалектичному взаємозв’язку з суспільством… і набувається тільки через сприйняття значущого іншого”. Говорячи про суб’єктивну реальність, автори наголошують, що суспільство складається не тільки із феноменів, які не залежать від нашої свідомості, тобто воно репрезентує не лише об’єктивну реальність, а й “постає у вигляді суб’єктивних значень, колективних уявлень, смислових систем, які конструюються людьми у процесі їхньої діяльності». Ідентичність формується на основі інтерналізації, яка передбачає розуміння, засвоєння на основі “запозичення” тієї соціальної реальності, в якій інші вже живуть. Це означає, що учасники конкретних дій взаємно визначають ситуації, але, що найважливіше, “тепер між ними відбувається постійна безперервна ідентифікація. Ми не тільки живемо в одному і тому ж світі. Ми беремо участь в бутті один одного” [42, с. 93].

Отже, формування національної свідомості – це складний і багатогранний процес, який зароджується в родинному середовищі та розвивається протягом навчальних років. Мовленнєвий розвиток є безперервним явищем, на яке впливає не лише спеціально організоване навчання, а й широкий спектр інших чинників. Важливо, щоб вивчення мови у вищій освіті базувалося не лише на засвоєнні граматики та правописних норм, що є доволі обмеженим підходом, а й на усвідомленні мови як національного духовного феномена та важливого елемента ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Львів. 2005. 245 с. URL: https://surl.gd/hiylhn (дата звернення: 18.02.2025 р.).

2. Бабій І. Формування національної свідомості студентів у процесі викладання української мови. URL: https://surl.li/bxovai. (дата звернення: 18.02.2025 р.).

3. Азарова Л. Мова як феномен нації. Лінгвістичні дослідження: збірник наукових праць. Вип. 24. Харків, 2008. С. 43 – 49.

4. Гошовська В., Фоменко А., Стрілецька Ю. Мовна політика в Україні: навч.-метод. матеріали. Київ: НАДУ, 2013. 36 с.

Анотація

У тезах розглянуто значення мови як джерела духовного життя народу, ключового чинника та основної ознаки ідентичності української нації. Визначено перспективи розвитку й функціонування української мови в Україні.

Ключові слова: *українська мова, феномен нації, ідентичность нації, ідентифікація.*

Summary

The theses consider the importance of language as a source of the spiritual life of the people, a key factor and the main sign of the identity of the Ukrainian nation. The prospects for the development and functioning of the Ukrainian language in Ukraine have been determined.

Keywords:*Ukrainian language, nation phenomenon, nation identity, identification.*

Марія Бабко
старший викладач Закладу професійної (професійно-технічної) освіти
“Харківський професійний коледж”

УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОФЕСІЙНОГО ЗРОСТАННЯ

У сучасному глобалізованому світі міжкультурна комунікація стає однією з найважливіших складових професійного зростання та успішної кар’єри. Українська мова, як державна мова України, має значний потенціал для сприяння міжкультурному обміну та розвитку професійної компетентності.

Українська мова має багатий історичний контекст, який формував її унікальність та самобутність. Вона є важливим елементом національної ідентичності українців та зберігає культурну спадщину народу. Завдяки своєму історичному розвитку, українська мова здатна стати містком між культурами, сприяючи взаєморозумінню та співпраці.

Міжкультурна комунікація передбачає обмін інформацією, ідеями та цінностями між представниками різних культур. Українська мова відіграє важливу роль у цьому процесі, оскільки дозволяє налагоджувати контакти з іншими народами та сприяє розширенню культурних горизонтів. Вивчення української мови іноземцями також сприяє їхньому розумінню української культури та традицій, що, в свою чергу, сприяє розвитку дружніх і ділових відносин [2, с. 22-24].

Знання української мови відкриває широкі можливості для професійного зростання. В умовах сучасного ринку праці, вміння володіти українською мовою стає все більш важливим для успішної кар’єри. Українська мова використовується в різних галузях, включаючи бізнес, науку, техніку, мистецтво та медицину. Володіння українською мовою дозволяє професіоналам ефективно комунікувати з колегами, партнерами та клієнтами, що є ключовим фактором успіху в сучасному професійному середовищі.

Для досягнення професійного успіху та ефективної міжкультурної комунікації важливо розробити стратегію розвитку мовної компетенції. Така стратегія може включати регулярне вдосконалення знань української мови, участь у мовних курсах та семінарах, а також активне використання мови у повсякденному житті та професійній діяльності. Вивчення української мови має стати невід’ємною частиною професійного розвитку кожного фахівця, що прагне досягти успіху в міжкультурній комунікації.

Розвиток сучасних технологій та медіа створює нові можливості для використання української мови. Соціальні мережі, онлайн-платформи та мобільні додатки дозволяють ефективно комунікувати з аудиторією різних культур та сприяють обміну інформацією. Українська мова активно

використовується у блогах, подкастах та відео-контенті, що дозволяє популяризувати українську культуру та сприяти міжкультурному діалогу.

Освіта відіграє ключову роль у розвитку мовної компетенції та міжкультурної комунікації. Викладання української мови у школах та інших навчальних закладах сприяє формуванню комунікативних навичок та культурної свідомості молодого покоління. Підготовка педагогів, що володіють сучасними методиками викладання мови, забезпечує якісне навчання та підвищує інтерес до вивчення української мови серед молоді [1, с. 77–79].

Державна підтримка є важливим фактором у розвитку української мови як інструменту міжкультурної комунікації. Реалізація мовної політики, спрямованої на популяризацію та захист української мови, сприяє зміцненню національної ідентичності та культурної спадщини. Підтримка української мови на державному рівні також сприяє її використанню у різних сферах життя, включаючи бізнес, науку та техніку.

Українська мова має важливе значення у міжнародних відносинах, сприяючи розвитку дипломатичних та економічних зв’язків. Використання української мови у міжнародних організаціях, посольствах та культурних заходах дозволяє представляти Україну на світовій арені та сприяє зміцненню міжнародного співробітництва.

Отже, українська мова є важливим інструментом міжкультурної комунікації та професійного зростання. Її використання та розвиток сприяє налагодженню контактів між культурами, розвитку професійної компетентності та успішній кар’єрі. У сучасному глобалізованому світі важливо цінувати та підтримувати українську мову як невід’ємну частину національної ідентичності та культурної спадщини, а також як інструмент для досягнення професійного успіху.

Список використаних джерел:

1. Фоміна Л., Калініченко О. Мовленнєва компетентність у професійному контексті: особливості української мови. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. *Серія “Філологія”*. 2024. №59. С. 75–80.

2. Москаленко Н. Ознаки трансформації українського національного дискурсу в умовах війни. *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. інтерн.-конф.*. Державний податковий університет. 2023. С. 19–25.

Анотація

У сучасному глобалізованому світі міжкультурна комунікація відіграє важливу роль у професійному розвитку та кар’єрному зростанні. Українська

мова має значний потенціал для сприяння міжкультурному обміну та розвитку професійної компетентності. Висвітлено питання яким чином українська мова може стати ефективним інструментом міжкультурної комунікації та професійного зростання. Проаналізовано історичний контекст української мови, її роль у сучасних технологіях та медіа, а також вплив на освіту та міжнародні відносини. Розглянуто можливості та стратегії розвитку мовної компетенції, підкреслено важливість державної підтримки та популяризації української мови.

Ключові слова: *українська мова, міжкультурна комунікація, професійний розвиток, мовна компетенція, національна ідентичність.*

Summary

In today’s globalized world, intercultural communication plays an important role in professional development and career growth. The Ukrainian language has significant potential for facilitating intercultural exchange and developing professional competence. The question of how the Ukrainian language can become an effective tool for intercultural communication and professional growth is highlighted. The historical context of the Ukrainian language, its role in modern technologies and media, as well as its impact on education and international relations are analyzed. Opportunities and strategies for developing language competence are considered, and the importance of state support and popularization of the Ukrainian language is emphasized.

Keywords: *ukrainian language, intercultural communication, professional development, language competence, national identity.*

Марія Банар
фахівець-консультант, вчитель-логопед
КУ “Інклюзивно-ресурсний центр” Сокирянської міської ради
Дністровського району Чернівецької області

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Україна все впевненіше входить у світове співтовариство, стає активним фінансовим, торгівельним, промисловим та науковим партнером. Проте, у контексті комунікації, міжкультурного діалогу розмаїття мов не лише не виключає, але й потребує зміцнення духу і простору функціонування рідної мови. Вивчаючи рідну мову людина одночасно засвоює категорії, якими користується її народ і її культура.

Серед усіх можливих засобів комунікації, які створило людство, основною є мова, для якої комунікативна функція визначальна. Тому в центрі уваги міжкультурної комунікації також завжди перебуває мова, в якій віддзеркалюються ключові особливості людської особистості та всієї національно-культурної спільноти. Мова є знаковою системою, засобом спілкування і мислення, способом пізнання світу, збереження і передачі інформації. Тому знання мов і їхнє практичне використання говорить про культуру особистості.

Мова як інструмент здобуття знань, як засіб життєдіяльності людини має велике значення для всіх, бо не тільки обслуговує сферу духовної культури, а й пов’язана з виробництвом, з його галузями і процесами, із соціальними відносинами, вона – елемент соціальної сфери.

У сучасному житті по-новому розглядаються питання функціонування мови. Основний критерій фахової компетентності – володіння своєю спеціальністю, її термінологією. Знання професійної лексики підвищує ефективність праці, допомагає краще орієнтуватися в ситуації та в безпосередніх ділових контактах.

Сучасна освічена людина не може обмежитись тільки вузькопрофесійними знаннями.

Опанування їхнім лінгвістичним інструментарієм є нагальною необхідністю в різних соціально-політичних сферах.

Культура мови, уміння активно використовувати як засіб спілкування сучасну літературну мову з усіма багатими можливостями мовностильового розшарування, з притаманними їй нормами є невід’ємною ознакою освіченої, всебічно розвиненої людини. Добре знання мови, володіння її літературним стандартом є запорукою ефективності будь-якої фахової комунікації.

Мова і професія – нероздільні поняття. Вони покликані обслуговувати потреби суспільства, окремих його груп і кожної людини зокрема. Мова забезпечує належний рівень грамотності носіїв певної професії, формує їх вміння спілкуватися в усіх сферах комунікації: у ділових відносинах, науці, культурі.

Питання безпосередньої взаємодії мови й культурно-духовних цінностей, їх відтворення в національно орієнтованих формах, забезпечення вербального “супроводу” культурного поступу є надзвичайно важливими для формування мовної та фахової компетенції. Психологічне підґрунтя, окреслене національним характером, ментальною базою мовного стереотипу, є одним зі складників мовної компетенції. Прагнення говорити рідною мовою йде від національно-культурного самовизначення, від усвідомлення вживання саме тих лексико-граматичних форм, які найприродніше відтворюють дух української нації. Національна мова та культура стають невід’ємними складниками формування особистості.

Особливу увагу необхідно приділяти розширенню лексичного запасу, адже розвиток мови, хоча й відбувається за своїми особливими законами, все ж тісно пов’язаний зі змінами в житті суспільства. Словниковий склад швидше, ніж інші компоненти мови (фонетика, граматика), реагує на ці трансформації. Він є найбільш рухливим.

Порушення лексичної норми, як і відхилення від інших норм, може стати суттєвою перешкодою для реалізації комунікативної ситуації. Адже культура мови – це не тільки філологічна, а й передусім соціальна проблема, оскільки вона в той чи той спосіб пов’язана з найрізноманітнішими видами комунікації в сучасному світі.

Безперечно, який би фах не мав фахівець – виконувана ним діяльність – це завжди міжособистісне спілкування. Інструментом реалізації спілкування і діяльності виступає комунікативна компетентність, що дає змогу виконувати зумовлені фахом складні комунікативні завдання. В останні десятиріччя спостерігаємо неухильний розвиток освітньої, комп’ютерної, інформаційної, економічної, управлінської сфер професійної діяльності, відтак сфера комунікації значно ускладнилася − з’явилися нові професійні “ролі”, які допомагають спілкуватися з представниками різних спільнот. Разом з тим розвинена комунікативна компетентність – це запорука комунікативної ефективності і психологічної комфортності міжособистісної взаємодії в суспільстві.

Успішна комунікація − одна з найважливіших умов, що забезпечує можливість оцінити ситуацію спілкування в різних умовах та з різною кількістю співрозмовників.

Мова і мовлення утворюють непорушну єдність, адже мовлення – це спосіб використання мовних засобів, що забезпечує пізнавальну діяльність у засвоєнні та передачі цінностей матеріальної та духовної культури.

Тлумачення комунікативної компетентності дали змогу розглядати як складно організоване, внутрішньо суперечливе поєднання комунікативних знань і вмінь, що відображають цілі та результати здійснюваної суб’єктом спілкування комунікативної діяльності. Підґрунтям у розвитку комунікативної компетентності від будь-якої професійної компетентності, є, за У. Ордоном (2009), “стартові компетентності”, до яких відносяться загальні гуманістичні знання, особистісна культура й інтелектуальні вміння.

Комунікативна компетентність, реалізується трьома основними функціями: комунікативну, перцептивну й інтерактивну, об’єднує у своєму складі три основних групи вмінь: комунікативно-мовленнєву, соціально-перцептивну й інтерактивну.

Процес підготовки майбутнього педагога передбачає не тільки високий рівень знання мови, що і визначає ефективність професійної самореалізації. На різних рівнях і етапах професійної діяльності, мовно-комунікативна компетентність є невід’ємним компонентом педагогічної діяльності.

Формування мовно-комунікативної компетентності майбутнього вчителя, одна з ключових компетентностей, що забезпечує професійність учителя, ефективність роботи, партнерські засади взаємодії всіх учасників освітнього процесу, особливо в умовах впровадження концепції НУШ. Учитель повинен досконало володіти всіма засобами комунікації, дискурсивними навичками, бути відкритим до діалогу і вміти вирішувати конфліктні ситуації.

Період оптації, професійної підготовки, професійної адаптації, первинної та вторинної професіоналізації і професійної майстерності – визначаються низкою об’єктивних і суб’єктивних чинників:

1. Віком (період оптації припадає, за висловом Є.О. Клімова, на “вік самовизначення” (12–16 років).

2. Розвитком особистості (відбувається через очікування, самовизначення і самовдосконалення професійної, комунікативної діяльності і формування мотиваційноціннісного ставлення до своєї діяльності).

3. Загальною і спеціальною підготовленістю суб’єкта діяльності і спілкування: здійснення професійного вибору; ступенем засвоєння професійної інформації; засвоєнням і розвитком компонентів професійної діяльності за допомогою комунікативних знань, вмінь і навичок;

4. Обов’язковістю спілкування: налагодження постійного формального й емоційного насиченого контакту з іншими людьми.

5. Ступенем урахування сучасних вимог до конкретної професії – особливо до професій соціономічного профілю.

6. Типом провідної діяльності: навчальна на етапі оптації (професійної орієнтації), підготовки і навіть професійної адаптації.

На початкових етапах становлення фахівця розвиток комунікативної компетентності проходить шлях від рівня інтуїтивного освоєння до рівня свідомого її опанування. Це пов’язано з потребою розв’язання конкретних фахових завдань та психологічним розвитком особистості, соціальною необхідністю її комунікативного та морального самовдосконалення

Головним об’єктом у професіях педагогічного профілю, як відомо, є діти. Фахівці мають постійно вступати в контакт з учнями, що вимагає від них постійного розвитку комунікативної компетентності для реалізації своїх професійних можливостей і досягнення комунікативних цілей. У зв’язку з підвищенням у суспільстві вимог до підготовки фахівців актуалізується потреба у вирішенні проблеми засвоєння ними комунікативної компетентності як

інструментального самовизначення суб’єкта діяльності, тобто вони мають вільно володіти засобами, способами і прийомами комунікації. У міру розвитку комунікативного аспекту компетентності суб’єкта спілкування має місце, за даними Ю.П. Платонова (2007), більша контрольованість негативного емоційно-естетичного ставлення до зовнішності людини, звертається більша увага на цінні особистісні якості , а також на ділові якості і соціальний статус, які проявляються в різних формах невербальної і вербальної поведінки фахівця.

Так вітчизняні вчені значну увагу приділяють питанню сутності, змісту та структури мовно-комунікативної компетентності педагогів, зокрема різні її аспекти досліджували: лінгвісти та психолінгвісти (О. Горошкіна, М.Канале, О.Копусь, Н. Хомський та ін.); психологи (Г. Бенеш, Р. Білоус, Г. Богин, С. Герасіна, І. Грузіна та ін.); педагоги (Л. Березовська, І. Бех, М. Вашуленко, Т. Дрозд, Л. Заболоцька, Л. Капська, О.Савченко, Е.Тарасов та ін.).Різні аспекти мовно-комунікативної компетентності педагогів розглядалися у працях зарубіжних науковців, зокрема основоположників англомовної лінгвістики: Н. Хомський вперше визначив мовну компетентність (Хомський, 2000; 89); Д. Хаймс, М. Кенел і М. Свейн працювали над формулюванням комунікативної компетентності (Hymes, 1992) (Canale, Swaine, 1980; 20); Х. Вебер, А. Девіс, Д Платт та інші розширили і доопрацювали поняття комунікативної компетентності (Davies, 2019) (Richards, Platt, 1985).Слід зазначити, що концепції М. Кенела, М. Свейна, Д. Ричардса, Д. Платта лягли в основу сучасних досліджень мовно-комунікативної компетентності дорослих та були використані при розробці Загальноєвропейських рекомендацій щодо мовної освіти (Common European, 2017).

Дослідження поняття “мовно-комунікативна компетентність” ґрунтується на загальнонаукових, лінгвістичних, психологічних та педагогічних засадах, розглянемо педагогічний напрям наукових розвідок щодо сутності та змісту цього поняття. Мовну компетентність учені-педагоги і мовознавці (О. Горошкіна, А. Нікітіна, Л. Заболоцька, та ін.) визначають як сукупність лінгвістичних знань, розуміння правил аналізу і синтезу мовних одиниць, які забезпечують можливість будувати й аналізувати синтаксичні одиниці, використовувати мовну систему з метою комунікації. Дослідники зауважують, що, часто, мовну компетентність можна розглядати як процес набуття і розуміння мовних норм, що створилися в ході історичного розвитку мови і втілились в правилах фонетики, лексики, граматики, орфоепії, семантики, стилістики та, відповідно до обставин, застосування їх у мовленні, тобто в процесі використання певної мови. Зміст мовної компетентності вбачають у засвоєнні категоріального апарату мови, знанні його функцій, розумінні та адекватному вживанні закономірностей і правил системно-структурних утворень необхідних для розуміння і користування мовою в процесі мовлення, відповідно до граматичної природи висловлювання. Потрібно також враховувати зв’язок між мовними знаннями, вміннями та навичками, необхідними для правильної реалізації знань.

Мова – це інструмент культури, який формує особистість людини, яка саме через мову сприймає менталітет, традиції і звичаї свого народу, а також специфічний культурний образ світу. Таким чином, мова є специфічним засобом зберігання і передачі інформації, а також керування поведінкою людини. Завдяки мові здійснюється специфічно людська форма передачі соціального досвіду, культурних норм і традицій, через мову реалізується спадкоємність різних поколінь та історичних епох. Мові притаманні багато функцій, але основні – це засіб висловлювання думок, засіб спілкування. Серед численних функцій мови комунікативна функція, яка припускає, що без мови будь-які форми спілкування людей стають неможливими. Мова слугує комунікації і може бути названою комунікативним процесом у чистому вигляді. Оскільки культуру як специфічно людську ознаку пристосування до навколишнього середовища теж можна назвати комунікацією, стає очевидним, що зв’язок мови, культури і комунікації є природним і нерозривним.

Комунікативна компетентність, на думку сучасних українських педагогів, це вмотивована здатність до комунікації із застосуванням мовленнєвої системи в різних умовах та соціальних сферах, це загальнолюдська здатність, завдяки якій проявляється сформованість інтелекту і свідомості. Заслуговують на увагу в цьому контексті результати дослідження Л. Березовської, Ю. Косенко та Є. Руденського, які визначають три рівня комунікативної компетентності:

1) соціонормативний досвід як основа когнітивного компонента;

2) сигніфікація – система специфічних символів та правил їх застосування в акті комунікативної взаємодії;

3) рівень дії передбачає персоніфікацію спілкування, тобто врахування специфіки конкретної ситуації (Березовська, 2019; 162–172), (Косенко, 2012; 131–136).

Результативність професійної діяльності майбутніх учителів напряму залежить від сформованості мовно-комунікативної компетентності. Проаналізуючи наукові думки, науковці (педагоги, психологи, лінгвісти і психолінгвісти) не розглядають цілісно поняття “мовно-комунікативна компетентність”, а досліджують поняття мовної та комунікативної компетентностей як окремих наукових категорій, які взаємозумовлені та тісно пов’язані між собою. Мовну компетентність переважно трактують як знання мови, а комунікативну компетентність як ієрархічно організовану структуру, що включає знання норм і правил протікання природних актів спілкування.

У підсумку зазначимо фахівці мають володіти високорозвиненою комунікативною компетентністю як психологічним інструментом реалізації діяльності своєї особистості, професійного зростання, якісного виконання фахових завдань, а також як запорукою розвитку самих себе як суб’єктів спілкування. У процесі професіоналізації мають опанувати весь спектр здатностей: комунікативно-мовленнєвих, соціально-перцептивних й інтерактивних. Проте, на передній план у розвитку їх комунікативної компетентності мають висуватися такі

комунікативномовленнєві здатності: вміння уважно слухати співрозмовника, здатність діставати інформацію завдяки правильно поставленим запитанням, вміння уточняти правильність розуміння інформації, так і інтерактивні здатності, як вміння легко вступати в контакт і здатність поводитися відкрито на вербальному і невербальному рівнях. Комунікація – це складний і дуже багатосторонній процес, який включає в себе певні дії. Міжкультурна комунікація ще більш складний процес, це спілкування між представниками різних людських культур. Особливості міжкультурної комунікації вивчаються на міждисциплінарному рівні і в рамках таких наук, як культурологія, психологія, лінгвістика, етнологія, антропологія, соціологія, кожна з яких використовує свої підходи до їх вивчення.

Фахівцю – незалежно від етапу професійного становлення – важливо повсякчас дбати про комунікативний розвиток своєї особистості, що сприятиме набуттю нею соціальної ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Корніяка О. Комунікативна компетентність сучасного фахівця – педагога і психолога. Гуманітарний вісник ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”: Науково-теоретичний збірник. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький педагогічний університет імені Григорія Сковороди”, 2013. – Вип. 30. С. 544–551.

2. Іваннікова О., Гарачук Т. Мовно-комунікативна компетентність педагога: історико-теоретичний аспект. Актуальні питання гуманітарних наук, міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького педагогічного університету імені Івана Франка. Випуск № 61 том 1, 2023 р.

3. Постригань А. Мова як інструмент міжкультурної комунікації для формування особистості. Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ [Електронний ресурс] : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (5 березня 2016 р.). – К. : КНЕУ, 2016. – 233 с.

4. Зінченко В. Міждисциплінарні зв’язки міжкультурної комунікації. Українська мова і міжкультурна комунікація у глобалізованому світі: виклики та перспективи : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 18 жовтня 2019 року [Електронне видання]. – Київ, КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 118 с.

Анотація:

Тези присвячені аналізу психолого-педагогічного змісту мовно-комунікативної компетентності педагога. Розглядається розвиток мовно-комунікативної компетентності на різних етапах становлення фахівця-педагога.

Ключові слова: *мова, мовлення, спілкування, компетентність, комунікація.*

Марина Бачинська / Якушевіч
кандидат педагогічних наук, викладач кафедри цифрових, освітніх та соціо-економічних технологій Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти “Кам’янець-Подільський державний інститут”
Ангелія Вольська
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління, менеджменту та інклюзивної економіки Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти “Кам’янець-Подільський державний інститут”

БАЧЕННЯ ФІЛОЛОГА Н. ВОЛОШИНОЇ ВІДНОСНО ДУХОВНО-КУЛЬТУРНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ МУЛЬТИМЕДІЙНИМИ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНОГО СЛОВА

Для педагогічного працівника є очевидним те, що в сучасному освітньому просторі широко використовуваними можуть бути мультимедійні техніки під час навчання та виховання підростаючої молоді засобами літературного слова. В сучасному цифровому віці мультимедійні засоби стали невід’ємною частиною життя підростаючого покоління. Вони мають велику цінність для навчання й виховання молодих людей, надають широкі можливості для отримання знань, розвитку творчості та підвищення мотивації до навчання. Перевагою мультимедійних засобів є їх інтерактивний характер, який дозволяє активно залучати учнів до процесу навчання. Поміркване та цілеспрямоване літературне слово несе за собою силу та сутність. Сила художнього літературного слова, яке звучатиме для молодих людей через аудіовізуальні засоби має духовний вплив на особистість, її культуру та може збудовувати дух та душу людини, зміцнювати моральність та спонукати до моральної поведінки, також надихати до пошуків істини, сенсу життя та пізнання Бога. Тому, в нашій статті вважаємо за корисне висвітлити науково-педагогічні ідеї відомої української вченої, методиста та педагога Ніли Йосипівни Волошиної відносно виховання духовних та культурних ціннісних орієнтирів молоді завдяки мультимедійними засобами висвітлення й трансляції літературного твору. Адже для Ніли Волошиної очевидним було те, що найвищим рівнем розвитку особистості, на якому основними мотиваційно-смисловими регуляторами її життєдіяльності постають вищі людські цінності, є духовність. Вона виступає тим етапом зрілості людського індивідуума, коли особистість стає відповідальною не лише перед іншими, а й перед самим собою, і здатна не тільки пізнавати та відображати довколишній світ, а й творити та відтворювати його. Зауважимо, духовність вчена розглядала як категорію, яка розкриває істоту, яка глибоко вкорінена в людську культуру, має широкі пізнавальні інтереси. Тому поняття духовності всеохоплююче, синтетичне і специфічне, оскільки становить специфічні ознаки людської сутності [17, с. 50]. Духовність

є інтегративною якістю особистості, що визначає життєві цінності, які формують людяне відношення до інших, гуманізм та забезпечують духовний розвиток молодої особистості [19, с. 68-69].

Н. Волошина вважала, що розвиток духовності вихованця має бути найвищою метою педагогів і вихователів, адже в міцному ґрунті духовності зростає особистість людини. А ціннісні орієнтації у духовному світі молоді, зокрема релігійні переконання, моральні орієнтири, естетичність, почуття любові до Батьківщини, відданість інтересам нації, рідній мові, повинні стати одними з найбільш комплексних, багаторівневих утворень у структурі особистості, які відповідно й виконуватимуть роль регуляторів поведінки молодої генерації. Вона вважала, що своєчасно та ефективно розвинені найважливіші позитивні духовні якості в світоглядній позиції молодої особистості, зокрема учнівської молоді, важко зможуть викорінитись і змінитись у її свідомості та самосвідомості.

Зазначимо, на погляд Н.Й. Волошиної формування духовного світу школяра є не тільки найважливішим завданням української національної школи, а й системотворчим фактором, який об’єднує завдання, що стоять перед учителями-словесниками, форми і методи його роботи в єдине ціле. Тому цілком закономірно, що розроблення цієї проблеми стає однією з центральних у педагогічній та методичній науці. Однак, засвідчувала вона, незважаючи на появу низки наукових досліджень, присвячених розвитку окремих складників духовного світу молодої особистості, цілісної концепції розвитку духовних ціннісних орієнтирів особистості школяра засобами літератури ще не розроблено, адже формування духовного світу учня має здійснюватися через ефективне та цілковите його проникнення у духовний світ автора твору та його героїв і засвоєння морального ідеалу, формування національної самосвідомості, волі, обов’язку, честі, гідності як одних із основних складників в ієрархії моральних рис молоді [5, с. 2]. Вчена констатувала, що через художню літературу під час мультимедійного заняття учитель має змогу залучити учнів до духовних здобутків культури людства, розвиває не лише гуманітарне мислення та уміння вести діалог з представниками інших культур, а й формує в першу чергу духовно-ціннісні орієнтації та естетичні потреби особистості. Навчати мистецтвом слова труд нелегкий, підкреслювала педагог, адже учитель повинен звертати особливу увагу на індивідуальний підхід до учнів, самоорганізацію їх у навчанні, проблемність на уроках літератури, психологічну комфортність, самостійність у характеристиці літературних явищ [13, с. 2].

Наголосимо, шляхи формування духовного світу і стійких морально-духовних переконань засобами художнього слова Ніла Волошина відносила до групи методів, пов’язаних із посиленням виховної функції школи [10, с. 2–3]. Вона вважала, що слово має велику силу надихати, вселяти віру, підтримувати такі духовні якості, як надію, кликати до правди і

справедливості в ім’я майбутнього, в тому числі і майбутнього України [12, с. 56].

Справжньою скарбницею для розвитку духовності багатьох народів вчена вважала Біблію. Вона надавала їй досить великого значення як пам’ятці християнської релігії [10, с. 3].

Саме беззаперечним та невичерпним джерелом духовного збагачення вважала вчена релігійно-християнську літературу, зокрема Священне Писання християн, а також життєвий і творчий шлях “святих церкви Христової” тобто релігійно-духовних провідників нації. Тому, складаючи рецензію на книгу О. Крилашка із серії “Духовна грамота”, “Життя святих Руси-України православних”, Ніла Волошина прихилялась до думки автора книги, що знати своїх угодників Божих є не лише релігійним, а й національним обов’язком українців. Вчена підтримувала погляди творця книги, що важливо відокремити святих нашої землі України і показати їхнє життя для того, аби можна було в чомусь наслідувати їх та духовно збагачувати внутрішній світ особистості. Вчена цілком погоджувалась із переконаннями Олександра Крилашка нібито прийняти у свої душі смиренну, просту, високу подвижницьку місію наших вітчизняних святих необхідно для національного населення, особливо молодого покоління нашої держави як із позиції членів десятивікової Христової Церкви з мільйонами її віруючих, так і з погляду патріотичного! [2, с. 53]. Крім того, в рецензії на духовну книгу автора Ніла Волошина акцентувала увагу на заповіді святого апостола Павла про те, що треба поминати своїх духовних наставників [2, с. 54], тобто потрібно зберігати відомості про життя та діяння духовних пасторів, а також наслідувати в своєму житті ті ціннісні орієнтири в світоглядній позиції, які демонстрували своїм життям істинно віруючі, духовно збагачені постаті.

Сама будучи глибоко віруючою, духовно багатою постаттю, Ніла Йосипівна усіляко схвалювала літературу релігійно-християнського духовного характеру. Вважала що вона має силу формувати та розвивати духовне начало в особистості, забезпечувати єднання з Тим, хто дає справжнє духовно-світоглядне збагачення, тобто з небесними силами, що “об’єднані священним словом Бог”. Вона щиросердечно бажала, аби кожен із нас, людей, умів і бажав дарувати один одному справжнє тепло, щиру доброту. І тільки тоді, вважала Ніла Волошина, легше стане душі нашій, посвітлішає у нашому серці [11, с. 2].

Свого часу один із учнів, вихідців наукової школи Ніли Йосипівни пригадував, що вчена не лише розвивала в кожному з них “Розум, а й Дух”, а й зуміла розвивати духовність в них завдяки тому, що прийняла її від своєї мами, прийняла віру, і вирила у Бога, Господні заповіді, сповідуючи такі якості, як працелюбність, прискіпливість та людяність при цьому всьому. Саме цим і уміла вона збагачувати і дух і розум своїх “учнів”, пригадував Василь Шуляр [19, с. 2].

Вважаємо за доцільне підкреслити, що любов до України, до літератури, до Слова було святим для Ніли Йосипівни [19, с. 2]. Це і збагачувало її як особистість.

Рецензуючи книгу О. Крилашка про святих української землі, вчена схвалювала його за те, що у його роботі відкрито імена тих духовних

праотців, які ще не були відкриті раніше. Адже вони були не лише справжніми синами Божими, а й патріотами та захисниками рідної землі і віри, і прокладали шлях історії землі нашої і історії віри нашої [2, с. 56].

У статті “Основи християнської моралі”, у якій педагог рецензує духовну книгу О. Крилашка “Уроки для спасіння”, Ніла Волошина підтримує погляди автора книги у тому, що важливо виховувати молоде покоління, зокрема школярів, на засадах християнської моралі, християнських духовних цінностей, відповідно до вікових особливостей учнів. Ніла Йосипівна наголошувала також на силі слова у проповідях. Проповіді, зазначала вона, несуть світло духовної віри, правди, добра, справедливості. Сила слова проповіді здатна примирити навіть ворогуючих особистостей та соціальних груп [7, с. 19]. У своїй статті вчена детально зупиняється на ствердженнях автора про те, що найдосконаліші риси людини потрібно поступово виховувати. Адже людьми то ми народилися, а от Людиною з великої букви потрібно ще стати, деталізувала вона. Тому потрібно привчати людину думати і запитувати у себе, для кого і для чого вона живе. І саме в цьому контексті підкреслювала, що гарно може жити той, хто являє собою щиру любов до людей і гідними своїми вчинками виковує волю Божу. Ніла Йосипівна стверджувала, що через такі книги, як книга О. Крилашка “Уроки для спасіння”, дарується сила душі людини, радість спілкування, вселяється віра у перемогу доброго, щирого, вічного. Тому вчена плекала надію на те, що з часом в навчальних школах України з’явиться новий предмет “Основи християнської моралі”, як це впроваджено у навчальних планах окремих європейських країн [7, с. 21].

Варто також зазначити, що педагог наголошувала, нібито в основі духовного шляху лежить і національний шлях. Тому наявність духовності в національному характері, а також сам характер національного духу визначатиме рівень формування патріотичності, наявності почуттів любові до Батьківщини. Саме в любові до духовності та духовного життя свого народу і творчому зміцненні себе в силах і засобах останнього, визначатиметься і сприйнятливість усього національного (української пісні, мови, історії, держави-України) як своїх власних [16, с. 156].

Ніла Волошина переконувала, окрім того що вчитель у процесі роботи над змістом творів має формувати національний та естетичний ідеали, він також має збагачувати гуманістичний світогляд та по-особливому збагачувати духовний світ особистості через звичаї і традиції народу, відображені в художньому творі, а також виховувати повагу до культурних традицій інших народів. Літературна освіта покликана формувати в учнів ціннісні орієнтири, і

це має відбуватися під час роботи над художнім словом, текстом творів, його образами, мовним багатством [10, с. 2].

Аналізуючи праці Н. Й. Волошиної “Підручникотворення на порозі третього тисячоліття”, “Іван Іванович Огієнко (Митрополит Іларіон)”, “Письменник, педагог і патріот. Микола Никанорович Магера”, “Національний мислитель нашого часу. Іван Михайлович Дзюба”, “Крокуймо до успіхів разом”, “Спогади про незабутніх” та ін., вважаємо за необхідне підкреслити, що педагог розглядала саме *культурологію* як галузь знань, що пов’язана з вивченням духовної культури, духовності суспільства. У роботі “Підручникотворення на порозі третього тисячоліття” педагог зазначала, що сьогодні вчених України турбує питання: як дати учнівській молоді такі знання, вміння і навички, що допоможуть їм збагатитися в першу чергу духовно, не втрачаючи розуміння національної самобутності нашого народу в різних галузях культури, в тому числі й у мистецтві слова. Вчена констатувала, що компетентнісно орієнтований підхід до формування змісту освіти має бути врахований обов’язково і авторами підручників [16, с. 157]. На її погляд, окрім того, що навчальна книжка має виховувати молодь, яка орієнтується в сучасному суспільстві, інформаційному просторі, ринкових відносинах, на передньому плані має стояти формування та розвиток духовно багатої особистості, яка знає свою духовну культуру, яка проявляє себе у мові, історії, літературі. І знає без перекручень, тобто без ганебного впливу ідеологічних догм [8, с. 2].

Безперечно, у духовності закладена й культура відповідної нації. Тому Ніла Волошина пригадувала, що вони, учителі-словесники, учені-методисти, намагалися допомогти учителям розкрити своїм вихованцям красу слова, реалізувати завдання літературної освіти за закладеними у стандартах лініями, серед яких крім аксіологічної та літературознавчої чільне місце належить і культурологічній [4, с. 2]. Крім того, Волошина Н. Й. була переконана, що випускник загальноосвітньої школи має знати про визначний внесок в українську культуру таких славетних культурно-духовних провідників як Іван Огієнко, Софія Русова, Іван Пулюй, Дмитро Яворський, Борис Грінченко, Михайло Драгоманов, Михайло Грушевський, Володимир Винниченко, Григорій Ващенко, Дмитро Чижевський та ін. Вона із своїми колегами писала про них наукові матеріали, аби донести до відома громадян, особливо молодого покоління нашої держави, відомості про тих Великих українців, які духовно супроводжували націю, шанували, розвивали і оберігали нашу мову і літературу в тих умовах, коли українське слово перебувало у важких умовах.

Також вона планувала і складала матеріали про О. Потебню, А. Кримського, Д. Чижевського, Б. Грінченка, С. Єфремова, Ю. Шереха, Є. Кирилюка, В. Стуса, В. Марченка, І. Світлицького, Є. Сверстюка та багатьох інших наставників [9, с. 6]. Їх подвижницька праця, на її погляд, має бути представлена в підручниках цікаво, захоплюючи. Так у статті “Іван Іванович

Огієнко (Митрополит Іларіон)” вчена підкреслює, що сьогодні, в добу нашого духовного відродження, ми маємо змогу написати про тих, хто упродовж нашої драматичної історії сіяв духовно збагачені зерна правди, історичної справедливості. Наша молодь, та й люди старшого покоління, повинні знати імена тих синів і дочок України, діячів культури, освіти, які, незважаючи на тяжкі випробовування, всі свої сили, талант і навіть життя віддавали служінню рідному народові, розвивали його культуру та формували його духовність. У своїй статті Волошина Н. Й. зазначає, що якщо вижила наша мова, твориться рідним словом наша література, розвивається культура, то й наша нація жива. А зберегли ці скарби українці – духовні провідники нації. Серед них відповідно й Іван Огієнко [16, с. 157].

Ніла Волошина притримувалася думки, що життя наше змінюється, змінюються погляди, переконання… Але ніколи не змінюється і не зміняться такі духовні якості в особистості, як доброта, порядність, щирість таких справжніх людей. І спогади про зустрічі з такими людьми не забуваються, а залишаються у серці назавжди. [13, с. 2.].

Вчена стверджувала, що подаючи у підручниках з української літератури духовно збагачений матеріал, зокрема Біблійні матеріали із Священного Писання, та інформацію про саму Біблію, потрібно доносити до відома учнівської молоді відомості про тих вітчизняних славетних діячів, хто займався її перекладом. Так, подаючи у навчальних посібниках матеріал про Біблію, необхідно, наприклад, відзначити, що текст Біблії перекладався на українську мову П. Кулішем, І. Нечуєм-Левицьким та І. Пулюєм. А найповніший переклад, варто наголосити, був зроблений І. Огієнком, над яким він працював аж 41 рік. Причому, крім безпосереднього перекладу, десятиліттями вивчав давньоєврейську і давньогрецьку мови, виробляв методологію перекладу Священного Писання, працював з експертами Біблійного Товариства…[8, с. 3]. І такими шляхами при урочних бесідах з учнівською молоддю у них поступово буде вкладатися почуття гордості за своїх національних духовних провідників, а також розвиватиметься поважливе ставлення до світоглядних ціннісних орієнтирів, що ідейно проносили через своє життя ці культуропровідники.

Для того, щоб збагачувати свідомість учня та розвивати у нього духовні цінності, педагог рекомендувала у підручниках з української літератури давати хоча б по кілька творчих праць духовних супровідників нації, зокрема, бажано було б дати декілька поезій Івана Івановича Огієнка. А на факультативних заняттях такі матеріали можна вже подавати ширше, доручати учням спеціальні теми для досліджень, рекомендуючи літературу, яка вже є в Україні [8, с. 4].

Методист акцентувала увагу, що матеріал у будь-якому з підручників культурнопровідного циклу повинен подаватися цікаво, захоплююче. Щоб учень, почавши читати, не помітив, як він прочитав уже більше, ніж задав опрацювати вчитель. Саме при захоплюючому читанні художньої духовно багатої літератури учень вникатиме у внутрішній світ героїв, в обставини

їхнього життя і діяльності, у сфери стосунків з іншими дійовими особами, якщо, наприклад, це художня література, що вивчається на уроках української літератури. Тому, щоб ефективно вкладати у свідомість молодої особистості ціннісні орієнтири, учитель має досконало знати художні особливості аналізованого твору і вікові особливості учнів, а також уміти викликати інтерес до поданого матеріалу в підручнику.

Вчена вважала, що в культурі суспільства криється джерело духовності народу. Саме мову, історію, літературу вона рахувала невичерпним джерелом нашої духовності, тобто духовності українського народу. І ця духовність була тим цілющим джерелом, з якого на всіх етапах історичного шляху України черпали силу й наснагу борці за утвердження української культури й державності. Стверджувала, що через усі предмети гуманітарного циклу в загальноосвітніх школах проходить і повинна проходити культурологічна лінія, яка пов’язуватиме навчальні уроки учнівської молоді з вивченням духовної культури суспільства [8, с. 2].

Наголосимо, вчена була переконана і турбувалась про те, що скорочення годин на уроки літератури зводитиме нанівець не лише формування національної самосвідомості та гуманістичне виховання учнівської молоді засобами мистецтва, а й формування цілісного духовного світу особистості. Шляхи формування духовного світу і стійких морально-духовних переконань засобами художнього слова Ніла Волошина відносила до групи методів, зв’язаних з посиленням виховної функції школи [6, с. 5–6].

Ніла Волошина констатувала, що художні твори з української літератури є носіями духовності нашого народу, тому формуючи духовні ціннісні орієнтири в учнівської молоді цими засобами мистецтва, потрібно обов’язково виконувати такі завдання при його аналізі: осягнути з учнями естетичне багатство художнього твору, який вивчається; посилити виховний вплив художнього твору на формування в учнів національних та загальнолюдських вартостей; формувати національну самосвідомість та високі патріотичні почуття; розвивати художнє й логічне мислення; поповнювати історико- і теоретико-літературні знання учнів новими відомостями; збагачувати знання учнів морально-етичними поняттями [1, с. 2]. Таким чином, дотримуючись таких методичних вказівок при впливі на учнів засобами художньої літератури поступово буде формуватись і збагачуватись духовний світ особистості.

Зауважимо, художню літературу Ніла Йосипівна вважала одним із тих найпопулярніших і найдоступніших видів мистецтва, що покликане підносити людину саме духовно, а така духовність, як наслідок, – приноситиме людині істинну радість. Це пояснюється тим, що *художнє слово* є гуманістичним за своєю суттю. А крім того, що твори української літератури відіграють значиме значення в естетичному вихованні, у формуванні національно свідомої та зорієнтованої на творчу діяльність особистості, художня література вкладає і морально-світоглядні цінності в учня. І завдяки духовному багатству такий

учень зможе “знайти себе в суспільстві, себе в людині, себе у Всесвіті”. Саме на літературних взірцях є можливість “розвинути людину в людині з такими ціннісними началами, як стійким характером, сильною волею, добрим серцем, чистою совістю”. Українську літературу вчена вважала не лише національним скарбом наших пращурів, а й справжнім відображенням їх духовного світу. Саме тому учитель має ознайомлювати учнів з давньою українською літературою [3, с. 2].

Узагальнюючи вище висвітлені матеріали, зазначимо те, що Ніла Волошина в предметі української мови та літератури вбачала нашу українську духовність, історія в художньому слові. Тому вона переконувала, що скорочення годин на вивчення української літератури в загальноосвітній підготовці учнів неодмінно буде негативно впливати саме на формування духовного світу молодої особистості. Вона акцентувала для педагогічної громадськості на важливості формування духовних ціннісних орієнтирів в учнівської молоді під час сучасних урочних та позаурочних інтерактивних навчально-виховних занять; наголошувала на тому, що слово, наповнене духовністю, безперечно, несе за собою цілющу силу. Дослідниця рекомендувала засобами художнього слова на уроках дисциплін гуманітарного циклу, зокрема на заняттях з української літератури, виховувати в учнівської молоді морально-етичні, естетичні, національно-патріотичні світоглядні цінності, як показники розвитку їхньої духовності. А якщо підключати в такі заняття мультимедійні засоби, то такий досвід вчена вважала скарбом. Вважаємо, що в умовах сьогодення ідеї Ніли Волошиної несуть, без перебільшення, надзвичайно доцільний й актуальний характер. І як цікаво та впливло можуть виглядати ідеї цієї педагогині в наш час, коли є змога не лише візуально побачити портрет духовного вихователя й діяча, і не лише почитати його тексти, а завдяки мультимедійним засобам відтворити звучання текстів, інтонаційний вплив автора та відобразити емоційний стан літератора.

Список використаних джерел

1. Волошина Н. Вивчення української літератури в новому навчальному році. *Українська література в загальноосвітній школі.* 2002. № 4. С. 2–3.

2. Волошина Н. Життя святих Руси-України. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2008. № 6. С. 53–56.

3. Волошина Н. та ін. Критерії оцінювання навчальних здобутків учнів. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2001. № 4. С. 2–4.

4. Волошина Н. Крокуймо до успіхів разом. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 1. С. 2.

5. Волошина Н. Методика літератури: проблеми. Пошуки. Здобутки. Перспективи. *Українська література в загальноосвітній школі*. 1999. № 1. С. 2–3.

6. Волошина Н. Наукові і прикладні функції методики літератури *Українська література в загальноосвітній школі*. 2004. № 10. С. 5–6.

7. Волошина Н. Основи християнської моралі. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 1. С. 19–21.

8. Волошина Н. Підручникотворення на порозі третього тисячоліття. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 3. С. 2–4.

9. Волошина Н. Прагнемо виховати людину-творця. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2007. № 5. С. 4–6.

10. Волошина Н. Про державні стандарти базової і повної середньої освіти учнів з української та зарубіжної літератури. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2004. № 4. С. 2-3.

11. Волошина Н. Сім новорічних запитань (Ексклюзивне інтерв’ю головного редактора Ніли Волошиної). *Українська література в загальноосвітній школі.* 2004. № 1. С. 2–3.

12. Волошина Н. “Словом диво зросло…”. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2005. № 5. С. 56.

13. Волошина Н. Спогади про незабутніх. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 11. С. 2.

14. Волошина Н. Якість освіти і перспективні педагогічні технології. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 9. С. 2–3.

Анотація

Стаття присвячена проблемі духовно-культурного розвитку учнівської молоді мультимедійними засобами українського літературного слова в умовах сьогодення. Розкрито педагогічні ідеї педагога-методиста Н. Волошиної щодо шляхів формування духовних, світоглядних ціннісних орієнтирів сучасної молоді. Обґрунтовано провідні науково-методичні погляди вченої відносно шляхів забезпечення в закладах освіти ефективного педагогічного впливу на формування духовності та особистої культури учнів. Висвітлено вимоги вченої-педагога щодо укладання та роботи з підручниками й навчально-методичними посібниками культуропровідного циклу. Подано специфіку науково-педагогіних поглядів Ніли Йосипівни Волошиної щодо особливості формування духовної культури особистості, зроблено акцент на Священному Писанні як скарбниці для розвитку духовності в особистостей. Здійснено аналіз поглядів вченої відносно національно-патріотичного виховання як складової частини загальної мети особистої культури й духовності вихованця. Окреслено методичні й педагогічні вимоги та напрацювання вченої щодо методів та прийомів роботи з учнями в напрямку формування світоглядої позиції. Деталізовано погляди методиста відносно формування естетичності в духовності та культурі особистості. Вказано ключові компоненти процесу виховання естетичної культури учнів. Звертається увага на актуальних для

умов сьогодення засобах впливу на формування ціннісних світоглядних орієнтирів особистості школяра. Розкрито основні методичні вимоги вченої відносно аналізу художнього твору як засобу для формування всесторонніх культурних надбань учнів. Підкреслено значущість літературного мистецтва та літературної освіти для формування в підростаючої особистості комплексної системи світоглядних ціннісних орієнтирів, громадських та загальнолюдських вартостей, культуротворчих позицій і надбань.

***Ключові слова**: Н. Волошина, духовність, культура, культурний розвиток особистості, виховання, учнівська молодь, мультимедійні зсоби навчання, формування особистості, ціннісні орієнтири.*

Abstract

The article is devoted to the problem of spiritual and cultural development of school youth using multimedia means of the Ukrainian literary word in today’s conditions. Pedagogical ideas of methodist pedagogue N. Voloshina regarding ways of forming spiritual, worldview value orientations of modern youth are disclosed. The leading scientific and methodical views of the scientist regarding the ways of ensuring effective pedagogical influence on the formation of spirituality and personal culture of students in educational institutions are substantiated. The requirements of the scientist-pedagogue regarding the compilation and work with textbooks and teaching-methodical guides of the cultural cycle are highlighted. The specifics of the scientific and pedagogical views of Nila Yosypivna Voloshina regarding the specifics of the formation of the spiritual culture of the individual are given, the emphasis is placed on the Holy Scriptures as a treasury for the development of spirituality in individuals. An analysis of the scientist’s views on national-patriotic education as a component of the overall goal of the pupil’s personal culture and spirituality was carried out. The methodical and pedagogical requirements and work of the scientist regarding the methods and techniques of working with students in the direction of the formation of a worldview are outlined. The views of the methodologist regarding the formation of aesthetics in the spirituality and culture of the individual are detailed. The key components of the process of educating students’ aesthetic culture are indicated. Attention is drawn to the means of influencing the formation of valuable worldview orientations of the schoolboy’s personality, which are relevant for today’s conditions. The main methodological requirements of the scientist regarding the analysis of an artistic work as a means for the formation of comprehensive cultural heritage of students are disclosed. The importance of literary art and literary education for the formation of a complex system of worldview value orientations, public and universal values, cultural positions and assets in a growing personality is emphasized.

***Key words**: N. Voloshina, spirituality, culture, cultural development of personality, upbringing, student youth, multimedia teaching aids, personality formation, value orientations.*

Інна Давидченко
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання
Комунального закладу “Харківська гуманітарно-педагогічна академія”
Харківської обласної ради

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Завданням закладів вищої освіти є виховання висококваліфікованих фахівців, які не лише набувають певних професійних знань і навичок, а й розуміють закономірності творення назв наукових понять, уміють грамотно застосовувати термінолексику в усіх сферах професійної діяльності. Тому в навчальні плани закладів вищої освіти уведено освітній компонент “Українська мова за професійним спрямуванням”, який посідає чільне місце як серед нормативних, так і вибіркових освітніх компонентів.

Освітній компонент “Українська мова за професійним спрямуванням” спрямований на ознайомлення здобувачів вищої освіти з темами, пов’язаними з аналізом стану і проблем сучасної української літературної мови.

Підготовка фахівців з освітнім ступенем “бакалавр” має на меті формування національно свідомої мовної особистості, яка володіє графічними, орфоепічними, орфографічними, лексичними, граматичними, пунктуаційними та стилістичними нормами сучасної української мови, має навички комунікативно виправдано використовувати мовні засоби, спираючись на знання особливостей різних розділів сучасної української мови.

Українська мова – національна мова українського народу. Вона належить до високорозвинених мов з давніми писемними традиціями і є найважливішою основою, на якій духовно й культурно зростає український народ.

Завдання освітнього компонента “Українська мова за професійним спрямуванням” : формувати у здобувачів вищої освіти розуміння ролі і завдань філологічної освіти в Україні, гуманізації й гуманітаризації мовної освіти, особистісної ролі вчителя в цьому процесі; на основі аналізу державних документів й наукової літератури, спостережень за освітнім процесом розкрити технологію вивчення сучасної української літературної мови; озброїти здобувачів вищої освіти уміннями орієнтуватися в освітньому процесі в Україні, інтегрувати в загальноєвропейський освітній простір; формувати у здобувачів професійні компетентності, спрямовані на забезпечення і розвиток реформування освіти в Україні.

Термінологія в освітньому процесі стає для здобувачів вищої освіти основою його професійних навичок на рівні фахової комунікації. Здобувачі вищої освіти повинні навчитися диференціювати нормативне і ненормативне слово- та терміновживання, вибрати із низки дублетних форм ту,

яка відповідає не лише вимогам семантичної точності, але й стилістичної доречності, граматичної та стилістично правильної сполучуваності.

Українські термінознавці відроджують національні терміни, обговорюючи кожен з них на відповідних термінологічних семінарах, нарадах, вилучають термінологічні покручі (неправильно перекладені з іноземних мов через російську мову), тісно співпрацюють з міжнародними термінологічними організаціями, виробляючи міжнародні термінологічні стандарти. Постійно в полі зору термінологів України перебуває питання унормування й кодифікації термінів.

Теоретичні та практичні питання українського термінознавства протягом тривалого часу активно розробляються науковцями-лінгвістами, серед яких помітно вирізняються Л. Васенко, А. Д’яков, О. Кочерга, А. Крижанівська, Ф. Нікітіна, та ін. Про актуальність проблеми свідчить велика кількість дисертаційних досліджень і наукових праць, посвячених національній термінології. Так, наприклад, досліджуються питання формування і розвитку терміносистем тієї чи іншої галузі науки [2], словотвірні структури української термінологічної мови [1], лексикосемантичні характеристики термінолексики [2], проблема мовної норми і варіантності в українській науковій мові [3].

Активне використання запозичень суспільство пояснює браком власних відповідників і в той же час відкидає запропоновані відповідники, називаючи їх “штучно створеними” [4]. Чужі слова в українській мові майже не створюють повноцінного гнізда, вони мають незначну словотворчу здатність. В українській термінології зустрічаємо велику кількість чужих слів з семантично зайвими суфіксами *(-аль-, -ир-, -из-*). Дієслова від запозичених слів і відповідні віддієслівні іменники зазвичай довгі, оскільки вони містять суфікс *-ува-*: *кондиціонувати, стандартизувати, демпінгувати*.

Розглядати сучасне термінознавство можна з різних позицій: стандартизації та уніфікації, створення баз даних, співпраці у міжнародних організаціях, особливості перекладу та термінів, редагування термінологічних праць, однак обмежимо огляд термінологічних надбань українців лише в організаційному, науково-навчальному та лексикографічному напрямах.

Термін – слово або словосполучення, що чітко й однозначно визначає наукове або спеціальне поняття. Характерні ознаки терміна: належність до певної термінологічної системи; наявність дефініції (визначення); однозначність в межах однієї терміносистеми; точність; стилістична нейтральність, відсутність експресивності, образності, суб’єктивно-оцінних відтінків;відсутність синонімів та омонімів у межах однієї терміносистеми(система термінів певної галузі).

За поширеністю вживання (залежно від ступеня спеціалізації значення) терміни поділяються на: загальнонаукові – це терміни, які вживаються практично в усіх галузевих термінологіях. До них також відносять

загальнотехнічну термінологію (система, закон, аналіз, синтез, машина). вузькоспеціальні терміни вживаються в певній галузі, наприклад: сюрреалізм; міжгалузеві – терміни, які використовуються в кількох споріднених або й віддалених галузях (екологічні витрати, технополіс).

За будовою терміни поділяються на: прості (комп’ютер, тренер); складні (кристалофізика); складені (радіоактивний елемент, спірний м’яч); складноскорочені (ГЕС, техред, акад.); терміни-символи (я-концепція; я-розвиток).

У межах конкретної галузевої термінології термін в ідеалі має бути однозначним, щоб забезпечити точність передачі наукового поняття. Наявність багатозначних термінів у межах однієї наукової галузі є виявом невпорядкованості конкретної термінології. До недоліків термінології відносять також синонімію термінів: мовознавство – лінгвістика, алфавіт – абетка, орфографія – правопис, багатозначність – полісемія, значення – семантика. Про досконалість термінології можна говорити у тому випадку, коли дотримується таке правило: кожен термін називає одне поняття, кожне спеціальне поняття позначається одним терміном. Синонімія і багатозначність у термінології порушують вимогу однозначної відповідності між терміном і позначуваним ним поняттям.

У межах спеціальної лексики термінам протистоять професіоналізми – слова і звороти, які використовуються людьми певної професії і є напівофіційними назвами понять цієї професії. Часто професіоналізмами є загальнонародні слова, ужиті у специфічному значенні, наприклад: вікно для викладачів – це час між заняттями, висячим редактори називають рядок, що не вміщуються в сторінку, а ляпом – помилку, у водіїв загоряти – сидіти без діла, бублик – руль, гума – автопокришка тощо.

Отже, сучасна когнітивна лінгвістика, розглядаючи мовну творчість у нерозривному зв’язку з процесами пізнання, мислення і свідомості, із поверхневого, суто мовного погляду переходить на глибинний, концептуальний рівень її осмислення. Кожна природно сформована термінологічна система розвивається за законами спадковості й еволюції. Наукове мислення породжує поняття у формі абстракції єдності, позбавленої всього суб’єктивного, чуттєвого у відображенні. Терміни, фіксуючи цю сутність, закріплюють результати пізнавальної діяльності людей, тому термінологія стає певним завершальним етапом наукового дослідження реальних об’єктів.

Список використаних джерел:

1. Лепеха Т. Лексико-семантичні та словотвірно-структурні особливості судово-медичної термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова”. Дніпропетровськ, 2000. 19 с.

2. Овсейчик С. Формування української екологічної термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова”. 2006. 19 с.

3. Радченко О. Мовна норма і варіантність в українській науковій термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова”. 2000. 18.

4. Селігей П. Пуризм у термінології: український досвід на європейському тлі. Мовознавство. 2008. № 1. С. 49 – 66 с.

Анотація.

У статті розглядаються проблеми та перспективи розвитку української термінології. Термінологія в освітньому процесі стає для здобувачів вищої освіти основою його професійних навичок на рівні фахової комунікації. Здобувачі вищої освіти повинні навчитися диференціювати нормативне і ненормативне слово- та терміновживання, вибрати із низки дублетних форм ту, яка відповідає не лише вимогам семантичної точності, але й стилістичної доречності, граматичної та стилістично правильної сполучуваності.

Ключові слова: *термін, українська термінологія, професійні навички, фахова комунікація, терміновживання.*

Abstract.

The article examines the problems and prospects for the development of Ukrainian terminology. Terminology in the educational process becomes the basis of professional skills for higher education students at the level of professional communication. Higher education students must learn to differentiate between normative and non-normative word and term usage, and choose from a number of doublet forms the one that meets not only the requirements of semantic accuracy, but also stylistic relevance, grammatical and stylistically correct compatibility.

Keywords*: term, Ukrainian terminology, professional skills, professional communication, term usage.*

Сергій Денисюк
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української мови, літератури та культури
Національного технічного університету України
“Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського”

ПРОБЛЕМА ЄДИНОЇ ДАВНЬОРУСЬКОЇ МОВИ У ПРАЦЯХ ЮРІЯ ШЕВЕЛЬОВА

На сьогодні Юрій Шевельов є загальновизнаним фахівцем у багатьох галузях гуманітарних знань, насамперед мовознавства, літературознавства та українознавства. “Видатний вчений розвинув понятєві й історіографічні основи українського мовознавства; синтезував діахронічний і синхронічний підходи до вивчення української мови; на широкому історичному, діалектному і текстуальному підґрунті простежив розвиток фонологічної системи української мови від праслов’янської основи до сьогодення, фіксуючи глибинні зв’язки між окремими фонетичними трансформаціями; дослідив закономірності взаємодії літературної мови з діалектами Чернігівщини й Галичини; розробив теоретичну модель становлення й розвитку української мови в культурно-історичному контексті” [4, с.73]. Але найважливішим науковим здобутком Ю. Шевельова стало спростування офіційної теорії про існування єдиної давньоруської мови та обґрунтування ним ідеї про початок становлення української мови з VI–VII ст. до XVI ст.

Прикметно, що майбутньому ученому ще у юному віці самому доводилось руйнувати власні стереотипи та упередження щодо української мови, зумовлені вихованням у російськомовному середовищі. У своїх спогадах Ю. Шевельов згадує про розмову зі своїм родичем, ученим-етнографом Анатолієм Носовим, який на закид молодого Ю. Шевельова про некрасивість української мови, спокійно відповів, що мова, якою розмовляють мільйони, не може бути некрасивою. Це справило неабиякий вплив на юнака, який він у спогадах називає переворотом у своїх поглядах на українську мову. Вважаємо, що значна частина подальшої діяльності Ю. Шевельова як науковця спрямовувалась саме на подолання різноманітних міфів про українське слово, які активно продукувались та поширювались російськими шовіністами.

Багато зусиль Ю. Шевельов доклав для спростування міфу про існування єдиної давньоруської мови, з якого випливала ідея етнічної єдності трьох східнослов’янських народів. Тривалий час ця ідея була панівною у офіційній імперській, а згодом і радянській історичній науці. Підвалини концепції давньоруської мови заклав своїми дослідженнями відомий російський лінгвіст Олексій Шахматов. Одним з перших вчених, який виступив з критикою поглядів О. Шахматова, був український мовознавець Степан Смаль-Стоцький, який вважав, що для давньоруської мови О. Шахматова немає місця в

глотогенезі давніх слов’ян. У своїй праці “Граматика руської (української) мови” (1913) він, на думку Ю. Шевельова, “заперечив існування спільної давньоруської (єдиної східнослов’янської мови), виводячи українську мову безпосередньо з праслов’янської і твердячи, що вона ближча до мови сербської (почасти слідом за П. Лавровським), ніж до російської” [2,с.383]. С.Смаль-Стоцький виступив проти загальноприйнятого у тогочасній славістиці канону первісної єдності трьох східнослов’янських мов, за що учений був підданий одностайному осуду з боку академічної спільноти. Дослідника “раз назавжди виведено з рядів “серйозних учених”; минали роки, а він усе перебував поза провідними науковими журналами й видавництвами” [2,с.383]. Ю. Шевельов стверджував, що свою у цілому правильну теорію С. Смаль-Стоцький не зміг обґрунтувати належним чином, підвести під неї достатню доказову базу. “Після поразки Смаль-Стоцького погляд на двоступневий розвиток східнослов’янських мов: праслов’янська мова – давньоруська – запанував беззаперечно, а від 1930-х років у СРСР став офіційно обов’язковою догмою” [2, с.383].

Але з часом вразливість концепції єдиної давньоруської мови все більше ставала очевидною для неупереджених дослідників. На початку 90-х рр. минулого століття Ю. Шевельов мав підстави стверджувати, що “вона настільки розхитана, що голоси про її застарілість і неадекватність чуємо і від російських славістів” [2, с. 384].

Цікаво, що сам О. Шахматов виявляв щирий інтерес до України та її культури, досліджував українську мову, але водночас категорично заперечував право українців на вчасне державне самовизначення. Таку характерну для російської інтелігенції ситуацію Ю. Шевельов пояснював домінуванням над об’єктивністю ученого політичних мотивів. “Його ліберально-кадетські симпатії вимагали від нього визнання трьох сучасних східнослов’янських мов. Його російсько-імперський патріотизм не дозволив йому побачити повної правди. 1905 року він боронив волю друку для української літератури, але виходячи не з потреб українців, а з відсутності небезпеки для російської імперії. Відокремлення України 1917 – 1918 рр. викликало в Шахматова різне заперечення. Визволитися з політичних симпатій науковцеві не легко” [2, с.399].

Сам Ю. Шевельов науці імперського забарвлення з її схильністю до маніпуляцій, селекції та перекручування фактів протиставив вільний дослідницький пошук, не обмежений жодними ідеологічними догмами. Підсумком тривалої розробки проблеми походження української мови стало обґрунтування власної концепції генези української мови безпосередньо з праслов’янської, оминаючи її давньоруську фазу. У стислому вигляді сам науковець викладав свою концепцію так: “Справжня, "жива" українська мова ніколи не була "давньоруська", ніколи не була "спільноруська", ніколи не була тотожна з російською, не була предком або нащадком або відгалуженням

російської мови. Вона поставала й постала з праслов’янської, формуючися від 6 до 16 ст., і найкращий учений не визначить дня її народження. Вона витворювалася сторіччями, і тільки цілком довільно можна висувати тезу про рік або хоч би й століття її постання” [2, с. 398]. Ця концепція була деталізована у низці досліджень ученого, які не лише збагатили і розвинули світову лінгвістичну думку, а й сприяли подоланню одного з міфів про українську мову – те, що вона утворилася після розпаду єдиної давньоруської мови не раніше XIV ст.

Список використаних джерел

1. Масенко Л. “Те, що Грушевський зробив для української історії, я зробив для української мови”. *Шевельов Ю. Вибрані праці: у 2 кн.* Київ. Вид. дім “Києво-Могилянська академія”. 2008. Кн. 1. С.5–25.

2. Шевельов Ю. Вибрані праці: у 2 кн. Київ. Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. Кн. 1. 583 с.

3. Шевельов Ю. З історії незакінченої війни. Київ. Вид. дім “Києво-Могилянська академія”. 2009. 471 с.

4. Юрій Шевельов: виклик часу і відповідь науковця: Монографія. Київ. МП Леся. 2010. 174 с.

Карина Дідківська
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Державного податкового університету

РОЛЬ КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ В ПРОФЕСІЙНОМУ СТАНОВЛЕННІ ПРАЦІВНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

Культура спілкування відіграє ключову роль у професійній сфері, визначаючи якість взаємодії між колегами, керівниками та партнерами. Вона не лише забезпечує ефективність комунікацій, але й сприяє створенню сприятливого середовища, побудованого на взаємній повазі та довірі. Аналіз ролі культури спілкування є необхідним для розуміння того, як можна підвищити ефективність комунікацій та загальну продуктивність у будь-якій професійній сфері.

Проблему мови досліджували у своїх роботах чимало вчених. Серед них можна виділити таких: А. Загнітко, І. Домрачева.

Термін “мовна компетентність” спеціаліста є одним із найбільш поширених нових понять, які останнім часом увійшли в педагогічну науку та практику нашої держави. У нашій країні питання мовної компетентності стало актуальним в останні роки, зокрема після того, як Україна приєдналася до Болонського процесу [1, с. 12].

Мовна особистість, пов’язана з певним часом, країною, соціальною чи професійною групою, відображається у мовленнєвій поведінці. Економісти несуть особливу відповідальність за свою комунікативну діяльність, оскільки їхня робота охоплює не лише економічні або політичні питання, але й стосується морально-етичних аспектів як окремих людей, так і колективів. Вміння професійно спілкуватись та вирішувати мовні завдання є важливим критерієм професіоналізму економіста [1, с. 27].

Професійне спілкування – це не просто обмін інформацією, а мистецтво взаємодії. Для сучасного менеджера воно є ключовим інструментом для досягнення успіху. Уміння будувати довірливі відносини з колегами, партнерами та клієнтами, ефективно вести переговори та вирішувати конфлікти – все це є невід’ємною частиною професійної діяльності. Культура професійного спілкування ґрунтується на повазі до інших людей, розумінні їхніх потреб та цінностей, а також на здатності адаптуватися до різних культурних контекстів [2, с. 437].

Робота менеджера – це поєднання багатьох навичок. Провідною навичкою є вміння працювати з людьми, а саме мотивувати співробітників, створювати сприятливу атмосферу в колективі та вирішувати конфлікти. Не менш важливим є здатність приймати правильні рішення, які допоможуть компанії розвиватися. Це також впровадження нових технологій, які роблять роботу більш ефективною. Менеджери займаються фінансовими питаннями, будують

відносини з партнерами з інших країн і знаходять компроміси в міжнародних переговорах. Крім того, вони допомагають компаніям подолати труднощі, підвищити конкурентоспроможність і забезпечити стабільність [2, с. 439].

Культура професійного спілкування економіста – це багатогранне явище, що включає в себе моральні, професійні та комунікативні компоненти. Вона є інструментом, який дозволяє ефективно взаємодіяти з різними аудиторіями, досягати консенсусу та сприяти розвитку економіки [2, с. 439].

Культура професійного спілкування являє собою інтегровану систему, що охоплює як внутрішні, так і зовнішні аспекти комунікативної взаємодії. Вивчення цієї проблематики потребує комплексного підходу, що поєднує психологічні та педагогічні перспективи. Психологія занурюється в глибини, досліджуючи внутрішні процеси, що відбуваються в голові людини під час спілкування: думки, почуття, мотивації. Педагогіка ж фокусується на тому як люди спілкуються, які слова використовують, які жести роблять. Вона розробляє методики, які допомагають людям покращити свої комунікативні навички [3, с. 29].

У своїх роботах Ольга Берестенко пише , що культура поведінки в процесі спілкування відображає духовні, моральні та естетичні цінності особистості, що вказує на те, наскільки глибоко було засвоїно культурну спадщину людства. Наприклад, повага до співрозмовника проявляється через ввічливість, делікатність і тактовність, а також через вміння цінувати час інших. Важливими аспектами культури спілкування є своєчасність і точність у виконанні угод, дотримання обіцянок та повернення позиченого [3, с. 41–42].

Культура мовлення професіонала повинна характеризуватися багатством словникового запасу, який у сучасної людини може складати від 7 до 13 тисяч слів. Важливо також, щоб мова була чистою, без зайвих і паразитних слів, які заважають сприйняттю інформації. Ясність і зрозумілість висловлювань є критично важливими для ефективної комунікації; для цього варто підкріплювати абстрактні ідеї конкретними прикладами. Точність у висловлюваннях забезпечує правильне використання слів та їх значень, що допомагає уникнути непорозумінь. Крім того мова повинна бути виразною та образною, використовуючи різноманітні літературні засоби для створення емоційного впливу та покращення сприйняття інформації [3, с. 49–50].

Л. Грибова при дослідженні теми виділяє емпатію. Емпатія – це здатність розуміти іншу людину через емоційне співпереживання її почуттів та прагнень, а не через логічне осмислення її проблем. Важливим умінням є також рефлексія, тобто усвідомлення, як нас сприймає співрозмовник. У професійному спілкуванні культура адекватного сприйняття клієнтів та вміння слухати – ключ до розуміння їхніх очікувань [4, с. 25].

Однією з важливих навичок для працівника сфери обслуговування є вміння ефективно вирішувати конфлікти, що виникають під час спілкування з клієнтами. Це передбачає здатність обирати відповідну поведінку в складних

ситуаціях, навіть якщо емоції високі, а учасники конфлікту можуть використовувати різкі вирази чи підвищувати голос. Якщо працівник розуміє, як контролювати ці моменти, це допомагає або вирішити конфлікт, або уникнути його загострення [4, с. 26].

Спілкування тісно пов’язане з діяльністю, адже саме вона створює умови для обміну інформацією та взаємодії між людьми. Під час спілкування люди не тільки передають знання, пояснюють поняття або інформують про події, а й можуть навчати один одного конкретним навичкам. Важливим аспектом спілкування є також взаєморозуміння, яке будується на тому, як ми сприймаємо інших і як вони бачать нас [5, с. 96].

Щоб будувати міцні стосунки, недостатньо просто говорити. Важливо, як ми це робимо. Культура спілкування – це постійна робота над собою: розвиток комунікативних навичок, вміння поставити себе на місце іншого, виховання доброзичливості та толерантності. А ще – створення унікального стилю спілкування, заснованого на повазі до себе та інших.

Список використаних джерел:

Костенко Т. Формування мовної компетентності майбутніх фінансистів в умовах закладу вищої освіти: кваліфікаційна робота магістра спеціальності 011 “Освітні, педагогічні науки” / наук. керівник Г. Локарєва. Запоріжжя : ЗНУ (2024). С. 1–82. URL.: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/19004.

Любецька В. Формування культури професійного спілкування майбутніх фахівців з управління та адміністрування і менеджменту. 2-га Міжнародна науково-практична конференція “Глобальна наука: перспективи та інновації”, Ліверпуль, Велика Британія. 2023. С. 1–478. URL.: https://surl.li/rnehbb.

Берестенко О. Культура професійного спілкування. Луганськ : ДЗ “ЛНУ ім. Тараса Шевченка”, 2013. С. 1-300. URL.: https://elearn.nubip.edu.ua/pluginfile.php/639007/mod_resource/content/0/Берестечко%20О.Г.%20Підручник.pdf.

Грибова Л. Формування культури професійного спілкування фахівців сфери обслуговування в процесі підвищення кваліфікації. Економіка та управління національним господарством. 2018. Т. 29 (68)., № 6. С. 23–27. URL.: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_6/8.pdf.

Павлов О., Машуренко К., Дворак О., Кубанов Р. Психологічні аспекти професійного спілкування сучасних фахівців. Інститут інноваційної освіти. С. 95–97. URL: https://surl.gd/bklbrp.

Наталія Єльнікова
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри гуманітарних дисциплін та українознавства
Харківського національного університету внутрішніх справ

ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Сучасне українське суспільство переживає складний період трансформацій, що супроводжується посиленням соціальної напруги та поляризації. В умовах політичної нестабільності, економічних труднощів та збройного конфлікту медіа є платформою для поширення агресивних висловлювань, які сприяють розпалюванню ворожнечі та поглибленню розколу в суспільстві. Наукові розвідки засвідчують, що рівень вербальної агресії в українськомовному медіадискурсі має тенденцію до зростання. Це стосується як традиційних ЗМІ (телебачення, радіо, преса), так і новітніх медіа (інтернет-видання, соціальні мережі). Особливо гостро проблема вербальної агресії постає в онлайн-просторі, де анонімність і безкарність сприяють поширенню агресивних висловлювань. Незважаючи на актуальність проблеми, вербальна агресія в українськомовному медіадискурсі залишається недостатньо дослідженою. Існує потреба в проведенні ґрунтовних лінгвістичних досліджень, які б дозволили ідентифікувати та класифікувати лінгвістичні маркери вербальної агресії, проаналізувати її функції та вплив на аудиторію, а також розробити ефективні стратегії протидії цьому явищу.

Вербальна агресія є предметом дослідження різних галузей науки, зокрема психології, соціології, біології, кримінології, політології, філософії, культурології, лінгвістики. Вербальну агресію як форму комунікативної поведінки, спрямовану завдавати шкоди іншій особі або групі осіб, досліджував український учений Ф. Бацевич. Засобом маніпуляції свідомістю вербальну агресію у своїх працях визначає Г. Почепцов. Науковиця С. Форманова зосереджується на вивченні інвективи – форми сугестивного впливу у вербальній агресії. Психолінгвістичні аспекти вивчення вербальної агресії досліджувала мовознавиця Л. Ставицька. Розмежуванню явищ агресії та садизму в комунікації наукову розвідку присвятила К. Тараненко.

Студіювання вербальної агресії в медіадискурсі мають досить тривалу історію. Перші роботи в цій галузі з’явилися ще в середині XX століття і були пов’язані з вивченням впливу засобів масової інформації на формування агресивної поведінки у дітей і підлітків. Згодом інтерес дослідників до цієї проблеми розширився, і вони почали вивчати різні аспекти вербальної агресії в медіа, зокрема її лінгвістичні особливості, функції, вплив на аудиторію, а також соціальні та культурні контексти її прояву. Дослідниця Г. Вусик студіює особливості вербальної агресії, вираженої засобами масової комунікації, під час

російсько-української війни. Мовознавиця М. Малишева дослідила вербальну агресію в українськомовному й іспанськомовному сегментах Facebook.

Вербальна агресія є формою агресивної поведінки, вираженої за допомогою слів (усних або письмових), що має на меті завдання психологічної шкоди іншій людині або групі людей, викликає в них негативні емоції, зокрема страх, злість, приниження, сором тощо. Як зауважує Н. Войцехівська, виявом вербальної агресії є “прагнення одного мовця задовольнити власну інтенцію на тлі протесту з боку іншого учасника” [1, с. 8]. Вербальну агресію як стратегію, що має на меті негативний вплив на адресата, витлумачує Ю. Кріпак [2, с. 143]. С. Форманова вважає вербальну агресію й інвективу синонімічними термінами, визначаючи її як “вербально виражене ставлення адресанта до адресата, яке має на меті різке звинувачення, осуд з метою образити, принизити й зганьбити опонента та дискредитувати його” [4, с. 122]. Поділяючи думку М. Малишевої, визначаємо вербальну агресію як “комунікативний акт, скерований мовцем на адресата з наміром завдати йому моральної шкоди через вербальний вплив” [3, с. 41].

Серед мовних маркерів вербальної агресії в українськомовному медіадискурсі виокремлюємо прямі образи та лайку, зокрема використання брутальних слів, нецензурної лексики, образливих прізвиськ, які прямо характеризують людину в негативному світлі, наприклад: “*cuba_the_chihuahua: Фуууууууу!!!! Що це за дві русняві гімнючки???? Навіть собаки до вас не підійдуть. Бо від вас смердить рашистським гімном за кілометр. Дві мрази!*” (Instagram, 08.07.2022). Сингрефемним засобом вираження агресії є варіювання пунктуаційного оформлення. Неможливість почути коментар співрозмовника спричиняє широке використання графічних засобів вираження емоцій (знаків питання й оклику, а також їхніх комбінацій). Специфічним також є застосування різноманіття знаків у межах одного коментаря, як поодинокого, так і групових.

Звинувачення та категоричні твердження, що не підкріплені фактами, також є формами вираження агресії. Так, у коментарі: “*Верещучка все чаще курити почала, верховна зрада це і є окупанти. Вони в усьому винні*” (TikTok, 27.05.2023) агресія виражена негативнооцінними лексемами, а також оказіоналізмом *верховна зрада*, що створює ефект мовної гри. Використання наказового способу дієслова також слугує засобом вираження агресивних вимог або наказів: “*annkingscross: Юрію, будь ласка. Перестаньте знімати гівно. Чому знову ми маємо дивитись ЗА СВОЇ ПОДАТКИ чергове дегенеративне “мистецтво” про тупих або кумедних хохлів. Розвивайте смак, вчіться та запропонуйте щось, від чого НЕ ЙДЕ КРОВ З ОЧЕЙ*” (Instagram, 10.12.2023). Правила використання прописних і рядкових літер в українськомовному медіадискурсі часто порушені, зазвичай таке написання є мотивованим, оскільки є способом інтонаційного виокремлення слова чи словосполучення на фоні іншого тексту.

Із-поміж стилістичних маркерів вияву вербальної агресії виокремлюємо іронію та сарказм для прихованої зневаги, гіперболу – для посилення негативного враження про людину або подію, повтори – для створення ефекту драматизму та підсилення агресивного впливу.

Отже, вербальна агресія є поширеним явищем в українськомовному медіадискурсі, що може виявлятися в різних формах: образа, погроза, лайка, глузування, сарказм, наклеп, плітки, дискримінаційні висловлювання тощо. Вербальну агресію можуть використовувати з метою дискредитації опонента, звинувачення у некомпетентності, маніпулювання громадською думкою, розпалювання ворожнечі. Лінгвістичні маркери вербальної агресії в українськомовному медіадискурсі є різноманітними та охоплюють лексичні, граматичні, стилістичні й інтонаційні засоби. Аналіз вербальної агресії в медіадискурсі є важливим для розуміння соціально-політичних процесів, що відбуваються в суспільстві, а також для розроблення стратегій протидії агресивній поведінці. Перспективні напрями подальших наукових розвідок вбачаємо в дослідженні змін у проявах вербальної агресії в українськомовному медіадискурсі під впливом різних соціально-політичних факторів.

Список використаних джерел:

1. Войцехівська Н. Конфліктний дискурс в українській художній літературі: структурний, семантичний, комунікативний і лінгвокогнітивний аспекти : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2019. 34 с.

2. Кріпак Ю. Реалізація мовленнєвої агресії в конфліктному та агресивному дискурсах. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 4. С. 140–143.

3. Малишева М. Вербальна агресія в мережевому дискурсі: лінгвопрагматичний аспект : дис… доктора філософії за спеціальністю 035 Філологія. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Одеса, 2024. 315 с.

4. Форманова С. Інвектива в сучасних інтернет-виданнях. *Молодий вчений*. 2018. №9.1 (61.1). С. 121–124.

Наталія Зикун
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
професор кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури,
декан факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Державного податкового університету

ФЕМІНІТИВИ В ДІЛОВИХ МЕДІА: ОНОВЛЕННЯ СТАТУСУ, РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ, ТЕНДЕНЦІЇ

Українська мова, як різнорівнева система елементів, завжди сучасна, багата, складно структурована, гнучка, оперативно відгукується на суспільні потреби, очікування, трансформації. Особливо чутливою у цьому відношенні є лексична підсистема, а саме сегмент новотворів, неологізмів. На різних хронологічних відтинках особливу активність виявляють ті чи інші тематичні групи. У мові, як і в інших суспільних сферах, можемо говорити про моду або тренди, які з часом змінюються. Одним із обговорюваних лінгвістичних явищ останні декілька років залишаються фемінітиви.

Фемінітиви (або фемінативи) – це слова жіночого роду, альтернативні або парні аналогічним поняттям чоловічого роду, які використовуються для називання людей незалежно від їхньої статі [7]; іменники на позначення осіб жіночої статі за різними характеристиками (родинними зв’язками, національністю, професією, посадою тощо), що є альтернативними або парними аналогічним поняттям чоловічого роду [3, с.26]; іменники жіночого роду, парні по відношенню до чоловічих номінацій за діяльністю, професією, соціальною або територіальною приналежністю [4]. Тобто, фемінітиви використовуються для номінування осіб жіночої статі за різними ідентичностями.

Інтерес до фемінітивних назв – науковий, користувацький – пожвавився особливо після 2019 року, із прийняттям нової редакції Українського правопису. Нерідко у публічному просторі озвучують зроблений кимось перебільшений висновок про те, що Правопис – 2019 узаконив фемінітиви. Ні, він цього не зробив, та й фемінітиви ніколи не були “поза законом”.

У пункті 4 §32 “Іменникові суфікси” Правопису української мови вказується, що за допомогою суфіксів -к- (-а), -иц- (-я), -ин- (-я), -ес- (-а) та інших від іменників чоловічого роду утворюються іменники на означення осіб жіночої статі. Також тут регламентується, з якими типами основ поєднується той чи той суфікс [9, с.39]. Саме ж поняття “фемінітив” у правописі не згадується. Відтак Правопис побіжно сприяв унормуванню активного процесу творення іменників жіночого роду, за фактом – неофемінітивів, який відбувався спонтанно, хаотично. Тобто, він відреагував на інтерес до фемінітивів, на знання про їхнє існування й визнання їхньої ролі. Правописний документ визнав їхню вагомість і те, що їхній час, очевидно, настав.

Масив парних до іменників чоловічого роду слів на позначення осіб жіночої статі нараховує в українській мові приблизно 6 тис. лексичних одиниць, достатньо повно класифікованих і охарактеризованих науковцями. М. Брус на основі ретельного опрацювання комплексу писемних пам’яток різних історичних періодів сформувала словник фемінітивів, що налічує понад 8000 одиниць, що функціонували в мові на різних етапах її еволюції [1]. Нині ми спостерігаємо чергову хвилю активізування інтересу до них, а відтак – й інтенсине поповнення корпусу феміноназв.

Фемінітиви мають уже солідну бібліографію в українському науковому дискурсі. Це статті представників різних наукових напрямів: філологів і фахівців із соціальних комунікацій (А. Бессараб, Г. Волинець, О. Горошко, Х. Дацишин, О. Комов, С. Остапчук, Л. Пономаренко, Л. Ставицька, Т.Сукаленко, О. Тріщук), психологів (Л. Карамушка, О. Нежинська), істориків, культурологів (М. Маєрчик), соціологів (Т. Марценюк, О. Стрельник). У розпорядженні дослідників фемінітивної лексики ґрунтовні монографії М. Брус, А. Архангельської, навчальні посібники на багатому емпіричному матеріалі (О. Стишова), дисертації (зокрема А. Шеремет).

Сьогодні вже сформувався й поповнюється термінологічний інструментарій наукового кваліфікування цього сегменту мовної системи: *гендерно чутлива мова, гендерно чутливі комунікації, гендерне мовознавство, фемінітивна система, фемінітивна лінгвістика*.

Маємо визнати, що після періодів придивляння, спостерігання, звикання змінився статус фемінітивів. І. Царьова характеризує їх як самобутню, неповторну категорію слів, окрему лексичну підсистему: 1) численну й розгалужену за тематичними характеристиками; 2) що має належну термінологічну базу (поняття з основою фемін- та інші), 3) об’єднує елементи з різними стилістичними ознаками (нейтральні й марковані, книжні й розмовні), 4) у корпусі фемінітивних назв простежуються відношення синонімії, гіперо-гіпонімії), 5) яка має усталену словотвірну базу (назви чоловіків), 6) продуктивні способи деривації (суфіксальний, рідше – префіксальний та інші) і самі виявлять словотвірну спроможність” [10, с. 286].

Погоджуємося із авторами, що слова з’являються в мові тоді, “коли їх почнуть вживати живі люди на вулицях”, і з’являються вони не останньою чергою завдяки медіа, з подачі медіа [10, с. 285]. Нині міцніє тенденція до активізації фемінітивів у мові медіа. Викликано це, очевидно, насамперед позамовними чинниками: євроінтеграційними орієнтирами й процесами в Україні, спрямованими на досягнення міжнародних стандартів гендерної коректності, а нині – і проблемою необхідності утримування української економіки в функціональному стані під час повномасштабної війни, коли чоловіки змушені залишати робочі місця задля оборони країни, та завдання повоєнного відновлення, актуалізувало проблему активного залучення жінок до професій, раніше їм не цікавим і не притаманним.

Проаналізовані нами ділові медіа “The Page”, “Delo.ua”, “Мінфін”, “ZN.UA” за 2019–2024 рр., реагуючи на виклики сьогодення, порушують ці теми у своїх щоденних випусках. Промовисті заголовки засвідчують розширення діапазону професійних інтенцій сучасної жінки, хоче й вимушене: “Уряд впроваджує програми підтримки підприємиць в Україні” (The page, 22 лютого 2023); “Як жінки-підприємиці адаптуються до воєнних реалій в Україні” (The page, 14 лютого 2023); “Сила жіночого бізнесу: як підприємиці розвивають бізнес під час війни” (The page, 10 липня 2023); “Нові гранти для бізнесвумен в аграрному секторі” (The page, 12 травня 2023); “Водійки, інженерки, розробниці. Як стирається межа між чоловічою і жіночою роботою” (The page, 8 березня 2024); “В ритейлі жінками намагаються закривати “чоловічі” вакансії. Виходить не завжди” (The page, 24 лютого 2024); “Як змінювалася кількість жінок в українському IT за останнє десятиліття” (The page, 22 лютого 2024); “Торговельні мережі навчають жінок “чоловічим” професіям” (The page, 29 березня 2024); “В Україні названо найсильніших керівниць та засновниць бізнесу в умовах війни” (Delo.ua, 29 березня 2024); “Чи важко бути жінкою в IT. Ганна Лут та Ольга Ланбіна з UNITY-BARS розповідають про кар’єру, виклики та можливості після 24 лютого” (Delo.ua, 26 грудня 2023); “Українські жінки змушені йти на чоловічу роботу, – WSJ” (The page, 22 травня 2024); “Головний біль ринку праці 2024 – хто працюватиме, коли українці воюють та емігрують” (The page, 11 січня 2024). У багатьох публікаціях аналізованих медіа йдеться про широкі можливості професійної зайнятості та суспільної активності сучасної жінки, у тому числі, з використанням фемінітивних номінацій, наприклад: “Щодо компетенцій жінок, то серед тих, хто має шанс стати депутатками, – громадські активістки, борчині з корупцією, правниці, волонтерки, співачки й одіозні фігури”.

Відтак, актуалізувалося називання такої зайнятості жінок новими словами – за результатами контент-аналізу “The Page”, “Delo.ua”, “Мінфін”, “ZN.UA” у досліджуваний період було зафіксовано понад 250 фемінітивів на позначення діяльності жінок у таких сферах, як освіта, наукова діяльність, IT-сфера, політика й суспільна діяльність, економіка і бізнес-сфера тощо. Встановлено, що використання цих назв набуває системності й усвідомленості. Фемінітиви активно входять в медійний дискурс, демонструючи широкий тематичний діапазон, відображаючи громадську активність і професійну зайнятість сучасної жінки, називаючи й інші її характеристики й особливості: “Для цього на “Аврорі” працюють фахівці та фахівчині, які мають досвід роботи з травмами” (The Page, 23 травня 2023); “Під час читань Жадана мисткиня Марія Федорівна створила живописне полотно "Сотворення двох", кошти від продажу якого спрямовано на підтримку соціального проєкту "Ми однієї крові"” (Delo.ua, 18 грудня 2023); “Велика історикиня” Катерина II ретельно вичитувала матеріали комісії і особисто уклала родовід київських і московських князів” (Мінфін, 19 лютого 2024); “Через значну кількість підприємців, які де-

факто вже не існували, де-юре їхня кількість зменшилася на десяту частину”, – зазначила аналітикиня CRIF Вєра Каменічкова” (Мінфін, 1 лютого 2024); “Політикиня знову нагадала Україні, що вона має пройти довгий шлях для того, щоб стати членом ЄС” (The Page, 1 липня 2022); “Як і нинішня канцлерка, АКК – політикиня спокійна, не схильна до шокуючих заяв чи особливої емоційності” (ДТ, 11 грудня 2018); “Марго Дідіченко, архітектурна дослідниця, доповнює список проєктів, вартих уваги” (The Page, 8 листопада 2023); “Кабінет Міністрів заборонив жінкам-медикам і фармацевткам влаштовуватися на роботу без постановки на військовий облік” (The Page, 21 травня 2024); “"І вона дуже оптимістична, – переконана Тетяна Гавриш, почесна консулка ФРН у Харкові, керуюча партнерка юридичної компанії ILF, що супроводжує кілька іноземних бізнес-проектів” (ДТ, 23 листопада 2018); “Амуніція для захисниць та логістика для гуманітарки” (Delo.ua, 4 липня 2023); “Демократка від Пенсільванії, членкиня групи та колишня офіцерка ВПС Кріссі Хулахан під час слухань у Конгресі благала Коліна Кала пояснити, чому програми з навчання українських пілотів керувати системами досі не розпочалися” (The Page, 1 березня 2023); “Правозахисниця розповідає, що інформувати дітей та батьків з окупованих територій про позитивні зміни в законодавстві було вкрай складно, бо Міносвіти припинило партнерство з громадськими організаціями” (ДТ, 19 вересня 2020); “Вона стала першою плавчинею, якій вдалося виграти золото на чотирьох літніх Олімпіадах поспіль” (ДТ, 04 серпня 2024); “Посолка Німеччини Анка Фельдгузен розповіла Суспільному про перспективи нових самітів Нормандської четвірки” (ДТ, 06 вересня 2021); “Дипломатка загострила увагу на системах ППО. … Пані посол також наголосила, що Україна захищає себе незалежно від розташування цілей для ударів – чи б’ємо ми по російських військах на нашій території, чи за її межами” (ДТ, 20 травня 2024).

Низка зафіксованих нами фемінітивних номінацій у різних ділових медіа вказує на різні форми суспільної активності жінок: *активістка* (*громадська активістка, соціальна активістка, політична активістка, антикорупційна активістка, еко-активістка (екоактивістка), екологічна активістка, активістка боротьби за права людини, фем-активістка), борчиня за рівність, лідерка, лідерка думок, мотиваційна спікерка, активістка за права тварин, зоозахисниця, захисниця тварин, волонтерка, промоутерка*.

Про розгалуженість характеристик жінок за різними ідентичностями свідчать понад сім десятків фемінітивів, зафіксованих нами в медіатекстах: *агентка, акціонерка, адміністраторка, амазонка, антикорупціонерка, астронавтка, бенефеціарка, веганка, виконавиця, викривачка, візіонерка, генійка, геройка, дебютантка, диверсантка, експертка, ескапістка, законодавиця, засновниця, захисниця, зловмисниця, знавчиня, інвесторка, ініціаторка, інноваторка, інструкторка, інфлюенсерка, інформаторка, керівниця, колаборантка, конвоїрка, консультантка, контриб’юторка, координаторка, коригувальниця, коучка, креаторка,*

кураторка, лауреатка, лобістка, майстриня, медалістка, медіаторка, менторка, методологиня, меценатка, мисливиця, модераторка, натхненниця, новаторка, онліфанциця, опозиціонерка, опонентка, педагогиня; переселенка, популяризаторка, продюсерка посадовиця,, промоутерка, рекрутерка, рестораторка, рятівниця, сарматка, світчерка, скіф’янка, спонсорка, стейкхолдерка, стратегиня, технократка, урбаністка, фахівчиня, фаундерка, філантропка, функціонерка, чиновниця, що утворені переважно з використанням суфіксів -к, -иц, -ин.

Хоча нами фіксувалися й контексти, коли в одному тексті на позначення тієї самої особи жіночої статі використовувалися і фемінітиви, і маскулінітиви. Причому простежується більш послідовне використання цієї категорії лексем авторами, журналістами, самі ж герої матеріалів як самоназву використовують іменник-маскулінітив. Так, у матеріалі М.Баранівської “Спостерігачка за птахами і людьми” в “ZN.UA” про героїню читаємо: “Наталя Атамась, орнітологиня, говорить спокійно і прямо: їй однаково, хто стане майбутнім президентом України. І не тому, що вона, вчена з іменем, репутацією й офіційним статусом наукової співробітниці Інституту зоології імені І.Шмальгаузена НАНУ – ескапістка, що веде асоціальний спосіб життя. Зовсім навпаки. Наталя – громадська активістка, відома популяризаторка науки, авторка блогів з питань найгостріших природоохоронних проблем, які є в нашій країні”. Характеризуючи героїню, журналістка використовує низку фемінітивних назв. У цьому ж матеріалі наводиться і цитата самої героїні, яка, як самоназву, використовує маскулінітив, очевидно, більш звичний для неї: “"Ми, орнітологи, живемо тут, бо прив’язані до своїх об’єктів, як наяда до свого струмка” (ZN.UA, 19 квітня, 2019). І текстів, де використовуються в одному реченні маскулінітив і фемінітив на позначення тієї самої особи, фіксується немало. За результатами різних досліджень були зроблені припущення, що живучість маскулінітивів в локальних і гіперлокальних медіа пояснюються також і певною журналістською недбалістю – використанням журналістами прес-релізів місцевих чиновників без правок, натомість в авторських редакційних текстах фемінітиви вживаються більш послідовно [2]

У мові сформувалися синонімічні ряди, що свідчить, з одного боку, про незавершеність формування усталених/нормативних феміністичних номінацій, а з іншого – про запит на це носіїв мови: *фотографка – фотографиня – фотографеса* (остання форма зафіксована на лексикографічному рівні, проте нині рідше використовується мовцями); *поетеса – поетка; адвокатеса – адвокатка* тощо.

Дослідники вказують, що “функціонування назв жінок переважають в розмовному, художньому та публіцистичних стилях як стилістично марковані з розмовним відтінком у значенні” [10, с.284]; “Фемінітиви здебільшого функціонують у розмовно-побутовому, художньому, рідше – у публіцистичному стилях. В офіційно-справочинному, науковому стилях

фемінітиви вживані обмежено” [6, с.74]. На нашу думку, найрегулярніше фемінітиви використовуються саме в мові медіа, що підтвердив наш аналіз. Таким чином, вважаємо, що лідером з використання фемінітивів є саме публіцистичний стиль, особливо онлайн-медіа, а не розмовно-побутовий і художній. Опрацьований емпіричний матеріал дає підстави погодитися з О. Стишовим, що саме завдяки медіа з часом фемінітивні лексеми втрачають відтінок розмовності, стилістичні конотації [8, с. 63], саме під впливом узусу, завдяки повторюваності вживання й розширення контекстів з часом переходять до стилістично нейтральної, загальновживаної лексики. Причому, на нашу думку, саме усна форма медійного мовлення є більш впливовою. Фемінітиви поступово виходять за межі писемного дискурсу. Відтак, активне використання в розмовному мовленні знаменуватиме собою повне освоєння й прийняття фемінітивів, що демонструють сьогодні окремі лексеми: *експертка, авторка, фахівчиня, опонентка, переселенка* тощо.

Практика українського мовлення свідчить, що змінюється статус фемінітивів в офіційно-діловому й науковому стилях. Вони поступово втрачають свої конотації, перетворюються на міжстильові засоби, перестають бути стилістично обмеженими. За життя лише одного покоління можна констатувати зміни у ставленні до фемінітивів, що виявляється в інтенсивності їхнього творення й слововжитку.

У результаті опрацювання контекстів ділових медіа доходимо також висновків, що фемінітивні назви сприяють лаконічності медіамовлення, дають можливість замінити двослівні назви, зокрема, прикладки, утворені поєднанням слова “жінка” із залежним компонентом, або фемінітивні назви, утворені поєднанням з опорним словом *пані,* однослівним відповідником [5] (наприклад, *жінка-підприємиця – підприємиця; пані посол – посолка*), що, на нашу думку, додатково сприяє більшій природності й простоті мовлення;

У процесі активного слововжитку фемінітиви набувають багатозначності, у них можуть розвиватися переносні значення (*майстриня, борчиня*).

Таким чином, можемо підсумувати, що фемінітивні назви (однослівні і словосполучення) стають активними елементами системи української мови, поступово витісняючи маскулінітиви як номінації осіб жіночої статі. В матеріалах ділових онлайн-медіа зафіксовано фемінітиви на позначення жінок за різними характеристиками й ідентичностями. Публіцистичний стиль стає місцем формування і культивування лексичних норм з використання фемінітивних назв. Зростає частотність їхнього використання в офіційно-діловому й науковому стилях. Повне освоєння й сприйняття фемінітивів можливе після активного використання в розмовному мовленні.

Список використаних джерел:

1. Брус М. Фемінітиви в українській мові: генеза, еволюція, функціонування. Частина друга. Словник. Івано-Франківськ: ДВНЗ

“Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, 2019. 640 с.

2. Вінницькі гіперлокальні ЗМІ: про фемінітиви “перехідного періоду”. http://vinpress.org.ua/context/vinnicki-giperlokalni-zmi-pro-feminitivi-perehidnogo-periodu.html.

3. Козачишина О., Мосійчук А. Фемінітиви у сучасному українському газетному дискурсі. URL: https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/05/Feminitives-in-Modern-Ukrainian-Newspaper-Discourse-O.-L.-Kozachyshyna-A.-V.-Mosiichuk.pdf.

4. Ласкава Ю., Стасик М. Функціонування фемінітивів у фаховому мовленні. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/246.

5. Нечипоренко А. Мова ЗМІ та її вплив на формування культури мовлення. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. Вип. 122. Т. 32.С. 67–69.

6. Практичні питання нової редакції українського правопису (інтерв’ю з кандидатом філологічних наук О. Скопненком). Вісник Національної академії наук України. 2020. № 2. С. 68-75. URL: http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001082509.

7. Словник ґендерних термінів / Укладач З. Шевченко. Черкаси: видавець Чабаненко Ю., 2016. 336 с.

8. Стишов О. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія : навч. посіб. Біла Церква : Авторитет, 2019. 198 с.

9. Український правопис. Київ: Наукова думка, 2019. 393 с.

10. Царьова І. Гендерний вимір у сучасній лінгвістиці. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади: монографія. Київ. Хай-Тек Прес. 2018. 348 с.; С. 257–290.

Анотація

Дослідження присвячене визначенню особливостей використання фемінітивів в українських ділових онлайн-медіа “The Page”, “Delo.ua”, “Мінфін”, “ZN.UA” за 2019-2024 рр. Авторкою зафіксовано понад 250 фемінітивних назв (слів і словосполучень), які позначають осіб жіночої статі за посадою, професією, званням, місцем проживання, особливостями характеру та іншими ідентичностями. Встановлено регулярність і системність використання таких назв, поступове втрачання ними стилістичних конотацій, активне словотворення, розвиток багатозначності, зокрема набування окремими лексемами переносних значень. Констатується, що переважним функціональним стилем, де використання фемінітивів є систем і послідовним, є публіцистичний, зокрема, мова медіа. Проте в офіційно-діловому та науковому стилях спостерігається певне “потепління” щодо функціонування таких лексем.

Перспективами дослідження розширення ролі й функцій фемінітивів є вивчення їхнього представлення в текстах соціальних медіа.

Ключові слова: *функціональний стиль, фемінітив, фемінітивна назва, маскулінітив.*

Abstract

The study is devoted to identifying the peculiarities of the use of feminine names in the Ukrainian business online media “The Page”, “Delo.ua”, “Minfin”, “ZN.UA” in 2019–2024. The author has recorded more than 250 feminine names (words and phrases) that refer to women by position, profession, rank, place of residence, character traits and other identities. The author establishes the regularity and systematic use of such names, their gradual loss of stylistic connotations, active word formation, and the development of polysemy, in particular, the acquisition of figurative meanings by individual lexemes. It is stated that the predominant functional style, where the use of femininities is systematic and consistent, is journalistic, in particular, the language of the media. However, in the official business and scientific styles there is a certain ‘warming’ in the functioning of such lexemes.

Prospects for researching the expansion of the role and functions of femininities are to study their representation in social media texts.

Key words: *functional style, feminine, feminine name, masculinite.*

Ірина ІВАНОВА
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри бізнес-журналістики і цифрових медіа
Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця
Катерина Яресько
кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри бізнес-журналістики і цифрових медіа
Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця

“ЧЕТВЕРТА ВЛАДА” В УКРАЇНІ: ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ

Створення та застосування нових методик у підготовці медійників в Україні є частиною реалізації настанов української лінгводидактики. Лінгводидактика керована принципами, способами, змістами удосконалення усіма учасниками освітнього процесу комунікативної компетентності – здатності володіти вербальними ресурсами на високому рівні.

Забезпечення лінгводидактичної складової в освітньому процесі забезпечує уявлення про мову в медіях як цілісну систему зі складною структурою, де усе пов’язане між собою. А головні меседжі злагоджено працюють у висловленнях різних стилів, типів і жанрів. Таким чином реалізуються функціонально-стилістичний, соціокультурний та комунікативно-діяльнісний підходи до освітнього процесу.

Одним з важливих аспектів розвитку лінгводидактичної складової в світових медіа є майстерність перекладу. А точніше – увага до технологій, напрямків та соціальної детермінації перекладу як інструменту управління та маніпуляцій аудиторією.

Переклад в журналістиці не є буквальним перенесенням слів, словосполучень, речень висловлень за середньовічним принципом “слово в слово”, це ідеологічно обтяжене, визначене редакційною політикою або пропагандистськими настановами висловлення. Саме тому визначальними параметрами перекладу в медіа мають бути оперативність, технологічність, сучасність та майстерність перекладача-публіциста.

Пріоритетним в сьогоденні української журналістики залишається вміння оперативно реагувати на виклики війни: фіксувати та оперативно визначати маніпуляції в перекладах; відповідально ставитись до власної перекладацької діяльності; визначати недостовірний переклад, вказувати на неточності та маніпулювання аудиторією.

Війна в Україні диктує необхідність уважно стежити за основними тенденціями та особливостями здійснення перекладів в пресі. І це не має залежати від форми власності та задекларованих політик медіа.

Переклад в журналістиці останнім часом стає все більш досліджуваною темою. Є в центрі уваги науковців проблема дотримання етики в медійних перекладах. Іракський дослідник Мохаммед Алі Ніхад зазначає, що принципи адекватного та точного перекладу в медіа текстах часто порушуються. Аналіз якості перекладів в журналістиці керований такими параметрами як точність, правдивість та культурна чутливість.

Дослідниками (Van Poucke, Belikova, 2016) проведено розвідки лінгвостилістичного характеру метафор, що використовуються в перекладах нідерландських, англійських та фінських оригінальних новинних видань для російської преси. Встановлено тотальне порушення етичного принципу перекладу, маніпуляції змістом та невірне трактування висловлень: це планомірне та усвідомлене формування образу Заходу як “світу зла”, демонізація Заходу на противагу “мирній” росії.

Досліджується таке явище як активістський переклад, коли перекладачі-волонтери виконують переклади для нетрадиційних медіа, керовані ідеєю протистояння гегемонії великих міжнародних компаній у виробництві новин. Розглянуто практики перекладу на NewsPro, корейському веб-сайті, який перекладає новини з кількох мов, переважно західних, і також з CNN, BBC і Le Monde. Особливо цікавим є той факт, що NewsPro покладається на перекладачів-аматорів, громадських журналістів, а не на професіоналів. Однак навіть при такому підході наявні ідеологічні маніпуляції: вибираються статті, котрі мають на меті “кинути виклик домінуючому мейнстрімовому дискурсу корейських ЗМІ”.

Розглянуто роль перекладу як механізму контролю над соціумом першого рівня. Це означає, що вибір текстів для перекладу відображає роль перекладу як механізму контролю ще до того, як тексти будуть перекладені. Статус перекладу як механізму контролю першого рівня досліджувався також у зв’язку з ідеологічною спорідненістю різних політичних подій в різних країнах (Valdeón, R. A. (2020).

Список використаних джерел:

1. Brzostowska-Tereszkiewicz T. Przekład modernistyczny (modele i opozycje). Współczesne dyskursy konfliktu: literatura – kultura – język, 2023. № 14. S. 5–12.

2. Mohammed N. Ethics of Translation and Journalism: Truth, Accuracy and Cultural Sensitivity in Media Communication. Al-Noor Journal for Digital Media Studies, 2024. Vol. 1. Pp. 35–45.

3. Valdeón R. A. Journalistic translation research goes global: theoretical and methodological considerations five years on. Perspectives, 2020. № 28(3). P. 325–338.

4. Van Poucke P., Belikova A. Foreignization in news translation: Metaphors in Russian translation on the news translation website InoSMI. *Meta*, 2016. № 61(2). P. 346–368.

Володимир Каленич
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики, реклами та зв’язків з громадськістю
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

АЛЮЗІЯ ОНІМІВ У МЕДІАТЕКСТАХ

У сучасній україністиці, зокрема й медіалінгвістиці, ономастичний простір привертає увагу своєю багатогранністю. Різні вектори визначають актуальність досліджень онімної (пропріальної) лексики: лінгвостилістичний, етимологічний, соціо- й психолінгвістичний, історичний, етнографічний, культурологічний тощо. Ономастика як мовознавча галузь має свої традиції як у синхронії, так і в діахронії, ґрунтується на міцному фундаменті незліченної кількості монографій, дисертацій, статей (Д. Бучко, С. Вербич, Ю. Карпенко, В. Німчук, Є. Отін, М. Торчинський, П. Чучка, В. Шульгач й ін.).

Медіадискурс викликає дослідницький інтерес своєю багатовимірністю, що відображає особливу динаміку лінгвальних ресурсів. Різноаспектним проблемам мови ЗМІ присвячували праці Т. Гиріна, І. Завальнюк, Н. Зикун, М. Навальна, О. Пономарів, О. Сербенська, Л. Шевченко, Д. Сизонов, М. Яцимірська та ін.

У процесі текстотворення журналісти, публіцисти вдаються до пошуку ефективних експресивних засобів, які не лише б зацікавлювали читача, а й активізували його пізнавальний потенціал, залучали до спільного творчого осмислення буття. Одним із таких прийомів є використання в журналістських творах фрагментів текстів, відомих висловів, символів тощо, які створюють певні імпліцитні контексти, кодуючи інформацію [2]. Зокрема, своєрідний лінгвостилістичний та інтертекстуальний потенціал мають власні назви (оніми), які не лише формують медійний спектр антропонімів, топонімів, ергонімів, ойконімів, хрематонімів, хрононімів, культуронімів тощо, а й у певних контекстах набувають експресії, конотацій або формують концептуальні моделі.

Так, прецедентні власні назви *Україна, Київ, Європа, Тарас Шевченко, Іван Франко* й ін. в різні періоди формують у медіапросторі певні концепти й відображають мовомислення нашого народу: *Про* ***Україну*** *– без України* (Україна молода. 2025. №5. С.5, заголовок); *“Борітеся – поборете. Вам Бог помагає!” От і кажіть після цього, що великий* ***Тарас Шевченко*** *не був пророком* (Вінниччина. 2022. №9. С.1).

Стилістичні параметри онімів корелюють з екстралінгвальними й інтралінгвальними чинниками, що увиразнює їхню експресію в медатекстах. Власним назвам властива омонімія, полісемія, онімізація, трансонімізація й ін. Межі між онімами й апелятивами рухливі й залежать від контексту: *козак* –

Козак, любов – Любов. Наприклад: *З південної сторони галайковецької гори* ***Монастир*** *було скупчення – цілий куток носіїв прізвища* ***Соляр****, що мали спільного предка. А ще носіїв галайковецького прізвища* ***Хрущ*** *теж в селі називали* ***Чумаками*** *через професію їхні предків* (Вінниччина. 2024. №7. С.11). Деякі власні назви (прізвища винахідників) перейшли в загальні: *ом, вольт, рентген, меценат, дизель, ватман* тощо.

Такі динамічні процеси відбуваються в ономастичному просторі мови загалом і в медіадискурсі зокрема, пов’язані з внутрішньою формою онімів, їхньою семантикою, синтагматикою, функційними можливостями та формують стилістичні прийоми й фігури. Уживання власних назв у множині (*Шевченки, Лесі Українки, Довженки, Америки, Європи* та ін.) актуалізує порівняльні конотації, емоційно-експресивне забарвлення, часто з негативом: *І всілякі* ***арестовичі*** *та схожі персонажі повним ходом готуються до цього сценарію* (Країна. 2025. №2. С. 5); *Сьогодні ж із їхніх дописів у фейсбуку, інстаграмі чи телеграмі ми можемо зауважити, що поруч із нами живуть сотні й тисячі потенційних* ***сталіних, гітлерів, пол потів, калігул і олександрів македонських*** (Країна. 2025. №3. С. 5).

Спостерігаючи за змінами в екосистемі української мови, Н. Зикун виокремлює дієслівні новотвори, похідні від назв населених пунктів (*чорнобаїти, відірпінити, гостомелити* тощо) або від прізвищ політичних, публічних персоналій (*макронити, шольцнути, арестовити, бандерити* тощо), що належать до “емоційних, експресивних, подеколи жартівливо-іронічних, а то й саркастичних номінацій, які почали виникати вже в перші дні й тижні війни” [1, с. 48].

Ономастичним засобам (імена культурних і політичних діячів, літературних персонажів, бібліоніми, міфоніми й ін.) властива інтертекстуальна прагматика, одним із виявів якої є *алюзія*. Як метафоричний засіб кодування інформації вона може породжувати асоціації з макроконтекстом претексту: текстом загалом, певними подіями або низкою подій у тексті, вчинками, характером або проблемами персонажів, ідейною своєрідністю твору й ін. О. Проценко підкреслює: “Успішне оперування алюзією вимагає від журналіста неабиякої майстерності: знання багатого фонду передтекстів, володіння словом, уміння знаходити цікаві паралелі. Із погляду декодування алюзія – ще й спосіб активізувати глядача, залучити його до співтворчості” [4, с.80].

Алюзії як прийоми художньо-публіцистичної виразності створюють асоціації за рахунок натяку на досить відомі історичні чи літературні факти, події, фрази, персонажів інших текстів з розрахунку на ерудицію читача, щоб розгадати “закодований зміст” [2, с. 11]: *І як тут не згадати генія* ***Черчилля****, який назвав демократію найгіршим видом правління, не рахуючи всіх інших, які людство випробувало за свою історію* (Україна молода. 2024. №10. С.6); *“Щоб не плакать, я сміялась», – напевне, й про цей випадок писала* ***Леся Українка***

(Україна молода. 2024. №11. С.4); *У них в очах відображається уся історія мистецтва: від* ***Евріпіда*** *до* ***Пивоварова*** (Вінниччина. 2024. №3. С.10).

Алюзія також може функціонувати як засіб створення якісних характеристик шляхом перенесення рис міфологічних, історичних, літературних персонажів, відомих осіб на ті, про які йдеться в медіатексті: *У житті кожного є свій* ***Тартюф****. Головне – не бути* ***Орґоном****. Мати розум і пильність* (Країна. 2024. №4. С.11); *Справді, ніякі вони нам не брати. Хіба що як* ***Каїн Авелю****…* (Вінниччина. 2024. №12. С.3); *Викрутаси з баскетбольними м’ячами, які виробляли гравці обох команд, просто вражали! Такій майстерності позаздрив би сам* ***Майкл Джордан****!* (Вінниччина. 2024. №12. С.13).

Онімні алюзії образно й символічно передають авторську інтенцію щодо повідомлюваного, для розкодування якої необхідно знати не лише цих осіб, а й ситуації, через що вони увійшли в історію людства: *Якби жив* ***Шекспір*** *у ХХ столітті і знав про Полісся, то його леді* ***Макбет*** *могла би бути й Агафією. І йшлося би про марення про поділ у майбутньому поліського ґрунту* (Україна молода. 2024. №4. С.11); *Він* [роман] *може мати терапевтичну дію – як оті альтернативні історії про “два-три тижні”, що їх розповідав* ***Арестович****, а може справляти жорсткий патологоанатомічний вплив, як Орвеллів роман* ***“1984”*** (Україна молода. 2024. №5. С.14).

Алюзію онімів увиразнюють фразеологізми, які посилюють експресію в медіатекстах: *Жага помсти, як* ***попіл Клаасе****, стукає в наші груди* (Вінниччина. 2022. №23. С.3); *І на війні літають* ***стріли Амура*** (Вінниччина. 2023. №16. С. 9, заголовок); *Цей роман – про символічну* ***нитку Аріадни***. (Україна молода. 2024. №9. С.12); а також новітні фразеологічні звороти, які імпліцитно відображають сьогодення: *І показують “щасливих туристів”, які вже встигли* ***відвідати “концерт Кобзона”****, обгорівши до чорних кісток* (Вінниччина. 2022. №9. С.1).

Особливо привабливими є трансформовані фраземи, які в ролі заголовків використовуються в гумористичному або іронічному значенні за допомогою їхнього часткового перетворення чи гри слів: *На* ***Трампа*** *сподівайся, але сам не схиби* (Україна молода. 2025. №2. С.4); *Борщ до* ***Брюсселя*** *до доведе* (Вінниччина. 2024. №16. С.16); *Не було школам клопоту – то мають* ***Клопотенка*** (Вінниччина. 2022. №7. С.4).

Алюзію й образність журналістського мовлення реалізують і перифрази, які синонімічно увиразнюють медіатексти, конденсують семантику, привертають увагу, виділяючи певні характерні риси об’єктів повідомлення [3]. Метафорична експресія і компресія в основі перифразів на власні назви виявляються як засоби вторинної номінації або й конотації: *Олег Алябін бував у Вінниці багаторазово – співаку подобається* ***місто над Бугом****, оскільки він знайшов тут багато друзів* (Вінниччина. 2022. №1. С.4); *Жмеринка –* ***місто залізничників*** (Вінниччина. 2022. №14. С.5); ***Батьківщина галушок*** –

Полтавщина (Україна молода. 2025. №2. С.14, заголовок). У медіатекстах онімні перифрази стосуються переважно топонімних найменувань: *Переможця жителі* ***Південної Пальміри*** *визначили шляхом інтернет-голосування.* (Високий замок. 2024. №8. С.12); *Зокрема, у березні* ***Країну сонця, що сходить****, уперше відвідали понад три мільйони закордонних гостей! Але не всім японцям це до вподоби.* (Високий замок. 2024. №18. С.9). *Найкращі команди* ***Старого світу*** *всімнадцяте визначать найсильнішого* (Країна. 2024. №1. С.10). А також антропонімічні назви: ***Батько нації*** *Тарас Шевченко також мав свою думку про це: “Якби ви вчились так, як треба…”* (Вінниччина. 2022. №20. С.1); ***Видатний українець із Махнівки*** (Вінниччина. 2024. №4. С.10 заголовок, про В. Антоновича).

Аналіз медіатекстів засвідчує широку й концептуально різноманітну палітру ономастичних засобів у медіадискурсі. Семантика, стилістика, синтагматика власних назв визначає їхній розгалужений функційний потенціал. Алюзія онімів як інтертекстуальний прийом створює емоційно переконливий соціокомунікативний ефект, завдяки асоціативним зв’язкам з уже відомими образами, персоналіями, розширює світогляд читача, стимулює до роздумів, апелюючи до історичних, літературних, культурологічних знань адресата.

Список використаних джерел:

1. Зикун Н. Зміни в екосистемі української мови: покоління війни (2014–2024). *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця*: зб. матер. Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 21 лютого 2024 р. Ірпінь–Ломжа, 2024. С. 46–52.
2. Каленич В. Інтертекстуальні засоби в медіатекстах: кодування інформації. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 18. С.5–15.
3. Каленич В. Образність журналістського мовлення в регіональні пресі. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство).* 2023. Вип. 36. С.84–91.
4. Проценко О. Алюзія в текстах теленовин. *Стиль і текст*. 2010. Вип. 11. С.72–81.

Наталія Коваленко
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри української мови
Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

РЕАЛІЗАЦІЯ ЗНАЧЕННЯ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ В ДІАЛЕКТНИХ ТЕКСТАХ

Сьогодні діалектологічні дослідження спрямовані на поповнення емпіричної бази, зокрема записи текстів зв’язного говіркового мовлення, які є найбільш інформативним та багатоплановим джерелом.

Зафіксовані зв’язні тексти від носія говірки є цінними не тільки для вивчення діалектної системи мови, а й для суміжних галузей, пов’язаних із дослідженням обрядово-звичаєвої спадщини етносу, культури, етнографії, історії, етнопсихології та ін.

Діалектні тексти відбивають мовно-культурний світ і ментальні риси мешканців мовного ареалу (світобачення, розум, збереження традицій і звичаїв, мораль, вірування та ін.). У таких розповідях спостерігаємо актуалізацію категорії невизначеності, що створюється на основі особистих спогадів носіїв говірки про минуле життя, роздумів про місце людини у світі.

Мета нашого дослідження – проаналізувати мовну реалізацію невизначеності, яка прогнозовано трапляється у текстах-спогадах носіїв говірок. Матеріалом слугувала збірка текстів “Західноподільські та суміжні говірки” [1].

Проблеми невизначеності українські лінгвісти сьогодні розглядають переважно з урахуванням прагматики і вирізняють такі універсальні засоби: неозначені займенники, вставні слова, частки (Ф. Бацевич, Д. Мовчан, К. Тараненко, Н. Руснак та ін.).

Значення невизначеності в діалектних текстах може бути реалізовано через мовну категорію приблизності, коли “поєднано означеність точки відліку й неозначеність межі” [2, с. 147].

За нашими матеріалами, невизначеність є одним із поширених явищ у зв’язному мовленні, основою творення інформативності про минуле життя і сьогодення, пошуками інформантом мовних засобів, щоб якнайточніше донести зміст повідомлення, свої емоції, ставлення до когось чи чогось та ін.

У живому говірковому мовленні засоби невизначеності дозволяють інформанту висловити свої міркування через призму спогадів, досвіду, розуміння законів Всесвіту з опертям на індивідуальні та загальнонаціональні світоглядні погляди. На основі цього витворюються повідомлення, що підтверджують пошуки мовленнєвих засобів. На прикладі текстів спостережено вживання неозначених займенників, наприклад, у постпозиції до іменника: *йак йа ше за ˈн’імц’іў хоˈдила до шˈколи / йак ўже ˈвоз’деˈч’ки с’іˈво розˈрухи буˈли / ўже ˈмали москаˈл’і приˈїти // то зˈнову тоїˈво // В’іˈт’ук диˈректор шˈколи буў / і*

в’ін дуже зорган’ізуваў / то ўже за москал’іў с’і зачило тото зорган’ізуваў ***хлопц’іў йикихос’*** */ же теїво // шо мали дес’ там с’і з’ійти ўс’і / і п’ішли ў тото йакто / йак вони казали забула / називалос’і / ту партизанку* (с. Шманьківці Чортківського р-ну Тернопільської обл.) [1, І, с. 221].

Значення невизначеності, оформлене сполученням займенника та іменника, може ускладнюватися додатковим словосполученням *щось таке,* наприклад, у західноподільських говірках: *таке давали на вес’іл’а / ну м’ясо / п’ідлиўка така звичайна / йак зарас на барабол’і чи шо таке / може / неўно шоб була густ’іша / шоб йіїі йіли / р’ітку зробити / шо йак мали йісти // ну а пекти тоже л’уди / пекти не ўм’іли /* ***йакихос’ торт’іў*** *чи* ***шос’ таке // от йак’іс’*** *т’істечка ше так’іво простен’к’і може чи завиван’ц’і / йак казали т’і / таке печене // так прос’т’іше було ўс’о / не так йак зарас / л’уди були трохи тем’н’ішч’і та б’ідн’ішч’і були / таї не знали // таї так / шо ўм’іли то робили* (с. Іванків Борщівського р-ну Тернопільської обл.) [1, Т. 1, с. 17].

Поєднання двох займенників (неозначеного та вказівного) є свідченням типового мовного засобу, щоб передати невизначеність, складність для мовця описати предмет, який не відомий для співрозмовника, наприклад: *бапка ў пйецу пропалили / ўсушили / то мука та була / така н’іби зеленкова / бо воно ше було замолоде / але жи ўже / мало таке молоч’ко жи ўже доси хало // і бапка ўже нам хл’іба спикли // а йа йак потому ўже ўз’ели пшениц’і ўже /* ***йакихос’ таких балабухіў*** *мама спикли / ўс’о* (с. Шманьківці Чортківського р-ну Тернопільської обл.) [1, І, с. 227]; *а ми нарошне в’із’мем* ***йакихос’ цих*** */ заўйажем букет’іў таких невеличких букет’іў кв’іток і перед хатойу / перед порогом раз тако наўхрест поставим / і набереш ше йакус’ баночку води і поставим тоже коло порога / коло тих кв’іток / шо буд’то хтото шото то нашептаў / о* (с. Сивороги Дунаєвецького р-ну Хмельницької обл.) [1, І, с. 485].

Мовці намагаються чіткіше й повніше передати співрозмовнику зміст свого повідомлення, дошукують слова в момент, коли немає впевненості, що реципієнт його розуміє, точно сприймає інформацію. Складність в описі інформації спонукає до вживання кількісних часток разом із займенниками, напиклад: *зара оц’і ўс’і скаути / дит’ач’і загони орган’ізовуйут //* ***воно шос’ приблизно таке*** *тоже / воно таке* (с. Карачківці Чемеровецького р-ну Хмельницької обл. [1, І, с. 341]; *ше не закінчилас’а в’ійна була / то буў сорок четвертиї р’ік травен’ / черве’н’ м’іс’ац’ / а вос’ін’у /* ***дес’ приблизно*** *ў липн’у м’іс’ац’у / йа жала на пол’і* (с. Зеленче Дунаєвецького ьр-ну Хмельницької обл.) [1, І, с. 401].

Отже, значення невизначеності в діалектних текстах є поширеним явищем і має високий прагматичний потенціал, тому що здатне викликати різні емоції в співбесідника, спонукати до спогадів і роздумів.

Проблема має перспективу дослідження через постійні оновлення форм і семантики, появу нових мотивацій, розвиток варіантів засобів невизначеності та поповнення емпіричної бази української діалектології.

Список використаних джерел:

1. Коваленко Н.Д. Західноподільські та суміжні говірки. Тексти. Кам’янець-Подільський : ТОВ “Друкарня “Рута”, 2019. Т. 1. 536 с. Т. 2. 512 с.
2. Руснак Н. О. Лінгвокогнітивні та прагматичні виміри діалектних текстів буковинських говірок. Чернівці, 2009. 448 с.

Олена Коваленко
кандидат філологічних наук, доцен,
професор кафедри суспільно-гуманітарних наук
Одеського державного аграрного університету
Антоніна Крицька
викладач кафедри суспільно-гуманітарних наук
Одеського державного аграрного університету

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ВИМІР ВИКЛАДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА “УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)” ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

Викладачі часто стикаються з різноманітними труднощами в процесі викладання освітніх компонентів. Значна частина цих проблем пов’язана з методологією викладання, але не слід забувати й про психологічний аспект. Серед психологічних характеристик загальновизнаними є педагогічне мислення, педагогічна рефлексія, педагогічна самосвідомість, педагогічна уява, педагогічна самооцінка, педагогічна спостережливість, педагогічне прогнозування, толерантність, емпатія та ін. Питання психології в навчальному процесі завжди цікавили науковців. Дослідники Дж. Брунер, С. Єрмоленко, Л. Мацько, М. Стельмахович та інші вивчали різні впливи на здобувачів під час вивчення мов, шукаючи ефективні методи навчання та аналізуючи психологію спілкування між студентом та викладачем. Саме їхні праці стали основою для цього дослідження.

Вивчення мови має бути комплексним, враховуючи всі її складові. Оскільки мова – це багатогранне явище, опанування якого неможливе в межах одного аспекту. До сучасних аспектів відносимо: українознавчий (усвідомлення себе як представника нації та носія культури й історії) [1]; етнопедагогічний (вивчення мови на основі народної дидактики, як-от “Українська етнопедагогіка” – система народних знань, принципів і засобів навчання та виховання дітей та молоді) [2]; культурологічний (зв’язок мови з культурою); діяльнісно орієнтований (забезпечення мовленнєвої діяльності та формування компетенцій з урахуванням емоційних, когнітивних та вольових особливостей). Мова є продуктом мозкової діяльності, тому її опанування неможливе без усвідомлення власного “Я”, яке відповідає за сприйняття та реалізацію мовних одиниць. Мова – це джерело інформації, що допомагає особі будувати уявлення про світ. Проте, важливу роль відіграє і підсвідоме, яке формує нашу свідомість. Всі ми починаємо говорити інтуїтивно, тому викладання мови має бути спрямоване на це підсвідоме, а не лише на зазубрювання правил.

Під час здобуття вищої освіти здобувачі опановують не тільки українську, але й іноземну мову, зокрема англійську, що є викликом для викладачів та

методики викладання. Формування професійної компетентності в таких умовах потребує врахування не тільки лінгвістичного, але й психологічного аспектів. Професійне становлення суттєво залежить від соціальної зрілості особистості, яка формується як під час освітнього процесу у закладі ВО, так і в подальшому під час професійної діяльності.

Компетентність визначається як психологічна готовність до різних видів діяльності, адже діяльнісна здатність залежить не тільки від стану індивіда, але й від наявності психологічних ресурсів [3]. Важливо навчити дітей “вчитися”, оцінюючи їх особливості розвитку та допомагаючи використовувати свої ресурси.

Формування компетентної особистості неможливе без урахування психологічних досліджень. Особистість – це “ієрархічна структура людських стосунків, суспільних за своєю природою”, “система ієрархій з виділенням провідних життєвих мотивів і цілей” [4]. Психологи виділяють три складові “Я”: когнітивну (усвідомлення себе), емоційну (самооцінювання) та оцінювально-вольову (ставлення до себе) [5]. Зв’язок особистості з навчанням є визначальним фактором, який впливає на мотивацію та успішність. Здобувачі не тільки прагнуть здобути нові знання для професійного розвитку, а й активно розвивають свої соціальні навички, налагоджуючи контакти з іншими людьми в процесі навчання. Ефективність навчання значною мірою залежить від якості цих міжособистісних зв’язків. Формування мовної та комунікативної компетентності здобувачів відбувається поступово, і одним з ключових етапів є подолання комунікативних бар’єрів. Майбутнім фахівцям часто доводиться спілкуватися з колегами, викладачами та партнерами, тому розвиток навичок ефективної комунікації є надзвичайно важливим.

Освітній процес у закладі вищої освіти має стати “тренувальним середовищем” для здобувачів. У процесі навчання майбутні фахівці повинні пройти через велику кількість ситуацій, щоб у майбутньому, згідно з рефлексією, розуміти, як вчинити в певній ситуації і не витрачати зайвий час на вирішення проблеми. Варто зазначити, що “тренувальне середовище” має не нав’язати “як правильно”, а дати можливість здобувачам самостійно обирати теми для індивідуального опрацювання, визначати для себе рівень складності завдання, обирати форму роботи (самостійна чи групова), розуміти мету діяльності (“чого я хочу досягти після закінчення закладувищої освіти”), реалізувати власні інтереси, використовувати адекватну систему оцінювання. Викладач у свою чергу має підтримувати потяг здобувачів до самостійності, допомагати формулювати складні, але досяжні цілі, мотивувати їх та підтримувати на шляху до самоствердження. Залучати здобувачів до різних типів діяльності, розказати як уникати та як виходити з конфліктних ситуацій, як доводити власну правоту та не втрачати своєї індивідуальності. У процесі викладання мови слід дотримуватися системності. Треба продумати чітку структуру, в якій кожна наступна тема доповнювала попередні, а не створювала

прогалини, які б заповнювалися пізніше. Інакше зникає зв’язок між темами, а потім і їх розуміння та сприйняття. Під час пояснення однієї теми можна залучати знання з нових тем, таким чином ми готуємо здобувача. Кожна майбутня тема буде пов’язуватись із попередньою і легко пригадуватись через деякий час. Якщо ігнорувати системність, то здобувачі будуть сприймати мову як “звалище правил”, які ніколи не знадобляться. Всіляко підтримувати прагнення здобувачів до самостійності. Заохочувати їх до самостійних досліджень, щоб вони не просто користувались готовим правилом, а знаходили причину його утворення, зв’язок правила з мовними явищами. Коли здобувач самостійно знаходить рішення проблеми, то відчуває себе впевненішим та отримує задоволення і від отриманої оцінки, і від процесу роботу. Адже є чітке усвідомлення “для чого я це роблю”, що позитивно впливає на самоствердження.Під час вивчення тем йти від вже знайомого до нового. Освітній процес у ЗВО має стати для студентів своєрідним “тренувальним полігоном”. Під час навчання майбутні фахівці повинні зіткнутися з різноманітними ситуаціями, щоб надалі, спираючись на власний досвід, знати, як діяти в подібних обставинах і не витрачати час на зайві роздуми. Важливо зазначити, що таке “тренувальне середовище” має не нав’язувати готові рішення, а надавати студентам можливість самостійно обирати теми для опрацювання, визначати рівень складності завдань, обирати форму роботи (індивідуальна чи групова), усвідомлювати мету діяльності (“чого я хочу досягти після закінчення навчання”), реалізовувати власні інтереси та використовувати адекватну систему оцінювання.

Викладач, у свою чергу, повинен підтримувати прагнення студентів до самостійності, допомагати формулювати складні, але досяжні цілі, мотивувати їх та підтримувати на шляху до самоствердження. Залучати студентів до різних видів діяльності, розповідати, як уникати та як виходити з конфліктних ситуацій, як доводити власну правоту, не втрачаючи своєї індивідуальності.

Слід всіляко підтримувати прагнення студентів до самостійності, заохочувати їх до самостійних досліджень, щоб вони не просто користувалися готовим правилом, а й знаходили причину його утворення, зв’язок правила з мовним явищем. Коли студент самостійно знаходить рішення проблеми, він почувається впевненіше та отримує задоволення і від отриманої оцінки, і від самого процесу роботи. Адже є чітке усвідомлення “для чого я це роблю”, що позитивно впливає на самоствердження.

Висновки. Під час викладання дисципліни слід враховувати психологічні особливості здобувачів, навчити їх вибудовувати власні стратегії спілкування, розвивати мовну та мовленнєву компетенції. Навчання у закладі вищої освіти має стати “тренувальним середовищем” для майбутніх фахівців. Саме тому основне завдання викладача створити для здобувачів максимальну кількість “тренувальних ситуацій”, які б вимагали застосування мовно-комунікативних

навичок. Період професійного розвитку містить професійне навчання, під час якого відбувається професійне становлення особистості.

Список використаних джерел

1. Єрмоленко С., Мацько Л. Навчально-виховна концепція вивчення української (державної) мови. Дивослово. 1994. С. 28–33.

2. Стельмахович М. Етнопедагогічні основи методики української мови. Київ. ІЗМН. 1997. 232 с.

3. Швалб Ю. Психологічні аспекти компетентнісного підходу в освіті. Вища школа. 2010. No 1. С. 31–36.

4. Психологія спілкування : навч. посіб. за заг. ред. Л. Савенкової. Київ. КНЕУ. 2015. 309 с.

5. Myers D. G. Social psychology (вид. 10th). 2009. New York: McGraw-Hill Higher Education. ISBN 978-0073370668.

6. Коваленко О., Крицька А. Психологічний аспект у методиці викладання української мови для здобувачів вищої школи. “Перспективи та інновації науки (Серія “Педагогіка”, Серія “Психологія”, Серія “Медицина”)”. 2023. С. 197–205.

7. Актуальні проблеми розвитку вищої освіти: навчально-методичний посібник / авт. кол., за заг. редакцією В. Стинської, Л. Прокопів. Івано–Франківськ. 2021. 430 с.

Ліана Науменко
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету

ВИКОРИСТАННЯ ЗАПОЗИЧЕНОЇ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА

Зміни, що відбуваються на лексичному рівні, є найбільш швидкою реакцією на зміни в суспільно-політичному житті будь-якої держави. Останнім часом мовознавці спостерігають за активним процесом поповнення словникового складу української мови за рахунок запозичень. Чи не найбільш активно цей процес відбувається у публіцистичних текстах. З кінця ХХ ст. і до наших днів значну частину запозичень в мові друкованих видань та Інтернет ЗМІ становлять саме англіцизми. Оскільки на початку ХХІ ст. значно зросла увага дослідників до медійної лінгвістики, то спостерігається посилений інтерес до цього напрямку мовознавства в плані вивчення ролі мови в засобах масової інформації. Саме швидке зростання інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток єдиного інформаційного простору, створення глобальної мережі медіакомунікацій посприяли виникненню медіалінгвістики як наукового напрямку.

Питання про поповнення словникового складу за рахунок іншомовних запозичень ставало предметом дослідження у багатьох розвідках. Це й роботи О. Потебні, І. Огієнка, О. Муромцевої, Б. Ажнюка, О. Ахманової, Е. Хаугена, У. Вайнрайха та інш. Про запозичення іншомовної лексики в українську мову зроблено чимало розвідок ще наприкінці ХХ ст. Питання засвоєння термінологічної лексики були розглянуто у роботах О. Лисенко, Г. Сергєєва; питання словотвору запозичень розглядали С. Рижкова, Л. Чурсіна, Д. Мазурик; лексико-семантичну рецепцію іншомовних слів аналізує В. Симонок.

На думку О. Гурко, “На сучасному етапі розвитку українського мовознавства принципового значення набуває питання про вироблення й удосконалення принципів та засад мовної політики, зокрема тих положень, що стосуються іншомовних запозичень” [3]. Коли мова йде про запозичену лексику, варто говорити про всебічний аналіз іншомовних слів, доцільність і перспективність функціонування їх у мові та мовленні українців. Багато слів іншомовного походження використовують в сучасній україномовній рекламі. Ця ситуація потребує ретельного аналізу рекламних текстів з метою з’ясування джерел і механізмів запозичення та проведення аналізу можливих наслідків їхнього впливу на сучасну українську мову.

У 90-х роках минулого століття в українській мові з’являється значна кількість іншомовної лексики, що пов’язано з демократичними процесами, які сприяли формуванню політики відкритості, орієнтації суспільства в західному

напрямку, їхню культуру, традиції, економіку, технології. Усе це стало реальністю після набуття Україною незалежності. Перелічені процеси посприяли появі значної кількості слів іншомовного походження, починаючи з назв побутових приладів і аж до економічних термінів. Окремі мовознавці звернули увагу, що таке стрімке запозичення призвело подекуди до заміни питомої лексики або раніших запозичень.

Погоджуємося з думкою, що збільшення варваризмів та використання в мовленні неадаптованих лексичних одиниць може призвести до порушення “ментальної основи мови” та комунікативних функцій [8].

Також варто зазначити, що існують певні етапи засвоєння іншомовних слів. На першому етапі воно вживається в оригінальній орфографічній та фонетичній формі; на наступному воно пристосовується до мовної системи, в яку було запозичено; на третьому етапі носії втрачають відчуття незвичності запозиченого слова, воно сприймається як звичний елемент словникового складу; на четвертому етапі запозичення може змінити жанрово-стилістичні характеристики; на останньому, п’ятому етапі відбувається реєстраціязапозиченого слова в тлумачних та інших словниках. Однак в останні десятиліття швидкість проникнення запозичень в українську мову відбувається занадто інтенсивно і вони не встигають пройти всі ці етапи. Особливо, якщо вони потрапляють в мову через засоби масової інформації. “Активне вживання лексичної одиниці в медійній мові сприяє її популяризації, помітності, але зазвичай не робить її зрозумілою, семантично й стилістично прозорою” [8]. Прикладом можуть слугувати лексичні одиниці консенсус, регіон, альтернатива, ментальність, реструктиризація, які були популярними у мові мас-медіа в останнє десятиліття ХХ ст. Однак реакція на такі нововведення та активне вживання в мові ЗМІ вузькоспеціальних термінів буває неоднозначною, а подеколи й негативною. Особливо це відбувається, коли значення слова є незрозумілим і людина на підсвідомому рівні відчуває дискомфорт та вважає зайвим таке запозичення у процесі звичайного спілкування.

Недоречним науковці вважають і одночасне вживання в одному тексті запозичених лексем таїх українських відповідників: *пристосуватися – адаптуватися, передати повноваження – делегувати повноваження; здійснювання – реалізація; з’їзд – форум.*

Досить популярною є думка серед мовознавців про зайвість лексичних запозичень. Редакторка О. Васильєва вважає, що більшість запозичень з англійської є не потрібними, серед них *хейтити, репостити.* Вона також використовує поняття українгліш як “схрещенння українських слів та словосполучень з англійськими. Тобто відбувається запозичення англізму не в чистому вигляді (як лайфак чи бекграунд), а підлаштування його до морфологічної чи синтаксичної структури української мови з утворенням суржику” [2]. Редакторка пропонує замінити певні англіцизми українськими

відповідниками, а саме: *скілс* – навички, *софт скілс* – м’які навички, *хард скілс* – компетентність, *бекграунд* – досвід, *лайфак* – хитрість або порада [2]. Пропонують замінити й інші суржикізми: *та на ізі* – запросто; *олди* – люди, народжені у ХХ ст.; *кринжовий*, *кринжатина* – огидний, огида; *рандомний* – випадковий; *чатитися* – листуватися в електронній формі; *скролити* – користуватися прокруткою на екрані; *стримити* – виходити в етер; *стартапити* – започаткувати проєкт; *делітнути* – видалити; *хейтити* – ненавидіти, цькувати в інтернеті та інші [8].

Погоджуємося з думкою науковців, які наголошують на негативному впливі англізації, русифікації та полонізації української мови. Цьому частково сприяють фахівці айті-сфери та медіа. Тому важливим моментом є дослідження цієї проблеми мовознавцями та медійниками, точніше представниками медіалінгвістики та соціолінгвістики.

Соціокультурні аспекти новітніх запозичень в українській мові досліджує В. Пономаренко. Автор вказує на неоднозначність підходів щодо використання запозиченої лексики: з одного боку він говорить про логічність і природність такого явища, а з іншого боку постає питання про його доцільність. У роботі обґрунтовано актуальність вивчення питання запозичення, що пов’язані з політичною, економічною і культурною роллю англомовних країн у сучасному глобалізованому світі. В. Пономаренко звертає увагу на те, що багато запозичень пов’язано із технічною сферою, окремі з іншомовних термінів були запозичені ще в минулому столітті, але розширили семантику і стали використовуватися в інших сферах [7].

У мові українських сучасних засобів масової інформації можна виокремити запозичення на різну тематику. Досить поширеними у мові ЗМІ є запозичення політичного характеру. “**Рейтинг** 1. Показник оцінки діяльності, популярності, авторитету якоїсь особи, організації, групи, програм у певний час, що визначається соціологічним опитуванням, голосуванням та ін. і визначається місцем, яке вони посідають серед собі подібних. 2. Відносний показник надійності ділового партнера, банку, страхової компанії тощо. Рейтинг кредитоспроможності банку – спеціальний показник здатності банку видавати кредити “коротких” і “довгих” грошей з урахуванням величини процентної ставки, спрямування кредиту, особливостей, застережень і умов позички; коректується та обновляється в оперативному режимі в процесі надходження інформації від банків з урахуванням накопиченого досвіду. Рейтинг Халберта – рейтинг інвестиційних консультантів у США, ранжується за ступенем успіху опублікованих ними рекомендацій; обчислюється і публікується “Фінансовим дайджестом Халберта”. Рейтинг цінних паперів – розряд, категорія, ранжуюча якість і надійність цінних паперів (відносно виплати відсотків і погашення). 3. Становище спортсмена серед йому подібних, що оцінюється певним числом балів. // Індивідуальний числовий коефіцієнт шахіста, складений з урахуванням його попередніх виступів; числовий

коефіцієнт шахового турніру, рівний середньому індивідуальному коефіцієнту його учасників. 4. Порядок важливості ознак або властивостей, виявлений з урахуванням побажань клієнтів» [10]. Наприклад: “*Попри заяву Трампа: соціологи зафіксували збільшення* ***рейтингу*** *Зеленського”* (“Кореспондент”, 19.02.2025).

Від іменника рейтинг утворився прикметник рейтинговий, який входить до словосполучення рейтингова шкала, біополярна рейтингова шкала, графічна рейтингова шкала, які зафіксовані у Великому тлумачному словнику української мови.

Ще одним популярним на сьогодні запозиченням є слово грант та похідні від нього. Його як і слово тренінг використовують у соціальній сфері.

Грантрозм. Безоплатна субсидія підприємствам, організаціям і фізичним особам у грошовій або натуральній формі на наукові або інші науково-дослідні, дослідно-конструкторські роботи, навчання та інші цілі з подальшим звітом про її використання. Зазвичай надається в конкурентному порядку. Безвідклична, за винятком випадків нецільового використання коштів і порушення умов грантодавця» [10]. Наприклад: “Тож 2024 року учасники організації взяли участь у грантовому конкурсі Фонду місцевих ініціатив від CIVIC” (“Українська правда”, 18.02.2025).

Тренінг (англ. training) – спеціальний тренувальний режим [9, с. 776]. Наприклад: “*Громадські простори:* ***тренінги*** *та волонтерство: історії цивільних, які змінюють життя харківщини”* (“Українська правда”, 18.02.2025). Слово “тренінг” стали часто використовувати у освітній сфері, коли мова йде про особливий вид занять, на яких відпрацьовують спеціальні вміння та навички.

Широко використовують у різних сферах ще одне запозичення – **фідбек**. Воно має відповідник в український мові й означає зворотний зв’зок чи реакцію у відповідь на якусь дію чи подію. Сьогодні його можна часто почути на різних каналах телебачення від ведучих чи учасників програм та в Інтернет-мережі на багатьох сайтах. Наприклад: “*Інколи чесний* ***фідбек*** *– це саме те, що потрібно! І його отримають від своїх менторів і менторок учасники/-ці програми онлайн-менторства! Подавайтеся на програму до 13 жовтня»* (Фейсбук,07.10.2024). “*Розкажи мені про мене! 14 правил* ***фідбека”*** (Happy Monday. Інтернет). “*Потрібно розуміти, що* ***фідбек*** *– це не просто похвала компанії або вказівка на якісь недоліки чи недоробки”* (Інтернет, 12.03.2024). Однак це запозичення має ще одне значення: “2. У професійній мові музикантів – резонансне посилення звуку мікрофона, що підноситься до динаміка, або інструмента, наприклад, електрогітари; навіть найменший звук, проходячи через підсилювач і виходячи з динаміка, змушує струну або мембрану коливатися ще сильніше, що призводить до швидко наростаючого дикого вереску”.

М. Навальна звертає увагу дослідників на факт різного написання запозичених лексем. Зокрема це стосується дискусії щодо графічного

позначення літери g, яку можуть передавати через г та ґ. Дослідниця наводить приклад зі словом *couch surfing*, яке в одному матеріалі подано як ***каучсерфінґ***, а в іншому ***каучсерфінг.*** Також науковиця пише про проблему написання окремих складних іменників, що були запозичені з англійської мови. До прикладу згадує англіцизми handmade, що в перекладі означає “зроблений руками” – “речі, зроблені вручну без використання механізованих технологій”), must-read (“обов’язковий до прочитання” – “літературний твір, який варто прочитати”), food court (“харчовий майданчик у торговому центрі”). Вони в українській мові пишуться по-різному: в одних текстах разом, в інших окремо або через дефіс.

Запозичені лексеми є незаперечною частиною словникового складу української мови. Їх поява у нашому лексиконі пов’язана з історичними змінами у житті України на різних історичних етапах. Політичні, соціально-економічні, культурні відносини з різними народами призводили до взаємообміну та взаємозбагачення на мовному рівні. Останнім часом процес запозичення активізувався, особливо це стосується запозичень з англійської мови. Чому сприяє курс на інтеграцію України в ЄЕС, процес глобалізації в економіці, політиці, науково-технічній сфері. Саме тексти сучасних засобів інформації дають підстави стверджувати, що сьогодні запозичення широко використовуються в різних сферах життєдіяльності нашої країни. Оскільки більшість із них має українські відповідники, то виникає питання про функціонування дублетів, що може засмічувати українську мову.

Список використаних джерел:

1. Англіцизми стали невід’ємною частиною нашого життя. URL: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=976604040929105&id=100057385551341&set=a.199296425326541.

2. Васильєва О. “Факапити”, “хейтити”, “на ізі” – як ці суржікізми легко замінити українськими словами. URL. : https:// gazeta.ua/articles/sogodennya/_fakapiti-hejtiti-na-izi-yak-ci-surzhikizmilegko-zaminiti-ukrayinskimi-slovami/1155097.

3. Гурко О. Іншомовні слова у засобах масової інформації. Лінгвістика. Лінгвокультурологія. 2013. Т.6. С. 9–17.

4. Левченко Т., Чубань Т., Шинкар Т. Запозичена лексика у мові сучасних засобів масової комунікації. Закарпатські філологічні студії. Випуск 27. Т.2, 2023. С. 189–194.

5. Лексика українських мас-медіа: монографія / за ред. Марини Навальної. Переяслав-Хмельницький: “Видавництво КСВ”, 2019. 188 с.

6. Навальна М. Особливості функціонування запозичених лексичних одиниць в мові українських ЗМІ. Наукові записки інституту журналістики, Т.1(74) 2019. С. 68–77.

7. Пономаренко В. Новітні запозичення в українській мові: соціокультурний аспект. Людино й культурознавчі пріоритети сучасного мовознавства: напрями, тенденції та міждисциплінарна методологія. 2019. URL: https://surl.gd/wlgiyd.

8. Семенюк О.А. Запозичення в сучасному українському мовленні як маркер лінгвокультурної ситуації. Лінгвістичні дослідження: зб. Наук.праць Харк. Нац. Пед. Ун-ту імені Г.С. Сковороди (59). 2023. С.77-88.

9. Словник іншомовних слів / за ред. О. Мельничука. Київ: Українська енциклопедія. 1974. 776 с.

10. Словник української мови в 11 томах. URL.: https://surl.li/fqoapp.

11. Happy Monday. URL.: https://happymonday.ua/gramotnyj-fidbjek-14-pravil

Анотація

У статті обґрунтовано появу значної кількості запозичених лексем, серед яких перше місце на сучасному етапі займають саме запозичення з англійської мови. Зроблено короткий огляд наукових досліджень із зазначеної теми. Проаналізовано окремі запозичені слова, які відносно часто зустрічаються на сторінках сучасних ЗМІ та розглянуто українські відповідники, якщо такі є в українській мові. Вказано на позитивні та негативні сторони таких запозичень та вплив їх словниковий склад української мови.

Ключові слова*: іншомовні слова, засоби масової інформації, словниковий склад, англіцизми, медійна мова, мовна політика.*

Summary

The article explains the emergence of a significant number of borrowed lexemes, among which the first place at the present stage is occupied by borrowings from the English language. A brief review of scientific research on the topic is provided. Certain borrowed words that frequently appear in modern media are analyzed, along with their Ukrainian equivalents, if available. The article highlights the positive and negative aspects of such borrowings and their impact on the lexical composition of the Ukrainian language.

Keywords*: foreign words, mass media, lexical composition, anglicisms, media language, language policy.*

Світлана РОМАНЧУК
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Українського гуманітарного інституту

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ПАРАМЕТРИ ФОРМУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОЇ ПРИРОДИ ДИСКУРСУ

Початок XXI століття характеризується інтегративним підходом при вивченні мовних та мовленнєвих феноменів. Спостерігається зміна вектора у лінгвістичних студіях щодо загальних постулатів, методологічних настанов і інструментарію дослідження мови та мовлення. У результаті, сучасний лінгвістичний простір синтезує надбання різноманітних наукових розвідок, орієнтованих на вивчення мовленнєвих явищ у кореляції із міждисциплінарним підходом, зокрема, у контексті лінгвокогнітивного виміру, що актуалізує постановку питання щодо розгляду когнітивних характеристик дискурсу.

Сукупність вчень різних циклів наук не суперечать одне одному, а, навпаки, урізноманітнюють і збагачують методологію розгляду лінгвістичних наукових об’єктів.

Міждисциплінарність дозволяє синергетично аналізувати базові взаємозв’язки у процесі дослідження природи мови та мовлення. Заслуговує на увагу комплексне вивчення мовознавчих наукових інтересів у площині екстраполяції понять і концепцій філологічної науки в інші наукові студії, зокрема у лінгвокогнітивістику.

Міждисциплінарний синтез демонструє закономірність взаємозв’язку мовленнєвих явищ з лінгвокогнітивною наукою, антропологією, історією культури, соціологією, психологією, філософією, а також із технічними дисциплінам. У такому ракурсі доцільним і актуалізованим є системний підхід розгляду лінгвістичних об’єктів у системному аспекті, з врахуванням характерних ознак процесу сприйняття, пізнання, категоризації дійсності, отримання та накопичення певної інформації, а також визначення інтра- та екстралінгвальних чинників, що впливає на формування мовної свідомості комуніканта.

З когнітивної точки зору, мова відображає мовні моделі, вибудувані моделями мислення [4, с. 170]. Мова акумулює суспільний досвід і відображає знання про навколишній світ, адже у мові відбито не тільки особистісні мовні та мовленнєві аспекти комунікантів, їхній психотип, широкий діапазон емоційного та психологічного стану, а й суспільну еволюцію, соціальні процеси. Тому мову необхідно вивчати у взаємозв’язку з інтелектуальною діяльністю особи у контексті з когнітивними параметрами.

З огляду на це, стає зрозумілим, що когнітивна діяльність відбивається на мовленнєвій системі, яка експлікує процеси пізнання й опанування світу

індивідом впродовж історичного розвитку. Відповідно до сучасної інтегрованої тенденції видається актуальним розглядати лінгвокогнітивний аспект мовних та мовленнєвих явищ із залученням інструментарію лінгвосинергетики. Тому метою та завданням статті є встановлення когнітивних і лінгвосинергетичних характеристик дискурсу.

Синергетика як наука про самоорганізацію вивчає відповідну систему у всій її сукупній цілісності. З позиції синергетики, мова – синергетична ієрархічна мегасистема. Вона характеризується відкритістю, нелінійністю, неврівноваженістю. Ця система перебуває у постійному русі, який сигналізується хаосом, порядком, гармонією. Трансформація перетворення хаосу до впорядкованості і навпаки експлікується взаємодією деструктивних тенденцій та параметрів порядку. Проте кожна система прагне досконалості й гармонійної архітектоніки, а також самозбереження.

Цей процес корелює як із інтралінгвальними, так і екстралінгвільними чинниками. Таким чином, завдяки лінгвокогнітивному та лінгвосинергетичному апекту інтерпретація лінгвістичних явищ набуває нового осмислення. Тому вбачається за доцільне застосування синергетичного апарату для репрезентації принципів самоорганізації мови.

Синергетична парадигма (від грецьк. synergeia – спільна дія, взаємодія) розглядає мовну систему як складну, відкриту, нелінійну, здатну розвиватися завдяки взаємодії своїх складових і зовнішніх факторів (пізнанню, соціуму, всесвіту). Для цієї системи характерно варіювання станів рівноваги та нерівноваги, що координуються відповідними регуляторними компонентами задля динамічного розвитку, впорядкування та функціонування.

Первинно термін “синергетика” було запропоновано англійським вченим Шеррінгтоном для вираження особливостей системного функціонування організму індивіда при аналізі синергетичної взаємодії м’язів із спинним мозком. Г. Хакен розвинув цю ідею та зауважив, що синергетичні властивості екстраполюються на фізичні, хімічні, математичні, біологічні, соціологічні науки. Цей діапазон окреслено не тільки природничими, соціальними, а й гуманітарними науками.

Як слушно зауважив Г. Хакен, синергетика як інтегрована наукова галузь визначає специфіку функціонування комплексних систем у кореляції із численними підсистемами, що взаємодіють на підставі відповідних закономірностей. Тому застосування синергетичної парадигми у лінгвокогнітивних студіях є прогресивним.

Історична ретроспектива лінгвосинергетичних ідей підкреслює зацікавленість дослідників синергетичною природою мови, мовлення, тексту, дискурсу, що релевантні лінгвокогнітивному аспекту. Так, В. фон Гумбольдт висунув положення щодо мови-ергон й енергеї, І. Бодуен де Куртене вказав на синкретичні явища у мовній системі, П. Флоренський надав концепцію слова як концентрованої енергії духу і пізнання, С. Булгаков розробив положення про

хаотичність актуалізованої мови, Ф. де Соссюр, С. Карцевський, В. Скалічка продемонстрували концепцію асиметричності й умовності мовного знака.

Наприкінці ХХ століття І. Арнольд порівняла мову з особливою адаптивною системою, спроможною самостійно вибудовувати мікро-, макро- та мегарівні завдяки взаємодії між елементами системи [2, с. 34–35].

У такому сенсі, необхідно продемонструвати аналіз останніх досліджень цієї проблеми.

Синергетичну природу мови, на яку впливають лінгвокогнітивні компоненти, відображає монографія представників німецької школи лінгвосинергетики “Korpuslinguistische Untersuchungen zur quantitativen und systemtheoretischen Linguistik” (“Корпусні дослідження у квантитативній та системнотеоретичній лінгвістиці”). У дослідженні виокремлено характеристики мови як синергетичної системи: динаміку, процесуальність, варіативність, гетерогенність [5, с. 7]. При цьому Райнгард Кьолер, один із засновників лінгвосинергетичного напряму, акцентує увагу на синергетичному і когнітивному змісті мови. Німецький учений презентує мову як систему, якій притаманні кооперативна та конкурентна діяльності. Ці процеси корелюють із зовнішніми психологічними, біологічними, фізичними, соціологічними чинниками, та відбивають закономірності організації мови [6, с. 101].

Дійсно, лінгвокогнітивні параметри, культурні здобутки, суспільні відносини, біологічні та фізіологічні властивості індивіда детермінують мову, виконують функцію каталізатора у синергетичних взаємозв’язках системного організму – мови [5, с. 4]. Ці синергетичні ідеї позиціонують німецькі науковці Г. Альтман, В. Вілдген, К. Гофманн, Р. Кьолер, А. Кротт.

Необхідно виокремити наукові досягнення Л. Піхтовнікової в контексті синергетичного підходу. Учена заклала підґрунтя для розвитку лінгвосинергетики в Україні. Увагу заслуговує її концепція про надзвичайну науковість синергетичної парадигми та її екстраполяцію на лінгвістичну науку.

Л. Піхтовнікова констатує факт появи синергетичної методології в різних галузях сучасної лінгвістики, зокрема й лінгвокогнітивістики.

Відповідно до поглядів Л. Піхтовнікової, дискурс – відкрита макросистема із потенційним ресурсом еволюції, самоорганізації та самодезорганізації. Дослідниця вважає, що кожний тип дискурсу виокремлюється актуальною взаємодією тексту і контексту, а також їх результатом – підтекстом, які виокремлюються когнітивними характеристиками.

Необхідно зазначити, що текст є складником дискурсу, динамічного процесу, у кореляції з позамовними чинниками. Контекст ідентифікується як семантико-прагматична і комунікативна єдність текстового елементу з текстовим і ситуативним оточенням; як показник значення і функціональної ємкості відповідного компоненту [3. с. 22]. Водночас текст виступає вихідною основою для підтексту. У цьому сенсі, контекст, текст, підтекст у кореляції одне з одним виявляють ознаки “навколишнього середовища”. При цьому ці

компоненти розглядаються як когнітивні складники при моделюванні ієрархічної самоорганізованої системи [1, с. 26].

Фазу утворення дискурсу можна умовно алокаціювати на три етапи:

– когнітивний – етап задуму, планування, визначення обмежень;

– прагматичний, у межах якого формуються стратегії для відтворення задуму;

– мовно-мовленнєвої діяльності, де здійснюється реалізація стратегій у мовленні.

Кожен етап має певні компоненти, що становлять саморегулятивну систему:

– автор чи автори дискурсу у ролі мовних особистостей;

– вбудовані у мовну картину світу соціальні очікування щодо результатів реалізації дискурсу;

– традиції жанрів, обсяг та форма викладу, а також певні екстралінгвістичні умови – тобто ті обмеження, які накладаються на дискурс.

Перші два компоненти є змістом атрактора. Він виступає своєрідним конструктом, здатним забезпечити послідовний процес формування дискурсу у потрібному напрямку.

Із синергетичної точки зору, зміст атрактора – це ментальний конструкт, що направляє процес утворення дискурсу в потрібне русло послідовного досягнення цілей. Опонентом атрактора є репелер. При створенні дискурсу відбувається конкурентна взаємодія змістів атрактора й репелера. Маючи загальну мету – створення дискурсу, атрактор і репелер задають протилежні напрямки його розвитку: зміст репелера прагне створити стійку форму дискурсу (припустимий обсяг, традиційний зміст, архітектоніку і т.ін.), а зміст атрактора – додати формі й змісту гнучкість і динамізм, втілити творчий задум автора. Внаслідок конкуренції різні частини системи розвивають у собі протилежні властивості, тобто поляризуються. В свою чергу, поляризація допомагає врахувати протилежні вимоги атрактора та репелера. За допомогою параметра порядку – найбільш динамічного параметра системи – здійснюється поляризація частин системи [1, с. 29].

У результаті, поляризація здатна зберігати систему в режимі динамічної рівноваги та сприяти самоорганізації дискурсу у кореляції з когнітивними компонентами.

Отже, у висновках констатуємо те, що мова є ієрархічною, організованою, відкритою, динамічною, неврівноваженою, нелінійною системою, тому дискурс виокремлюється механізмами самоорганізації та самодезорганізації.

Список використаних джерел:

1. Пихтовникова Л. Лингвосинергетика: основы и очерк направлений : монография. Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2012. – 180 с.

2. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. – Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

3. Чередниченко В. Прагмастилістичні характеристики німецькомовної новели : дис. … канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2016. 271 с.

4. Evans V., Green M. Cognitive linguistics: An introduction. Edingburg : Edinburgh University Press, 2006. 830 p.

5. Hoffmann Chr., Krott A. Einführung in die Synergetische Linguistik. Korpuslinguistische Untersuchungen zur quantitativen und systemtheoretischen Linguistik, 2002. P. 1–29.

6. Köhler R. Synergetik und sprachliche Dynamik. Natürlichkeit in der Sprache und Kultur. Bochum : Brockmeyer, 1990. P. 96–112.

Світлана Руденко
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри європейських мов
Державного біотехнологічного університету

КОМЕРЦІЙНІ ЕРГОНІМИ ХАРКОВА ВОЄННОГО ЧАСУ

Дослідження мови комерційних ергонімів Харкова триває вже понад чверть століття [7; 8; 9; 10], однак особливої актуальності воно набуває саме сьогодні, коли триває повномасштабне вторгнення росії в Україну.

Об’єктом нашої розвідки є дослідження вибору мови ергонімів на українських теренах. Предметом – локальний аналіз мови комерційних ергонімів, що номінують заклади ресторанного господарства та торгівлі міста Харкова воєнного часу. Загальна вибірка склала 452 одиниці, зафіксовані в результаті польових досліджень авторки цього тексту та аналізу інтернет-ресурсів у 2022–2025 рр. Мета – дослідити співвідношення застосування української, російської та інших мов для створення харківських ергонімів, проаналізувати правомірність їхнього використання на основі українського законодавства, а також причини вибору рекламодавцями певної мови та реакцію на такий вибір споживачів послуг.

Комерційний ергонім (> др.-грецьк. ἔργον – робота + ὄνομα – ім’я, назва) ‘номінує юридичну особу, яка в процесі своєї діяльності, що полягає в торгівлі товарами, виконанні певних робіт, наданні послуг, отримує систематичний прибуток. Це обов’язковий складник будь-якого бренду, оскільки не існує жодного продукту або закладу, які б функціонували безіменними. Як один із елементів повсякденного мовлення міста, він репрезентує зміни в його соціальному, економічному й політичному житті” [8, с. 87]. Комерційний ергонім є обов’язковим складником будь-якого бренду, оскільки не існує жодного продукту або закладу, які б функціонували безіменними.

У 2022–2025 рр. нами зафіксовано такі статистичні показники функціонування різних мов на вивісках м. Харкова:

Таблиця 1

Лінгвостатистичний аналіз комерційних ергонімів м. Харкова на лютий 2025 р.

Ергоніми	Кількість	Відсотки
МОВА		
українська мова	213	47%
іноземні мови	182	40%
російська	57	13%
АЛФАВІТ		
кирилиця	228	50,5
латиниця	224	49,5
Разом	452	

З 2000 року, коли було здійснено наше перше дослідження харківських ергонімів, спостерігається певна динаміка у використанні української, іноземних та російської мов.

Таблиця 2

Статистична динаміка змін у виборі мови комерційних ергонімів у 2000-2025 рр.

Мова / рік	2000	2019	2025
українська мова	36%	28%	47%
іноземні мови	22%	56%	40%
російська	42%	16%	13%
кількість одиниць	469	561	452

Ергонім як особливий текст-примітив в ідеальному вигляді складається з трьох компонентів: 1) ідентифікатора – загальної назви міського об’єкта, що визначає тип закладу; 2) кваліфікатора, що уточнює профіль комерційного закладу та асортимент пропонованих товарів і послуг; 3) диференціатора – індивідуальної назви об’єкта.

У результаті моніторингу назв, що фігурують на вивісках, було встановлено, що досить велика кількість із них є торговельними марками (це будь-яке позначення, яке виконано графічним способом, особливо слова, букви, цифри, зображувальні елементи, кольори, малюнки, форми товарів або їхня упаковка, створені для того, щоб відрізняти товари й послуги одні від одних). Відповідно до Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», свідоцтво на торговельну марку видається на строк 10 років. Стандартна процедура реєстрації ТМ триває в середньому 20-24 місяці. Поняття “знак для товарів і послуг” або “торговельна марка” мають чітке визначення у Цивільному кодексі України та в Законі України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”. Далі в наведених прикладах ми зберегли орфографію, графіку й синтаксис досліджуваних одиниць. Символом ™ (торговельна марка) позначено номінації, що входять до “Відкритого держреєстру торгових марок України” – загальної бази ТМ, зареєстрованих на території нашої країни [4].

Приклади ергонімів, створених українською мовою з використанням кирилиці (174 одиниці з 213 – 82%), переконують у креативному підході авторів до створення номінації (використання метафори, мовної гри, лінгвістичної природи гумору тощо), викликаючи позитивні емоції в покупців або відвідувачів закладів ресторанного господарства та торгівлі: Галя балувана домашні напівфабрикати™, Трипіччя Ресторан української кухні, Булкарня™, Галушкарня™, Пивальня™, Хінкальня™, Мамонт грильовня, Алібі Ресторан, Бульвар щасливих дітей, Дон Омар Рибний ресторан, Думки вголос Ресторан, Їжа свіжа, Їж руками, Їж тут™, КАВАвАРЦІ, Кальянна ресторація За Фрейдом, Каша маслом™, КІЛОМЕТР КОВБАСИ, КурКума™, ЛяТюШо™ Кафе, Мармеладний Кіт™, ПАЛЯНИЦЯ™, Пивна Борода™, ПИВНІ ВУСА, ПІНТАГОН™, Ситий пан™ знак якості, То є кава™, Тортонутися, Хлібна Хата™, Хочу кави™, Хрумкий хлібчик™, Цукор Сіль Кафе, ЧЕРВОНА КАЛИНА™, ШАВАР МАМА™, Шашличний рай караоке диско-

клуб, ЯПІКО™ Ресторан на Ярослава Мудрого, Япошка™, Яскрава Кава™ Магазин.

Ергоніми, створені українською мовою з використання латиниці, складають 39 одиниць з 213 (18%): Nen’ka Coffee™, Kozak™, MYASOBULKA, LuKava™, Budywelna restoracja, Czukerka™, Traktor Burger Bar Ресторан, Desert кондитерські вироби, Dirigeable, Kokos Market, LALA KAVA, Le Silpo™, Lviv croissant, Mafia™ італійська та японська кухня, Thernova Кав’ярня, Tuk-Tuk™ Ресторан азійської кухні, Medova kava, ZERNOVA™, Zori, Я це KAVA, NIKOLSKI™, Mr.KEKS, BUFET™, K@V@, KoKAWA™.

З 57 ергонімів, створених російською мовою, кирилиця була використана в 46 випадках (80%): Азия Суши Ресторан, Арбуз-Маркет, Бар Свинья, Венеция Кафе, Вьетнамский фудкорт, Джинн Кафе, Домашняя кондитерская “Аромат ванили”, Домовой, ЖИВОЕ ПИВО™, Индийский ресторан “Гоа”™, КЛАСС™, РОСТ™, Кондитерская Просковья, Конфетки-бараночки, Крымские чебуреки, Лёля™, Магазин-кафе “Сладкий Мир”, Мельница Ресторан, Мне бы мяса ресторан, Молочные продукты, НА ПОСОШОК пивко-соки кофе-чай бутерброды, Натуральная еда, Нахлебник™, ОВОЩИ ФРУКТЫ, ОХОТА Бильярдный и Развлекательный Клуб, ОЧАГ семейный ресторан, Пончиковая Гномик, Пушка™ 2003, Синдикат Вкуса™, УПЛЕТАЙКИ™, ФЕЛИЧЕ Кафе, Харьков Торг™, Хачапури лаваш чебуреки, Хинкали™, Хрустящий хлебушек™, Шаурмечная Ресторан шаурмы, Восточные сладости™ тощо.

Серед них є й маніпулятивні номінації, коли в назві використовується, наприклад, російська мова для диференціатора, а ідентифікатор та кваліфікатор – українські: ЯЕМ фаст-фуд Заклад швидкого харчування, Гдебургер Ресторан американської кухні, Дружище магазин смачних напоїв, Пивное ремесло™ Мережа магазинів приватної броварні, ПИРОГИ-ОГОНЬ Ресторан їжі на винос, Сто Пудов™ Фірмовий магазин, ЧАРКА ВОДОЧКА “СОТОЧКА”, Столова™ Суповий ресторан.

Концептуально російськими (бодай і переданими за допомогою українського алфавіту) є ергоніми: Ресторан Чехов, Дубровський Ресторан-курорт, Чичиков, Шарикoff, Сочі Кафе, оскільки пов’язані з ворожими культурою та літературою.

Під час моніторингу харківських ергонімів було зафіксовано також 11 одиниць з 57 (20%), створених латиницею, понад половина яких має статус торговельної марки: Confetka, Krendel™ пекарня кондитерська, LEPESHKA HOUSE краща узбецька випічка, Malina, Mandarin™, Mazarini™ Пиццерия, Mindal™, Sladkoejka, Sol Bistro Бістро, кафе VILKA™, KORITZA™.

Знаковим став вектор економічної інтеграції України в європейський простір. У царині ергонімії процес євроінтеграції репрезентований великою кількістю англійських, італійських тощо номінативних одиниць, що мають слугувати залученню потенційних клієнтів або іноземних туристів, містячи пряму або непряму вказівку на зв’язок закладу з Європою та досить часто маніпулюючи концептами ПРЕСТИЖНІСТЬ та ВИСОКА ЯКІСТЬ. Такі рекламні міні-тексти

запам’ятовуються, приваблюють споживача, спонукають до регулярного відвідування закладу, забезпечуючи йому високу самооцінку, а власнику підприємства – стабільний прибуток. Іноземними мовами було зафіксовано 187 одиниць ергонімів (40% від загальної кількості), серед яких превалює англійська мова: BLACK CAT™ fast food, Black Dog Coffee, Black wet sweet, BlackBerry ShowRoom, Bravo Pizza™ піцерія, Bricks dessert coffee, BRLN street food™, BRO-BAR, Bubble Waffle, Cat&Dog doner bar™, Che Bakery Cafe, Club Chalet, Coffee Gallery, Coffee Lab™, Coffee shop “BRAUNI”, CoffeeBox, CoffeeDOOR, COMMUNITI coffee place, FOODBAR, COCO boutique-cafe. Власниками позначених торговельних марок є не іноземні резиденти, а громадяни України з Харкова, Житомира, Чернігова тощо. Щодо вибору ними не української мови цілком схиляємося до думки І.Д. Фаріон: “Наскрізна ознака англобарбаризації – публічне (часом мимовільне) приниження свого й піднесення чужого через системне незнання можливостей власної мови і поразницьку звичку взоруватися на чуже” [13, с.134–135]. Також не можемо не погодитися з такою ідеєю мовознавиці: “Своя держава і нація, попри якнайширшу потребу знання чужих мов, потребує всеохопного й необмеженого функціонування державної мови. Хто не визнає першорядности свого – служитиме чужому. <…> Саме дисбаланс між державною українською мовою та засиллям як не московської, так англійської, викликає обґрунтовану тривогу про самостійність нашої української перспективи й місце України на світовій політичній шахівниці” [12, с. 636–637].

Розглядаючи проблему вибору мови ергоніма в правовому полі, варто зауважити, що згідно із чинним законодавством, рекламні та інформаційні вивіски створюватися державною мовою (12 жовт. 2024 р.). Зокрема в статті 32 Закону України “Про забезпечення функціонування української мови як державної” читаємо: “Мовою реклами в Україні є державна мова”. У статті 39 зазначено, що “написи офіційних назв органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій державної і комунальної форм власності на печатках, штампах, штемпелях, офіційних бланках і вивісках виконуються державною мовою”. У статті 28 зазначено, що “інформація для загального ознайомлення (оголошення, зокрема ті, які містять публічну пропозицію укласти договір, покажчики, вказівники, вивіски, повідомлення, написи та інша публічно розміщена текстова, візуальна і звукова інформація <…> подається державною мовою, якщо інше не встановлено цим Законом”. Інше – це стаття 42 цього закону: “Мова торговельних марок. 1. Торговельні марки (знаки для товарів і послуг) використовуються в тому вигляді, у якому їм надана правова охорона” [3]. У документі “Про внесення змін до Закону України “Про рекламу” та інших законів України щодо імплементації норм європейського законодавства у національне законодавство України» читаємо: “Зміст реклами призначений повністю або переважно для осіб, які перебувають на території України; реклама здійснюється державною мовою”. Однак у цьому ж законодавчому тексті зазначено, що “вивіска чи табличка з інформацією про

зареєстроване найменування особи, комерційне (фірмове) найменування, торговельну марку <…>, не вважається рекламою” [6].

Далі постає питання свідомого вільного вибору власником торговельної марки, закладу або підприємства (як громадянина України) саме української мови для своєї вивіски. “Основна причина сучасних масованих, навальних запозичень як варваризації полягає в суспільно-психологічному чинникові. Носій на підсвідомому рівні визначає перевагу чужої мови над своєю, злегка й безперешкодно піддається чужому впливові як моді, тенденції чи престижу. Для нього чуже слово є способом підвищення самооцінки й самоутвердження, себто він розумово залежний від зовнішнього світу, позаяк безсилий і не здатний наповнитися своїм. У такому випадкові рідна мова, як і сама людина, втрачає здатність до саморозвитку – і гадане “збагачення парадоксальним чином обертається на збіднення” [11, с. 145].

Комерційні ергоніми Харкова, створені чужими мовами (зокрема й російською), складають 53% від загальної кількості зафіксованих одиниць. Однак, за словами мовного омбудсмена Т. Кременя, “ми спостерігаємо кардинальну динаміку в діяльності органів місцевого самоврядування, комунальних установ, закладів освіти, університетського середовища. Безперечно, це стосується і виконання державної мовної політики, і реалізації обласної мовної програми, яка ефективно працює на теренах Харківщини, починаючи з 2020 року. Станом на 18 жовтня 2023 на нашу адресу надійшло 468 звернень щодо порушення мовного закону в Харківській області. З одного боку, це свідчить про факти порушень, але з іншого – про мовну свідомість харків’ян, які активно реагують на ознаки порушення своїх мовних прав. Мовна свідомість, мовна стійкість і чутливість до порушення мовних прав для Харкова стала особливою відмінністю 2023, чого ми не спостерігали минулого року чи позаторік” [5].

Подібна ситуація спостерігається не лише в Харкові, а і в інших містах України, зокрема Житомирі. Тарас Кремінь з цього приводу зауважив: “Проїхавшись по місту, я звернув увагу на те, що є порушення, на мою думку, у сфері зовнішньої реклами, вивісок та оголошень. І йдеться не про те, що дуже багато російської, питання в тому, що дуже багато є і англійської, і німецької, і французької. Якщо це торгівельні знаки або марки, питань абсолютно ніяких не може виникати. Якщо це данина якійсь незрозумілій моді, а іншими словами, англіцизми у сфері зовнішньої реклами, то, звичайно, це має бути проведено у відповідність до норм закону” [1].

Отже, дослідивши співвідношення застосування української, російської та інших мов у харківських комерційних ергонімах та правомірність їхнього використання на основі українського законодавства, можна зробити висновок про те, що вільний вибір мови вивіски насамперед залежить від усвідомлення власником торговельної марки нерозривного зв’язку з українською культурою, сприйняття української мови як консолідаційного чинника нашого суспільства, від намагання захистити мовно-культурний та мовно-інформаційний простір у часи воєнної агресії росії проти України. На вибір мови ергоніма певною мірою впливає

також відлуння тоталітарних тенденцій недоречності розвитку української термінології, геополітичне розташування Харкова, авторитет у світі обраної для вивіски мови, часткова недостатність якісних дизайнерських розробок слов’янських шрифтів порівняно з латинськими.

Список використаних джерел:

1. Вивіски до закладів та зовнішня реклама іноземними мовами у Житомирі: що є порушенням. URL: https://suspilne.media/zhytomyr/856215-viviski-do-zakladiv-ta-zovnisna-reklama-inozemnimi-movami-u-zitomiri-so-e-porusennam/ (Дата звернення 18.02.2025).
2. Відкритий держреєстр торгових марок України. URL: https://iprop-ua.com/ (Дата звернення 19.02.2025).
3. Закон України “Про забезпечення функціонування української мови як державної” URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text (Дата звернення 18.02.2025).
4. Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text (Дата звернення 18.02.2025).
5. Мовний омбудсмен Кремінь: “Харків демонструє високий злет української мови”. URL: https://suspilne.media/kharkiv/604063-movnij-ombudsmen-kremin-harkiv-demonstrue-visokij-zlet-ukrainskoi-movi/ (Дата звернення 18.02.2025).
6. Про внесення змін до Закону України “Про рекламу” та інших законів України щодо імплементації норм європейського законодавства у національне законодавство України. Відомості Верховної Ради, 2023, № 76, ст. 268). URL: https://ips.ligazakon.net/document/JI11979A (Дата звернення 18.02.2025).
7. Руденко С. Діахронічний та сихронічний аспекти дослідження комерційних ергонімів Харкова. Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Серія “Філологічна”: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, березень 2019. Вип. 5 (73). С. 87–93.
8. Руденко С. Мовна гра як інструмент творення ергонімів. Тенденції та перспективи формування професійної лексики: Доповіді IX Міжнародного науково-практичного семінару, присвяченого питанням функціонування професійного мовлення, лінгвокультурологічному та соціокультурному аспектам філології. Ірпінь: УФДС України, 2019. Вип. 9. С. 45–49.
9. Руденко С., Сапожнікова Л. Деякі аспекти системного аналізу мови вивісок підприємств торгівлі. Українська термінологія і сучасність: Збірник наукових праць. Київ, 2001. Вип. 4. С. 145–149.
10. Руденко С., Сапожнікова Л. Мова торговельних вивісок центральних вулиць м. Харкова. Культурна спадщина Слобожанщини: Збірка наукових статей за матеріалами міжнародної наукової конференції “П’яті Слобожанські читання”. Харків: Курсор, 2003. С. 66-69.
11. Селігей П. Світло і тіні наукового стилю. Київ: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2016. С. 145.

12. Фаріон І., Помилуйко-Недашківська Г., Бордовська А. Англізми і протианглізми: 100 історій слів у соціоконтексті: монографія (зі словником) Львів: Свічадо, 2023. 716 с.

13. Фаріон І. Українська мова в пастці англобарбаризації: причини, наслідки, суть. Націоналізм vs глобалізм: нові виклики. Збірник матеріалів Сьомих Бандерівських читань. Київ, 8 лютого 2020 р. Київ: Недержавний аналітичний центр “УССД” – ТОВ “Основа”, 2020. С. 110–135.

Анотація

У статті С. Руденко “Комерційні ергоніми Харкова воєнного часу” проведено локальний аналіз мови комерційних ергонімів, що номінують заклади ресторанного господарства та харчової промисловості міста. Загальна вибірка склала 452 одиниці, зафіксовані в результаті польових досліджень автора та аналізу інтернет-ресурсів у 2022-2025 рр. Здійснено лінгвостатистичний аналіз застосування української, російської та іноземних мов для творення харківських ергонімів, проаналізовано правомірність їхнього функціонування на основі українського законодавства, визначено причини вибору рекламодавцями певної мови та реакцію на такий вибір споживачів послуг.

Ключові слова*: лінгвостатистика, комерційний ергонім, ідентифікатор, класифікатор, диференціатор, кирилиця, латиниця.*

Summary

In S. Rudenko’s article “Commercial Ergonyms of Kharkiv in Wartime,” a local analysis of the linguistic features of commercial ergonyms used to denote restaurant and food industry establishments in Kharkiv is conducted. The total sample includes 452 units recorded during the author’s field research and analysis of online resources in the period from 2022 to 2025. A linguistic-statistical examination is performed regarding the use of Ukrainian, Russian, and other foreign languages in the creation of Kharkiv’s ergonyms, along with an analysis of their compliance with Ukrainian legislation. Particular attention is given to the reasons advertisers choose a particular language and to consumers’ reactions to these choices.

Keywords: *linguostatistics, commercial ergonym, identifier, classifier, differentiator, Cyrillic, Latin.*

Володимир Супрун
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та українознавства
Національного університету водного господарства та природокористування
Людмила Супрун
доктор наук із соціальних ком, професор,
професор кафедри журналістики та українознавства
Національного університету водного господарства та природокористування

СЕМАНТИЧНА ТИПОЛОГІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З АНТОНІМІЧНИМИ КОНСТИТУЕНТАМИ В УКРАЇНСЬКІЙ ХУДОЖНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Фразеологічна система української мови – багатий інструмент стилістичного нюансування художньої комунікації красного письменства, розмовного мовлення, невичерпне джерело народного слововживання, де закодовано ментальне бачення світу, етно-історичний та культурний досвід нації. Звідси фразеологічні структури повсякчас перебувають під пильним аналітичним оком сучасних лінгвістів та комунікативістів, чиї теоретичні напрацювання розширили сферу розуміння процесів творення й функціонування фразеологічних одиниць (див. праці В. Білоноженко, П. Дудика, Ю. Прадіда, В. Русанівського, Л. Скрипник, В. Ужченка, В. Шкляра, Л. Юрчук та ін.).

Семантично значення фразеологізмів має номінативний характер, попри поліконституентну структуру, і є засобом вираження почуттів та емоцій суб’єктів комунікації. “Загальновідомо, що фразеологізми відтворюються як усталені цілісні одиниці, проте кожна із цих одиниць, потрапляючи в авторське висловлювання, зазнає як формальних, так і змістових змін і збагачується додатковими відтінками, конотаціями” [1, с. 52]. Інтенсифікація конотаційного та експресивного значень фразеологізмів відбувається в тому чисті й завдяки включенню у структуру фразеологічних одиниць антонімічних компонентів.

Специфіка фразеологічних одиниць із семантично опозиційними конституентами виявляється в тому, що вони, з одного боку, виражають цілісне модальне значення щодо об’єкта висловлювання, а з іншого – виявляють семантично-суперечливе протиставлення в структурі того ж самого фразеологізма, що полярно розмежовує його змістове наповнення за контрастним принципом.

Семантична диференціація фразеологізмів з антонімічними компонентами відбувається передовсім за моделлю вираження міри сприймання та розуміння антоніма на повне й контекстуальне протиставлення. Повне протиставлення виражається в прямому лексичному значенні антоніма в структурі фразеологічних одиниць, що виражає абсолютне протиставлення (наприклад,

“*від а до я”* [3, с. 13], “*не на життя, а на смерть*” [3, с. 295]): “*Все тріщало, ламалось і бухало полум’ям, немов там* ***на життя й смерть*** *бились розпечені дракони*” (М. Коцюбинський). Контекстуальне протиставлення у структурі фразеологізму виявляється в переносному значенні антоніма, семантичне вираження й розуміння якого можливе лише в контексті фразеологічної композиції (наприклад, “*ні Богу свічка ні чорту кочерга”* [3, с. 43], “*ні мед ні кутя”* [3, с. 481], “*і вовки ситі, і кози цілі”* [3, с. 139]): “*І що з його буде?* ***Ні Богові свічка, ні чортові куришка****, ні заміж, ні так, нікуди*” (Панас Мирний).

Типологічний спектр семантичної диференціації фразеологічних одиниць з антонімічними конституентами знаходить вияв у таких диференційних групах:

1) фразеологізми, що виражають бестіарну семантику (наприклад, “*робити з мухи слона”* [3, с. 830], “*з вареної крашанки курча висидить*” [3, с. 406]): “*Це він на людях посміхається – хитрий.* ***З вареної крашанки курча висидить*****”** (М. Зарудний);

2) фразеологічні одиниці просторової семантики (наприклад, “*ні врізати, ні доточити*” [3, с. 151], “*вздовж (вдовж) і впоперек*” [3, с. 76], “*зсадити з хмар на землю*” [3, с. 332]): “*Я вирішив* ***зсадити*** *її* ***з хмар на землю*** *та зштовхнути лицем до лиця з справжньою дійсністю*” (Ю. Збанацький);

3) фразеологізми з антонімами темпоральної семантики (наприклад, “*початок і кінець”* [3, с. 685], “*аби день до вечора”* [3, с. 226]): “*І ти вже махаєш косою* ***аби день до вечора”*** (М. Стельмах);

4) фразеологічні структури з антропоцентричними значеннями антонімічних конструентів (наприклад, “*як у лисого волосся*” [3, с. 145], “*сліпому видно*” [3, с. 826]): “***Сліпому видно****, як валиться їхній картковий будиночок, а вони вдають з себе переможців”* (Ю. Бедзик);

5) фразеологізми з антонімічними конституентами кольористичної семантики (наприклад, “*біла ворона”* [3, с. 145], “*від білого світу до темної ночі*” [3, с. 786]): “*Доволі вже вдавати з себе* ***білу ворону****! Буду такий, як всі!*” (М. Понеділок);

6) фразеологічні одиниці з антонімами температурного семантичного характеру (наприклад, “*ні гаряче ні зимно”* [3, с. 170], “*ні холодно ні жарко*” [3, с. 934]): “*Кому* ***ні гаряче ні зимно*** *від думки про можливість інших, справедливіших або тяжчих форм життя людськості, той краще б не брався до пера, щоб писати утопію*” (Леся Українка);

7) фразеологічні структури, антонімічні опозиції яких мають ознаку незакінченої дії чи якості (наприклад, “*ні живий ні мертвий”* [3, с. 291], “*ні туди ні сюди”* [3, с. 903]): “***Ні жива ні мертва*** *Марія важко переводила подих і ледве трималась на ногах*” (С. Чорнобривець);

8) фразеологічні одиниці з метафоризованими антонімічними компонентами (наприклад, “*перековувати меч на орала*” [3, с. 485], “*пташине (пташаче) молоко”* [3, с. 503]): “*На його весіллі, розповідали гостроязикі, навіть* ***пташине молоко*** *було*” (М. Стельмах).

Таким чином, не претендуючи на всеохопність аналізованої проблеми, зазначимо, що семантико-типологічна амальгама фразеологізмів з антонімічними конституентами у вітчизняній художній комунікації досить широка, а змістове наповнення й стилістично-експресивне нюансування таких фразеологічних одиниць абсолютно залежить від стрижневого компонента – антоніма.

Список використаних джерел:

1. Мазур Н. Фразеологізми як знаки мовної експресії у “Щоденниках” (1923–1929 рр.) Сергія Єфремова. *Лексикографічний бюлетень*. 2019. №19. С. 51–59.

2. Скрипник Л. Фразеологія української мови: монографія. Київ. Наукова думка. 1973. 280 с.

3. Фразеологічний словник української мови / уклад.: В. Білоноженко та ін. Київ. Наукова думка. 1993. 984 с.

Олена Турчак
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри європейських і східних мов та перекладу
Університету імені Альфреда Нобеля

ОДНОСКЛАДНІ РЕЧЕННЯ ЯК СТИЛІСТИЧНІ МАРКЕРИ В ОПОВІДАННІ ГРИГОРА ТЮТЮННИКА “ЗАВ’ЯЗЬ”

Григір Тютюнник належить до видатних митців української літератури XX ст. Його оповідання відзначаються простотою, реальністю описуваних подій, духовністю характерів. Проза Григора Тютюнника позбавлена зайвих слів, вона лаконічна, але глибока за змістом. Письменнику не властива пафосність і багатослівність, навпаки, для нього характерна точність та образність слова.

Важливим стилістичним засобом, що сприяє створенню виразного психологічного письма в оповіданнях Григора Тютюнника, є односкладні речення, які виконують різноманітні функції: передають емоції, створюють пейзажі, відтворюють розмовне мовлення тощо. В основі односкладних речень зазвичай колоритна “жива” українська мова, природність якої надає висловленню щирості, виразності, образності, емоційності, що дозволяє підкреслити настрій та найтонші відтінки думок, почуттів і переживань героїв.

Інтерес мовознавців до односкладних речень не зникає [1; 2; 3; 4]. Вони залишаються предметом активного вивчення через високу продуктивність використання, особливо в художньому мовленні, де талант та образне бачення митців надають односкладним реченням особливого смислового та стилістичного навантаження.

Надзвичайна експресивність односкладних речень пов’язана з їхньою будовою, особливість якої полягає в тому, що предикативну основу становить один головний член речення, оскільки наявність іншого не передбачена структурою. Така характерна риса односкладних речень впливає й на добір мовних засобів, адже на підмет чи присудок лягає подвійне навантаження, що, відповідно, посилює експресивність односкладного речення. Слід зазначити, що односкладні речення в оповіданні Григора Тютюнника “Зав’язь» характеризуються різноманітністю вживання та будови. Це невеликі за обсягом конструкції, які можуть вживатися самостійно, напр.: *Пора мені вирушати* [5, с. 12]; *Жде...* [5, с. 13]; *– Пусти! Силач...* [5, с. 13]). Переважно односкладні речення входять до складу більших синтаксичних одиниць, напр.: *– Купимо, – обіцяю впевнено. – Ось як тільки вивчусь на шофера, так і купимо* [5, с. 14]; *У степу ще дужче розжеврілось, і на грядках, у кого вже зорано, червоно виблискують скиби, а в борознах, як сніг у проваллі, біліє опалий цвіт* [5, с. 14]; *Отак і стовбичу коло неї, не знаючи, що й казати, аж доки вона не озивається* [5, с. 13].

Наявність односкладних речень демонструє багатство стилістичних ресурсів, призначених для вираження тонких смислових відтінків. Наприклад, односкладні речення використовуються для:

– точного, логічного висловлення думки, що дозволяє уникнути зайвих деталей, напр.: *Хряпаю дверима і виходжу на поріг* [5, с. 12]; *Потім міцно бере мене під руку, трошки злягає на неї теплими пругкими грудьми* [5, с. 13]. Такі односкладні речення підкреслюють певний аспект, ознаку або подію, роблять її максимально зрозумілою;

– створення знеособленості, що сприяє нейтральності висловлювання, не містить суб’єктивного ставлення, дозволяє зосередити увагу на явищі або дії. Знеособленість знижує емоційну напруженість, оскільки не зазначений суб’єкт, який виконує дію, напр.: *Надворі пахне молодим осокорячим листям, а з грядок тягне теплим гнійком, торішніми бур’янами і мокрим попелом* [5, с. 12]; *У хаті споночіло так, що й цвілі по кутках не видно, і шибки посиніли, мов на грозу* [5, с. 12]. Це надає висловленню більш об’єктивного, нейтрального або безособового відтінку;

– досягнення дистанційності тексту, що полягає у використанні їх для вираження відстороненості або відчуження автора від описуваних подій або емоцій, оскільки достатньо присутності особи, яка виконує дію, напр.: *Іду садом на край кутка, до провалля; і вже здалеку бачу маленьку білу постать на обніжку* [5, с. 13]; *Сиджу, співаю з дідом колядок різних: вони – басом, а я – альтом…* [5, с. 12]; *А далі вже нічого не бачу і нічого не чую...* [5, с. 14];

– уточнення емоційно-експресивного забарвлення з метою впливу на читача або прояву ставлення автора до описуваного, напр.: *А сам собі думаю: за чим би його сьогодні забігти до сусідів, бо до вечора, либонь, не дотерплю, не доживу...* [5, с. 15];

– створення розмовної образності, невимушеності, деколи мимовільності та спонтанності, напр.: *Діду, перестаньте, – прошу* [5, с. 12]; *– Соню, – белькочу шепеляво й противно, – це ти?* [5, с. 13].

Отже, в оповіданні Григора Тютюнника “Зав’язь” односкладні речення надають тексту виразності, динамічності та емоційного забарвлення. Завдяки різноманітним стилістичним функціям односкладні речення підсилюють “атмосферність” тексту, надають йому глибокої образності. Часте використання односкладних речень пояснюється не тільки їхньою функційною різноманітністю та експресивністю, а й бажанням автора скористатися законом економії мовних засобів, за допомогою якого виникає “компактна”, але суттєва змістовність висловлення.

Список використаних джерел:

1. Бабій І., Лушпинська Л., Свистун Н. Типологія та естетичні навантаження односкладних речень у поетичному дискурсі Марії Матіос.

Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Серія “Філологія”. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 13 (81). С. 61–65.

2. Бондаренко О. Функціонально-комунікативний потенціал односкладних речень у мові сучасних українських масмедіа : автореф. дис. … канд. філол. наук. Дніпро, 2019. 24 с.

3. Коваль Л. Семантико-синтаксична основа головного компонента односкладних речень в українській мові: монографія. Вінниця. Нілан-ЛТД, 2015. 316 с.

4. Стовбур Л. Стилістичний потенціал односкладних номінативних речень у творах Остапа Вишні. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія*. *Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31 (70). № 1. Ч. 1. С. 119–123.

5. Тютюнник Г. Твори. Київ. Молодь. 1984. 578 с. URL.: http://shron1.chtyvo.org.ua/Tutunnyk_Hryhir/Tvory_zb.pdf? [19.02.2025].

Панель 2. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ: ФОРМИ, ЗАСОБИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Юлія Брянська
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Державного податкового університету

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ГЕНДЕРНИХ ЗАСАД В ДІЛОВИХ ВІДНОСИНАХ

Протягом останніх десятиліть психологічні та етичні засади ділового середовища зазнали значних змін, особливо щодо участі жінок у бізнесі. Сучасне покоління стало свідком стрімкого зростання кількості жінок на керівних посадах у корпораціях та серед власників великих компаній. Водночас проблема гендерної рівності залишається актуальною та ще не вирішеною повністю. Дослідники гендерних питань аналізують нові соціальні інститути, групи, класи та колективи, де формуються стереотипи внаслідок взаємодії представників різних гендерних категорій. Як правило, науковці виходять із припущення, що українське суспільство характеризується переважанням гендерної нерівності.

Гендерні відносини протягом століть були об’єктом досліджень багатьох науковців, зокрема Л. Стрікленда, Т. Шібутані та У. Ліппмана. В Україні вивченням гендерної системи займаються такі дослідники, як І. Лебединська, І. Жеребкіна, Н. Чухим і Т. Мельник. Питання гендерних ролей та стереотипів досліджували О. Кікінежді, П. Горностай та Т. Виноградова. Науковці аналізують різні аспекти життя жінок: одні акцентують увагу на проблемах зайнятості, інші досліджують роль материнства, а деякі зосереджуються на питаннях самовдосконалення та саморозвитку.

Гендер – це соціальна стать, яка охоплює комплекс міжособистісних та соціальних рис людини, що формуються під впливом історичних і суспільних умов та пов’язуються з приналежністю до чоловічої чи жіночої статі. Українське законодавство спрямоване на забезпечення гендерної рівності, визначаючи її як “рівний правовий статус між чоловіком і жінкою та про рівні можливості для його реалізації, що дозволяє обом статям брати однакову участь у житті суспільства” [1].

Попри це, питання гендерної рівності між чоловіком і жінкою залишається актуальним в Україні. Хоча Конституція говорить про рівні права жінок і чоловіків у всіх сферах життя, на практиці перевага часто надається чоловікам. Це особливо помітно в таких сферах, як сім’я, політика та бізнес, де чоловіки продовжують відігравати домінуючу роль. Одним із головних проявів гендерної нерівності є питання зайнятості жінок. Чоловіки зазвичай обіймають престижніші посади, тоді як жінки стикаються з менш сприятливими умовами праці, обмеженими перспективами кар’єрного зростання, зайняті переважно в

низькооплачуваних секторах та мають труднощі з працевлаштуванням. Ця проблема залишається актуальною для України, де частка жінок серед безробітних щороку зростає [2, с. 84].

На сьогодні основними формами дискримінації жінок залишаються занижена заробітна плата порівняно з чоловіками, необґрунтовані відмови в працевлаштуванні для жінок віком 45–55 років, а також відсутність належного захисту для таких груп, як молоді матері. Ще однією прихованою формою дискримінації є упереджене ставлення до жінок залежно від їхнього сімейного статусу, особливо до незаміжніх або тих, хто нещодавно вступив у шлюб. Рівень соціального статусу українських жінок значною мірою залежатиме від удосконалення законодавства щодо захисту їхніх прав, а також від ефективності державної політики в цій сфері. Посилення ролі жінок у суспільстві позитивно вплине не лише на їхнє власне здоров’я, а й на добробут їхніх сімей, сприяючи вирішенню багатьох соціальних проблем. Для цього необхідно забезпечити жінкам доступ до різноманітних ресурсів, якісної освіти, можливостей для працевлаштування, сучасних медичних технологій, а також гарантувати їхні права, щоб вони могли вільно робити життєвий вибір без примусу чи дискримінації. Важливо, щоб жінки не лише брали участь у реалізації програм, що стосуються їхнього здоров’я, а й безпосередньо розробляли такі ініціативи [4, с. 77]. За оцінками експертів, питання гендерної рівності розглядаються різними управлінськими структурами як на державному, так і на місцевому рівнях. Однак відсутність єдиної управлінської структури ускладнює координацію цих зусиль. Гендерні аспекти залишаються недостатньо інтегрованими в роботу центральних органів виконавчої влади, що впливає на ефективність реалізації гендерної нерівності в Україні [3, с. 32].

За даними експертів Міжнародної фінансової корпорації, жінкам в Україні значно складніше розвивати власний бізнес. Основною перешкодою є обмежений доступ до ресурсів. Процес приватизації здебільшого оминув жінок, унаслідок чого 95% капіталу належить чоловікам, тоді як частка жінок становить лише 5%. Лише 6% жінок-підприємиць керують великими компаніями, що налічують понад 250 працівників, а у промисловості бізнес ведуть лише 2% жінок. Більшість жінок, які займаються підприємництвом, — це люди передпенсійного або пенсійного віку, які переважно ведуть дрібний або кустарний бізнес, сприймаючи його як засіб виживання. Крім того, між чоловіками та жінками зберігається суттєва різниця в оплаті праці навіть за виконання рівноцінної роботи [2, с. 85].

У суспільстві, особливо серед чоловіків, досі існують усталені стереотипи, що заважають утвердженню принципів гендерної рівності в бізнесі та діловому середовищі. Вони закріплюють традиційні уявлення про розподіл ролей, згідно з якими певні професійні якості та сфери діяльності вважаються більш природними для чоловіків або жінок. Наприклад, лідерські здібності, амбітність

і цілеспрямованість часто асоціюють із чоловіками, тоді як жінок сприймають як носіїв “м’яких” навичок і підтримуючих ролей.

Серед основних стереотипів, які заважають досягненню гендерної рівності в діловому середовищі, можна виділити такі:

– сприйняття жінок-керівниць як конкурентів серед чоловіків-менеджерів;
– небажання чоловіків приймати жінок у бізнес-середовище;
– нав’язування жінкам чоловічого стилю поведінки в бізнесі;
– гендерні конфлікти в колективах, коли чоловіки не визнають керівної ролі жінок;
– осуд з боку близького оточення та навіть інших жінок;
– упередженість підлеглих, які надають перевагу чоловікові на посаді керівника;
– обмеження кар’єрного зростання жінок через їхню стать;
– вищі шанси чоловіків на отримання престижної та високооплачуваної роботи [2, с. 87].

Окрім правового забезпечення рівних можливостей для жінок і чоловіків, не менш важливим є підвищення обізнаності суспільства щодо цієї проблеми. Громадська думка та соціальні стереотипи відображають реальний стан речей, тому для досягнення суттєвих змін в Україні необхідно не лише впроваджувати державні заходи, а й змінювати традиційні уявлення про ролі чоловіків і жінок у суспільстві. Позитивні зміни можливі лише за умови забезпечення рівних можливостей для жінок у політичній, соціальній та культурній сферах, доступу до якісної освіти, професійного розвитку, справедливої оплати праці, а також гарантій охорони здоров’я, безпечних умов праці та гідного рівня життя. Важливим аспектом є також створення умов, які дозволять жінкам поєднувати кар’єру з сімейним життям. Іншими словами, жінка повинна мати реальне право на всебічний розвиток як у професійній діяльності, так і в сімейній сфері [5, с. 43].

Отже, на думку багатьох дослідників, чоловіки й жінки мають майже однакові психологічні здібності для управління підприємством, і стать практично не є визначальним фактором ефективного менеджменту. До ключових психологічних якостей, що сприяють успішності незалежно від статі, належать інтуїція та підприємницьке чуття, лідерські навички, стратегічне мислення, відповідальність, вміння контролювати емоції та психологічна зрілість. Дослідження гендерних аспектів у діловій сфері свідчать, що гендерні стереотипи та нерівні можливості суттєво впливають на професійні відносини та кар’єрне зростання. Досягнення гендерної рівності вимагає не лише правових ініціатив, а й змін у суспільній свідомості, зокрема подолання усталених уявлень про традиційні ролі чоловіків і жінок. Це сприятиме формуванню інклюзивного робочого середовища, де кожен матиме рівні можливості для професійного розвитку та самореалізації.

Список використаних джерел:

1. Закон України “Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків” № 2866-15 (Зі змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР). № 52. С. 6-8. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text.

2. Сушик І., Мартинюк Я., Вісин В. Етика бізнесу: навч. посіб. / Вісник Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. С. 285-268. URL: https://search.app/dht8oz2LKNV7ugbo6.

3. Борщ К., Ляшко М. Гендерні стереотипи як соціальна проблема сучасних жінок. Науковий вісник Ужгородського університету. серія: “Педагогіка. Соціальна робота”. 2017. Випуск 1 (40) С. 31–33. URL: http://surl.li/blvciq.

4. Петровська Т., Толкунова І., Жукова Г., Курдибаха О., Булгакова Т. Основи вікової та гендерної психології. Навчальний посібник за загальною редакцією Т.В. Петровської. Київ: Видавець; Позднишев. 2021. С. 190–192 с. URL: http://surl.li/sskrfh.

5. Модернізація системи управління персоналом на засадах гендерного розмаїття та гендерної взаємодії працівників. Херсонський державний університет. 2020. С. 42–45. URL: http://surl.li/hcqdqt.

Андрій Вільчинський
аспірант кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка
Галина Синоруб
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

ТУРИСТИЧНИЙ КОНТЕНТ ЛЬВІВЩИНИ В ЕПОХУ ІМЕРСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У сучасному світі все більшого поширення набувають новітні технології, у тому числі й імерсивні, – “технології повного або часткового занурення у віртуальний світ або ж різні види поєднання реальної та віртуальної реальності” [1].

Імерсивні технології, такі як віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR), активно впроваджуються в туристичний сектор Львівщини для покращення взаємодії з користувачами та залучення нових відвідувачів. З їх допомогою відбувається поєднання фізичного світу із цифровою чи симульованою реальністю. Ці технології також називають “технологіями розширеної реальності. До їх списку входить віртуальна і доповнена реальність, а також 360°-відео” [2], що забезпечують ефект повної або часткової присутності в альтернативному просторі й тим самим можуть змінювати досвід користувача в абсолютно різних сферах.

Основними напрямками використання імерсивних технологій є:

1. *VR-тури історичними місцями* – віртуальні екскурсії Львовом, замками та музеями регіону.

2. *AR-гід для туристів* – інтерактивні карти з історичними довідками, 3D-візуалізацією та анімованими екскурсіями.

3. *Гейміфікація* – квести та інтерактивні ігри з доповненою реальністю для залучення молодіжної аудиторії.

4. *Музеї майбутнього* – цифрові експозиції, що відтворюють історичні події та атмосферу Львова в різні епохи.

Розглянемо приклади використання імерсивних технологій на інформаційних платформах Львова:

1. **Віртуальні тури музеями та історичними пам’ятками.**

Сайт “Львівський історичний музей” пропонує 3D-тури, що дозволяють відвідувачам дистанційно ознайомитися з експозиціями [4]. Ресурс “*Музей народної архітектури та побуту імені Климентія Шептицького”* надає можливість здійснити віртуальну прогулянку територією музею й ознайомитися з культурою, народною архітектурою та давнім побутом усієї Західної України [5]. *Зоологічний музей*, інформація про який розміщена на сайті Львівського національного університету ім. І. Франка, запрошує у віртуальний 3D-тур [6]. Єдина в Україні виставкова та організаційна платформа промоції мистецтва художнього скла [7]

пропонує віртуальну прогулянку залами, що дає змогу ознайомитися з експозицією дистанційно.

2. Доповнена реальність у мобільних застосунках.

Додаток *“Lviv AR”* дозволяє аудиторії, навівши камеру смартфона на історичні будівлі, отримати інформацію про них у форматі доповненої реальності. 24 оцифровані об’єкти у Львові відомі як туристам, так і містянам. Їх можна знайти у комплектах AR-поштівок та в інтерактивному путівнику [15]. Проєкт *“Lviv Interactive”* пропонує інтерактивні карти з AR-функціоналом, що відображають історичні події на місцях, де вони відбувалися [3]. Застосунок *“Тустань віртуальна”* дозволяє туристам за допомогою смартфона побачити реконструкцію середньовічної фортеці в реальному часі [8]. *Інтерактивний тур доповненої реальності у Львові* дає змогу ознайомитися із втраченими історичними пам’ятками міста у 3D-форматі через спеціальний додаток [10].

3. Гейміфікація та інтерактивні квести.

Онлайн-платформа “Secret Lviv” пропонує користувачам брати участь у віртуальних квестах, розгадуючи загадки міста та дізнаючись цікаві факти про його історію [16]. “*Lviv Quest”* дає змогу проходити інтерактивні маршрути з елементами доповненої реальності, що робить екскурсії більш насиченими та захопливими [13]. *Віртуальні екскурсії туристичними місцями Львівщини* дозволяють здійснювати онлайн-мандрівки замками, музеями та природними локаціями регіону [9].

4. Імерсивні технології в готельному бізнесі.

Готель “Leopolis” на своєму сайті пропонує 3D-тури номерами та іншими зонами, що допомагає гостям міста ознайомитися з умовами проживання перед бронюванням [13]. *“Bank Hotel”* використовує VR-технології для презентації конференц-залів та ресторанів, що сприяє залученню бізнес-клієнтів [11]. *Віртуальні тури готелями Львова* дозволяють потенційним клієнтам ознайомитися з умовами проживання та обрати найкращий варіант для себе [12].

В епоху імерсивних технологій віртуальний простір дедалі більше інтегровується в реальний. Використання креативного й інноваційного контенту закономірно підвищує конкурентоспроможність суб’єктів туристичного бізнесу. Це не лише привертає увагу до туристичних об’єктів Львівщини, але й сприяє глибокому зануренню відвідувачів у культурну спадщину регіону в привабливій і доступній формі. Використання технологій віртуальної реальності й активна присутність користувачів в онлайн-форматі сприяють розвитку та вдосконаленню послуг у туристичному секторі Львівщини.

Список використаних джерел:

1. Гаврилюк О. Диджиталізація та імерсивні технології в туристичному бізнесі. URL.: https://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk10.htm.
2. Імерсивні технології. URL.: https://uk.wikipedia.org/wiki.
3. Інтерактивний Львів. URL.: https://lia.lvivcenter.org/.

4. Львівський історичний музей. URL.: http://www.lhm.lviv.ua/home.html.
5. Музей народної архітектури та побуту у Львові імені Климентія Шептицького. URL.: https://lvivskansen.org/pro-muzej/.
6. Музей Львівського національного університету. URL.: http://museums.lnu.edu.ua/zoology/3d-tour/.
7. Музей скла. URL.: https://glassmuseuminlviv.org/.
8. Тустань. URL.: https://old.tustan.ua/.
9. Твоє місто. URL.: https://tvoemisto.tv/.
10. У Львові презентували інтерактивний тур доповненої реальності про втрачені пам’ятки. URL.: https://surl.gd/nwbpuj.
11. Bank Hotel. URL.: https://bankhotel.com.ua/.
12. Ukraine 3D. URL.: http://ukraine3d.com/uk.
13. Lviv Quest. URL.: https://vrport.me/quests/.
14. Leopolis. URL.: https://leopolishotel.com/uk/.
15. Pocket City Ar. URL.: https://pocketcityar.com/.
16. Secret Lviv. URL.: https://www.instagram.com/secretlvivbar/?hl=en.

Анотація

У науковій праці досліджено використання VR- та AR-технологій у туристичній сфері регіону. Розглянуто основні напрями їхнього впровадження, зокрема віртуальні екскурсії, інтерактивні гіди, гейміфіковані квести та цифрові музейні експозиції. Проаналізовано практичні приклади інтеграції імерсивних технологій у мобільні застосунки, готельний бізнес та інформаційні платформи Львова. Акцентовано на значному впливі цих інновацій на залучення туристів і популяризацію культурної спадщини регіону.

Ключові слова: *імерсивні технології, віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), туристичний контент, цифрові екскурсії, гейміфікація, інтерактивні квести.*

Abstract

The paper investigates the use of VR and AR technologies in the tourism sector of the region. The main directions of their implementation are considered, including virtual tours, interactive guides, gamified quests and digital museum expositions. Practical examples of integration of immersive technologies into mobile applications, hotel business and information platforms in Lviv are analysed. The author emphasises the significant impact of these innovations on attracting tourists and promoting the cultural heritage of the region.

Keywords*: immersive technologies, virtual reality (VR), augmented reality (AR), tourist content, digital tours, gamification, interactive quests.*

Дмитро Гогун
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
факультету мистецтва та дизайну Хортицької національної академії

СУЧАСНИЙ ОБРАЗ УКРАЇНСЬКОГО КОЗАКА В ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ: МІЖ ІСТОРИЧНОЮ ПРАВДОЮ ТА КУЛЬТУРНОЮ ДИПЛОМАТІЄЮ

Вступ. Українські козаки – це символ волелюбності, гідності та доблесті народу України. Зараз тема козацтва є надзвичайно актуальною, бо сприяє посиленню розуміння власної національної ідентичності та самоідентифікації зокрема, що особливо важливо, в умовах відновлення територіальної цілісності української держави та боротьби за її суверенітет, а в умовах глобалізації, забезпечує збереження та розвиток культурної спадщини України.

На жаль, образ українського козацтва у сучасному мистецтві, часто подається стереотипно, що применшує їхнє культурне та національне значення. До сьогодні створюються роботи, де козацький образ формується не виходячи з наукових здобутків, а на базі народних уявлень. Автори часто надихаються творами XIX століття та не зважають на решту іконографічних джерел. У підсумку, замість історично правдивого образу, виходить одне з явищ “шароварщини”.

Такі сучасні тенденції напряму впливають на формування хибного уявлення про козаків, у часи, коли як ніколи раніше, у світі посилюється великий інтерес до України, її історії та культури. Тому ця стаття має на меті дослідити сучасний стан образу українського козацтва в образотворчому мистецтві та його роль у культурній дипломатії.

Дослідження. Наразі в образотворчому мистецтві не повною мірою досліджено проблему відображення козацтва, а головне його зовнішній вигляд. Українське козацтво в образотворчому мистецтві розглядали у своїх працях такі вчені як: Ірина Ласка [5], Наталія Середа [11] та Юрій Присяжнюк [9]. Проте жоден із них не звертався до проблеми історичної правдивості зображених козаків, окрім Ольги Ковалевської, яка проте, здебільшого зосереджує свою увагу на правдивість козацьких портретів, а не козацтва в цілому [2].

Всупереч великій кількості написаних праць і діяльності реконструкторів, зокрема музеїв, їхня робота наразі залишається майже непомітною. Створені художні роботи, як правило, не виходять за межі ілюстрацій в науково-історичних книгах. У протистоянні між автентичністю та художньою свободою, козацька тематика в образотворчому мистецтві наразі тяжіє до останнього напряму. Сучасні художники підлаштовуються під панівні смаки, соціальні тренди чи політичні запити.

Так, наприклад Волинська Служба Новин, 4 січня 2025 року, публікує статтю про місцевого художника, де демонструються його роботи на козацьку тематику та фото самого автора [4]. Як і козаки, так і митець, убрані в псевдокозацькі елементи одягу. 17 березня 2024 року, на Суспільне Житомир, показували як черговий місцевий художник пише картину з “козаками” [13]. У галерейному просторі Kirisenko Art Gallery, з 19 листопада по 19 грудня 2023 року, відбувалася персональна виставка “Вільний”, де митець зібрав майже всі стереотипні образи інтернету [10]. Також, якщо написати в пошукову систему Google слово “козак” або “козацтво”, та перейти до розділу “Зображення”, то абсолютна більшість буде “шароварщиною”.

Теперішню ситуацію, значною мірою формують такі громадські організації, наприклад як кінний театр “Запорозькі козаки” та театр козацького бою “Січові козаки”, що діють на острові Хортиця, а також окремі державні установи, зокрема МОН України та Держкіно. Унаслідок цього, пересічна людина, навіть не замислюється, що щось може бути не так, переглядаючи чи то ілюстрації в підручниках або історичні фільми останніх років (“Максим Оса та золото Песиголовця”, “Толока”, “Фортеця Хаджибей”).

Якщо ознайомитися з науковим доробком сучасного дослідника козацького строю Сергія Шаменкова [2; 12; 14] та розглянути складові елементи сучасного козацького образу, можна дійти висновку, що витоки спотвореного уявлення про українського козака походять від наслідування елементів одягу періоду Чорноморського козацького війська та останніх років існування Запорозької Січі. Тобто використовується мода другої половини XVIII століття, як мінімум щодо всього XVII століття.

Що вже казати, якщо коли сам видатний дослідник запорозького козацтва Дмитро Яворницький (1855–1940), ще за життя стверджував, що відомі малюнки козаків Сергія Васильківського (1854–1917) – “чисто брехня” [1, с. 21].

Не надто відомим є той факт, що період існування козацтва, майже повністю збігається з Малим льодовиковим періодом (1400–1850). Про тогочасні морози в Україні, свідчив французький інженер і картограф Ґійом Ле Вассер де Боплан (1595–1685), який писав, що цілком “переконався, що мороз може так само нестерпно і сильно нищити все, як нищить вогонь” [6, с. 139].

Попри надмірну романтизацію та міфологізацію козацтва в мистецтві, воно продовжує відігравати важливу роль у популяризації історії та культури України. Наприклад, відоме всім тріо з серії мультфільмів “Як козаки…”, що подібно до не менш знаних Астерікса та Обелікса, виконує свою місію – через гумор і пригоди, знайомить світ з українськими традиціями та національним характером. Однак цей рівень є базовим і дитячим, тому подібний образ козацтва не повинен закріплюватися у “дорослому” образотворчому мистецтві та інших сферах.

Нині музеї світу повертають українським художникам їхнє справжнє походження, змінюючи підпис “російський художник” на “український” та навіть переписуючи назви картин. Наприклад, “Російські танцівниці” стали “Танцівниці в українському одязі” [7]. За таких ключових і глобальних змін, як ніколи важливо дотримуватися історичної правди в культурній дипломатії.

В умовах інформаційної війни, важливо відтворювати справжній образ українського козака, щоб уникати нав’язаних зовні негативних або спотворених уявлень. Сучасний козацький образ українського козацтва в образотворчому мистецтві, має відігравати позитивну роль у культурній дипломатії, а не продовжувати історичні помилки чи свідомі фальсифікації.

Зразком твору образотворчого мистецтва, що ґрунтується на історичній достовірності, а не є суто художньою реконструкцією, є серія картин “Герої козацької України”, авторства Наталі Павлусенко. Художниця працює в жанрі історичного портрета, консультується з провідними істориками, реконструкторами та знавцями козацької епохи. Причиною створення цієї серії стала особиста ситуація: “Колись мій син вивчав у школі історію України, і мене засмутив той факт, що далеко не всі гетьмани мали прижиттєві портрети, а ті, що ми маємо зараз, здебільшого поганої якості та історично недостовірні.” [8].

Це безпосередньо стосується й роботи Міністерства освіти та науки. Якщо проблему портретів частково вирішено, то інші історичні зображення, варто було б замінити їх художніми реконструкціями та/або фотографіями реконструкторів у костюмах відповідної епохи.

Висновки. Досі, проблема стереотипного образу українського козацтва залишалася в межах проблематики явища “шароварщини” та наукових досліджень з етнографії, уніформології та суміжних дисциплін. Поверхневий аналіз дозволяє визначити сучасний стан відображення козацтва в образотворчому мистецтві, його значення та перспективи.

Попри те, що сучасний образ українського козака досі залежить від загальноприйнятих уявлень, у сфері наукових досліджень і зображення історичних постатей спостерігаються значні успіхи. Завдяки достовірним портретам, є надія на зміну суспільного сприйняття та пожвавлення інтересу до цієї теми.

Спираючись на широку наукову базу та зважаючи на різноманітність форм козацького життя (низове, городове, реєстрове, слобідське), сучасні митці мають можливість відтворювати козацтво не як символічний образ, а як реальне утілення багатства й складності української історії. Це, у свою чергу, сприятиме розвитку культурної дипломатії.

Список використаних джерел:

1. Абросимова С. Особистість і талант Дмитра Яворницького: самооцінка вченого. Наддніпрянська Україна: історичні процеси, події, постаті : зб. наук. пр. Дніпро : ДНУ ім. О. Гончара, 2010. № 8. С. 5–25.

2. Ігри в козаків: як сформувався канонічний образ у XIX столітті. YouTube. URL.: https://youtu.be/kd-eLSgmNcc?si=6-FGr3-IktUNAg79 (дата звернення: 17.02.2025).

3. Ковалевська О. Таємниці козацьких портретів. Київ : Кліо, 2019. 288 с.

4. Козак у творчості та житті: історія художника Івана Кечми з Волині. Волинська Служба Новин. URL.: https://vsn.ua/news/kozak-u-tvorchosti-ta-zhitti-istoriya-zhittya-hudozhnika-ivana-kechmi-z-volini-55505 (дата звернення: 17.02.2025).

5. Ласка І. Козацтво в образотворчому мистецтві. Українське козацтво: Мала енциклопедія / за ред.: С. Ляха, Ф. Турченка, С. Плецького та ін. Київ : Генеза; Запоріжжя : Прем’єр, 2002. С. 219–227.

6. Ле Вассер де Боплан Ґ. Ґ. Опис України. Львів : Мета, 1998. 179 с.

7. Музей Метрополітен визнав художників Рєпіна та Айвазовського українцями. Українська правда. URL.: https://www.pravda.com.ua/news/2023/02/10/7388886 (дата звернення: 17.02.2025).

8. Наталя Павлусенко | Герої козацької України. URL.: https://www.pavlusenkoart.com.ua/about-project (дата звернення: 17.02.2025).

9. Присяжнюк Ю. Тема козацтва в образотворчому мистецтві. Experimental and Theoretical Research in Modern Science : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кишинів, 16–18 березня 2024 р.) Одеса : ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2024. С. 128–137.

10. Саша Боб. Kirisenko Art Gallery. URL.: https://kirisenko-gallery.com/sasha-bob (дата звернення: 17.02.2025).

11. Середа Н. Мотиви козацтва у мистецтві першої половини XIX століття. Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва : зб. Матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Черкаси 30 листопада 2018 р.) Черкаси : Черкаський національний університет, 2018. С. 110–113.

12. Шаменков С. Піхота українських гетьманів XVII ст. Київ : Темпора, 2010. 146 с.

13. “Я хочу закарбувати історію для нащадків”: художник із Житомирщини створює картини про війну в Україні. Суспільне Житомир. URL.: https://suspilne.media/zhytomyr/705896-a-hocu-zakarbuvati-istoriu-dla-nasadkiv-hudoznik-iz-zitomirsini-stvorue-kartini-pro-vijnu-v-ukraini (дата звернення: 17.02.2025).

14. Як Насправді одягались козаки? Руйнуємо совєтський образ. YouTube. URL.: https://youtu.be/V9WMxlQD6Uw?si=8GExCgZsO6R3fIfw (дата звернення: 17.02.2025).

Анжела Єськова
викладач, вища категорія,
Відокремлений структурний підрозділ
“Костянтинівський індустріальний фаховий коледж
ДВНЗ “Донецький національний технічний університет”

СКРАЙБІНГ ЯК СУЧАСНА ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Стаття присвячена визначенню ефективності використання технологій скрайбінгу як методу візуалізації навчального матеріалу в освітньому процесі.

Кожен хоч раз у житті стикався з питанням: як покращити вивчення та запам’ятовування матеріалу.

Учителі й викладачі намагаються знайти методи кращого викладу інформації, а учні чи студенти – шляхи більш ефективного її засвоєння.

Допомогти в цьому нелегкому завданні можуть багато технік та методів, одним з яких є скрайбінг.

Попри незвичну назву насправді це підхід, із яким більшість знайома з дитинства, адже важко знайти тих, хто не намагався за допомогою простих малюнків передати побачене, почуте чи відчуте.

Ключовою умовою входження системи вищої освіти в європейський освітній простір визначено підвищення якості підготовки студентів у закладах вищої освіти (ЗВО). Реалізація цього завдання здійснюється викладачем ЗВО на основі вибору форм і методів організації навчання, використання засобів сучасних інформаційних технологій. Це спонукає до впровадження інноваційних технологій в освітній процес ЗВО, що робить його різноманітним і цікавим, сприяє більш ґрунтовному засвоєнню матеріалу, активному науковому пошуку, підвищенню самостійної творчої роботи студентів.

Мета статті – аналіз особливостей застосування скрайбінгу як активного методу навчання в освітньому процесі закладу вищої освіти, що сприяє кращому розумінню й запам’ятовуванню матеріалу під час лекцій.

Зміст освіти реалізується в різних формах навчання. Провідною формою навчання у ЗВО, починаючи ще з часів середньовіччя, є лекція. Саме вона визначає способи здійснення всіх видів і форм навчання в закладі вищої освіти, закладає основи розуміння та ставлення до предмета.

В. Каплінський [3, с. 26] розглядає навчальну лекцію як логічно завершений, науково обґрунтований і систематизований виклад певного наукового або науково-методичного питання, ілюстрований, за необхідності, засобами наочності та демонстрацією дослідів. Лекція покликана формувати в студентів основи знань певної наукової галузі, а також визначати напрямок, основний зміст і характер усіх інших видів навчальних занять і самостійної роботи з відповідної навчальної дисципліни.

У процесі навчання викладач виконує роль джерела інформації, тобто людини, яка володіє глибокими пізнаннями в певній галузі. Для студентів він є експертом із предмета, який викладає; як мотиватор він спонукує появу в студентів інтересу до знань (дисципліни), а як натхненник навчає переборювати труднощі в навчанні, формує віру в успіх, досягнення мети. Як методист викладач повинен володіти ефективними прийомами передавання знань, бути гарним педагогом, а не лише фахівцем у певній галузі знань. Як наставник він повинен мати авторитет у студентів, володіти високими моральними якостями, знати, як розв’язати той або інший конфлікт. Роль контролера припускає постійний контроль викладача за якістю знань студентів. Виконання всіх цих ролей робить викладача професіоналом своєї справи. Однак, на думку науковців [5, с. 238], для найбільшої ефективності організації конструктивної взаємодії викладача зі студентами особливу увагу варто приділити питанню мотивації навчання студентів. Викладач ЗВО – це й науковець, оскільки дидактичним завданням лекції є не тільки ознайомлення студентів з основним змістом, принципами, закономірностями, ідеями, але й задавання напряму міркувань для подальшої самостійної роботи студентів.

Однією з умов успішного оволодіння навчальним матеріалом є мотивація. Розвиток позитивної навчальної мотивації у студентів є умовою особистісного розвитку та ефективної професійної підготовки. Фактор мотивації для успішного навчання є основним, тому для ефективної побудови освітнього процесу важливим є високий рівень мотивації до навчання здобувачів освіти. Вважаємо, що причиною нерегулярної й нецілеспрямованої навчальної діяльності студентів під час занять є відсутність мотивації.

На створення у студентів навчальної мотивації впливає можливість проявляти в навчанні розумову самостійність і ініціативність. Чим активнішими є застосовувані методи навчання, тим легше зацікавити предметом вивчення студентів. Також вагомим чинником формування стійкого інтересу до навчання в сучасності є комп’ютеризація, поширена в освітньому просторі.

Процес візуалізації складного змісту просто й доступно, під час якого замальовка образів відбувається безпосередньо під час ознайомлення з інформацією, називається скрайбінгом [7, с. 57]. Скрайбінг (з англійської scribe – робити ескіз, нарис) – це метод розповіді, пояснення чи запам’ятовування інформації, який супроводжується графічною ілюстрацією головного змісту сказаного. Ця техніка була винайдена британським художником Ендрю Парком для Британської асоціації з поширення наукових знань та являє собою паралельне наслідування. Слухаючи розповідь про щось, люди одночасно бачать графічну ілюстрацію цієї інформації. Завдяки такому підходу скрайбінг залучає одночасно слух, зір і уяву людини, а тому засвоєння та запам’ятовування покращуються.

Це нова техніка презентації, винайдена для британської організації наукових знань. Скрайб-презентація відображає ключові поняття розповіді та взаємозв’язок між ними. За допомогою означеної техніки викладач може привернути увагу слухачів, забезпечити їх додатковою інформацією та виокремити головні моменти доповіді. Скрайбінг широко використовують в освіті.

Під час скрайбінгу має вияв “ефект паралельного проходження”, коли всі чують і бачать приблизно одне й те ж; при цьому графічний ряд фіксується на ключових моментах аудіоряду. Наразі скрайбінг – це інноваційна технологія, за допомогою якої можна привернути увагу слухачів, забезпечити їх додатковою інформацією та виокремити головні моменти доповіді.

В. Кобаль [4, с. 115] однією із провідних характеристик традиційних методів навчання визначив те, що в активному стані перебуває тільки викладач, а студенти пасивно сприймають інформацію, тобто навчання має інтелектуально пасивний характер. Так, традиційні форми й методи навчання передбачають передавання знань, але не завжди формують професійні вміння й навички в майбутніх фахівців. Застосування активних методів навчання забезпечує активізацію пізнавальної діяльності студентів, підвищення мотивації й емоційності навчання, формування професійних умінь і навичок. Саме тому лекція викладача ЗВО повинна одночасно супроводжуватися ілюстраціями – малюнками фломастером на білій дошці. Студенти чують і бачать одночасно приблизно одне й те ж, що полегшує сприйняття інформації. Це насамперед мистецтво відображати своє мовлення в малюнках; при цьому процес відбувається в реальному часі паралельно з доповіддю мовця.

Одним із перших, хто здогадався використовувати скрайбінг як продуктивний та інтерактивний засіб для концептуалізації інформації, став американський викладач Пол Богуш.

Л. Білоусова, зазначає, що “скрайбінг” – це “технологія візуалізації, яка забезпечує відображення ключових моментів змісту навчального матеріалу (властивостей об’єкта навчання, його внутрішніх і зовнішніх зв’язків) шляхом використання простих графічних елементів (малюнків, піктограм, символів, слів, схем, діаграм), що послідовно створюються на екрані відповідно до її усного викладу (або аудіоряду)” [2, с. 39]. На перший погляд може здатися, що така технологія – не зовсім зручна для викладача, адже потребує елементарних навичок малювання. Насправді сутність технології полягає у створенні досить простих зображень, що, звичайно, передбачає певні тренування для їх якісного виконання, проте зовсім не обов’язково – художнього таланту. Нині скрабінг – це інноваційна техніка, яка допомагає привернути увагу слухачів, забезпечити їх додатковою інформацією та виокремити її головні моменти.

Існує декілька видів скайбінгу: класичним видом скрайбінгу є мальований скрайбінг, коли художник (скрайбер) зображує в кадрі картинки, піктограми, схеми, діаграми, записує ключові слова. Це відбувається паралельно з текстом,

що звучить за кадром; аплікаційний скрайбінг – на довільний фон у кадрі накладаються чи наклеюються готові зображення, які відповідають тексту, що озвучується; магнітний скрайбінг є різновидом аплікаційного, але готові зображення кріпляться магнітами на презентаційну магнітну дошку; комп’ютерний скрайбінг передбачає використання спеціальних програм або онлайн-сервісів, наприклад PowToon, VideoScribe та інших, за допомогою яких можна створювати відео за готовими шаблонами; відеоскрайбінг – це знімання мальованого, аплікаційного або іншого виду відео; комбінований скрайбінг як поєднання різних форм зображення [2, с. 40].

Аплікаційний скрайбінг та онлайн-скрайбінг передбачають використання певної бази готових зображень та програмного забезпечення для більш комфортного створення скрайбу. Скрайб-презентація за змістом є значно яскравішим засобом наочності порівняно з традиційною, адже формує яскраві візуальні образи, що сприяють більш емоційному сприйняттю візуального матеріалу й викликають неабияку зацікавленість у студентів.

Н. Сидорчук [7, с. 60] у ЗВО пропонує використовувати два види скрайбінгу для унаочнення інформації на заняттях, підкріплення пояснення відповідними схемами чи малюнками на дошці: фасилітацію та відеоскрайбінг.

Скрайбінг-фасилітація (допомагати, полегшувати, сприяти) – це переклад інформації зі словесної форми у візуальну та фіксування її у режимі реального часу, супроводження розповіді схематичними малюнками, графіками, діаграмами в реальному часі. Такий формат практикується викладачами найчастіше під час практичних занять.

Відеоскрайбінг – це короткі яскраві відеопояснення з певних питань, які супроводжуються схематичними малюнками. Класичним прикладом такої візуалізації є принцип викладання ютуб-каналів. Перевагою відеоскрайбінгу є те, що відеоролик можна використовувати безліч разів; також цей вид діяльності викликає у студентів особливу зацікавленість.

Н. Сидорчук [7, с. 62] головною метою скрайбінгу вважає допомогу студентам опанувати зміст та запам’ятати суть нової інформації завдяки залученню візуалізації. Головне завдання цієї техніки – донести інформацію в максимально зрозумілому і привабливому для студента форматі.

Перш, ніж візуалізувати, викладач повинен окреслити головний зміст, який планує донести до студентів. Це необхідно, щоб через надмірну кількість образів не втратився сенс змісту лекції. Тому рекомендують здійснювати підготовку таким чином: визначити ідею, яка повинна бути зрозумілою й актуальною; обрати спосіб візуалізації залежно від мети й доступних засобів (яким чином буде зображено головний зміст (малюнок, аплікація, магніти тощо); підготувати сценарій, тобто заздалегідь продумати план розповіді й дібрати відповідне візуальне відтворення до кожного з етапів; зробити заготовки для здійснення певного виду скрайбінгу (маркери чи кольорову крейду для мальованого; наліпки, аплікації, магніти, 3D-ручки для інших

видів). Якщо заплановано відеоскрайбінг, потрібно обрати найбільш зручну для програму, у якій можна створити та змонтувати сюжетні складові в єдиний відеоряд. На фінішному етапі необхідно перевірити, чи створені образи достатньою мірою відтворюють теоретичний зміст, а пояснення вміщується в запланований час.

Переваги скрайбінгу полягають в організації та аналізі отриманої інформації, інтеграції нових можливостей для свідомого й активного засвоєння матеріалу, компактного подавання та продуктивного запам’ятовування. Новизна і привабливість означеної техніки дає змогу на її основі організувати самостійну роботу студентів, спрямовану на опрацювання вивченого матеріалу, відтворення власного ставлення до нього.

Нині стрімкий темп навчання, коли впродовж лекції необхідно засвоїти значний обсяг інформації, великий загал завдань, які виносяться для самостійного опрацювання, перетворюють навчання на бездумне занотовування або переписування тексту, коли пояснення викладача не сприймається. Використання скрайбінгу для візуалізації навчального матеріалу робить його сприймання більш доступним і легким, систематизованим та наочним. Скрайбінг одночасно залучає різні органи чуттів: слух та зір, а також уяву студентів, що сприяє кращому розумінню та запам’ятовуванню.

Саме ці особливості скрайбінгу як сучасного методу навчання допомагають доступно й легко пояснювати складний матеріал, сприяють розвитку освіти. Доречно відзначити також доступність такого навчання, адже використовувати цю техніку на навчальних заняттях спроможний кожен викладач, щоб привернути увагу, забезпечити студентів додатковою інформацією та виокремити головні моменти.

Для створення скрайбінгу пропонують користуватися низкою сервісів [8]. GoAnimate дає змогу перетворити презентацію на мультиплікаційний фільм: кожен елемент має стандартні (колір, розмір) та індивідуальні налаштування (настрій персонажа, декомпозиція фону), а сервер пропонує велику колекцію дій з персонажами; у разі виникнення проблем можна користуватися підказками. PowToon – у сервісі вся анімація створюється від слайда до слайда, додаток має кнопки управління, часову шкалу, вікно попереднього перегляду, список слайдів і перемикач вибору елементів; Wideo забезпечує можливість додавати у презентацію зображення, персонажі, текст і музику; Moovly є одним із найпростіших інструментів для виготовлення анімованих презентацій, у якому багато елементів промальовується за допомогою ручки. Цей сервер дає можливість безкоштовно створювати необмежену кількість презентацій тривалістю до 10 хв. Додаток iPad дозволяє створювати прості скрайбінг-презентації, у яких спочатку необхідно записати звукову частину презентації або завантажити готовий аудіофайл, а потім намалювати ілюстрації до кожної тези. Особливість програми в тому, що візуальна частина презентації залежить від вашого вміння малювати, оскільки в ній немає готових шаблонів.

VideoScribe створений із принципом: від часткового до цілого; після завершення роботи отримуємо не інтерактивну презентацію, а відео.

Сучасні студенти є учасниками освітнього процесу, невід’ємною чинником якого є комп’ютерні технології та Internet. Викладач, використовуючи означені сервіси, урізноманітнює процес активного навчання.

Таким чином, скрайбінг є новою формою невербального передавання знань, творчої візуалізації інформації, спрощеного та прискореного засвоєння нового матеріалу, розвитку комунікативних навичок, креативного та системного мислення студентів.

Перспективи наукових розвідок щодо цього напряму вбачаємо в поглибленому й детальному дослідженні ефективності використання скрайбінгу під час викладання дисциплін циклу професійної підготовки майбутніх фахівців.

Скрайбінг виконує головну свою мету – допомагає краще опанувати зміст та запам’ятати сенс нових даних завдяки залученню візуалізації, а також донести інформацію в максимально зрозумілій і доступній формі.

Список використаних джерел:

1. Андрощук І., Андрощук І. Скрайбінг-презентація як засіб підвищення ефективності освітнього процесу в закладах загальної середньої освіти. Інформаційні технології і засоби навчання. 2019. № 72(4). С. 67–80.

2. Білоусова Л., Житєньова Н. Візуалізація навчального матеріалу з використанням технології скрайбінг у професійній діяльності вчителя. Фізико-математична освіта. 2016. Вип. 1. С. 39–47.

3. Каплінський В. Методика викладання у вищій школі : навчальний посібник. Вінниця. Ніланд ЛТД. 2015. 224 с.

4. Методика викладання у вищій школі : навчально-методичний посібник / уклад.: В. Кобаль. Мукачево: Вид-во МДУ, 2016. 203 с.

5. Нагорняк С. Скрайбінг як продуктивний та інтерактивний засіб для візуалізації інформації. Актуальні питання гуманітарних наук. 2022. № 2(55). С. 238–245.

6. Мягкова О. Використання технологій скрайбінгу і скетчноутингу в освітньому процесі. Неперервна професійна освіта: теорія і практика. 2020. № 4(65). С. 90–95.

7. Сидорчук Н. Скрайбінг: інновації та традиції аудіовізуальної підтримки навчального процесу. Креативна педагогіка. 2016. № 11, С. 57–64.

8. Огляд сервісів для розробки скрайбінг-презентацій. Електронний ресурс для вчителів з основ технології скрайбінгу. URL.: https://sites.google.com/site/ckrajbingprezentacii/servisi-skrajbingu (дата звернення: 30.01.2025).

Анотація.

Навчитися добре і правильно висловлювати свої думки в усній та письмовій формі, вміти переконливо, грамотно говорити і писати повинен кожний студент. Тому формування комунікативних вмінь починається на початковому етапі навчання. Але щоб заняття відбулися, треба створити доброзичливу обстановку, де студенти відчували б себе вільно, розкуто, спокійно. Вивчення дисциплін передбачає запам’ятовування великої кількості інформації. Аналіз наукової літератури свідчить, що найкраще сприймається візуальна інформація, вона швидше систематизується, а кольорові образи краще запам’ятовуються. Тому, на мою думку, метод навчання із залученням яскравої візуалізації, а саме скрайбінг-технології, буде найбільш ефективним.

Ключові слова: *освітній процес, скрайбінг, скрайб-презентація, відеоскрайбінг.*

Summary

Every student should learn to express their thoughts well and correctly in oral and written form, to be able to speak and write convincingly and competently. Therefore, the formation of communication skills begins at the initial stage of training. But for classes to take place, it is necessary to create a friendly atmosphere where students would feel free, relaxed, calm. Studying disciplines involves memorizing a large amount of information. Analysis of scientific literature shows that visual information is best perceived, it is systematized faster, and color images are better remembered. Therefore, in my opinion, the method of learning with the involvement of bright visualization, namely scribing technology, will be the most effective.

Keywords: *educational process, scribing, scribe presentation, video scribing.*

Валентина Загалевич
викладач суспільних дисциплін ВСП Кам’янець-Подільський фаховий коледж НРЗВО “Кам’янець-Подільський державний інститут”
Тетяна Марчак
кандидат філологічних наук, доцент кафедри інклюзивної освіти, реабілітації та гуманітарних наук Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти “Кам’янець-Подільський державний інститут”

ТРАДИЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ В СИСТЕМІ ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ

Українські традиції – це не просто звичаї, а основа нашої національної ідентичності. Вони формувалися протягом століть і відображають головні цінності нашого народу: свободу, гідність, взаємоповагу, любов до сім’ї та рідної землі. Традиції – це культурний код, що передається з покоління в покоління. Українці зберегли багатий фольклор, звичаї, обряди, які відображають повагу до праці, сім’ї, природи та духовних цінностей.

Система цінностей у широкому розумінні є фундаментом культури, що поєднує всі аспекти духовної діяльності та форми суспільної свідомості. Вона пронизує всі прояви духовної культури, проте жоден із них не може повністю її втілити. Ціннісний зміст змінює свою форму, переходячи з однієї сфери в іншу, зосереджуючи увагу суспільства на найбільш актуальних питаннях певного історичного періоду [4, с.66].

Наші свята – Різдво, Великдень, Івана Купала – несуть у собі глибокий духовний зміст та єднання поколінь. Вишиванка, рушник, народні пісні та казки передають мудрість предків, а традиції гостинності та взаємодопомоги роблять нас сильнішими у будь-які часи [1].

Водночас українські традиції гармонійно поєднуються із загальнолюдськими цінностями – правами людини, рівністю, миром, добром. [3]. У сучасному світі важливо не тільки берегти свої звичаї, а й інтегрувати їх у глобальний простір, показуючи світові унікальність і силу української культури. Традиції – це наша історія, а загальнолюдські цінності – наше майбутнє.

Українські традиції відіграють ключову роль у формуванні національної ідентичності, об’єднуючи минуле, сучасне та майбутнє. Вони відображають особливості світогляду, моралі, вірувань і способу життя українців.

Українці здавна зберігали свої звичаї, як зв’язок поколінь, передаючи їх від батьків до дітей. Це стосується як календарних свят, так і повсякденних традицій: родинні свята та обряди – народження дитини, весілля, поминальні традиції; культ предків – повага до старших, збереження сімейних реліквій, шанування історії роду; гостинність – традиція зустрічати гостей хлібом-сіллю, що символізує відкритість і доброзичливість українського народу [2, с. 69].

Завдяки цим традиціям зберігається спадкоємність поколінь, що є важливим чинником національної єдності та ознакою національної ідентичності. Національна ідентичність – це сукупність рис, що визначають самобутність народу: мова, культура, історична пам’ять, традиції. Українські традиції відіграють важливу роль у формуванні та збереженні національної свідомості, адже саме вони передаються з покоління в покоління, формуючи нашу культурну спадщину та єдність [2, с. 70].

Українська культура багата на символи, які мають глибоке історичне, духовне та естетичне значення. Вони передають традиції, вірування та світогляд нашого народу. Символіка українських традицій відображена в орнаментах, святах, обрядах, народному мистецтві та навіть у повсякденному житті. Свята, які відзначають українці, відображають наш світогляд, зв’язок із природою та віру в духовні цінності:

- Різдво – символ єднання родини, збереження духовності та традицій (вертеп, колядки, дідух).
- Великдень – уособлення відродження життя (писанкарство, випікання пасок, благословення в церкві).
- Івана Купала – стародавнє свято єднання з природою, водою та вогнем.

Мова – це головний носій традицій і культури. Вона зберігає у собі прислів’я, приказки, пісні, легенди, які формують світогляд народу. Саме тому збереження української мови є ключовим для підтримки національної ідентичності [2, с. 70]. Українська мова зберегла багато архаїчних слів, народних висловів, прислів’їв та приказок, які формують особливий спосіб мислення народу. Приклади народної мудрості в українській мові: *“Без верби і калини – нема України”* (символіка природи в культурі), *“Хліб – усьому голова”* (шанування праці й достатку), *“Чужому навчайтесь і свого не цурайтесь”* (заклик до збереження культури) [1].

Українські пісні, танці, народне мистецтво відіграють велику роль у збереженні національного духу: козацькі думи та історичні пісні – героїчний епос, що формує національну свідомість, вишиванка – не просто елемент одягу, а національний символ, який виражає культурну спадщину через орнаменти. Українська вишиванка – це не просто елемент одягу, а справжній оберіг. Орнаменти на вишивці мають сакральний зміст.Наприклад, дерево життя – символізує безперервність роду та зв’язок поколінь, ромб із крапкою всередині – знак родючості та достатку, калина – символ незламності, краси й безсмертя українського народу, хрест – захисний знак, що відганяє злі сили. Сьогодні вишиванка стала символом національної єдності та патріотизму. Її носять не лише у свята, а й у повсякденному житті, демонструючи приналежність до української культури.

Народні ремесла – збереження давніх традицій у сучасному мистецтві. Гончарство, різьблення по дереву, вишивка, ткацтво, які не лише зберігають традиції, а й популяризуються у сучасному мистецтві.

Українці активно відроджують традиції, адаптуючи їх до сучасних умов: святкують давні обряди, носять вишиванки, популяризують народну музику та

гастрономію. Важливо не просто зберігати традиції, а й інтегрувати їх у сучасну культуру, щоб вони жили в кожному поколінні.

Популяризація цих елементів допомагає українцям відчувати свою приналежність до спільноти. Сучасний світ вимагає адаптації традицій до нових умов. Сьогодні існує багато ініціатив, спрямованих на популяризацію української культури: проведення етнофестивалів (Країна Мрій, Різдвяний Арсенал, Підкамінь), відродження народних свят у містах, використання народних мотивів у сучасному мистецтві, моді, музиці.

Українські традиції не лише відображають національну самобутність, а й тісно переплітаються із загальнолюдськими цінностями, такими як свобода, гідність, справедливість, взаємоповага та доброта. Вони формують моральні орієнтири та сприяють єдності суспільства [1].

Визначимо загальнолюдські цінності, що відображаються в українських традиціях. Свобода та гідність – козацька демократія, традиція самоуправління, боротьба за незалежність, М**агдебурзьке право в українських містах**, адже ще з XVI століття українці прагнули самоврядування, що є основою демократії.

Сімейні цінності – культ родини, шанування батьків, виховання дітей у любові та повазі. Однією з найважливіших загальнолюдських цінностей є родина. У всіх культурах сімейні зв’язки відіграють ключову роль у вихованні, підтримці та передачі культурної спадщини.

В українській традиції це виражається через повагу до батьків і старших – виховується змалку через традиції, як-от благословення батьків перед важливими подіями (весіллям, подорожжю, працею), традицію збереження сімейних реліквій – вишиті рушники, ікони, старовинні книги передаються як символ спадковості, святкування родинних подій – народження дитини, весілля, поминальні обряди, що підтримують єдність поколінь [1].

Гостинність та взаємодопомога – традиція підтримки ближнього, притаманна українцям віддавна. Жодне суспільство не може існувати без підтримки один одного. В українській культурі ця цінність збереглася у таких традиціях:

- Толока – давній звичай, коли громада разом допомагала комусь збудувати хату, зібрати врожай чи впоратися з бідою.
- Волонтерство та благодійність – нині ця традиція особливо актуальна, адже українці активно допомагають армії, постраждалим від війни та нужденним.
- Святкові обряди щедрування, колядування – не лише розвага, а й спосіб допомогти бідним, адже у давнину колядники отримували гостинці, а частину з них віддавали тим, хто потребує.

Праця завжди була однією з найважливіших чеснот у всіх культурах. В українській традиції це відображено у обрядах, пов’язаних із землеробством (жнива, закликання дощу, обжинкові пісні) – повага до праці та землі, трудовій етиці в ремеслах (гончарство, ткацтво, ковальство) – передача знань від майстрів учням, прислів’ях та приказках: “*Без праці нема дива”, “Робота чоловіка годує, а лінь марнує”* [1].

Поважне ставлення до природи – одна з найважливіших сучасних глобальних цінностей [2]. В українських традиціях це проявляється через: **ш**анування дерев і рослин (калина – символ Батьківщини, дуб – символ сили, верба – оберіг), купальські традиції, обжинки, веснянки – ритуали єднання з природою, **з**аборона нищення природи – у давнину існувало багато повір’їв, що забороняли зривати певні рослини чи нищити ліси [1].

Сучасне українське суспільство повинно ґрунтуватися на цінностях, які об’єднують поліетнічну спільноту. Серед ключових принципів мають домінувати громадянські права та свободи, єдність суспільної позиції щодо стратегічного розвитку держави, толерантність, взаємоповага між усіма соціальними й етнічними групами та рівноправність національностей. Загальний поступ суспільства та його стабільний розвиток можливі лише за умови усвідомлення духовних цінностей як основи національної консолідації, без якої будь-які політичні, економічні чи культурні зміни стають неможливими. Визначення та формування нової системи цінностей є першочерговим завданням держави, яка має зосередитися на розробці гуманітарної політики, формуванні національної ідеології та загальнодержавної ідеї, враховуючи інтереси та потреби всіх соціальних груп [4, с.70].

У сучасних реаліях відбувається адаптація традицій без втрати своєї значущості. Війна та глобалізація призвели до переосмислення традицій, що зміцнює єдність нації, а пріоритет загальнолюдських цінностей допомагає інтегруватися у європейський простір без втрати власної культури.

Таким чином, українські традиції гармонійно поєднуються із загальнолюдськими цінностями, що є потужним чинником формування національної ідентичності, допомагають нам зберігати історичну пам’ять, об’єднувати суспільство та усвідомлювати свою унікальність, формуючи сильне, згуртоване суспільство. Вони є не лише частиною минулого, а й важливим орієнтиром для майбутнього розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Бабенко Н. Українські народні традиції, свята і обряди як прояви сімейної культури URL.: https://idundcz.dsns.gov.ua/upload/6/1/9/4/6/1/G6.

2.Магера С. Українська культура: єдність національних і загальнолюдських пріоритетів. Гуманізація освіти та виховання. Вища освіта України 2019, № 1 URL.: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/.

3.Романюк Н. Загальнолюдські і національні духовні цінності –серцевина освіити і виховання. Медико-біологічні та духовно-психологічні аспекти аварії на ЧАЕС Вісник ДААУ 2001, №1 URL.: http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/.

4.Стасевська О. Система цінностей як основа буття сучасного українського суспільства. Вісник Національного університету “Юридична академія України імені Ярослава Мудрого” 2014. № 1 (20) URL.: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6562/1/Stasevskaya.pdf.

Олеся Кругляк
здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності “Журналістика” факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації Державного податкового університету

УКРАЇНСЬКА КІНЕМАТОГРАФІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

В останні роки українська кінематографія набула значного міжнародного визнання, ставши потужним інструментом культурної дипломатії. Через кіномистецтво Україна не лише демонструє свою культурну ідентичність, але й формує позитивний імідж на світовій арені, протидіючи дезінформації та зміцнюючи міжнародну підтримку. Кінематограф, що поєднує художнє осмислення та документальну точність, є ефективним засобом привернення уваги до війни в Україні. Українські фільми беруть участь у престижних кінофестивалях, здобувають міжнародні нагороди та сприяють розширенню культурного діалогу. Важливим є також зростаючий інтерес до українського кіно серед світових кінокритиків і глядачів. Фільми, що висвітлюють реалії війни, суспільні зміни та історичну пам’ять, слугують не лише засобом культурного вираження, а й платформою для формування міжнародної думки щодо України.

Одним із яскравих прикладів ефективної культурної дипломатії став документальний фільм “20 днів у Маріуполі”, який отримав високі оцінки критиків і нагороди на міжнародних кінофестивалях. Крім того, Україна була в центрі уваги європейських кіноподій, що свідчить про зростаючу зацікавленість світової спільноти українським кіномистецтвом. Такі досягнення не лише популяризують українську культуру, а й сприяють розширенню культурних зв’язків та підтримці України на міжнародному рівні. Зважаючи на ці аспекти, аналіз ролі кінематографії як складової культурної дипломатії є надзвичайно актуальним для розуміння механізмів формування позитивного образу України, зміцнення міжнародної підтримки та забезпечення її інформаційної присутності на глобальній арені.

З метою дослідження ролі української кінематографії у зміцненні культурної дипломатії нами було використано методи контент-аналізу українських фільмів, що здобули міжнародне визнання, та аналізу публікацій про українське кіно в іноземних медіа.

Після початку повномасштабної російсько-української війни у 2022 р. українська кінематографія стала важливим засобом культурної дипломатії. Документальні фільми, такі як “Porcelain War”, номінований на премію “Оскар” у 2025 р., привернули увагу міжнародної спільноти до подій в Україні. Цей фільм, створений режисерами А. Стасенко та С. Леонтьєвим, розповідає про трьох художників з Харкова, які через своє мистецтво протистоять війні [4].

У 2024 році Український інститут організував Міжнародний форум культурної дипломатії, де обговорювалися виклики та можливості для культурної дипломатії в умовах глобальних змін. Цей захід сприяв зміцненню міжнародних культурних зв’язків та популяризації українського кіно за кордоном. Крім того, у 2022 р. Україна стала фокусною країною 29-го кінофестивалю в Паличі, де було представлено шість повнометражних українських стрічок [1]. Це дозволило європейській аудиторії глибше ознайомитися з українською культурою та сучасними реаліями. Документальне кіно також відіграє важливу роль у культурній дипломатії. Фільми, створені у співпраці режисера С. Литвинова та посла І. Осташа, такі як “Григорій Сковорода. Світе, я йду до тебе!” (2022), підсилюють публічну дипломатію України та сприяють формуванню позитивного іміджу країни [3].

Однак, незважаючи на успіхи, українська кіноіндустрія стикається з викликами. У 2023 р. було зафіксовано кризу в Держкіно, що вплинуло на фінансування та підтримку кіновиробництва. Це підкреслює необхідність реформ та стабільної підтримки галузі для забезпечення її подальшого розвитку [2].

Таким чином українська кінематографія є вагомим елементом культурної дипломатії, ефективно представляючи країну на міжнародній арені та формуючи її позитивний імідж. Через фільми, що відображають реалії війни та культурну ідентичність, Україна змогла привернути увагу світової спільноти та зміцнити міжнародну підтримку. Значна кількість українських стрічок, що отримали нагороди на міжнародних фестивалях, підтверджує високу якість національного кінематографу та його значний вплив у сфері культурної дипломатії. Документальні та художні фільми стали інструментами не лише мистецького вираження, а й засобами комунікації зі світовою спільнотою. Вони сприяють формуванню стійкого інтересу до української культури, спростуванню російської пропаганди та посиленню відчуття солідарності з Україною. Незважаючи на значні успіхи, кіногалузь потребує подальшої інституційної підтримки, фінансування та міжнародного співробітництва. Важливо забезпечити сталість розвитку українського кінематографу та його активну присутність на міжнародних майданчиках. Тільки комплексний підхід до підтримки кіноіндустрії дозволить Україні й надалі використовувати кінематограф як потужний інструмент культурної дипломатії.

Використані джерела, зокрема статті та звіти про українську кінематографію та культурну дипломатію, надають цінну інформацію для подальших досліджень у цій сфері. Вони висвітлюють як досягнення, так і проблеми галузі, що дозволяє формувати комплексне розуміння її розвитку та впливу на міжнародне сприйняття України.

Список використаних джерел:

1. Культурна дипломатія України: виклики і здобутки воєнного часу (оглядова довідка за матеріалами преси та інтернету за 2022–2023 рр. ДЗК. 2023. Вип. 11/4. С.1–40.

2. Кушнарьова М. Українська культурна дипломатія під час війни: досвід, проблеми, перспективи. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. Вернадського. 2023. Вип. 67. С. 35–53.

3. Литвинов С. Документалістика як дієвий інструмент культурної дипломатії. Україна дипломатична. 2024. URL.: https://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/75_2023.pdf.

4. In Oscar-Nominated Ukrainian Documentary Porcelain War, Three Artists Cut Through the Noise of War. Time. 2025. URL.: https://time.com/7221637/porcelain-war-ukraine-documentary-oscars/.

Агнесса Пашинська
*кандидат філософських наук, викладач кафедри філософської антропології,
філософії культури та культурології
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ У ЧАСИ ВІЙНИ: СПІВПРАЦЯ ІРПЕНЯ ТА ЛАЧИНА ЯК МОДЕЛЬ МІЖНАРОДНОЇ СОЛІДАРНОСТІ

В Україні активний розвиток культурної дипломатії розпочався у 2015 році, коли при Міністерстві закордонних справ було створено Департамент публічної дипломатії та комунікацій. До його складу “увійшли три відділи: культурної дипломатії, іміджевих проєктів та зв’язків із медіа” [8, с. 170]. У 2017 році було засновано Український інститут. Його місія визначається як “зміцнення міжнародної і внутрішньої суб’єктності України засобами культурної дипломатії” [9].

Сьогодні локальні ініціативи відіграють дедалі більшу роль у культурній дипломатії. Важливим її напрямом є міжмуніципальна співпраця, яка дозволяє будувати довготривалі зв’язки між громадами та сприяє міжнародному діалогу на рівні місцевих ініціатив. Одним із яскравих прикладів такої взаємодії стало підписання у 2024 році Меморандуму про партнерство між Ірпенем (Україна) та Лачином (Азербайджан) [2].

Документ охоплює широкий спектр напрямів співпраці, серед яких збереження культурної спадщини, освіта, екологічні ініціативи, соціальна підтримка, енергоефективність, озеленення, управління відходами, молодіжні програми та спорт. Окрему увагу приділено гуманітарним проєктам: зокрема, заплановано, що у 2025 році 30 дітей загиблих українських військових з Ірпеня відвідають Лачин для оздоровлення.

Також у рамках ініціативи першої леді України Олени Зеленської “Українська книжкова поличка” в Лачині створено окремий розділ з українською літературою, який включає збірку творів дітей Ірпеня “Ірпінь мій дім” [2]. Такі проєкти не лише сприяють поширенню української культури, а й створюють умови для глибшого розуміння між народами.

Культурний обмін між Ірпенем та Азербайджаном не обмежується лише офіційними документами, а знаходить своє втілення у спільних культурних заходах, що демонструють взаємний інтерес громад до культури одне одного. Ще до підписання меморандуму в Ірпені активно цікавилися азербайджанською культурою.

У 2021 р. Ірпінська молодіжна громадська рада та представники азербайджанської делегації, до складу якої входили активісти молодіжного руху “Молоді реформатори”, підписали меморандум про співпрацю. Документ передбачає реалізацію спільних освітніх, культурних і молодіжних ініціатив,

що сприятиме обміну досвідом та розширенню міжнародних контактів серед молоді [4].

У 2024 року в Ірпені відбувся День культури Азербайджану, під час якого мешканці міста послухали народну музику та відвідали майстеркласи з живопису, ознайомились з культурними і кулінарними традиціями цієї країни [10]. Делегація парламенту Азербайджану відвідала Ірпінь, оглянувши культурні об’єкти міста, серед яких парк Дружби імені Заріфи Алієвої та ліцей “Лінгвіст”, що також носить її ім’я. Також в Ірпені провели пам’ятний захід, присвячений 39-й річниці смерті Заріфи Алієвої – видатної азербайджанської вченої-офтальмолога та матері чинного президента Азербайджану Ільхама Алієва [3].

Ірпінь не лише презентує власну культуру, а й виявляє інтерес до культурної спадщини Азербайджану, що сприяє посиленню взаємної солідарності між країнами. Такий підхід демонструє ефективність культурної дипломатії, яка ґрунтується на двосторонньому інтересі та історичному діалозі. Досвід Ірпеня показує, що зацікавленість культурою партнера сприяє глибшій міжнародній співпраці та зміцненню підтримки України з боку Азербайджану.

Один із прикладів такої підтримки – відновлення Ірпінського ліцею “Лінгвіст” імені Заріфи Алієвої. Завдяки фінансовій підтримці уряду Азербайджану та компанії “Сокар” ліцей, що був пошкоджений під час бойових дій у 2022 році, повністю відновлений і став символом глибокого культурного зв’язку між двома країнами [2].

Окрім цього, продовжується капітальний ремонт Ірпінської міської лікарні, а також заплановані подальші відновлювальні роботи у місті. Важливо, що допомога Азербайджану не обмежується відбудовою окремих об’єктів, а є частиною довгострокового партнерства, що включає спільні освітні, культурні та соціальні ініціативи.

Партнерство між Ірпенем та Лачином – не випадковий вибір, а свідомий стратегічний крок у рамках української культурної дипломатії. Обидва міста символізують процес відбудови після руйнувань, мають спільний історичний досвід боротьби за суверенітет, вимушеного переселення та повернення до мирного життя. Такий підхід сприяє не лише міжнародному культурному обміну, а й формуванню довгострокових відносин, заснованих на взаємній підтримці та солідарності.

Ірпінь – місто, яке стало символом українського спротиву під час російського вторгнення у 2022 році. Запеклі бої завдали значних втрат: загинули до 300 цивільних і 50 українських військових, а 70% міської інфраструктури було знищено, включно з житловими будинками, лікарнями, школами та культурними об’єктами.

Після звільнення міста 28 березня 2022 року розпочалося активне відновлення: за підтримки міжнародних партнерів відбудовано понад 300 багатоповерхівок і 120 приватних будинків, триває реконструкція лікарень,

шкіл та культурних пам’яток. Станом на 2024 рік населення Ірпеня становить 65 167 осіб, а загальна кількість мешканців територіальної громади – 95 599 осіб [5].

Лачин, як і Ірпінь, пройшов шлях руйнувань та відновлення. Це стратегічне місто, яке у 1992 році було окуповане вірменськими збройними силами. Внаслідок окупації понад 300 військових і цивільних загинули або зникли безвісти, а місцева культурна спадщина зазнала значних втрат – зруйновано 54 пам’ятки світового значення та понад 200 історичних об’єктів [7].

Після повернення Лачина під контроль Азербайджану у 2020 році в місті розпочалося масштабне відновлення: будується сучасна інфраструктура, розвивається культурне середовище, реалізуються великі урядові проєкти. Станом на 2024 рік населення району становить 75,6 тисяч осіб [11].

Ірпінь та Лачин поєднує не лише подібний військовий досвід, а й спільні виклики у процесі післявоєнної реінтеграції. Вони стали ключовими містами у своїх країнах, які демонструють здатність до відновлення та міжнародної співпраці. Вибір Лачина як міста-побратима для Ірпеня свідчить про стратегічний підхід України до розбудови культурної дипломатії. Це не просто символічний акт, а частина ширшої стратегії, спрямованої на формування міжнародної підтримки через спільний досвід.

“Культурна дипломатія” визначається як процес обміну інформацією, ідеями, мистецтвом, стилем життя, традиціями та віруваннями з метою досягнення кращого взаєморозуміння між представниками різних країн [1, с. 1049]. Українська культурна дипломатія зосереджується на оптимізації розуміння України та українців, позитивному сприйнятті їх у світовій спільноті, розвитку міжнародних культурних відносин та утвердженні позитивного міжнародного іміджу України [6].

Однак традиційний підхід часто є одностороннім, орієнтованим на презентацію власної культури, що обмежує потенціал міжнародної солідарності. Партнерство Ірпеня та Лачина демонструє ефективність іншої моделі – взаємного діалогу. Взаємна зацікавленість історією та культурою одне одного сприяє не лише розширенню міжнародного співробітництва, а й залученню уваги до актуальних викликів обох країн.

Список використаних джерел:

1. Антонова Л., Шевченко Л. Місце та роль культурної дипломатії у процесі консолідації іміджу країни на міжнародній арені Public Administration and Regional Development. 2023. №22. С. 1043–1062. DOI: https://doi.org/10.34132/pard2023.22.07.

2. Баранівська Т. Ірпінь та азербайджанське місто Лачин підписали меморандум про співпрацю. Суспільне Київ. URL.:

https://suspilne.media/kyiv/847981-irpin-ta-azerbajdzanske-misto-lacin-pidpisali-memorandum-pro-spivpracu/ (Дата звернення: 19.02.2025 р.)

3. Гусейнлі Е. В Ірпені відбувся пам’ятний захід до річниці смерті академіка Заріфи Алієвої. URL.: https://kiev.mfa.gov.az/ua/news /3436/v-irpeni-vidbuvsya-pamyatniy-zakhid-do-richnitsi-smerti-akademika-zarifi-alievoi (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

4. Делегація з Азербайджану підписала меморандум про співпрацю з Ірпінською молодіжною громадською радою. URL.: https://www.04597.com.ua/news/3235867/delegacia-z-azerbajdzanu-pidpisala-memorandum-pro-spivpracu-z-irpinskou-molodiznou-gromadskou-radou (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

5. Ірпінська міська рада. Офіційний сайт. URL.: https://imr.gov.ua/misto-irpin/ (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

6. Коржук І. Зміни аксіологічного змісту культурної дипломатії України в період 2014–2021 років. Альманах НПУ. 2024. №4. С. 343–348. DOI: https://doi.org/10.31392/cult.alm.2024.4.41.

7. Симоненко С. “Дорога Перемоги”: досвід Азербайджану у відновленні Карабаху після 30-річної окупації може стати прикладом для України. Факти. 2023. URL.: https://fakty.ua/425256-doroga- pobedy-opyt-azerbajdzhana-v-vosstanovlenii-karabaha-posle-30-letnej-okkupacii-mozhet-stat-primerom-dlya-ukrainy (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

8. Терещук В. Публічна дипломатія України: інституційні та програмні аспекти. Politicus: науковий журнал. 2016. №2. С. 168–171. URL.: http://politicus.od.ua/2_2016/37.pdf (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

9. Український інститут. Офіційний сайт. URL.: https://ui.org.ua (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

10. Швець І. В Ірпені відзначили День культури Азербайджану. Інформатор. 2024. URL.: https://big.informator.ua/uk/ 2024/04/29/v-irpeni-vidznachyly-den-kultury-azerbajdzhanu/ (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

11. Azərbaycan Respublikası Laçın Rayon İcra Hakimiyyəti. Əhalisi. URL.: http://lachin-ih.gov.az/az/ehalisi.html (Дата звернення: 19.02.2025 р.).

Єлизавета Петрова
здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності “Журналістика” факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації Державного податкового університету

РОЛЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ

В останні десятиліття українська література стала важливим інструментом культурної дипломатії, відіграючи значну роль у формуванні міжнародного іміджу країни. Через художні та документальні твори Україна демонструє свою культурну самобутність, історичну спадщину та актуальні виклики сучасності. Українські автори активно залучаються до міжнародних літературних процесів, беруть участь у книжкових ярмарках, фестивалях, отримують престижні премії та сприяють зміцненню культурних зв’язків. Значна увага світової спільноти до української літератури після 2022 р. свідчить про її потужний вплив на формування сприйняття України за кордоном.

Метою цього дослідження є аналіз ролі сучасної української літератури у формуванні позитивного іміджу України на міжнародній арені, зокрема через її взаємодію з іноземними читачами, видавцями та літературними критиками. Для проведення дослідження було використано контент-аналіз творів сучасних українських письменників, що здобули міжнародне визнання, аналіз відгуків у міжнародній пресі та дослідження участі України в міжнародних літературних заходах.

Після початку повномасштабної війни у 2022 р. українська література набула особливої значущості як інструмент формування міжнародного іміджу країни. Художні твори, що розповідають про війну, історичні події та національну ідентичність, стали популярними серед іноземних читачів, а їхні автори отримали визнання на світовій літературній арені. Такі письменники, як А. Курков, С. Жадан, О. Забужко, стали голосами України у світі, а їхні книги перекладаються десятками мов. Наприклад, роман Сергія Жадана “Інтернат” після перекладу англійською мовою отримав схвальні відгуки західних критиків, що сприяло поширенню розуміння українських реалій серед міжнародної аудиторії [1].

Особливе місце у процесі популяризації української літератури займають міжнародні книжкові форуми, зокрема Франкфуртський та Лондонський книжкові ярмарки, де Україна представлена національними стендами. У 2023 р. українські письменники взяли активну участь у Венеційському бієнале літератури, де презентували твори, присвячені війні та проблемам ідентичності. Також важливим фактором є підтримка перекладів українських книг, зокрема через програми Українського інституту книги, що дозволяє популяризувати літературу за кордоном та інтегрувати українських авторів у світовий літературний процес [1].

Серед знакових подій 2023-2024 р. можна відзначити номінацію роману А. Куркова на Міжнародну Букерівську премію, що підкреслило високу художню цінність української прози. Крім того, збірка поезій С. Жадана здобула одну з престижних європейських літературних нагород, що ще раз засвідчило високий рівень української літератури та її значущість у світовому контексті.

Однак, незважаючи на досягнення, українська літературна сфера стикається з викликами. Одним із основних є недостатнє фінансування перекладів, що обмежує доступність українських книг для іноземних читачів. Важливим напрямом роботи є розширення міжнародної співпраці між українськими та іноземними видавцями, підтримка молодих авторів та розвиток нових платформ для просування української літератури [3].

Таким чином, українська література відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу країни на міжнародній арені. Через твори, що відображають історичні події, воєнні реалії та суспільні трансформації, Україна постає перед світом як держава з глибокими культурними традиціями, високим інтелектуальним потенціалом і стійкістю перед викликами. Література не лише збагачує культурний дискурс, а й сприяє посиленню міжнародної підтримки України, що особливо важливо в умовах сучасних геополітичних реалій. Зростаюча популярність українських письменників та їхніх творів за кордоном підтверджує важливість літератури як потужного інструменту культурної дипломатії. Водночас розвиток галузі потребує подальшої підтримки, зокрема сприяння перекладам українських книг іноземними мовами, популяризації українських авторів у світі та розширення співпраці з міжнародними видавничими платформами. Лише за умов системної роботи та стратегічного підходу українська література зможе й надалі залишатися важливим чинником формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Використані джерела, зокрема літературознавчі дослідження, аналітичні матеріали про українську літературу та звіти про міжнародні книжкові форуми, надають важливу інформацію для подальших досліджень у цій сфері. Вони дозволяють оцінити тенденції розвитку літературного процесу та ефективність використання літератури як інструменту культурної дипломатії.

Список використаних джерел:

1. Дольник І. Вплив перекладів сучасної української літератури на міжнародний імідж України (на прикладі “The Orphanage” Сергія Жадана). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2023. № 64. С.242–245.

2. Руднєв А., Мальована Ю. Культурна дипломатія як інструмент формування іміджу країни. Регіональні студії. 2024. №37. С. 63–67.

3. Український інститут та Міністерство закордонних справ України провели серію дискусій про культурну дипломатію України. Ukrainian Institute. 2024. URL.: https://ui.org.ua/sectors/ukrayinskyj-instytut-ta-ministerstvo-zakordonnyh-sprav-ukrayiny-provely-seriyu-dyskusij-pro-kulturnu-dyplomatiyu-ukrayiny.

Олексій Проневич
доктор юридичних наук, професор, професор кафедри службового та медичного права Навчально-наукового інституту права Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ДОКТРИНАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ВИМІР

Демократична держава прагне рівноправного взаємовигідного співробітництва з усіма заінтересованими партнерами з метою зміцнення міжнародного авторитету, забезпечення сталого економічного розвитку, підвищення добробуту народу, нейтралізації реальних і потенційних загроз для охоронюваного загального блага, захисту суверенітету, територіальної цілісності та непорушності кордонів.

Аксіоматично, що забезпечення інформаційного суверенітету держави є екзистенційним публічно-владним імперативом. Згідно зі статтею Закону України “Про інформацію” до стратегічних напрямів державної інформаційної політики серед іншого віднесено забезпечення інформаційної безпеки України, сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входження України до світового інформаційного простору [1]. Упродовж останнього часу вітчизняні адміністративні органи приділяють особливу увагу забезпеченню проактивного реагування на інформаційні виклики і загрози, перманентному пошуку ефективних інструментів забезпечення легальних публічних інтересів та досягнення задекларованих цілей в інформаційній сфері. Природно, що в умовах триваючого неспровокованого повномасштабного збройного вторгнення Російської Федерації особливе значення для забезпечення інформаційної стійкості суспільства, нейтралізації інформаційної агресії, у першу чергу ворожих спеціальних інформаційно-психологічних операцій, та просування проукраїнських гранд-наративів/стратегічних метанаративів має використання позитивного потенціалу стратегічних комунікації як невід’ємного компоненту кризового публічного адміністрування. Стратегічні комунікації реалізуються у контексті інтегрованого використання широкого спектру комунікативних інструментів. У Стратегії інформаційної безпеки, затвердженій указом Президента України від 28 грудня 2021 року № 685/2021, стратегічні комунікації тлумачаться як скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв’язків із громадськістю, військових зв’язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави [2].

Публічна дипломатія є компонентом стратегічної комунікації, елементом політики “м’якої сили”, сукупністю технологій та інструментів зовнішньої політики, “інструментом комунікативного впливу урядових та неурядових акторів на іноземну аудиторію”, системою комунікаційних заходів,

спрямованих на налагодження міжкультурного діалогу, встановлення міжособистісних контактів, формування позиції цільової аудиторії, зміцнення партнерської взаємодії з представниками окремих соціальних страт та/або інститутів громадянського суспільства (бізнес-асоціацій, неурядових організацій, навчальних та дослідницьких центрів, лідерів громадської думки тощо). У широкому сенсі публічна дипломатія тлумачиться як здійснення комунікації національної адміністрації з іноземною аудиторією з метою донесення ідей, ідеалів та цінностей, інформування про особливості інституцій та культури, а також національні цілі та поточну політику держави [3]. Фахівці наголошують, що публічна дипломатія охоплює “транснаціональний потік ідей та інформації” поза межами традиційної дипломатії.

Публічна дипломатія здійснюється у контексті забезпечення національних інтересів України, що охоплюють життєво важливі інтереси людини, суспільства і держави, реалізація яких забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності і добробут її громадян [4].

Суб’єкти публічної дипломатії мають враховувати стрижневі положення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі, затвердженої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 року № 739-р. У цьому документі було виокремлено такі стратегічні комунікаційні цілі: популяризація України у світових інформаційних ресурсах та національних інформаційних ресурсах іноземних держав, спрямована на захист її політичних, економічних та соціально-культурних інтересів, зміцнення її національної безпеки і відновлення територіальної цілісності; формування позитивного іміджу України шляхом висвітлення об’єктивної інформації про конкурентні переваги, сильні сторони, вагомі досягнення нашої держави на світовій арені, широкі перспективи співпраці міжнародної спільноти з Україною; забезпечення на міжвідомчому рівні постійної оперативної та скоординованої діяльності з підготовки і поширення у світовому інформаційному просторі правдивої та об’єктивної інформації про Україну, зокрема окремі її регіони, а також підвищення туристичної та інвестиційної привабливості України [5].

Публічна дипломатія поділяється на культурну, експертну, економічну, науково-освітню, кулінарну, спортивну, цифрову. Культурна дипломатія передбачає інтеграцію України у “світовий культурний контекст”, ствердження принципів відкритого суспільства, формування “позитивного інформаційного фону”, викорінення культурних стереотипів/спростування міфів, створення “простору розуміння і довіри” за допомогою унікальної “мови мистецтва”, здійснення “точкової мистецької інтервенції”, популяризацію української мови та реалізацію програм перекладів української літератури, налагодження активного міжнародного обміну різними компонентами культури (“культурний експорт”), реалізацію спільних культурно-мистецьких та медійних проєктів.

Безумовним сучасним пріоритетом культурної та експертної дипломатії є інформування зарубіжного політикуму, публічних службовців, експертів та науковців з широкого спектру проблем протидії російській агресії (порушення прав людини, деокупації територій, протидії дезінформації тощо). Економічна дипломатія передбачає інформування потенційних зарубіжних партнерів про інвестиційний та експортний потенціал України, туристичні ресурси та інфраструктуру. Кулінарна дипломатія передбачає промоцію національної кухні, кулінарного мистецтва та місцевих продуктів харчування. Важливим напрямом кулінарної дипломатії є адвокація внесення українських страв до нематеріальної спадщини ЮНЕСКО (принагідно зауважимо, що за зверненням Міністерства культури та інформаційної політики України на 5-му позачерговому засіданні Міжурядового комітету з охорони нематеріальної культурної спадщини від 1 липня 2022 року елемент “Культура приготування українського борщу” було внесено до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що потребує негайної охорони [6]). Науково-освітня дипломатія полягає у просуванні вітчизняного освітнього потенціалу, популяризації науково-технічних досягнень, налагодженні науково-освітнього обміну, сприянні реалізації міжнародних науково-дослідницьких проєктів. Спортивна дипломатія передбачає організацію та проведення міжнародних спортивних заходів, активну участь у міжнародних спортивних асоціаціях, популяризацію здорового способу життя тощо. Потужний потенціал цифрової дипломатії полягає у системному використанні міжнародних цифрових платформ/соціальних мереж для просування проукраїнських наративів, активному використанні широкого спектру цифрових інструментів інформаційно-комунікаційній діяльності [7, с. 10–15].

Резюмуючи, зазначимо, що стратегічні комунікації є апробованим засобом забезпечення інформаційного суверенітету, нейтралізації інформаційної агресії та просування проукраїнських гранд-наративів. Важливим компонентом стратегічних комунікацій є публічна дипломатія, що полягає у здійсненні системної комунікації з іноземною аудиторією з метою об’єктивного інформування про поточну державну політику, досягнення у різних сферах суспільних відносин, існуючий позитивний потенціал. Особливе значення має культурна дипломатія як вид публічної дипломатії, детермінований прагненням інтегрувати Україну у світовий культурний контекст, налагодити “культурний експорт”, популяризувати українську мову. Ефективність публічної дипломатії залежить від чіткості артикуляції комунікаційно-правової доктрини публічної дипломатії, консолідації зусиль уповноважених адміністративних органів та інститутів громадянського суспільства.

Список використаних джерел:

1. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text.

2. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року “Про Стратегію інформаційної безпеки”: указ Президента України від 28 грудня 2021 року № 685/2021. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021/ed20211228#n29.

3. Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України: наказ Міністерства оборони України від 22 листопада 2017 року № 612. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17#Text.

4. Про національну безпеки України: Закон України від 21 червня 2018 року № 2469-VIII. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text.

5. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі: розпорядження Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 року № 739-р. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80#Text.

6. ЮНЕСКО внесла борщ до Списку нематеріальної культурної спадщини. Сайт “Радіо Свобода”. 1 липня 2022 року. URL.: https://www.radiosvoboda.org/a/news-iunesko-borshch-kulturna-spadshchyna/31924622.html.

7. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України (2021-2025). К., 2021. 17 с. URL.: https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf.

Анотація

У дослідженні здійснена спроба осмислення доктринально-правових засад публічної дипломатії як елемента стратегічних комунікацій. Встановлено, що стратегічні комунікації є апробованим засобом забезпечення інформаційного суверенітету, нейтралізації інформаційної агресії та просування проукраїнських гранд-наративів. Важливим компонентом стратегічних комунікацій є публічна дипломатія, що полягає у здійсненні системної комунікації з іноземною аудиторією об’єктивного інформування про поточну державну політику, досягнення у різних сферах суспільних відносин, існуючий позитивний потенціал. Особливе значення має культурна дипломатія як особливий вид публічної дипломатії, детермінований прагненням інтегрувати Україну у світовий культурний контекст, налагодити “культурний експорт”, популяризувати українську мову. Ефективність публічної дипломатії залежить від чіткості артикуляції комунікаційно-правової доктрини публічної дипломатії, консолідації зусиль уповноважених адміністративних органів та інститутів громадянського суспільства.

Ключові слова: *інформаційний суверенітет держави, стратегічні комунікації, просування інтересів України, публічна дипломатія, культурна дипломатія, гранд-наративи*

Summary

The study attempts to understand the doctrinal and legal principles of public diplomacy as an element of strategic communications. It has been established that strategic communications are a proven means of ensuring information sovereignty, neutralizing information aggression, and promoting pro-Ukrainian grand narratives. An important component of strategic communications is public diplomacy, which consists in carrying out systematic communication with a foreign audience of objective information about current state policy, achievements in various spheres of public relations, and existing positive potential. Cultural diplomacy is of particular importance as a special type of public diplomacy, determined by the desire to integrate Ukraine into the world cultural context, establish “cultural export” and popularize the Ukrainian language. The effectiveness of public diplomacy depends on the clarity of articulation of the communication and legal doctrine of public diplomacy, the consolidation of the efforts of authorized administrative bodies and civil society institutions.

Keywords*: information sovereignty of the state, strategic communications, promotion of Ukraine’s interests, public diplomacy, cultural diplomacy, grand narratives*

Тетяна Семашко
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та мовної комунікації
Національного університету біоресурсів і природокористування України

СВІТОГЛЯДНІ ІМПЕРАТИВИ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ

У процесі пізнання дійсності відбувається безперервний плин і результат сприйняття індивідом як явищ навколишнього світу, так і себе у ньому. У підсумку ми маємо своєрідний, досить складний мовно-ментальний простір не лише як спосіб категоризації й об’єктивації дійсності, а й як певну насаджену людині систему орієнтирів – стереотипів, крізь призму яких вона починає бачити та сприймати навколишній світ [5, с. 12]. Особлива увага дослідників сьогодні скерована на соціальні стереотипи, спроєктовані на групову належність до тієї сфери людського буття, відносно якої вони утворюються. Соціальні стереотипи потрактовуємо як стійке емоційно-образне оцінне уявлення, один із поширених та ефективних маніпулятивних засобів впливу на соціум, трансформації соціальних ідентичностей, поширення міжособистісних, міжгрупових й інших форм творення ілюзорного світу. В умовах конфліктогенності комунікативного середовища, в якому перебуває сучасний носій української мови через війну, розв’язану Росією на території України, вивчення останніх є особливо актуальним.

Виникнення певних стереотипів продукують відмінності способів відображення дійсності в різних культурах, обумовлені багатьма факторами, які сукупно формують умови, визначають їх потреби та цілі. Проте, не всі поняття можуть бути основою творення стереотипів, а тільки ті з них, які є соціально значущими для носія мови. “В основі переконань і цінностей досить часто лежать стереотипи, підтверджені або не підтверджені власним досвідом, але сформовані завдяки суспільній думці, детерміновані певною культурою, яка передбачає їх розвиток і накладає на них свій особливий відбиток” [4, с. 26].

Репрезентуючи схематичний образ-уявлення, стереотипи поєднують як вербальні, так і невербальні коди. “Індивідуальне мовлення, на основі якого розвиваються ментальні лексикони індивіда, є не просто системою формальних знаків для взаємодії, спілкування й комунікації: воно одночасно представляє вербальний інтелект носія мови, його систему світоглядних цінностей, емоційно-оцінну палітру реагування; є представником його психіки, досвіду, ерудиції, семантичної пам’яті, здатності до якісного відтворення її вібраційно-смислового змісту [1, с. 59].

Нагромаджуючи інформацію про власний або чужий народ, соціальні стереотипи суміщують у своїй структурі різні компоненти: 1) когнітивний (пізнавальний), що є констатацією особливостей етнічної групи; 2) емотивний, що відображає ставлення до цих особливостей і зумовлює їхню оцінку, адже

все, що оточує людину, мимоволі порівнюється з її внутрішніми ідеалами; 3) конативний (поведінковий), який виступає елементом формування певного типу поведінки щодо цієї етнічної групи [3, с. 226–233]. Останні доповнюємо пізнавальним і оцінним компонентами, оскільки, як на нас, навіть простий опис якихось рис містить певний оцінний елемент (аксіологічно позитивно/негативно марковані стереотипи), що залежить від ставлення до його носія: ощадливість одного народу може стати скупістю в іншого, обережність – боягузтвом, хоробрість – фанатизмом, настирливість – упертістю.

Попри те, що соціальні стереотипи виконують позитивну роль: відображають особливості сприйняття і полегшують процес пізнання дійсності індивідами, ця дійсність здебільшого не є об’єктивною, а інформація, на якій будується той чи інший стереотип спочатку недостатньо відображає дійсність [4, с. 28] Саме тому правомірною видається думка, що стереотип може надавати людині недостовірну інформацію, що своєю чергою, продукує певне ставлення, чи модель поведінки, яка уже первісно може бути помилковою. Більше того, хибні стереотипи не тільки не допомагають визначити правильні життєві орієнтири, а й налаштовують на вороже сприйняття інших у контексті їхньої раси, національності, культури, способу життя, зовнішності. До прикладу, ми – українці – скажемо про себе, що ми працьовиті, наполегливі, вольові, старанні, життєрадісні, маємо традиції й пишаємося ними, але, на превеликий жаль, так нас не сприймають у світі. Зупинимося далі на деяких стереотипах про українців, що побутують в Європі.

Стереотип 1. Кращі друзі українців – це сало та борщ. Про українців у Європі побутує стереотип, що українські їдять тільки сало та борщ. Беззаперечно, ці страви належать до нашої національної кухні, але нас беруть сумніви, що кожен із нас їсть їх щодня.

Стереотип 2. Українці – п’яниці. Побутує стереотип, що українці багато вживають алкогольних напоїв. Почасти його виникнення вмотивоване сусідством із питущим народом (москалями), почасти нашою відкритістю та гостинністю, любов’ю до задушевних розмов за дружнім столом. Але це не означає, що ми алкоголіки.

Стереотип 3. Похилі українські жінки – забобонні. Українська бабуся є повсюдним образом у західній культурі. Така собі маленька, з яскравою хусткою на голові, яка завжди готова побазікати, а ще – завжди готова гостинно вас зустріти з накритим домашньою стравою столом. Бабусині забобони – це звички, яким вони навчають молодше покоління: сісти на доріжку, щоб забезпечити щасливу дорогу; постукати по дереву, аби нічого поганого не трапилось; плюнути через плече, щоб сказане не збулося та ін., які мають глибоке історичне коріння. Ми не будемо це ані підтверджувати, ані спростовувати і за кожним залишаємо право вірити в такі упередження, чи ні.

Стереотип 4. Населення України до сьогодні продовжує отримувати шалені дози чорнобильської радіації. Чого тільки вартують міфи про

Чорнобиль, які активно слугують американському кінематографу. У зоні відчуження ніколи не світить сонце (яке може бути сонце, коли все спалено радіацією), ходити там можна тільки в спеціальних захисних скафандрах, це місце вбивств, де облаштувалися прибульці тощо. Так, після жахливої трагедії, яка сталася 39 років тому, про Україну дізнався увесь світ, але ж наслідки Чорнобильської катастрофи мінімізовані і немає жодних підстав для побутування такого стереотипу.

Стереотип 5. Біженці з України – неосвічені, нахабні та ледачі. Цей стереотип активно просуває Росія, використовуючи пропаганду не тільки на полі бою. Наведений стереотип покликаний принизити та дискредитувати українців у країнах ЄС. Водночас ми знаємо, як вміло країна-агресор спотворює факти та грає зі свідомістю людей, а тому їх намагання розсварити самих українців та викликати неприязливе ставлення європейців до громадян України подекуди має успіх.

Війна, розв’язана нашим східним сусідом на території України, спонукала українців, переважно жінок, убезпечити своїх дітей. Вони були змушені в Україні залишити своє житло, роботу в пошуку тимчасового захисту. Отже, за кордон поїхали активні та освічені жінки, які звикли давати собі раду, мали роботу чи власний бізнес. Перша леді України Олена Зеленська в інтерв’ю журналу ELLE Poland, зауважила, що більшість українських жінок має вищу освіту; 80% наших учителів і медиків – саме жінки; майже 50% наших підприємців – жінки [6]. Для таких активних жінок-українок бути біженками без дому та майна – незвично, відтак, більшість громадян України за кордоном активно шукали роботу, а не чекали соціальних виплат. Заразом, українці дуже мобільні на ринку праці, вони схильні змінювати роботодавця у пошуках кращої роботи, умов праці, відповідності навичкам і фаху. Більш того, вони не тільки інтегрувалися в нових умовах, а працюючи, допомагають Батьківщині, що воює. Крім того, українці за кордоном організовують культурні заходи, демонструючи світові українське мистецтво, кухню та інші здобутки, і тим самим, є своєрідними “амбасадорами” України. Завдяки цьому світ починає відкривати для себе Україну.

Зауважимо, що такі стереотипи є ненауковими та нічим не підтвердженими, останніми маніпулює російська пропаганда, розпалюючи ворожнечу і намагаючись налаштувати місцеве суспільство проти українців. Відтак, виїзд мільйонів українців за кордон через російську агресію дав можливість світові подивитися на Україну та українців новим поглядом, а для українців – розвінчати міфи про себе у світі, а також про закордоння для себе.

Проте не варто думати, що вплив стереотипів на індивіда, може бути виключно негативним. Стереотипи є засобом організації та накопичення колективного досвіду; допомагають орієнтуватися в навколишньому світі; звільняють від прийняття особистісних рішень у типових ситуаціях; ідентифікують соціум за груповою приналежністю, формуючи

уявлення про “свою” етнічну групу, і закріплюючи схематизовані риси “своїх”, які виконують об’єднувальну й ідентифікувальну функції. Відтак, аспектною є думка про “інтеріоризацію людиною різних компонентів своєї ідентичності під час програвання своїх соціальних ролей у різних групах. Відтворення комунікативною роллю соціальної ролі відбувається як складник процесу іконічного віддзеркалення структурами мовленнєвого обміну структур соціального порядку” [2, с. 7].

Отже, соціальні стереотипи в умовах конфліктогенності комунікативного середовища відіграють життєво необхідну для соціуму функцію людської свідомості – систематизують засвоєні знань, з метою надати сприйнятому світові упорядкованого характеру. Оскільки людина не здатна щоразу ретельно обмірковувати та зважувати свої рішення чи вчинки, суспільство ніколи не зможе позбутися стереотипів. Проте, негативний вплив останніх можна послаблювати засвоюваними знаннями та набутим досвідом. Протиотрутою створення і поширення стереотипів є ті ж інструменти, що і робота з пропагандою і фейками – критичне мислення та інформаційна гігієна.

Список використаних джерел:

1. Грукач В., Ткаченко О., Соловйова Т. Стимул “Україна” й асоціативно-смислове поле ментальних лексиконів студентів. Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолингвистика: зб. наук. праць. Серія: Філологія. Переяслав-Хмельницький: ФОП Домбровська Я.М. 2019. Вип. 26(2). С. 46–69. doi: 10.31470/2309-1797-2019-26-2-46-69.

2. Жихарєва О. Ідентичність як категорія сучасної лінгвістичної і міждисциплінарної парадигми. Міжнародний філологічний часопис. Vol. 11. № 1, 2020. С. 23–29. URL.: https://doi.org/10.31548/philolog2020.01.023.

3. Мартінек С. Ідеали та стереотипи як складові концептів культури. Мова і культура. Київ, 2002. Вип. 5. Т. 1. С. 226–233.

4. Семашко Т. До питання щодо істинності /хибності соціальних стереотипів крізь призму індивіда та суспільства Міжнародний філологічний часопис. Київ/ МІЛЕНІУМ/ 2023. Том 14, №1. С. 25–34/

5. Семашко Т. Мовні стереотипи із сенсорним компонентом в українській лінгвокультурі: монографія. Київ. АртЕкономі. 2016. 479 с.

6. Руйнування певних стереотипів щодо українських жінок також можна вважати частиною перемоги у війні. Олена Зеленська. URL.: https://vin.gov.ua/news/ostanni-novyny/46718-ruinuvannia-pevnykh-stereotypiv-shchodo-ukrainskykh-zhinok-takozh-mozhna-vvazhaty-chastynoiu-peremohy-u-viini-pro-tse-skazala-persha-ledi-ukrainy-olena-zelenska-v-interviu-zhurnalu-elle-poland-iakyi-vydaietsia-u-yevropi-z-1945-roku.

Тетяна Сергієнко
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри бізнесу та управління
Національного університету “Запорізька політехніка”

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Актуальність вивчення міжкультурної комунікативної компетентності в сучасному глобалізованому світі обумовлена кількома факторами. З ростом міжнародної взаємодії та інтеграції, культурна різноманітність стає невід’ємною частиною повсякденного життя. Вміння ефективно спілкуватися з людьми з різних культур є ключовим для успішного ведення бізнесу, навчання та соціальних взаємодій.

Міжкультурна комунікативна компетентність забезпечує здатність розуміти та поважати культурні відмінності, що сприяє зміцненню співпраці і зменшенню конфліктів. У сучасному світі, де глобальні виклики вимагають колективних зусиль, така компетентність є особливо важливою для досягнення спільних цілей.

В умовах технологічних інновацій та цифровізації, міжкультурна комунікація стає ще більш актуальною. Інтернет та соціальні мережі відкривають нові можливості для міжкультурних обмінів, проте також створюють нові виклики. Розуміння міжкультурних нюансів допомагає уникати непорозумінь та формувати позитивний імідж в міжнародному середовищі. Таким чином, вивчення міжкультурної комунікативної компетентності є важливим аспектом освіти і професійної підготовки в умовах глобалізації.

Дослідження в галузі міжкультурної комунікації активно проводяться як зарубіжними, так і українськими науковцями. Серед них особливо варто відзначити роботи З. Гасанова, В. Заслуженюк, С. Кучеряна, В. Мірошниченка, О. Жорнової, С. Нієто, Т. Рюлькера та інших. Ці дослідження підкреслюють важливість міжкультурної комунікації для розвитку критичного мислення, толерантності та здатності до адаптації в умовах постійних змін.

В Україні концепт “міжкультурна комунікація” перебуває на етапі становлення, проте різноманітні трактування цієї проблематики вже представлені в працях таких науковців, як В. Андрущенко, Л. Губерський, В. Євтух, А. Єрмоленко, Г. Касьянов, Л. Нагорна. Акцент на міжкультурну комунікацію в освітньому процесі не лише підвищує якість підготовки фахівців, а й сприяє їх успішній інтеграції у глобальне суспільство. Це, у свою чергу, є запорукою сталого розвитку сучасного світу, адже ефективна міжкультурна комунікація сприяє взаєморозумінню та співпраці між людьми різних культур, що є особливо актуальним у часи глобалізації. Проте, незважаючи на визнання важливості міжкультурної комунікації, існує ряд

викликів, які заважають її ефективному впровадженню у систему вищої освіти. По-перше, традиційні методи навчання часто не відповідають вимогам сучасності, що ускладнює розвиток міжкультурних навичок у студентів. По-друге, недостатня увага до міжкультурної тематики в навчальних програмах може призводити до формування стереотипів і упереджень, що негативно впливає на взаємодію в багатокультурному середовищі.

Крім того, не всі викладачі мають достатній рівень міжкультурної компетентності, щоб ефективно навчати студентів. Це підкреслює необхідність підготовки педагогів, які зможуть реалізувати інноваційні підходи до навчання та формувати у студентів відкритість до інших культур.

Важливо також врахувати, що міжкультурна комунікація вимагає активної участі всіх учасників освітнього процесу, включаючи студентів, викладачів і адміністрацію закладів вищої освіти. Лише спільними зусиллями можна створити сприятливе середовище для розвитку міжкультурних навичок, що забезпечить якісну підготовку фахівців, здатних ефективно працювати в глобальному контексті.

Питання комунікації в культурному контексті є однією з найширше досліджуваних тем у соціології та суміжних дисциплінах. Від початків соціології ця тематика присутня у працях її засновників, а в більш широкому філософському контексті проблеми мови та порозуміння залишаються актуальними й сьогодні. Проте питання міжкультурної комунікації особливо набуло значення в епоху глобалізації. Завдяки масштабним соціально-структурним змінам інтенсивність взаємодії між суспільствами та індивідами зростає швидкими темпами, набираючи нові форми завдяки сучасним комунікативним технологіям. Тому не дивно, що науковий діалог щодо концепції “міжкультурна комунікація” почався в середині XX століття, адже з того часу міжкультурна комунікативна компетентність стає все більш важливою у сучасному глобалізованому світі, де взаємодія між культурами та мовами відбувається на щоденній основі.

Міжкультурна комунікативна компетентність стає все більш важливою у сучасному глобалізованому світі, де взаємодія між культурами та мовами відбувається на щоденній основі. Ця компетентність ґрунтується на універсальних і специфічних моделях поведінки. Універсальна поведінка, спільна для всіх культур, обумовлена біологічною спадковістю, яка передається з покоління в покоління. Водночас кожна етнічна група має свої специфічні моделі поведінки, що формуються під впливом соціального та фізичного середовища, створюючи таким чином унікальний менталітет—сукупність цінностей, ідей і звичаїв, що регулюють соціальні відносини.

У контексті міжкультурної комунікації важливу роль відіграють вербальні компоненти, які є основними носіями значення повідомлень. Проте значна частка комунікації – до 80% – припадає на невербальні сигнали. Це свідчить про необхідність вивчення різноманітних семіотичних систем у міжкультурній

комунікації. В умовах глобалізації, коли інтенсивність взаємодії між культурами зростає, можуть виникати ненавмисні збої в комунікації та конфлікти, викликані відмінностями у вербальних і невербальних кодах [2, с. 27].

У міжкультурній комунікації важливо враховувати специфічні символи, стереотипи, упередження та національний мовленнєвий етикет. Культура спілкування виступає важливим компонентом професійної культури сучасних фахівців. Вона синтезує знання, цінності та зразки поведінки, характерні для ділового спілкування, а також навички їх гнучкого застосування на практиці, що є необхідним для забезпечення ефективності спільної діяльності в глобалізованому світі [3]. Розвиток міжкультурної комунікативної компетентності сприяє формуванню толерантності, критичного мислення та здатності до адаптації, що, у свою чергу, є запорукою успішної інтеграції особистості в глобальне суспільство.

Міжкультурна комунікація у сучасному глобалізованому світі відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної взаємодії між представниками різних культур, впливаючи на успішність міжнародного бізнесу, якість освіти та гармонійність міжособистісних відносин. Світові ринки є тісно взаємопов’язаними, що вимагає від компаній здатності ефективно комунікувати з партнерами, клієнтами та колегами з різних країн. Відмінності в мовах, традиціях ведення бізнесу та культурних цінностях можуть як сприяти, так і ускладнювати взаємодію. Наприклад, компанія McDonald’s адаптує свої рекламні кампанії та меню відповідно до місцевих культурних особливостей. В Індії, де корова є священною твариною, мережа не продає яловичі гамбургери, натомість пропонує більше вегетаріанських варіантів, що допомагає бренду успішно інтегруватися у нові ринки. Водночас, невдалий переклад рекламних кампаній може мати негативні наслідки, що яскраво продемонстрував випадок компанії Pepsi у 1994 році. Її слоган “Come alive with Pepsi” у Китаї був неправильно сприйнятий як "Pepsi дістане ваших пращурів з могили", що спонукало компанію переглянути свої підходи до перекладу. Також, німці отримали варіант, що звучав як “Повстань з могили з Pepsi”. Ці приклади підкреслюють важливість культурної обізнаності та точності в міжнародному маркетингу [1].

Щодо сучасної освіти, то вона дедалі більше орієнтується на міжнародні обміни, дистанційне навчання та співпрацю між університетами різних країн, тому студентам і викладачам важливо розвивати навички міжкультурного спілкування, щоб уникати непорозумінь і створювати комфортне навчальне середовище. Наприклад, програма “Erasmus+” дозволяє студентам з різних країн навчатися у європейських університетах, сприяючи культурному обміну. Учасники, які розвивають міжкультурну комунікативну компетентність, легше адаптуються до нового середовища, встановлюють ефективну взаємодію з викладачами та студентами і формують глобальне мислення. Водночас

студенти, які не знайомі з особливостями культури країни навчання, можуть стикатися з труднощами. У США прийнято активно дискутувати під час лекцій, а в Японії студентів навчають слухати уважно, не перебиваючи викладача. Якщо студент із Японії приїде до американського університету і залишатиметься пасивним на лекціях, викладач може сприйняти це як незацікавленість у навчанні.

Також, зазначимо, що глобалізація сприяє змішанню культур, тому люди дедалі частіше стикаються з представниками інших етнічних груп у повсякденному житті. Від уміння адаптуватися до культурних відмінностей залежить якість особистих і професійних відносин [4, с. 148]. У міжнародних компаніях працівники з різних країн працюють у змішаних командах, а успішне спілкування залежить від розуміння культурних особливостей колег. Наприклад, у скандинавських країнах цінують горизонтальні структури управління, де всі мають рівний голос, тоді як в азійських країнах домінує ієрархічний стиль. Розуміння цих відмінностей допомагає уникати конфліктів у роботі. Однак взаємодія між партнерами з різних культур може ускладнюватися через різне ставлення до невербальної комунікації. У США прямий зоровий контакт під час розмови вважається ознакою чесності, тоді як у багатьох азійських країнах він може сприйматися як прояв агресії, що призводить до непорозумінь під час переговорів або особистого спілкування.

Таким чином, міжкультурна комунікація є критично важливою для успішної взаємодії у глобалізованому світі, оскільки впливає на ефективність бізнесу, якість освіти та гармонійність міжособистісних відносин. Здатність розуміти та враховувати культурні відмінності допомагає уникати конфліктів, сприяє співпраці та забезпечує ефективне спілкування в різних сферах життя. Однак ефективність такої взаємодії залежить не лише від знань про інші культури, а й від особистісних якостей людини, зокрема її емоційного інтелекту та здатності чутливо сприймати культурні особливості.

Емоційний інтелект і чутливість до культурних відмінностей відіграють важливу роль у забезпеченні ефективної міжкультурної комунікації. Люди з високим рівнем емоційного інтелекту здатні розпізнавати власні емоції та емоції інших, що сприяє більшій емпатії та розумінню між представниками різних культур. Це особливо важливо в умовах глобалізації, коли спілкування відбувається у різних контекстах – від бізнесу та освіти до міжособистісних відносин.

Одним із ключових викликів міжкультурного спілкування є стереотипи та упередження. Стереотипи формуються на основі узагальнених уявлень про певні національні або етнічні групи й можуть як допомагати, так і заважати взаємодії. Позитивні стереотипи можуть спрощувати комунікацію, створюючи очікування щодо поведінки іншої сторони, тоді як негативні – призводять до непорозумінь та конфліктів. Наприклад, поширене уявлення про те, що всі скандинави холодні й стримані у спілкуванні, може призвести до хибного

сприйняття їхньої поведінки як неприязної, тоді як насправді це частина їхньої культури комунікації.

Упередження є ще одним бар’єром, що впливає на якість міжкультурного спілкування. Вони можуть бути як свідомими, так і підсвідомими й впливати на сприйняття іншої культури або її представників. Люди з низьким рівнем міжкультурної чутливості можуть бути схильні до оцінювання чужої культури через призму власних цінностей, що ускладнює встановлення довірливих відносин. Для подолання цього виклику важливо розвивати відкритість до нового досвіду, критичне мислення та саморефлексію.

Ще одним фактором, що впливає на міжкультурне спілкування, є культурний шок. Це явище виникає, коли людина стикається з культурними нормами, які кардинально відрізняються від її звичних, що може викликати емоційний і психологічний дискомфорт. Культурний шок проходить кілька стадій: початковий етап ейфорії, коли все нове здається цікавим; фаза розчарування, коли культурні відмінності починають створювати труднощі; адаптація, коли людина вчиться взаємодіяти в новому середовищі, та інтеграція, коли вона почувається впевнено у новому культурному контексті. Успішна адаптація значною мірою залежить від рівня емоційного інтелекту, здатності керувати власними емоціями та сприймати відмінності як можливість для розвитку.

Таким чином, емоційний інтелект і чутливість до культурних відмінностей є важливими навичками для ефективного міжкультурного спілкування. Вони допомагають долати бар’єри у вигляді стереотипів, упереджень і культурного шоку, сприяють кращому взаєморозумінню та створюють умови для продуктивної взаємодії у глобалізованому світі. Розвиток цих навичок не лише підвищує якість комунікації, а й сприяє гармонійному співіснуванню та співпраці між людьми різних культур. Щоб забезпечити успішну міжкультурну взаємодію, необхідно також розвивати інші важливі навички, які є ключовими для ефективного спілкування.

Успішна міжкультурна комунікація вимагає від індивідів ряду навичок, які сприяють ефективному спілкуванню з представниками різних культур. Основними з них є активне слухання, адаптивність, емпатія та критичне мислення.

Активне слухання є ключовою навичкою, яка дозволяє уважно сприймати інформацію та реакції співрозмовника. Це передбачає не лише слухання слів, а й розуміння невербальних сигналів, таких як жести, міміка та інтонація. Освіта може сприяти розвитку цієї навички через тренінги з комунікації, рольові ігри та практичні вправи, які допомагають учасникам навчитися зосереджуватися на співрозмовнику і задавати уточнюючі питання.

Адаптивність дозволяє людям гнучко реагувати на нові ситуації та культурні відмінності. Цю навичку можна розвивати через участь у міжнародних програмах обміну, культурних заходах та вивчення іноземних

мов. Залучення до різних культурних середовищ допомагає підвищити рівень адаптивності, оскільки дозволяє краще зрозуміти і приймати відмінності.

Емпатія – це здатність ставитися до почуттів та переживань інших людей. Розвиток емпатії можливий через активні обговорення та аналіз ситуацій, що стосуються культурних відмінностей. Психологічні тренінги та практики, орієнтовані на розвиток чутливості до емоцій інших, також можуть значно покращити цю навичку.

Критичне мислення є необхідним для оцінки власних упереджень і стереотипів, що можуть вплинути на міжкультурну взаємодію. Ця навичка може бути розвинута через навчання аналізу ситуацій, дебатів і обговорень, що сприяють формуванню об’єктивної думки про інші культури.

У висновку, розвиток активного слухання, адаптивності, емпатії та критичного мислення є важливими для успішної міжкультурної комунікації. Освіта та практика відіграють ключову роль у формуванні цих навичок, що, у свою чергу, сприяє покращенню міжкультурних відносин, зменшенню конфліктів і створенню гармонійного середовища для співпраці у глобалізованому світі.

Список використаних джерел:

1. Весела реклама. URL: https://surl.gd/ajbcpk.

2. Галицька М. М. Міжкультурна комунікація та її значення для професійної діяльності майбутніх фахівців. Освітологічний дискурс. 2014. № 2 (6). С. 23–32. URL.: https://core.ac.uk/download/pdf/33686839.pdf.

3. Максимович О. Міжкультурна комунікація як предмет міждисциплінарного теоретизування. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 2017. URL.: https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/download/9850/9373/.

4. Сергієнко Т., Курта О., Сластін О. Політична комунікація в умовах постправди: зміни у політичній культурі та вплив на громадську думку. Ukrainian science and education in the conditions of European integration: collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California: GS Publishing Services. 2024. С. 144–154.

Анотація

Стаття присвячена актуальності вивчення міжкультурної комунікативної компетентності в умовах глобалізації. З ростом міжнародної взаємодії та культурної різноманітності, вміння ефективно спілкуватися з представниками різних культур стає ключовим для успішного ведення бізнесу, навчання та соціальних відносин. Міжкультурна комунікативна компетентність сприяє розумінню та повазі до культурних відмінностей, зміцнюючи співпрацю і зменшуючи конфлікти. Дослідження в цій галузі, проведені як зарубіжними, так і українськими науковцями, підкреслюють її

значення для розвитку критичного мислення, толерантності та адаптації. У статті розглядаються виклики, які заважають ефективному впровадженню міжкультурної комунікації у систему вищої освіти, зокрема традиційні методи навчання, недостатня увага до цієї теми в програмах, а також відсутність підготовлених викладачів. Окрему увагу приділено впливу емоційного інтелекту на міжкультурну взаємодію, необхідності розвитку навичок активного слухання, адаптивності, емпатії та критичного мислення для подолання бар’єрів у спілкуванні. Стаття підкреслює, що успішна міжкультурна комунікація є запорукою інтеграції в глобальне суспільство та сталого розвитку сучасного світу.

Ключові слова: *міжкультурна комунікація, комунікативна компетентність, глобалізація, культурна різноманітність, емоційний інтелект, адаптація, толерантність, невербальна комунікація, стереотипи, освіта.*

Summary

The article is devoted to the relevance of studying intercultural communicative competence in the context of globalization. With the growth of international interaction and cultural diversity, the ability to communicate effectively with representatives of different cultures is becoming key to successful business, education and social relations. Intercultural communicative competence contributes to understanding and respect for cultural differences, strengthening cooperation and reducing conflicts. Research in this area, conducted by both foreign and Ukrainian scientists, emphasizes its importance for the development of critical thinking, tolerance and adaptation. The article considers the challenges that hinder the effective implementation of intercultural communication in the higher education system, in particular traditional teaching methods, insufficient attention to this topic in programs, as well as the lack of trained teachers. Special attention is paid to the influence of emotional intelligence on intercultural interaction, the need to develop active listening skills, adaptability, empathy and critical thinking to overcome barriers in communication. The article emphasizes that successful intercultural communication is the key to integration into global society and sustainable development of the modern world.

Keywords: *intercultural communication, communicative competence, globalization, cultural diversity, emotional intelligence, adaptation, tolerance, non-verbal communication, stereotypes, education.*

Галина Фесенко
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри історії і культурології
Харківського національного університету міського господарства
імені О.М. Бекетова

МУЗЕЙНА ДИПЛОМАТІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ДОСВІД НАЦІОНАЛЬНОГО МУЗЕЮ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ В ДРУГІЙ СВІТОВІЙ ВІЙНІ (2022–2023 рр.)

Феномен культурної дипломатії передбачає застосування державою культурних ресурсів нації, щоб переконати та залучити інших і, таким чином, захистити свої інтереси засобами “м’якої сили”. Наразі зазначається, що будь-яка культурна дипломатія має історичний вимір, враховуючи, що ресурси позитивно оціненої матеріальної та нематеріальної культурної спадщини нації можуть просуватися за кордон у якості м’якої сили. Музеї, які демонструють таку спадщину, є особливо важливим ресурсом для націй, які прагнуть створити собі позитивну репутацію у світі. І навіть говорять про “дипломатію спадщини” стосовно держав, які діляться такими культурними ресурсами з метою побудови або підтримки відносин. Водночас спадщина історичних періодів, пов’язаних з воєнними конфліктами, смертю та людськими стражданнями, і яка розцінюється як форма “темної спадщини” або “важкої спадщини”, також включається в порядок денний культурної дипломатії [1].

Метою даного дослідження є висвітлення експозиційної роботи Національного музею історії України у Другій світовій війні, присвяченій триваючій російській агресії в Україні в контексті культурної дипломатії. Національним музеєм історії України у Другій світовій війні була створена виставка “Україна. Розп’яття. Трибунал”, яка у 2023 році експонувалася в США (у Нью-Йорку, поруч із штаб-квартирою Організації об’єднаних націй) [2]. Виставка створювалась з метою показати злочини російської армії в Україні американцям, а також дипломатам ООН, які вже за кілька місяців мали голосувати за резолюцію щодо створення спеціального міжнародного трибуналу щодо злочинів агресії Росії проти України [3].

Війна нинішня витісняє з пам’яті українців війну минулу, Другу світову, в силу очевидних причин – нинішня війна, яка зачіпає практично кожного українця, переживається більш болюче, більш драматичніше, бо відбувається саме зараз. Крім того, українське суспільство поступово ізолювалося від впливу російської пропаганди, у якій “велика вітчизняна війна” є ключовим міфом про створення “великого радянського народу”, і прийняло парадигму Другої світової війни (перейменування музею відбулося у 2015 р.). З початком російського вторгнення в Україну, пам’ять про Другу світову війну стала знаряддям російської дипломатії.

Кремль використовував спогади про ту війну, щоб виправдати та створити підтримку для агресії, та зобразити українських лідерів як “нацистів”.

У 2022 р. Росія традиційно планувала використати 9 травня у своїй брехливій пропаганді. Національний музей історії України в Другій світовій війни, за словами наукової співробітниці музею Людмили Рибченко, відчував себе зобов’язаним висловитися. Але постало питання, як це зробити, коли основна експозиція була евакуювана, тоді було прийнято рішення відкрити виставкові зали та створити новий проект – про війну, що триває [4]. Директор Національного музею історії України в Другій світовій війні Юрій Савчук прийняв рішення “відповісти російській пропаганді”, створивши експозицію про широкомасштабне російське вторгнення “Україна – розпяття” [5]. Протягом квітня 2022 р. музейники ретельно документували побачене на Київщині після відступу російської армії, зробивши понад 3000 фотографій, а також збирали предмети, залишені агресорами, наприклад, книга під назвою “Побєдітелей не судят”, карта солдата-парашутиста із зазначенням цілей на лівому березі Києва, паспорти загиблих російських бойовиків та ін. Співробітники музею збирали артефакти в деокупованих Ірпіні, Бучі, Бородяці, Гостомелі, Макарові та інших постраждалих від російських загарбників населених пунктах. Ці знахідки та багато інших стали експонатами виставки, яка відкрилася 8 травня 2022, у День пам’яті і примирення, присвячений пам’яті жертв Другої світової війни. Автор ідеї та куратор виставки, директор Музею Юрій Савчук, пояснив назву виставки: “...коли ми привезли з Макарова ікону “Зняття з Хреста”, що зазнала ушкодження осколком міни, який залетів в лик святого Іона Богослова, то й прийшла ідея назви виставки” [6].

Виставка складається з двох частин, одна з назвою “Орда”, де представлені тільки предмети російських агресорів, друга – “Розп’яття”, що розповідає про те, яких страждань зазнала Україна. Весь світ вразили масові поховання закатованих і розстріляних жителів на вулицях та у підвалах у приміських зонах біля Києва. “Орда” – як потяг до загарбання територій, російські окупанти не просто варвари, а воєнні злочинці, які вчиняють геноцид українців. Дії російської армії сягнули рівня геноциду. На думку історика Тімоті Снайдера, наявними є чотири ознаки геноциду українців (вимог “Конвенції про запобігання злочину геноциду та покарання за нього”) [7].

На початку експозиції відвідувачі бачать мистецьку інсталяцію – червону зірку (російський головний мілітарний знак) із розташованими всередині брудними чоботами російських окупантів, які ступили на українську землю (вони їх часто втрачали при відступі). Чобіт – це усталений асоціативний образ окупанта, який нищить, топче землю, руйнує і переступає кордони моральності. Розділ “Ордач складається з двох композиційних блоків, перший розповідає про “рускій мір”, російську пропаганду про мету повномасштабного вторгнення, другий – демонструє зброю окупантів (зокрема, решткі збитого ЗСУ російського гелікоптера Мі-24, який упав у селі Козаровичі на Київщині) та предмети побуту “русскаво міра”. Нагорі на телевізійному екрані показують кадри, на яких російські

політики, телеведучі та звичайні громадяни роблять принизливі заяви про українців; у такий спосіб куратори виставки намагались показати, як така ворожа риторика може закласти основу для військової агресії. У цій частині виставки можна побачити війну через оригінальні артефакти: сухпайки, які отримували російські солдати, або готові страви з написом “Ніхто, крім нас” та “Дружба народів”; особисті нотатки та кредитні картки російських солдатів, убитих на передовій; листівки, які роздавали росіяни на окупованих українських територіях “Росія нє хочєт войни!”. На виставці застосовано експозиційний прийом, коли для організації вітрин використано тубуси для “Буків”, їх заповнили російськими уніформами та іншими предметами агресора. В інтрев’ю “The Guardian”, Юрій Савчук розповів, що, музейники свідомо не використовували вертикальний монтаж російських предметів, щоб у такий спосіб показати, що об’єкти ворога не глорифікуються, демонструються відповідно до музейних стандартів [8]. Серед експонатів – карта лівого берега Києва, де поліцейські відділки та інші стратегічні точки ретельно позначені кольоровим кодуванням (її вилучили у російської диверсійної групи, яка діяла в місті в перші дні війни); елементи ракети, встромлені у вікно, почорнілі та наполовину розплавлені від вибуху, як доказ бомбардування, що спричинило масове руйнування будинків.

В публікації New York Times [10] про виставку зазначено, що український уряд розглядає цю виставку як спосіб наголосити на руйнаціях, яких зазнав український народ. Друга частина експозиційного комплексу розміщена у двох локаціях та створена виключно з українських експонатів, зосереджена на руйнуваннях та стражданні. В основі першої (“Розп’яття”) – пошкоджені предмети української духовної культури (обпалені ікони з різних церков; металеві рештки ікон, які витримали температуру пожежі; понівечений каркас, на якому висіли картини української художниці Марії Приймаченко, зі спаленого Іванківського історико-краєзнавчого музею). Відвідувачів вражають експоновані вхідні двері до церкви Різдва Пресвятої Богородиці с. Перемога, принесені до музею зі зруйнованого храму. Домінантною сюжетною лінією проходять урятовані духовні скарби: вхідні ворота та купол і купольний хрест Храму Вознесіння Господнього в с. Лук’янівка на Київщині, зранена ікона “Зняття з хреста” із поруйнованого Храму Святого Димитрія Ростовського (смт. Макарів). Центральним експонатом є купол з хрестом і ікони зі знищеної окупантами церкви у селі Лук’янівка Броварського району Київщини. Ця пам’ятка дерев’яної архітектури кінця XIX століття, що пережила Першу і Другу світові війни, але не встояла перед атакою росіян. Обгорілий церковний купол висить у повітрі серед різноманітних інших артефактів, знайдених у трьох різних церквах, які були зруйновані під час боїв [9]. Догорілі свічки під зруйнованим війною іконою Христа віддають данину пам’яті загиблим, а також постраждалій духовній спадщині України.

З точки зору культурної дипломатії, ця частина експозиції, що семантично “прив’язує” образ України з Ісусом Христом, викликає контраверсійні оцінки. На думку оглядача польського видання про сучасне мистецтво Роберта Чижевського,

“з польської точки зору, в цій виставці є дещо інше. Весь наратив із його оспівуванням релігійної жертви нації веде нас углиб важкого для Польщі XIX століття та концепції месіанства. Наратив, який ми вважаємо ганебним пережитком, живе на цій виставці в самосприйнятті українців” [11]. Як відомо, концепція польського месіанства ототожнювала поляків із месіанськими стражданнями розп’яття. Ідея була поширена польськими романтиками, які називали свою батьківщину Христом Європи або Христом народів, розп’ятим під час іноземних поділів Польщі (1772–1795). Їхня власна невдала боротьба за незалежність від зовнішніх сил стала вираженням віри в Божі плани щодо остаточного повстання Польщі. Після невдалого повстання 1830 р., 10 000 поляків емігрували до Франції, у тому числі багато еліти. Туди вони приїхали з поглядами на Польщу, як на героїчну жертву російської тиранії. Один із них, Адам Міцкевич, видатний польський поет-романтик XIX століття, написав патріотичну драму “Дзяди” (спрямовану проти росіян), де він зображує Польщу як Христа народів. Нездатність Заходу підтримати Польщу в її повстанні 1830 року призвела до розвитку погляду на Польщу як на зраджену, страдженну, як на “Христа народів”, який платить за гріхи Європи. У баченні поета переслідування та страждання поляків мали принести спасіння іншим переслідуваним народам, так само як смерть Христа принесла спасіння людству. Так народився вислів “Польща – Христос народів” (“Polska Chrystusem narodów”). У XX ст. польська міфологія про себе, як про націю-мученика, частково виявлялася в польських оцінках Другої світової війни, маючи на увазі нездатність Заходу належним чином підтримати Польщу, Ялтинську конференцію, де велися переговори щодо майбутньої долі Європи (назвали “зрадою Заходу”). Під час комуністичної Польщі, Меморіал і музей Аущвіц-Біркенау в Освенцимі набув різного значення для євреїв і поляків, поляки вважали себе “головними мучениками” нацистського табору (у 1979 році Папа Римський Іван Павло II відслужив месу в Біркенау і назвав нацистський табір Голгофою нашого часу). Наразі польське суспільство бореться з питанням, наскільки глибоко католицька церква може залишатися прив’язаною до польської національної ідентичності.

В частині експозиції “Розп’яття” демонструється розбитий меморіал з Гостомеля, що вшановував загиблих радянських військових у Другій світовій війни. Цей експонат, за замислом кураторів виставки, дозволяє провести паралель між двома конфліктами. Автор публікації про експозицію для EuroNews проінтерпретував цію паралель як “сьогоднішні загарбники – нащадки вчорашніх героїв”, а сам Національний музей історії України у Другій світовій війні зазначив як “Державний музей Великої Вітчизняної війни” [12]. Жаль, що автор не помітив, що музей здійснює “транзит” від моделі пам’яті “велика вітчизняна війна” до європейської моделі пам’ятання про Другу світову війну, а без цього складно пояснити коріння теперішньої віни.

В експозиції застосовано цікавий мистецький прийом, щоб продемонструвати втрати української культури: із знайдених на згарищі історико-краєзнавчого музею в Іванкові обгорілих профілів стін цього музею, рештки даху, що поплавився від пожежі, створено інсталяцію, на яку, за допомогою відеопроектора, демонструється картина Марії Примаченко “Атомна війна, будь проклята вона” (мисткиня написала її у 1978 році) [5].

У другій локації “Розп’яття” представлено “Укриттяч. З початком повномасштабного російського вторгнення тисячі людей опинилися в зоні бойових дій і змушені були рятуватися від обстрілів та бомбардувань. Підвали житлових будинків перетворилися на укриття, люди перебували в холодних і вогких підвалах, ставши заручниками окупантів. В експозиції відтворено підвальне приміщення, у якому переховувалися мешканці Гостомеля (вул. Проскурівська, 13) під час російської окупації. Відтворено три кімнати та прилеглі коридори, включно з графіті на стінах, у яких 120 людей провели під землею 37 днів (спершу перебувало 200 осіб, потім 80 були примусово вивезені до Білорусі). Усі об’єкти автентичні, починаючи від ковдр до імпровізованої меморіальної дошки в пам’ять про жінку, яка загинула під час окупації. Кімнати сирі й холодні, відвідувачів найбільше вражає, те, що “тут пахне так, ніби люди, які сховалися там зі своїми речами (цибулею, ковдрами, іграшками та ін.) тільки щойно пішли” [6]. Є речі 6-місячної дівчинки Марійки Ковтун, яка разом з матір’ю перебувала в укритті кілька тижнів. Експозицію доповнюють два екрани, на яких транслюють розповіді свідків, тих, хто переховувався саме у цьому укритті. Тетяна Ковтун згадує, як окупанти наказади усім вийти з укриття, навіть маломобільним літнім людям, і повідомили, що, якщо зараз українські дрони будуть стріляти по російським військовим, то їх розстріляють. Цей відеопроект з назвою “37 днів пекла” промовисто демонструє універсальний гуманістичний вимір “Пекла”; як екзистенційна категорія, – це присутність “ворожого Іншого”, чий погляд перетворює суб’єкта на річ, спонукає скам’яніти від жаху, і від якого залежить саме існування суб’єкта.

Ця виставка привернула увагу широкого кола відвідувачів та викликала значний інтерес медія, включно з провідними міжнародними (The New York Times (США), The Guardian (Великобританія) і Le Monde (Франція) та ін.). Серед почесних відвідувачів були глави держав та урядів 8 країн (Албанія, Гватемала, Гвінея-Бісау, Греція, Ірландія, Литва, Люксембург, Молдова, Чорногорія), командувачі силами оборони та начальники генеральних штабів 5 країн (Естонія, Литва, Польща, Словаччина, Угорщина), посли 10 країн (Великобританія, Естонія, Італія, Канада, Латвія, Пакистан, Польща, США, Туреччини, Франції), керівники місій при НАТО 9 країн (Албанія, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Північна Македонія, Румунія, Словаччина, Чехія), представники Європейського Союзу [4].

У 2023 р. експозиційний проект розвивався, на його основі було створено виставку “Україна. Розп’яття. Трибунал” для експонування в Нью Йорку.

Виставка розділена за структурними блоками та відображає різні події війни: наступ на світанку 24 лютого 2022 року, підготовка російської армії до навали, оборона Києва, визволення Чернігівщини і Харківщини, катівні. Окрему увагу присвячено підготовці псевдореферендумів на захоплених територіях – ідеологічній та пропагандистській, а також мародерству серед росіян [13].

Підсумовуючи наведене вище, відзначимо, що Національний музей історії України у Другій світовій війні, звернувшись до теми війни, що триває, створив унікальний проект, що не тільки мобілізує українську колективну пам’ять, а й міжнародну спільноту у протидії російській агресії проти України. Водночас контекст музейної дипломатії потребує подальшого опрацювання та аналізу побудови експозитарного простору, з точки зору можливого балансу універсального морального імперативу та національного у висвітленні українського досвіду війни.

Подяка. Дослідження підготовлено в рамках стипендіальної програми “Centrum Dialogu im. Juliusza Mieroszewskiego”.

Список використаних джерел:

1. Clarke D., Duber P. Polish Cultural Diplomacy and Historical Memory: the Case of the Museum of the Second World War in Gdańsk. *International Journal of Politics, Culture, and Society*. 2020. № 33. P. 49–66. https://doi.org/10.1007/s10767-018-9294-x’.

2. Щоб показати обличчя агресора: у Нью-Йорку відкрили виставку “Україна. Розп’яття. Трибунал”. *Голос Америки*. 2023. 23 квітня. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Z0KwhfK0u-c.

3. Резолюцію про спецтрибунал за агресію проти України підтримав Комітет із закордонних справ у Конгресі США. *Голос Америки*. 2023. 17 травня. URL: https://www.holosameryky.com/a/resolucia-za-spectrybunal-za-zlochyn-rosii/7096059.html.

4. Rybczenko L. Narodowe Muzeum Historii Ukrainy podczas II Wojny Światowej w warunkach wojny rosyjsko -ukraińskiej (2014–2022). *Wojna i Pamięć*. *Czasopismo Muzeum II Wojny Światowej W Gdańsku.* 2023. № 5. P. 69–86.

5. Україна – Розп’яття. *Національний музей історії України в Другій світовій війні*. 2022. 8 травня. URL: https://warmuseum.kyiv.ua/_ua/expositions/current_exhibitions/.

6. Копитко В. “Обпалені хрести, знищені ікони й підбита ворожа техніка” – виставка “Україна. Розп’яття” показує реалії війни. *Gazeta.ua*. 2022. 12 травня. https://gazeta.ua/articles/culture/_obpaleni-hresti-znischeni-ikoni-j-pidbita-vorozha-tehnika-vistavka-ukrayina-rozpyattya-pokazuye-realiyi-vijni/1087454.

7. 6 доказів того, що Росія планує геноцид. Лекція Тімоті Снайдера. *Європейська правда.* 2022. 23 жовтня. URL: https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/10/23/7149219/.

8. Walker S. Kyiv museum’s exhibit Russian artefacts with pride and a warning. *The Guardian*. 2022. 23 May. URL: https://www.theguardian.com/world/2022/may/23/kyiv-museums-exhibit-russian-artefacts-with-pride-and-a-warning.

9. “Україна. Розп’яття”: що та де можна побачити у новій експозиції, присвяченій війні з Росією. *ТСН.* 2022. 8 травня. URL: https://tsn.ua/exclusive/ukrayina-rozp-yattya-scho-ta-de-mozhna-pobachiti-u-noviy-ekspoziciyi-prisvyacheniy-viyni-z-rosiyeyu-foto-2057026.html.

10. Hopkins V. In a Museum Show, Ukraine Tells the Story of a War Still in Progress. *New York Times.* 2022. 3 June. URL: https://www.nytimes.com/2022/06/02/world/europe/ukraine-war-museum.html.

11. Czyżewski R. Cerkwie i schrony. *OBIEG*. 2022. 16 sierpniaURL: https://obieg.pl/290-cerkwie-i-schrony.

12. Farrant T. Kyiv Museum reflects the horror of war through objects left behind by Russian soldiers. *EuroNews*. 2022, 10 June. URL: https://www.euronews.com/culture/2022/06/10/kyiv-museum-reflects-horror-of-war-through-objects-left-behind-by-russian-soldiers.

13. “Україна. Розп’яття. Трибунал”: 31 березня міжнародну виставку презентують в Нью-Йорку. *МКСК*. 2023, 30 березня. URL: https://mcsc.gov.ua/news/ukraina-rozp-iattia-trybunal-31-bereznia-mizhnarodnu-vystavku-prezentuiut-v-niu-yorku/.

Анотація

Висвітлено експозиційну роботу Національного музею історії України у Другій світовій війні щодо триваючої російської агресії в Україні в контексті культурної дипломатії. Проаналізовано тематичну структуру виставки “Україна. Розп’яття”, просторово-естетичні прийоми та особливості наративу. Актуалізовано питання про удосконалення роботи над проектом у напрямку пошуку складного балансу між національними рамками контексту подій та інтеграцією універсальних перспектив в експонуванні.

Ключові слова: *культура пам’яті; геноцид; експозиція; артефакт.*

Summary

The exposition work of the National Museum of the History of Ukraine in the Second World War on the ongoing Russian aggression in Ukraine in the context of cultural diplomacy is highlighted. The thematic structure of the exhibition “Ukraine. The Crucifixion”, spatial and aesthetic techniques, and narrative features are analyzed. The question of improving the project to find a complex balance between the national framework of the context of events and the integration of universal perspectives in the exhibition is raised.

Keywords: *memory culture; genocide; exhibition; artifact.*

Панель 3. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Oleksandr Abaturov
PhD, MD, Doctor of Medical Sciences, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Head of the Department of Pediatrics 1 and Medical Genetics, Dnipro State Medical University
Anna Nikulina
PhD, Associate Professor of the Department of Pediatrics 1 and Medical Genetics, Dnipro State Medical University

COMMUNICATIVE COMPETENCE AS AN INTEGRAL PERSONAL FORMATION

Introduction. Postgraduate medical education is an important societal institution that prepares highly qualified physicians for the health care workforce. Competency-based approaches to medical education, with an emphasis on graduate outcomes, have been proposed as the direction of medical education in the 21st century. However, there are few published models for the large-scale implementation of these approaches [1].

Communication competence of doctors who are in direct contact with patients is of great importance and its promotion is necessary as a preventive intervention, since poor communication competence leads to threats and violations in patient safety. There is a need to study and consider communication competence as an important component for success in medical services and for promoting work productivity.

The first hint of the concept of “communicative competence” came from D. Hymes [2]. He defined it as a competence that uses specific knowledge about the structure of language; there is usually no awareness of the existence of such knowledge, nor is there spontaneous knowledge of how it was acquired. In other words, it is our ability to interpret and appropriately use the social meaning of language varieties in any given circumstance in relation to the functions and varieties of language and the cultural assumptions in the communication situation. In other words, it concerns the use of rules of social interaction as a system. However, for communication to develop, communicative competence between speakers is necessary [3].

According to Hymes, the acquisition of competence for use can be formulated in the same terms as the acquisition of grammar: in the social matrix within which a person learns a grammatical system, he simultaneously acquires a system for its use, which includes people, places, goals together with the attitudes and beliefs associated with them. In this process of acquisition lies the communicative competence of a person, his ability to participate in the life of society not only as a speaking member,

but also as a communicating member. It follows from the above that a language model should reflect not only aspects of linguistic competence, but also social and cultural factors that encompass the speaker-listener in his social life and communication. A speech community should be defined in terms of the shared knowledge and competence of its members to produce and interpret socially appropriate speech.

Communication plays a key role in the medical profession and interpersonal interactions with patients and is of paramount importance for identifying and meeting patients’ needs. Doctors must have competence, effectiveness and special communication skills. Communication competence is one of the tools for improving the efficiency of medical services.

Communication competence and the ability to establish effective communication increase doctors’ awareness of patients’ issues and problems, improve decisions about discharge and transfer of patients, ensure appropriate medical decisions and contribute to the quality of patient care, enhance the sense of participation and cooperation in the medical team, promote the development of skills, knowledge and attitudes, reduce treatment errors, shorten the length of hospital stay, reduce medical costs, reduce stress and burnout, increase productivity and satisfaction, and contribute to work productivity. One of the factors related to communication competence is communication self-efficacy.

Self-efficacy refers to the confidence that a person has in themselves to master desired skills. Self-efficacy in medicine mediates knowledge and practice and plays a key role in the application of scientific and professional knowledge and skills. Individuals with high self-efficacy are more likely to use their motivation and cognitive resources to perform the actions necessary to achieve a goal.

Communication competence as a tool for improving the effectiveness of medical services

Communicative competence is a sum of competences that include linguistic, sociolinguistic, pragmatic and psycholinguistic. Each of these competences, in turn, consists of “sub-competences”. The following outline, which summarizes and includes linguistic, sociolinguistic, pragmatic and psycholinguistic elements, aims to update what we currently understand by communicative competence [4].

1. Linguistic competence (grammatical) is what has always been known as traditional grammar, with its linguistic planes: morphology, syntax, phonetics and phonology, and semantics. Grammatical competence is the mastery of the language code, consisting of phonetic, semantic, syntactic, morphological and lexical knowledge.

2. Sociolinguistic competence includes, at a minimum, the rules of social interaction, the Himes speech model, interaction, and cultural competence. Sociolinguistic competence contains knowledge, including conventions and rules, that emphasize the correct use and understanding of language in different sociocultural and sociolinguistic settings.

3. Pragmatic (discursive) competence. An important advance in discourse analysis was the contributions made by Austin, Searle, and Grice to the discussion of speech acts. While sociolinguistics emphasizes the role of language variation and social context, this philosophical perspective views verbal utterances not as sentences but as specific forms of social action. Discursive competence includes three aspects: functional competence (including speech acts), implicature, and presupposition.

3.1. Functional competence refers to the ability to achieve communicative goals through speech function. There are a number of purposes for which language is used: to reason, reject, refute, deny, classify, request, forgive, greet, congratulate, thank, etc. Speech acts may differ from one culture to another because they reflect different value systems.

3.2. Implicature is a special type of pragmatic inference that cannot be considered semantic inference, since it does not concern the “dictionary” meanings of words, phrases, or sentences, but rather certain contextual presumptions related to the “cooperation” of the conversational participants. The concept of implicature (Grice) is based on the distinction between what is said and what is meant when stating what is said or what is not said. Grice distinguishes two types of implicature: conventional and colloquial, although the distinction is not always clear. At first glance, conventional implicature seems to depend on something additional to the normal meaning of words, while colloquial implicature derives from more general conditions that determine appropriate behavior in conversation (Levinson).

3.3. Presupposition is another type of pragmatic inference, more closely related to the linguistic structure of sentences. Presuppositions cannot be considered semantic in the literal sense of the term, but they are very sensitive to contextual factors, and their meanings are hidden in certain expressions and serve to assess the truth of the sentence.

4. Psycholinguistic competence. It includes the speaker’s personality, sociocognitive and affective conditions. The last two items are difficult to separate from pragmatic competence and can be included in it, although for purely methodological reasons they are kept separate.

By using their spiritual intelligence, doctors can solve problems, give meaning to their work and activities. The impact of spiritual intelligence on the self-efficacy of health workers and their acquisition of competence in the field of medicine is a topic that has been mentioned in previous studies. Spiritual intelligence, by using the internal resources of the individual to increase the ability to pay attention, tolerance and adaptability, can help develop the understanding of doctors in the field of personal and work communication and increase their level of competence and self-efficacy in relationships. A doctor with high spiritual intelligence recognizes the pain and suffering of others, listens impartially, accepts differences, recognizes different human values, rejects immoral options and understands others. Thus, one of the factors that can affect the communicative competence and self-efficacy of a doctor is spiritual intelligence.

Conducting patient conversations is one of the most common aspects of clinical practice. Numerous studies have shown that the quality of communication between doctors and patients affects the recovery of patients, as well as the relationship with doctors. Professionally conducted clinical communication also has a positive effect on the health of doctors, reducing stress levels and, therefore, reducing the risk of burnout. Given these research results, it can be assumed that investments in improving the communicative competence of doctors will have a direct impact on the quality of medical care [5].

Communication competence and the ability to establish effective communication

Competency-based medical education (CBME) has become a major transformational movement in the medical professions worldwide [6; 7].

CBME has been defined as “an outcomes-based approach to the design, implementation, assessment and evaluation of educational programs using an organizational framework of competencies” [8; 9; 10].

This approach to health education dates back to a major report by the World Health Organization and has been further developed by many authors and organizations. The international CBME team proposed five elements (van Melle’s core components) of the modern CBME model [11]:

1. Learning outcomes organized as a competency framework for graduates.
2. Defined learning progression from novice to expert.
3. Specific learning experiences tailored to the needs of learners.
4. Competency-focused learning.
5. Programmatic assessment.

Teaching communicative competence is playing an increasingly important role in medical education. In addition to traditional teaching formats such as role-playing with simulated patients, technological approaches are becoming more important in medical education. Training materials are increasingly supplemented with video recordings of simulated doctor-patient conversations. This combination allows the content of training materials to be demonstrated through video or to provide a basis for reflection.

Competence in professional communication with patients is often referred to as communication skills in the context of medical education research. This refers to the actual procedures that (future) doctors should have at their disposal to ensure quality communication with patients. These include the use of open-ended questions to understand the patient’s problems or the transmission of relevant medical information in a clear and understandable way. To develop this approach and conceptualize communication as a communicative competence, which is understood as the set of different intrapersonal resources on the basis of which one can successfully navigate communicative situations in a professional context. These resources include professional knowledge (e.g. about theoretical models of interpersonal communication), attitudes (regarding the importance of professional communication)

and specific abilities and skills (in the sense of communication skills described above). Based on this definition, we can reasonably assume that a diverse course curriculum will be useful in promoting various aspects of communicative competence. The use of digital curricula is particularly promising in this regard. Three different forms of such programs can be broadly distinguished:

1. Interactive video-based training programs that use elements such as screencasts, fictional video cases, and interactive exercises that include: text-based instruction in basic communication skills, enriched with interactive tasks or video examples. Videos also serve to illustrate successful or even erroneous communication strategies and are often combined with reflective learning elements. It includes online video-based modules on various aspects of clinical conversations, such as delivering bad news.

2. Programs that rely on computer-based interaction between medical students and simulated patients (e.g., via Skype or video chat) as a learning tool. Such programs involve real people taking on the role of patients and interacting with students in real time. One such program is EQClinic, which has been shown to positively impact students’ ability to reflect.

3. Programs in which students interact with virtual patients they encounter in immersive virtual reality environments, such as Second Life or MPathic. Therefore, these programs simulate doctor-patient conversations on a virtual level. Existing studies show a high level of acceptance of such approaches among test participants.

Communication self-efficacy. Communication is defined as the process by which people generate meaning through the exchange of messages. It plays an important role in developing harmonious interpersonal relationships, improving work efficiency, and maintaining social cohesion.

Communicative interaction, including the interactional sequences of communicative behaviors of the interacting individuals (e.g., initiating a conversation or responding), communicative functions during the interaction (e.g., requesting an object or responding to a question), and means of communication (e.g., using language or pointing), is one of the building blocks of cognitive and social development. However, research has shown that children/youth with complex needs demonstrate a limited range of communicative interaction, as they tend to play non-directive or non-initiative roles, give more yes-no answers, and provide less information. Communication partners typically take up more of the conversational space, initiate most interactions, and require specific responses to encourage communicative exchange.

Professional competence refers to an individual’s potential ability to successfully cope with certain situations or perform specific tasks. Organizational psychology researchers argue that personality is the best predictor of human behavior and motivational influences on work performance. Due to the usefulness of personality predictors in determining individual job performance, there have been many attempts to explain the relationship between personality traits and professional

competence in various professions, including students, teachers, and business managers.

Conclusion. Interpersonal communication is a dynamic and continuous process [12]. Psychological professional training of a medical worker, its practical component consists in a professional approach to the patient’s personality, the ability to interact with him as a person in the process of treatment, possession of specific methods and techniques of relaxation, self-regulation, psychocorrection regarding the patient’s personality, and himself. This kind of knowledge, skills, and abilities will allow to avoid both unprofessionalism and professional deformation of the medical worker’s personality.

References

1. Frank J.R., Karpinski J., Sherbino J., et al. Competence By Design: a transformational national model of time-variable competency-based postgraduate medical education. Perspect Med Educ. 2024 Mar 18;13(1):201-223. DOI: 10.5334/pme.1096.

2. Hymes D. On communicative competence In Pride IB & Holmes J., eds. Sociolinguistics. Baltimore, USA: Penguin Education, Penguin Books Ltd; 1972. p. 269–293.

3. Torres-Gordillo J.J., Guzmán-Simón F., García-Ortiz B. Communicative competence assessment for learning: The effect of the application of a model on teachers in Spain. PLoS One. 2020 May 29; 15(5): e0233613. DOI: 10.1371/journal.pone.0233613.

4. Kuluşaklı E., Genç G. L2 communication apprehension and communicative competence of pre-service English teachers. Heliyon. 2024. 10(16):e32587. Published 2024 Jun 6. DOI:10.1016/j.heliyon.2024.e32587.

5. Schick K., Reiser S., Mosene K., et al. How can communicative competence instruction in medical studies be improved through digitalization? GMS J Med Educ. 2020 Nov 16; 37(6):Doc57. doi: 10.3205/zma001350.

6. Vasquez J.A., Marcotte K., Gruppen L.D. The parallel evolution of competency-based education in medical and higher education. J Competency-based Educ. 2021; 6: e1234. DOI: 10.1002/cbe2.1234.

7. Abaturov A., Nikulina A. Ensuring control of students’ knowledge in distance learning. The III International Science Conference on E-Learning and Education, February 2 – 5. Lisbon, Portugal. 2021: 146–151.

8. Accreditation Council for Graduate Medical Education (ACGME). Outcome Project. Chicago: ACGME. URL.: www.acgme.org/outcome.

9. Powell D.E., Carraccio C. Toward competency-based medical education. NEJM. 2018; 378: 3–5. DOI: 10.1056/NEJMp1712900.

10. Mehralian G., Yusefi A.R., Dastyar N., et al. Communication competence, self-efficacy, and spiritual intelligence: evidence from nurses. BMC Nurs. 2023 Apr 6; 22(1):99. DOI: 10.1186/s12912-023-01262-4.

11. Chou F.C., Hsiao C.T., Yang C.W., et al. Glocalization in medical education: a framework underlying implementing CBME in a local context. J Formos Med Assoc. 2022; 121: 1523–31. DOI: 10.1016/j.jfma.2021.10.024

12. Liu J., Cai J., Guo S., et al. Improving Chinese nursing undergraduates’ nurse-patient clinical communication competence in English: A study based on a target situation needs analysis. Heliyon. 2023 Sep 26; 9(10):e20441. DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e20441. PMID: 37810811; PMCID: PMC10556763.

Анотація

Комунікація відіграє ключову роль у професії лікаря та міжособистісної взаємодії з пацієнтами та має першочергове значення для виявлення та задоволення потреб пацієнтів. Лікарі повинні володіти компетентністю, ефективністю та спеціальними комунікаційними здібностями. Комунікаційна компетентність є одним із інструментів підвищення ефективності лікувальних послуг. Комунікаційна компетентність і здатність налагоджувати ефективну комунікацію підвищують обізнаність лікарів щодо питань і проблем пацієнтів, покращують рішення щодо виписки та переведення пацієнтів, забезпечують відповідні медичні рішення та сприяють якості догляду за пацієнтами, посилюють відчуття участі та співпраці в лікувальній команді, сприяють розвитку навичок, знань і ставлення, зменшують помилки лікування, скорочують тривалість перебування в лікарні, знижує витрати на лікування, зменшує стрес і професійне вигорання, підвищує продуктивність і задоволеність, а також сприяє продуктивності праці. Одним із факторів, пов’язаних із комунікаційною компетентністю, є комунікаційна самоефективність. Самоефективність відноситься до впевненості, яку людина має в собі, оволодіваючи бажаними навичками. Самоефективність у медицині опосередковує знання та практику і відіграє ключову роль у застосуванні наукових і професійних знань і навичок. Особи з високою самоефективністю більш схильні використовувати свою мотивацію та когнітивні ресурси для виконання дій, необхідних для досягнення мети.

Ключові слова: *комунікаційна компетентність, інтегральне особистісне становлення, ефективна комунікація.*

Summary

Communication plays a key role in the medical profession and interpersonal interactions with patients and is of paramount importance for identifying and meeting patients’ needs. Doctors must have competence, effectiveness and special communication skills. Communication competence is one of the tools for improving the efficiency of medical services. Communication competence and the ability to establish effective communication increase doctors’ awareness of patients’ issues and problems, improve decisions about discharge and transfer of patients, ensure appropriate medical decisions and contribute to the quality of patient care, enhance

the sense of participation and cooperation in the medical team, promote the development of skills, knowledge and attitudes, reduce treatment errors, shorten the length of hospital stay, reduce medical costs, reduce stress and burnout, increase productivity and satisfaction, and contribute to work productivity. One of the factors related to communication competence is communication self-efficacy. Self-efficacy refers to the confidence that a person has in themselves to master desired skills. Self-efficacy in medicine mediates knowledge and practice and plays a key role in the application of scientific and professional knowledge and skills. Individuals with high self-efficacy are more likely to use their motivation and cognitive resources to perform the actions necessary to achieve a goal.

Keywords: *communication competence, integral personal development, effective communication.*

Дар’я Бараненкова
олігофренопедагог Центру комплексної реабілітації дітей
з комплексними порушеннями та інвалідністю
Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ІНТЕГРАЛЬНЕ ОСОБИСТІСНЕ УТВОРЕННЯ ДЛЯ ДЕФЕКТОЛОГА

В Україні дослідження комунікативної компетентності як інтегрального особистісного утворення проводили такі науковці: І. Черезова у своїй статті “Комунікативна компетентність як інтегральна якість особистості” аналізує сутність комунікативної компетентності та шляхи її розвитку в процесі становлення особистості. С. Мащак розглядає особливості формування комунікативної компетентності особистості у процесі спілкування та пропонує тренінгові програми для її розвитку. С. Рудницька досліджує наративну компетентність як складову комунікативної здатності, що характеризує готовність та вміння особистості послідовно представляти оповідь про подію [1, 4, 5].

В Україні дослідженням комунікативної компетентності як інтегрального особистісного утворення в галузі дефектології займалися такі науковці: Н. Стеценко у своїй праці “Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки майбутніх учителів-дефектологid” аналізує сутність комунікативної компетентності та її роль у професійній діяльності дефектологів. Л. Нестеренко у статті “Визначення компонентів комунікативної компетентності викладача вищого навчального закладу” розглядає структурні компоненти комунікативної компетентності, що є важливими для педагогів, зокрема дефектологів. С. Роденко у роботі “Прийоми формування комунікативної компетентності” досліджує методи розвитку комунікативної компетентності у педагогів, що працюють з дітьми з особливими освітніми потребами [2, 3].

Дані дослідження сприяють глибшому розумінню та розвитку комунікативної компетентності у сфері дефектології, підвищуючи ефективність професійної діяльності фахівців.

Комунікативна компетентність дефектолога є ключовою складовою професійної діяльності, оскільки цей фахівець працює з дітьми з особливими освітніми потребами (ООП), їхніми батьками та педагогами. Вона виступає не лише інструментом ефективної взаємодії, а й фактором успішної корекційно-розвиткової роботи.

Комунікативна компетентність дефектолога є інтегральним особистісним утворенням, яке включає:

1. Знання (мови, психологічних особливостей дітей з ООП, методик корекційної роботи).

2. Практичні навички (ефективної комунікації з дитиною, використання невербальних засобів, навички активного слухання).

3. Особистісні якості (терпіння, емпатія, стресостійкість, толерантність, позитивне мислення).

Структурою комунікативної компетентності є:

1. Когнітивний компонент:

– знання особливостей мовленнєвого розвитку дітей з різними нозологіями (порушення слуху, мовлення, інтелектуального розвитку тощо);

– розуміння психологічних аспектів взаємодії з дітьми та їхніми батьками;

– орієнтація у корекційно-освітніх технологіях комунікації.

2. Поведеневий (операційний) компонент:

– використання вербальних та невербальних засобів комунікації у роботі з дітьми;

– вміння адаптувати мовлення під індивідуальні можливості дитини;

– навички створення комунікативно безпечного середовища.

3. Емоційно-ціннісний компонент:

– емпатія, терпимість до індивідуальних особливостей дитини;

– емоційна стійкість у складних ситуаціях (робота з дітьми, що мають складні порушення);

– уміння будувати довірливі відносини з батьками та педагогами.

4. Рефлексивний компонент

– аналіз власної комунікативної поведінки;

– готовність до самовдосконалення та освоєння нових підходів у спілкуванні;

– вміння враховувати зворотний звя’зок від колег, дітей, батьків.

Важливість комунікативної компетентності є однією з ключових професійних характеристик дефектолога, оскільки ефективне спілкування є основою роботи з дітьми з особливими освітніми потребами (ООП), їхніми батьками, педагогами та іншими фахівцями. Розвинена комунікативна компетентність допомагає дефектологу забезпечити високий рівень професійної діяльності, сприяти соціалізації дітей з ООП та підвищувати ефективність корекційної роботи. Комунікативна компетентность включає у себе:

1. Робота з дітьми з ООП: необхідність добирати зрозумілі способи комунікації, вміння налагоджувати контакт сприяє зниженню рівня тривожності та покращенню взаємодії; враховувати мовленнєві та когнітивні особливості, важливо створити комфортне середовище, що сприяє розкриттю потенціалу дитини.

2. Взаємодія з батьками: налагодження співпраці, роз’яснення стратегій корекційної роботи, підтримка. Співпраця дефектолога з родиною допомагає уніфікувати корекційні підходи вдома та в навчальному середовищі. Батьки

мають відчувати підтримку та мотивацію у процесі виховання й навчання дитини.

3. Командна робота: ефективна взаємодія з іншими фахівцями (психологами, логопедами, педагогами).

Розвиток комунікативної компетентності дефектолога є необхідною умовою ефективної роботи з дітьми з особливими освітніми потребами (ООП), їхніми батьками та колегами. Для вдосконалення навичок взаємодії фахівцю важливо застосовувати комплексний підхід, що охоплює кілька ключових напрямів. Опанування альтернативних і додаткових засобів комунікації (АДК): використання жестової мови, карток PECS, комунікаторів для дітей, які мають труднощі з мовленням. Опанування методики Макатон (поєднання жестів і символів для підтримки комунікації). Навчання методикам розвитку мовлення у дітей з ООП: використання прийомів артикуляційної гімнастики, логопедичних ігор, спеціальних вправ для активізації мовеннєвої діяльності. Інтерактивне навчання за допомогою ігор, імітацій, драматерапії. Використанння прийомів активного слухання (повторення, уточнення, співпереживання). Відвідування тренінгів з емоційного інтелекту та невербального спілкування, співпраця з іншими спеціалістами (обмін досвідом із логопедами, психологами, реабілітологами для вдосконалення підходів до корекційної роботи. Участь у міждисциплінарних зустрічах для вироблення єдиної стратегії супроводу дитини). Практикувати саморефлексію та аналізувати ефективність власної комунікації (ведення комунікативного щоденника, у якому можна аналізувати складні випадки взаємодії з дітьми, батьками, колегами. Використання відеозаписів власних занять або консультацій для самоаналізу та вдосконалення технік спілкування). Використання сучасних технологій у комунікації: впровадження цифрових засобів для комунікації з дітьми з ООП (використання мобільних додатків для розвитку мовлення (наприклад, Avaz– це мобільний додаток для альтернативної та додаткової комунікації (ААС), призначений для людей з порушенням мовлення, зокрема дітей з РАС, церебральним паралічем, синдромом Дауна та іншими особливостями розвитку. Avaz є корисним інструментом для дефектологів, логопедів і спеціальних педагогів у роботі з дітьми, які мають труднощі у мовленні. Додаток допомагає: підтримувати альтернативні методи комунікації в корекційній роботі, покращувати когнітивний розвиток та соціалізацію дітей, спрощувати взаємодію дитини з оточенням, зменшуючи рівень стресу через мовленнєві труднощі. Proloquo2Go додаток для альтернативної та додаткової комунікації (ААС), розроблений для людей, які мають труднощі з мовленням, зокрема дітей з РАС, церебральним паралічем, синдромом Дауна, мовленнєвою апраксією тощо, це потужний та універсальний додаток, який значно покращує якість життя людей із порушенням мовлення, забезпечуючи їм доступ до комунікації. Його використання у дефектології сприяє ефективному розвитку мовлення,

соціалізації та підвищенню незалежності дітей з ООП. Використання інтерактивних дошок, спеціального програмного забезпечення для розвитку мовлення та когнітивних навичок). Використання онлайн-платформ для спілкування з батьками (ведення блогів, запис відеоінструкцій для батьків щодо методів роботи з дітьми. Використання груп у соцмережах чи месенджерах для швидкого зворотного зв’язку).

Розвиток комунікативної компетентності дефектолога вимагає комплексного підходу, що включає вдосконалення вербальних та невербальних навичок, опанування спеціальних методик комунікації з дітьми з особливими освітніми потребами, навчання ефективній взаємодії з батьками та колегами, а також використання сучасних цифрових технологій. Безперервне професійне зростання, саморефлексія та практика допоможуть дефектологу стати успішним у своїй діяльності та забезпечити якісну підтримку дітям з особливими освітніми потребами.

Список використаних джерел:

1. Мащак С. Комунікативна компетентність особистості як соціально–психологічна проблема. URL.: http://psychology-naes-ua.institute/.
2. Нестеренко Л. Визначення компонентів комунікативної компетентності науково-педагогічних працівників. URL.: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2021_40%282%29__44/.
3. Стеценко Н. Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки сучасного фахівця. URL.: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pedalm_201.
4. Рудницька С., Гуцол К. Наративна компетентність як визначальна складова комунікативної компетентності особистості. URL.: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/.

Анжеліка Бондарчук
аспірантка кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка,
Галина Синоруб
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка,

ОСВІТНЯ ТЕМАТИКА НА СТОРІНКАХ ОНЛАЙН-ВИДАННЯ “ІНФОРМАТОР”

В умовах війни освітня тематика в українському медіапросторі залишається недостатньо висвітленою, оскільки редакції переважно зосереджують увагу на військових, політичних подіях, які відбуваються в країні. Спостерігається деяке обмеження новинами з цієї проблеми в загальному блоці новин чи випуску новин, відсутні окремі новинні чи аналітичні рубрики, програми, подкасти, що спеціалізуються на освітньому контенті та зачіпають актуальну тематику у сфері освіти [2, с.151].

Для вивчення й аналізу освітньої тематики в онлайн-виданнях нами обрано незалежний портал новин “Інформатор” – всеукраїнський проєкт, який бере свій початок в Дніпрі. Зараз ресурс висвітлює події, що відбуваються в Івано-Франківську, Коломиї, Калуші, Переяславі, Києві, Кривому Розі, Нікополі та має всеукраїнську редакцію й радіохвилі у Дніпропетровській області [1]. Для дослідження специфіки висвітлення освітньої проблематики у громадах Івано-Франківщини у 2024-початку 2025 рр., нами обрано платформи “Інформатор Калуш”, “Інформатор Івано-Франківськ” та “Інформатор Коломия”.

На сторінках видання “Інформатор Калуш” регулярно висвітлюються питання забезпечення доступу до якісної освіти в області. Повідомляється про оновлення матеріально-технічної бази навчальних закладів громади. Зокрема, “У січні 2025 року школи отримали інтерактивні панелі, цифрові лабораторії та навчальні комплекси для природничих дисциплін. Це обладнання, придбане за кошти державного та місцевого бюджетів, сприятиме глибшому опануванню учнями природничих наук та підвищенню якості освіти” [5]. Ресурс “Інформатор Калуш” висвітлює освітні ініціативи та зміни в навчальному процесі. У виданні зазначається, що з 2027 року в Україні планується реформа старшої школи, яка дозволить учням обирати предмети та курси за власними інтересами [6].

Імплементація інклюзивного навчання в освітній простір є важливим показником забезпечення рівних можливостей для всіх здобувачів освіти та сприяє їхній соціалізації й розвитку. В Івано-Франківській області цей процес активно розвивається завдяки діяльності місцевих освітніх закладів та інклюзивно-ресурсних центрів. На платформі “Інформатор Калуш” знаходимо інформацію про те, що в місті зростає кількість інклюзивних класів у закладах загальної середньої

освіти. На поточний навчальний рік їх збільшилося на 19, досягнувши числа 107. Такі новини свідчать про посилення уваги до дітей з різними можливостями та прагнення забезпечити їм належні умови для навчання [9].

“Інформатор Івано-Франківськ” висвітлює події, пов’язані з освітніми закладами міста. Надаються інструкції щодо реєстрації першокласників до шкіл Івано-Франківська. Повідомляється про педагогічну діяльність вчителів міста – участь у навчальних заходах для впровадження інноваційних освітніх проєктів [3]. На сторінках онлайн-видання регулярно висвітлюються питання впровадження інклюзивного навчання в освітній простір регіону: В Городенківській громаді відкрили інклюзивно-ресурсний центр, метою якого є забезпечення рівного доступу до якісної освіти для всіх дітей громади, незалежно від їхніх можливостей. Під час відкриття мати дев’ятикласника з особливими освітніми потребами поділилася своїм досвідом та подякувала працівникам центру за підтримку» [8].

На платформі **“**Інформатор Коломия**”** знаходимо інформацію про події в освітніх закладах громади. Зокрема, про покращення матеріально-технічної бази навчальних закладів (“Нещодавно школи Коломийської громади отримали нове навчальне обладнання на суму майже 3 млн грн, що дозволить проводити більш інтерактивні заняття для дітей”)” [7], а також повідомляється про запровадження карантину в школах Коломиї та сіл громади через підвищену захворюваність [10]. Гостро піднімається проблема інклюзивного навчання – створення комфортного середовища, де кожен учень може розвиватися відповідно до своїх можливостей. Так, “у вересні 2024 року в Коломиї батьки та вихователі виступили проти скорочення кількості груп у дитячих садках, зокрема інклюзивних. Під час засідання виконавчого комітету міської ради обговорювалися проблеми об’єднання дітей різного віку в одні групи та відсутність помічників вихователів для дітей з особливими потребами. Активісти наголошували на важливості збереження якісної інклюзивної освіти та належних умов для розвитку дітей”, – зазначається у виданні “Інформатор Коломия” [4].

Проаналізувавши освітню тематику в онлайн-виданнях “Інформатор Калуш”, “Інформатор Івано-Франківськ” та “Інформатор Коломия” можна констатувати, що найчастіше висвітлюються проблеми матеріально-технічного обладнання та фінансових можливостей, інклюзивного навчання та адаптаційних методик, педагогічної діяльності (методів викладання та освітніх технологій). Хоча в аналізованих медіа інколи обговорюються питання освітніх реформ, війни та цифровізації навчального процесу, однак деякі важливі теми залишаються поза увагою або висвітлюються поверхнево: проблеми психічного здоров’я учасників освітнього процесу (перевантаження, професійне вигорання, психологічної підтримка в навчальних закладах), організація навчання в умовах війни (адаптація дітей із зон бойових дій, дистанційна освіта та її реальні виклики, інтеграція в освітнє середовище дітей-переселенців), освіта дорослих, перспективи педагогічної професії тощо.

Список використаних джерел:

1. Інформатор. URL: https://if.informator.ua/pro-proyekt/.
2. Катеринич П. Освітня журналістика в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Синопсис: текст, контекст, медіа №26(4). С. 151–158. https://doi.org/10.28925/2311-259x.2020.4.6.
3. Коли і де можна зареєструвати дитину до першого класу в Івано-Франківську? URL.: surl.li/ddetbj.
4. Крики “Ганьба” і завалене питання мережі закладів освіти: що відбувалось в ратуші 17 вересня. URL.: surl.li/utnsdg.
5. Навчальні заклади Калуської громади отримали інтерактивні панелі та лабораторії. URL.: surl.li/manfzu.
6. Обов’язкові предмети в українських школах скоротять з 2027 року. URL.: surl.li/itvlts.
7. Освітнім закладам Коломийської громади передали нове навчальне обладнання. URL.: surl.li/uobhkh.
8. У Городенці пройшло відкриття “Інклюзивно-ресурсного центру”. URL.: surl.li/mqnzgr.
9. У Калуші перерахували дітей: класів сформували менше, гуртки трохи скорочують. URL.: surl.li/rmxcmn.
10. Школи Коломиї та сіл громади йдуть на карантин. URL.: surl.li/vwigpe.

Анотація

У матеріалі проаналізовано освітню тематику в онлайн-виданні “Інформатор”, зокрема на платформах – “Інформатор Калуш”, “Інформатор Івано-Франківськ” та “Інформатор Коломия”. Виявлено публікації, що висвітлюють матеріально-технічне забезпечення навчальних закладів, імплементацію інклюзивного навчання, педагогічну діяльність та інновації в освітньому процесі. Зосереджено увагу на необхідності розширення спектра освітньої тематики в медіапросторі для більш комплексного аналізу освітніх викликів і можливостей.

Ключові слова: *медіа, онлайн-видання, освітня тематика, інклюзивна освіта*

Abstract

The article analyses educational topics in the online publication ‘Informator’, in particular on the platforms ‘Informator Kalush’, ‘Informator Ivano-Frankivsk’ and ‘Informator Kolomyia’. Publications covering the material and technical support of educational institutions, the implementation of inclusive education, pedagogical activities and innovations in the educational process were identified. A number of important topics that remain insufficiently covered are emphasised. Attention is focused on the need to expand the range of educational topics in the media space for a more comprehensive analysis of educational challenges and opportunities.

Keywords: *media, online media, educational topics, inclusive education.*

Аліса Ваховська
студентка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету фінансів та цифрових технологій Державного податкового університету

РОЛЬ ДИСКУРСИВНИХ ПРАКТИК У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНОЇ РЕАКЦІЇ НА ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАГРОЗИ

У сучасному інформаційному середовищі, яке характеризується швидким розвитком цифрових технологій, дискурсивні практики набувають все більшої ваги у формуванні суспільної реакції на інформаційні загрози. Українські науковці, зокрема Олена Романенко, Олександр Михайлов та Ірина Жданова, аналізують, як інформаційні дискурси впливають на національну безпеку, мобілізацію суспільства та формування колективної реакції в умовах зовнішніх загроз. У працях закордонних дослідників, таких як Мішель Фуко, Юрген Габермас, Джон Тульчин та Шанталь Муфф, запропоновано інструменти для розуміння, як дискурси формують суспільну свідомість, мобілізацію та колективну ідентичність у відповідь на інформаційні загрози. Ці дослідження вказують на те, що медіа можуть легітимувати або делегітимувати певні наративи, які впливають на суспільне сприйняття загроз, а також що ефективне використання дискурсивних стратегій підвищує здатність суспільства до об’єднання та протистояння інформаційним атакам.

У цій роботі розглянуто як дискурсивні практики впливають на сприйняття загроз, емоційний контекст реакцій суспільства та етичні аспекти комунікації в бізнес-середовищі.

Дискурси, що формуються в медіа, політичних колах та соціальних мережах, є важливими інструментами, які визначають, що суспільство вважає загрозою. Вони не лише задають рамки для обговорення, а й формують колективні уявлення про реальність. Наприклад, терміни на кшталт “фейкові новини” або “гібридна війна” активно використовуються в публічних дискусіях, що впливає на суспільні настрої [1, с.24–25].

Під час російської агресії в Україні термін “гібридна війна” став визначальним для розуміння загрози. Цей термін не лише окреслив специфіку конфлікту, а й активізував національну єдність, що підтверджується зростанням підтримки волонтерських ініціатив [2].

Емоційний фон, що формується через дискурси, є критично важливим для визначення реакції суспільства на загрози. Наративи, які акцентують увагу на спільних зусиллях та солідарності, здатні активізувати соціальну мобілізацію. Наприклад, кампанії, які використовують мову солідарності під час пандемії COVID-19, сприяли зростанню волонтерських рухів та підтримки один одного в суспільстві [3, с. 354].

У ході пандемії багато медіа запроваджували наративи на кшталт “разом ми сильніші”, що призвело до створення ініціатив для перевірки фактів та

підтримки тих, хто постраждав від дезінформації. Це свідчить про важливість позитивних наративів у формуванні суспільної активності.

В умовах інформаційних загроз етичні дискурси в бізнес-контексті стають критично важливими для підтримки довіри споживачів. Компанії, які відкрито реагують на інформаційні виклики та дотримуються етичних стандартів у своїй комунікації, здатні зберігати лояльність клієнтів.

Під час COVID-19, компанії, такі як Unilever, реалізували стратегії, які акцентували увагу на соціальній відповідальності. Вони публічно комунікували про свої дії, спрямовані на підтримку громади, що сприяло зміцненню їх репутації та довіри з боку споживачів [5].

З метою ефективного реагування на інформаційні загрози використовують такі методи:

– аналіз контексту: ретельно аналізуйте ситуацію та розумійте, як різні соціальні групи можуть сприймати певні дискурси. Це дозволить адаптувати комунікаційні стратегії відповідно до потреб цільової аудиторії;

– формування позитивних наративів: створюйте меседжі, що акцентують на спільних зусиллях, успіхах та можливостях. Це допоможе зміцнити соціальну згуртованість та підвищити рівень довіри;

– залучення експертів: співпрацюйте з експертами для розробки контенту, який буде інформативним і легким для сприйняття, що допоможе уникнути маніпуляцій і підвищити рівень інформаційної грамотності;

– постійний моніторинг: впроваджуйте системи моніторингу для виявлення нових загроз і реагування на них. Своєчасна реакція може суттєво знизити негативний вплив дезінформації.

Дискурсивні практики мають суттєвий вплив на формування суспільної реакції на інформаційні загрози. Визначення загроз через дискурси, емоційний контекст реакцій та етичні аспекти комунікацій формують основу для розуміння, як суспільство може ефективно реагувати на виклики, пов’язані з інформаційною безпекою. Дослідження цієї теми є необхідним для розробки стратегій, що сприятимуть підвищенню інформаційної грамотності, зміцненню суспільної довіри та забезпеченню етичних стандартів у комунікації. У перспективі, це сприятиме формуванню стійкого інформаційного середовища, яке відповідатиме потребам сучасного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Бойченко М. Влада дискурсивних практик. Дискурс в умовах мінливості соціокультурного простору : Всеукр. науково-практ. конф. з міжнар. участю до 95-річчя Мелітоп. держ. пед. ун-ту ім. Богд. Хмельн., м. Мелітополь, 21 квіт. 2018 р. Мелітополь, 2018. С.22–25.

2. Магда Є. Гібридна війна: питання і відповіді. Детектор медіа: веб сайт. URL: https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/13805/2015-07-27-gibrydna-viyna-pytannya-i-vidpovidi/ (дата звернення: 29.10.2024).

3. Власюк О. Національна безпека України: еволюція проблем внутрішньої політики : Вибр. наук. праці. Київ. НІСД. 2016. 528 с. URL.: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2017-01/Vlasuk-fin-99d56.pdf (дата звернення: 29.10.2024).

4. Як аналіз дискурсу може розпізнати загрози національній безпеці. Просвітницькі матеріали. Серія: Свобода слова і національна безпека. Київ. УНЦПД. 2022. 25 с. URL: https://ucipr.org.ua/images/files/1748/1748_file.pdf (дата звернення: 29.10.2024).

5. “У чистому світі”, або Як глобальні політики Unilever реалізуються в Україні. Кореспондент. 2021. 22 лип. URL: https://ua.korrespondent.net/business/esg_rating_2021/4378294-u-chystomu-sviti-abo-yak-hlobalni-polityky-Unilever-realizuuitsia-v-ukraini (дата звернення: 29.10.2024).

Максим ВЕРБОВЕЦЬКИЙ
аспірант кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

СПЕЦИФІКА ЗАГОЛОВКОВОГО КОМПЛЕКСУ МАС-МЕДІА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ (НА МАТЕРІАЛІ ВИДАННЯ “20 ХВИЛИН” (ТЕРНОПІЛЬ)

Заголовок – ключовий елемент журналістського матеріалу, він привертає увагу читача та формує перше враження про зміст статті.

Заголовки продовжують бути об’єктом дослідження представників різних наукових сфер – лінгвістики, літературознавства, психології, журналістики. Про важливість дослідження медіазаголовків засвідчують напрацювання у цій галузі, представлені працями В. Галич, Л. Грицюк, В. Здоровеги, В. Ронгинського, Л. Солодкої, Л. Шитик та ін. Попри численні наукові розвідки, місце та функції заголовка в структурі тексту залишаються дискусійним. Це підтверджує важливість цього елемента у процесі сприйняття та інтерпретації тексту.

Мета дослідження – виявлення синтаксичних особливостей заголовків сучасних медіатекстів на матеріалі видання “20 хвилин” (Тернопіль) [1].

Заголовок виконує функції, що визначають його місце у стосунках між автором і реципієнтом: номінативну, репрезентативну, графічно-видільну, інтегративну, концептуально-змістову, єднальну, оцінно-експресивну, імпресивну, рекламну й естетичну [2, с. 3].

Заголовки текстів різних стилів та жанрів мають, окрім загальних, і свої специфічні функції. Так, призначення заголовків масмедіа, за твердженням І. Кочан, – “зацікавлювати реципієнта, відтворювати основну думку медіатвору, окреслювати проблему, містити висновок публікації, застерігати, давати поради, прогнозувати події” [3, с. 63–64]. Основною у сфері масмедіа є комунікативна функція, яка забезпечує обмін інформацією між автором тексту і реципієнтом.

Для виконання зазначених функцій необхідний підбір засобів і прийомів, через які буде відбуватися реалізація задуму автора, та способів організації цих засобів і прийомів у мовленнєвому потоці. Тому “заголовки нехудожніх творів повинні складатися переважно з основних (значущих) слів, що мають однозначно виражати зміст понять та кількість яких в середньому має становити не більше 5–6. Крім того, у заголовках не повинно бути складних синтаксичних конструкцій” [4].

У регіональних медіа, таких як тернопільське видання “20 хвилин”, заголовки відіграють особливу роль у привернення уваги місцевої аудиторії та зацікавленні її медіаконтентом. Дослідження заголовків цього видання дозволяє

виявити синтаксичні прийоми, які сприяють декодуванню головної ідеї матеріалу та є привабливими для читача. Розглянемо основні із них.

Заголовки-питання. Запитання у заголовку тексту може бути риторичним або ж призначатися читачеві: “*Декларування доходів: хто і в які терміни має подати декларацію*”, *“Куди піти, що побачити у Тернополі на вихідні 1-2 лютог”, “Дизайн інтер’єру в стилі шале: як створити гірську казку у своєму будинку*”, “*У Тернополі тепер можна оцінити якість поїздок у громадському транспорті. А вас влаштовує?*”, “*На “прокурорській” землі виросло вже вісім поверхів. Коли добудують?*”. Усі досліджені заголовки із запитаннями мають інформативний характер і тексти дають відповіді на них. Такий прийом сприяє привертання уваги читачів до інформації, актуалізує найважливішу тезу статті.

Окличні заголовки. Такі заголовки відображають емоції та почуття автора або виражають спонукання до певної діяльності. У тексті вони позначені знаком оклику. Заголовки цієї групи здійснюють потужний емоційний вплив на читача, привертають увагу до думки, висловленої у ній, сприяють формуванню ставлення до повідомлюваного через авторську емоцію, епатують. Такий прийом надає матеріалу експресивного забарвлення, яке може викликати різні емоції (як позитивні, так і негативні), але при цьому присутня емоційна напруга. Знак оклику в таких заголовках допомагає акцентувати увагу на проблемі та підкреслити її важливість. Він може виконувати роль попередження, застереження, заклику тощо: “*Стоп, міни! Як медове життя перетворилося на фронтове*”, “*Пісні співаємо – на аптечки для ЗСУ збираємо!”, “Актуальні вакансії тижня у Тернополі: знайди свою роботу прямо зараз!”, “Небо тепер на небі! На війні загинув захисник Михайло Микусь”*

Фігура замовчування. Фігура замовчування – це конструкція заголовку, яка вказує на неповноту вислову, містить незавершену інформацію і закінчується трьома крапками. Обірвана фраза може передавати сумніви, натяки, іронію, роздуми, спонукання до роздумів тощо. Зазвичай фігура замовчування використовується в кінці заголовка як прийом для створення інтриги та натяку на певні аспекти проблеми: “*Треба навчитися жити – без Вітальчика…» Як живе родина, що пережила удар дрона у квартиру*”. Такі прийоми не є поширеними у мові тернопільського електронного видання “20 хвилин”, оскільки “недомовленість” та інтрига уже самі по собі є ознаками будь-якого заголовка інтернет-видання. Натомість такий прийом більш поширений у мові друкованих масмедіа.

Заголовок-парцелят. Парцеляція – “прийом стилістичного синтаксису, що полягає в розчленуванні цілісної змістово-синтаксичної структури на інтонаційно та пунктуаційно ізольовані комунікативні частини – окремі речення” [5, с. 369]. Прийом використовують у журналістських текстах з метою привернення уваги читача до конкретних аспектів і підкреслення основної ідеї пропонованого тексту. Розриву підлягають і такі конструкції, які не

передбачають розчленування: “*Ховають через майже два роки після загибелі. Тернопіль прощається з військовим”, “У Почаєві горіла квартира. Постраждав чоловік*”, “*На Чортківщині ВАЗ влетів у дерево. Трьох людей з автівки діставали рятувальники*”. Парцеляція не є частотним прийомом у мові видання “20 хвилин”. Можливо, це пов’язано із тим, що досліджуване джерело є новинним сайтом, основною метою якого є інформування читачів, а інформація масмедіа повинна бути повною, без елементу “домислення”.

Автори у заголовкових структурах активно послуговуються безсполучниковими та складнопідрядними реченнєвими структурами. Такі конструкції сприяють висловленню у заголовку основної інформації, передачі ідеї тексту і висловленню коментаря щодо тієї чи іншої події (причинно-наслідкові зв’язки, уточнення): “*Любов та молитва у кожній ниточці: у Петриках волонтерка об’єднала людей для плетіння маскувальних сіток*”, “*На даху Шумської лікарні встановили сонячні батареї: мають економити до 800 тисяч з бюджету*”, *“Де тернополяни можуть пройти базову військову підготовку: добірка курсів та тренінгів*”, “*Росіяни вкотре били ракетами: у Полтаві – влучання в будинок, у деяких областях – екстрені відключення*”, *“Затримали водія Land Rover, який в населеному пункті мчав зі швидкістю 112 км/год”.*

Отже, журналісти інтернет-видання “20 хвилин” (Тернопіль) широко послуговуються синтаксичними засобами для увиразнення заголовків текстів новин. Під час створення заголовка автор має ретельно обирати засоби і прийоми, враховуючи їх доцільність у конкретних контекстах. Заголовки видання “20 хвилин” (Тернопіль) мають виразні особливості, які сприяють залученню аудиторії та ефективному поширенню медіаконтенту. Лаконічність, емоційність, використання питальних конструкцій та локальна специфіка є основними характеристиками, які визначають їхню унікальність у регіональному медіапросторі. Дослідження цих особливостей дозволяє глибше зрозуміти механізми комунікації локальних масмедіа та їхній вплив на громадську думку.

Список використаних джерел:

1. 20 хвилин. URL.: https://te.20minut.ua/.

2. Юлдашева Л. Структурно-семантичні та прагматичні особливості заголовків художніх творів кінця XX – початку XXI ст.: дис… канд. філол. наук: 10.02.01 / Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. Черкаси, 2018. 270 с.

3. Кочан І. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посібник/ 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2008. 423 с.

4. Солодка Л. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків: дис… канд. наук із соц. комун.: 27.00.04 / Інститут журналістики Київського

національного університету імені Тараса Шевченка. Київ, 2008. URL: http://www.disslib.org/leksyko-semantychni-osoblyvosti-hazetnykh-zaholovkiv.html

5. Мацько Л., Сидоренко О., Мацько О. Стилістика української мови : підручник. Київ. Вища школа. 2003. 462 с.

Анотація

У матеріалі досліджено синтаксичні особливості заголовків сучасних медіатекстів на матеріалі тернопільського видання “20 хвилин”. Проаналізовано ключові функції заголовків у журналістському тексті, їхню роль у взаємодії між автором і реципієнтом. Розглянуто основні синтаксичні прийоми, що використовуються у заголовках: питальні конструкції, окличні речення, фігура замовчування, парцеляція, безсполучникові та складнопідрядні структури. Визначено, що заголовки видання “20 хвилин” відзначаються лаконічністю, емоційністю та локальною специфікою, що сприяє залученню аудиторії та ефективному поширенню медіаконтенту.

Ключові слова*: заголовок, медіатекст, синтаксичні конструкції, комунікативна стратегія, регіональні масмедіа.*

Summary

The article examines the syntactic features of headlines in modern media texts on the basis of the Ternopil edition of 20 Minutes. The key functions of headlines in a journalistic text and their role in the interaction between the author and the recipient are analysed. The main syntactic techniques used in headlines are considered: interrogative structures, exclamatory sentences, figure of speech, parcellation, non-conjunctive and complex subordinate structures. It has been determined that the headlines of the ‘20 Minutes’ publication are characterised by conciseness, emotionality and local specificity, which contributes to the involvement of the audience and the effective dissemination of media content.

Keywords: *headline, media text, syntactic structures, communication strategy, regional mass media.*

Олена Калита
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У СУЧАСНОМУ ЗВО

В умовах глобалізації, інтеграції України у світове співтовариство, швидкого розвитку цифрових технологій вища освіта має відповідати новим цивілізаційним викликам. На думку експертів ЮНЕСКО, підготовку окремої людини і суспільства загалом до того, щоб жити в мінливому світі, сповненому протиріч, має забезпечити саме освіта через розвиток у людей здатності адаптуватись і реагувати на те, що відбувається довкола. Вони свідомі того, що освіта не може сама вирішити всі проблеми розвитку світу, проте гуманістичний та цілісний підхід до освіти може і повинен сприяти реалізації нової моделі цивілізаційного розвитку [7]. Сучасний запит суспільства актуалізує забезпечення високого рівня якості освіти. За таких умов формування особистості з високим рівнем комунікативної компетентності, здатної ефективно взаємодіяти у всіх аспектах повсякденного життя, набуває особливого значення.

Розвиток комунікативної компетентності майбутніх фахівців є важливим етапом у процесі підготовки до професійної діяльності, де ефективна комунікація стає ключовою для успішного функціонування на ринку праці.

Суттєвий вклад у розуміння і розвиток комунікативної компетентності як важливої складової підготовки майбутніх фахівців внесли українські та зарубіжні вчені (С. Амеліна, Н. Бібік, С. Бондар, І. Єрмаков, Н. Калинюк, Н. Кічук, О. Овчарук, Л. Петровська, О. Пометун, Дж. Равен, Т. Симоненко, Л. Столяренко, тощо). Їхні роботи слугують основою для подальших досліджень і практик у цій сфері, сприяючи успішному формуванню професіоналів, здатних ефективно комунікувати в різних контекстах.

Закономірності процесу навчання у вищій школі, що випливають із законів теорії пізнання й передбачають вияв у відповідних умовах постійних стійких зв’язків і залежностей між трьома елементами навчання – діяльністю викладання, діяльністю учіння й об’єктом засвоєння (змістом навчання), зумовлюють напрацьовані дидактикою принципи навчання.

Принципами формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців як системи вихідних, основних дидактичних вимог, установок професійного навчання, що забезпечує ефективність освітнього процесу, є загально-педагогічні та спеціальні положення.

Основними загальнопедагогічними принципами формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців є принципи: науковості,

наочності, систематичності, системності, активності, міцності знань, індивідуального підходу. самостійності й активності суб’єктів навчання, позитивного емоційного фону навчання, забезпечення єдності освітніх, розвивальних і виховних функцій, професійної спрямованості навчання [1].

До спеціальних принципів формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців відносимо такі:

Принцип гуманістичної спрямованості. Повага до здобувача вищої освіти знаходить вияв у повазі та вимогливості викладача, у співчутті, емпатійному ставленні, опорі на позитивне, в організації ситуації успіху, що передбачає: виявлення позитивних якостей, формування почуття гідності, організацію виконання ним конкретних справ, дій; мімічне, пластичне, вербальне, предметне, дієве підкріплення позитивного. Саме реалізація цього принципу веде до сформованості у майбутнього фахівцяг гуманізму як вершини його моральності, що знаходить своє виявлення у свідомому засвоєнні універсальних цінностей загальнолюдської, національної, професійної культури; осмисленні єдності людського роду і себе як його неповторної частини, зв’язку з іншими людьми, суспільством, природою [2, с. 104–118].

Принцип зворотного зв’язку, що сприяє успіху навчання й позитивному ставленню студентів до нього. Систематичне інформування студента про досягнуті ним успіхи дає значний мотиваційний ефект, сповнює його вірою у власні сили й зміцнює прагнення вчитися. Вимагає від викладача віри в можливості студента, позитивного його сприйняття. Зміщення уваги з негативних на позитивні характеристики роботи студента допомагає зміцнити його віру в себе, підтримати атмосферу довіри та поваги, викликає бажання у подальшому покращити свій результат [6].

Принцип комунікативної взаємодії передбачає презентацію й спільне обговорення учасниками освітнього процесу створених ними продуктів. Інтерактивність надає можливість студенту активно взаємодіяти з викладачем, спілкуватися з іншими студентами, вільно висловлювати власні думки та сприймати чужі. З метою залучення емоцій студентів після завершення певного етапу навчального процесу, доцільно надати їм можливість висловити враження від роботи, колективно обговорити та оцінити завдання, над якими вони працювали [4, с. 129–135].

Принцип індивідуальної підтримки викладачем навчальної діяльності кожного студента. Передбачає створення умов для вибору індивідуальної траєкторії вивчення навчального матеріалу, регулювання темпу його засвоєння, глибокої адаптації в інтелектуальних системах підтримки навчання, що відповідають моделі того, хто навчається. Розвантаження викладача від передачі навчальної інформації та контролю її засвоєння надає йому час для оперативної, комфортної індивідуальної взаємодії з кожним студентом, використання розвиваючих стратегій взаємодії [5, с. 148–153].

Принцип внутрішньої свободи особистості. Реалізується через надання студентам можливості відчути потребу самореалізуватися в творчості. Для цього вона має бути внутрішньо вільною, що передбачає самоконтроль людиною того, що з нею відбувається, відповідальність за власні успіхи та невдачі. Реалізується за допомогою диференційованих творчих завдань, складність яких студент має обрати сам згідно зі своїми здібностями та інтересами (занадто складне завдання може справити протилежний до поставленої мети ефект, викликавши почуття безсилля та безпорадності; дуже легке завдання спричинить почуття незадоволення через нереалізованість власних потенційних можливостей) з подальшою самостійною постановкою творчих завдань, діяльності з ініціативи студентів.

Принцип позиційності. Виявляється у зміні “суперпозиції” викладача й субпозиції студента в позанавчальній роботі на рівноправні позиції співробітництва, співдії, співдружності, співпереживання, співвідповідальності.

Усвідомлюємо, що формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців являє собою діяльність, яка містить спонукальний та виконавчий компоненти. При цьому спонукальний є внутрішнім, а виконавчий – зовнішнім елементом. Спонукальний елемент виявляється через потреби, інтереси та мету як ідеалізований передбачений результат діяльності та її предмет. Якщо ми прагнемо до того, аби здобувач вищої освіти мав можливість завжди виявити свій комунікативний, культурний потенціал, то маємо таким чином залучити його до діяльності, щоб кожна з властивостей набула стійкості, стала рисою характеру.

Упевнені, що позитивна навчальна мотивація (зокрема, через високий інтерес до професійно спрямованої комунікації), яку має забезпечити компетентно організована комунікативна діяльність викладача, прийняття майбутніми фахівцями професійної комунікації як особистісно значущої діяльності, що формує усталений інтерес до неї та перетворює задані ззовні цілі на внутрішні потреби особистості, є рушійною силою в реалізації потреби здобувачів вищої освіти у формуванні комунікативної компетентності. На мотивацію навчання впливають рівень й ефективність комунікації (частота спілкування з викладачем і задоволеність ним) Погоджуємося з К. Козубенко, який зазначає, що “завдання викладача (…) створювати ситуації, які сприяють творчій активності та спрямованості студента, розвивати його уяву, асоціативне мислення, здатність розуміти закономірності, прагнення постійно вдосконалюватися, розв’язувати дедалі складніші творчі завдання” [3, с. 142–146].

Крім зазначеного, мотиваційне переключення (“психологічний механізм формування мотивації (інтересу) до об’єкта або діяльності шляхом перенесення енергії, позитивної мотивації з чогось важливого та привабливого на об’єкт чи діяльність, до якого (якої) ми прагнемо сформувати інтерес (мотивацію)” майбутнього фахівця є тим механізмом, що забезпечує реалізацію його

особистісної потреби. У дослідженні механізм дії мотиваційного переключення презентуємо таким чином: якщо відповідно організований процес формування у майбутніх фаівців комунікативної компетентності буде викликати у них позитивні емоції, то можна сподіватися на те, що відбудеться перенесення наявної позитивної енергії здобувачів вищої освіти на майбутню професійно спрямовану комунікацію.

Формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців є багатогранним процесом, який потребує комплексного підходу. Інвестуючи у розвиток цих навичок, ми формуємо нове покоління професіоналів, здатних успішно працювати в умовах різноманітного й глобалізованого світу, де якість комунікації визначає рівень взаємодії у всіх сферах життя.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко С. Педагогічні закони, закономірності, принципи. Сучасне тлумачення. Рівне. Волинські обереги. 2012. 192 с.

2. Дубровіна І. Казакова Н., Юр’єв О. Формування комунікативної культури освітян як основа суб’єкт-суб’єктної взаємодії “викладач – студент”. Перспективи та інновації науки. 2022. № 4 (9). С. 104–118.

3. Козубенко К. Об’єктивні педагогічні умови формування комунікативної компетентності фахівців туристичної галузі. Наукові записки Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія: Педагогічні науки: 2017. Вип. LXXVIII. Т. 2. С. 142–146.

4. Кондратенко Н. Закономірності формування комунікативної компетентності майбутніх журналістів в умовах сучасної університетської освіти. Наукові записки Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія: Педагогічні науки. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. Вип. CXXXIV (134). С. 129–135.

5. Кондратенко Н. Лінгводидактичні умови формування комунікативної компетентності майбутніх журналістів. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Випуск 17, Бердянськ, 2017. С. 148–153.

6. Копусь О. Теоретичні засади формування фахової лінгводидактичної компетентності майбутніх магістрів-філологів у вищому навчальному закладі : [монографія]. Одеса. 2012. 429 с.

7. Rethinking Education: Towards a global common good? UNESCO. URL.: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232555.

Андрій Макаренко
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри медико-біологічних основ охорони життя
та цивільного захисту факультету фізичного виховання
ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”
Вікторія Яковенко
кандидат медичних наук,
доцент кафедри медико-біологічних основ охорони життя
та цивільного захисту
ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”
Владислав Гершун
студент факультету фізичного виховання
ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”

КОМУНІКАТИВНІ БАР’ЄРИ ТА НЕПОРОЗУМІННЯ В ХОДІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ ТРЕНЕРА ТА ЙОГО ВИХОВАНЦІВ

Іноді в процесі спілкування трапляється так, встановленню контакту із співрозмовником заважають індивідуально-типологічні особливості учасників. До них, окрім зовнішніх ознак, змінити які практично неможливо, належать темперамент, характер і негативні емоційні стани [1].

Бар’єр темпераменту в спілкуванні зустрічається між людьми з різними типами нервової системи. Наприклад, людина з високою реактивністю, запальна, в бажаннях неприборкана, починає діалог без думки про сварку, раптово у відповідь на репліку, що обурила її, розряджається спалахом обурення. В той же час для партнера сказане їм зауваження суб’єктивно означає дрібницю. А ось інший суб’єкт, дуже чутливий, із слабким типом нервової системи, з малою реактивністю на ту ж дію співрозмовника відреагує інакше: зміниться в обличчі, піде в себе, надовго затаїть образу [4].

Непоінформованість про тип темпераменту партнера може зруйнувати діалог, що почався, а в крайньому випадку – призвести до повного припинення стосунків. Такі ж наслідки можливі при неврахуванні акцентуацій характеру партнера. Акцентуація характеру – це посилення окремих рис, що викликає вразливість з боку деяких дій, ситуацій при підвищеній стійкості до інших [8].

Бар’єр характеру в спілкуванні зростає між особами як наслідок їх акцентуацій, з одного боку, і як наслідок низької емпатії тих, хто спілкуються – з іншого, як нездатність або небажання подивитися на себе очима партнера. Розуміння особливостей характеру та поведінки людей з різними типами акцентуацій допомагає врахувати їх специфіку в процесі спілкування.

Бар’єр негативних емоцій. Емоції як суб’єктивні реакції людини на зовнішні подразники існують універсальною мірою цінності того, що відбувається навколо. Вони є своєрідним механізмом регуляції діяльності та

поведінки, який спрямований на задоволення актуальних потреб. Позитивні емоції виникають як нагорода за досягнення поставленої мети, а незадоволені потреби викликають негативні емоції. Емоції також впливають на сприйняття партнера по спілкуванню. Якщо людина відчуває негативні емоції, пов’язані з партнером, неприязнь не варто розраховувати, що вдасться правильно його зрозуміти, і, навпаки, закоханість, приязнь призводять до того, що партнер викликає довіру і має певний вплив. Не будь-яка, а лише стійка негативна емоція здатна утворити бар’єр в спілкуванні. До них належать: страждання, гнів, огида, презирство, страх, сором і провина.

Бар’єр страждання в спілкуванні спотворює сприйняття оточуючих: чужа радість може викликати біль і заздрість, активізувати егоїзм або, навпаки, альтруїзм як спосіб заглушити в собі відчуття провини перед кимось. Іноді страждання призводить до агресивності.

Бар’єр гніву в спілкуванні виникає у відповідь на несподівані перешкоди на шляху до задоволення актуальної потреби, переривання приємного заняття, несподівану або незаслужену образу, примус зробити щось неприйнятне. Чим сильніше гнів, тим більша потреба проявити його словами або агресивними діями.

Бар’єр огиди і гидливості виникає як наслідок неохайності співрозмовника, його поганих манер і відсутності самоконтролю в поведінці.

Бар’єр презирства сприяє обмеженню контактів з людиною, що викликала негативні емоції. Іноді він є результатом забобонів, наприклад, етнічних. Презирство сприяє прагненню уникнути спілкування з цією людиною. Джерелом презирливого ставлення до особистості можуть бути деякі риси характеру, аморальні вчинки і репутація.

Бар’єр страху може бути викликаний біологічними (страх за життя і здоров’я, страх каліцтва, зараження хворобою тощо) і соціальними (побоювання за матеріальне і психологічне благополуччя, благоговіння перед суспільним статусом співрозмовника, загроза з його сторони, страх покарання і т. д.) причинами. При зіткненні з людиною, що зайняла недоброзичливу позицію в діалозі, завжди варто задуматися, який страх він має. Від розуміння цього залежить, вдасться чи ні подолати бар’єр страху, яким відгородився партнер по спілкуванню.

Бар’єр сорому і провини виникає як відчуття недоречності того, що відбувається, із-за незручності за себе або інших. Сором частіше охоплює людину, коли її критикують, але іноді також і при похвалі. Іноді сором і провина перед людиною призводять до припинення стосунків з нею. Відчуття провини порушує психологічні контакти між людьми: людина сама уникає міжособистісних зв’язків; суспільство ізолює її, як покарання за скоєне.

Бар’єр поганого настрою не може бути виділений в окрему групу причин, що впливають на успіх встановлення контактів в спілкуванні, оскільки він включає більшість перерахованих негативних емоцій. Проте його слід

враховувати, оскільки поганий стан у будь-якому випадку впливає на партнера [7; 8].

Таким чином, в процесі професійного спілкування між тренером та спортсменами потрібно враховувати всі можливі варіанти, які можуть ускладнити або спотворити спілкування та спільну діяльність, заради досягнення високих спортивних результатів та самореалізації.

Одним із завдань сучасної психології є розробка засобів оптимізації та корекції спілкування в галузі фізичної культури і спорту, розвиток здібностей і навичок до нього. Це актуально для тих категорій фахівців, які професійно пов’язані із спілкуванням, зокрема тренерів [2; 6].

Важливою складовою педагогічної майстерності є врахування дистанції спілкування, оскільки її зміна суттєво впливає на взаєморозуміння і взаємодію співрозмовників. Оптимальна дистанція це 90% успіху будь-якого діалогу. У кожної людини є критерії власного психологічного комфорту, свій комплекс переживань, і кожен сам обирає комфортну психологічну дистанцію. Це один з найбільш важливих аспектів педагогічного спілкування. Виділяють три основні дистанції: фізична, просторова і вертикальна. Якщо під час розмови із спортсменом у тренера виникають сторонні думки, що не мають стосунку до діалогу, це порушує єдиний психологічний простір. Ефективне професійне спілкування, з одного боку, суб’єкт-суб’єктне, але це не означає, що треба бути на рівних із вихованцем. Площина контакту може бути вертикальною та горизонтальною [9].

Вертикальна взаємодія – тренер-спортсмен – ускладнює життя і заважає ефективності спілкування, якщо тренер не використовує прийом “підлаштування зверху” і не знаходить спільної психологічної дистанції. В процесі взаємодії із спортсменом, тренеру потрібно використовувати всі складові конструктивного психологічного контакту. Важливо пам’ятати не тільки про спортивні результати, але і про розвиток особистості, що може забезпечити лише коректне спілкування.

Педагогічний аналіз неможливий без ретельного опанування конкретних засобів і способів передачі думок і почуттів, обміну відомостями, обговорення інформації в реальних актах спілкування людей. Існує нерозривний зв’язок свідомості із спілкуванням і мовою як основним засобом комунікації [10].

У професійному педагогічному спілкуванні виділяють три складові ефективного контакту: вербальна, невербальна і самоцінність. Характерними ознаками та характеристиками вербального компонента ділового спілкування є: інформаційна мова в основному має функцію передачі та збагачення знань; спонукальна мова спрямована на те, щоб стимулювати спортсмена до певних вчинків; переконлива мова виконує функцію викликати у спортсмена позитивні або негативні почуття [11].

Мова тіла – невербальне спілкування, включає міміку, жести, переміщення, інтонацію, запах, почервоніння або блідість шкірних покривів тощо.

Третя мова – самоцінність, виступає у вигляді внутрішнього діалогу, який визначає шлях людини. Чим повніше самоцінність людини, тим більш критично, вимогливо вона ставиться до себе. Від самоцінності залежать особливості взаємин людини з оточуючими. Ті, чия самооцінка висока, створюють навколо себе атмосферу чесності, відповідальності, співчуття, любові. Такі люди відчувають себе важливими та потрібними, відчувають, що світ став кращий від того, що вони в ньому існують. Тільки відчуття власної високої цінності, дає можливість людині помічати, приймати і поважати цінність інших людей [12].

Коли самоцінність знижується, три мови спілкування перехрещуються. Невідповідність між вербальною та невербальною мовами породжує двозначність. Слова говорять про одне, а решта всіх відчуттів і дій – про інше. Класифікація типів поведінки людини із зниженою самоцінністю:

1. Тип, що звинувачує: така людина використовує звинувачення, щоб співрозмовник вважав її сильною, постійно шукає, хто в тому або іншому випадку винен, поводиться як диктатор.

2. Запобігливий тип*:* людина обирає підлабузництво у спілкуванні, щоб співрозмовник не сердився, не було конфлікту; поводиться як запобігливий миротворець, розмовляє в запобігливій манері, намагається догодити, вибачається і майже ніколи не сперечається.

3. Обачливий тип: розраховує все так, щоб уникнути загрози. Низька самооцінка прихована за незрозумілими словами і абстрактними поняттями; поводиться дуже коректно, розсудливо і не виражає ніяких почуттів; здається спокійним, холодним і зібраним.

4. Відсторонений тип: відстороняється настільки, щоб ігнорувати загрозу, поводитися так, ніби її немає. Поведінка такої людини не адекватна ситуації, увага розсіяна. Відчужений тип не реагує ні на які питання [13].

Тренерам потрібно розуміти, що цими моделями спілкування люди користуються з дитинства. Після певного досвіду дитина вже не може відрізнити свою реакцію від почуття самоцінності. Будь-який з цих типів психологічного захисту сприяє підтримці заниженої самооцінки, відчуття власної нікчемності. В цьому випадку тренер повинен бути особливо уважним до спортсмена в спілкуванні з ним. Треба обов’язково підняти значущість спортсмена, а на тренуваннях знаходити будь-яку можливість, щоб похвалити його, якщо не за правильно виконані вправи, то за особисті якості.

5. Урівноважений (“гнучкий”) тип: цей варіант поведінки послідовний і гармонійний: слова відповідають виразу обличчя, позі та інтонаціям. Стосунки відкриті, вільні і чесні, люди не відчувають приниження відчуття власної

гідності. Цей тип реагування знижує потреба в підлабузнюванні, звинуваченні, розрахунку тощо.

З п’яти типів реагування тільки урівноважений тип дає можливість ефективно долати труднощі спілкування, знайти вихід із скрутного положення.

Коли тренер проводить тренування або уроки з фізичного виховання, дуже важливо виражатися коректно, грамотно, підбирати відповідні терміни в процесі роз’яснень або демонстрації нової вправи. Якщо тренер демонструє врівноваженість, відкрито виражає свої почуття, вільно поводиться, не критикує особистість, це дозволяє спортсмену адекватно сприймати як інформацію тренера, так і його особистість [12].

Також тренеру потрібно розуміти, що кожний спортсмен проходить важкий шлях до досягнення високих результатів, має потребу в незалежності, очікує майбутніх успіхів у спортивному житті, проходить через тяжкі фізичні випробування. Тренеру необхідно створювати умови для розкриття і розвитку особистості в спорті, робити це дбайливо, враховувати психофізіологічні особливості спортсмена. Тренер повинен розуміти раптові зміни настрою спортсмена, дивні захоплення, ексцентричну поведінку, новий лексикон, свідомі невдачі [6; 15].

Щоб сформувати правильну поведінку із своїми вихованцями, тренер повинен бути готовий до відкритого спілкування, відкривати свій внутрішній світ, ділитися своїми станами. Це привертає спортсменів і розташовує їх до ефективного спілкування.

У міжособистісній взаємодії із спортсменами бажано, щоб тренер керувався такими правилами: тренер не завжди має рацію; агресивність не варто використовувати заради поваги; бажано бути відкритим, відвертим; не потрібно формувати у спортсмена схожість на себе; варто стимулювати розвиток креативності у спортсменів; намагатися спиратися на позитивні риси та переваги спортсмена, посилювати їх [3; 14].

Досвідченість тренера в сфері спілкування полягає в тому, що він усвідомлює та рефлексує свій комунікативний репертуар. Тому він бере на себе ініціативу в продукуванні такої поведінки, яку він чекає від спортсмена. Структура педагогічного спілкування ділиться на три стадії: перша – комунікативна – передача інформації; друга – організація співпраці між спортсменами; третя – соціальна перцепція – сприйняття людини людиною, яке визначається соціальними еталонами виховання. З боку психології педагогічне спілкування розглядається як система взаємних активних партнерських стосунків між тренером і спортсменом [13]. Будь-яке навчання ефективне лише тоді, коли воно будується з урахуванням внутрішніх законів психології, цілей, потреб, інтересів, сенсу діяльності, емоційних станів спортсменів.

Велика кількість тренерів спілкується із спортивною командою, групою спортсменів, яких об’єднує загальна мета, спільна діяльність, яка має власну організацію і управління. Для того, щоб команда працювала злагоджено тренеру потрібно поставити спільну мету; розкрити цю мету команді так, щоб всі спортсмени розуміли її однаково; створити сприятливі умови для спільної діяльності спортсменів. Тренер повинен докладати зусиль, щоб спортсмени на тренуваннях не змагалися один з одним, а були налаштовані на співробітництво.

Усунення комунікативних проблем в команді залежить від того, чи знає тренер відповідні алгоритми їх рішення. Зменшення кількості конфліктних ситуацій це значуще практичне завдання, яке стоїть перед тренерами спортивних команд. Конфлікт це зіткнення протилежних цілей, інтересів, позицій, думок або поглядів суб’єктів взаємодії [5; 7]. В основі будь-якого конфлікту знаходиться ситуація, що включає: суперечливі позиції сторін з якогось приводу; протилежні цілі або засоби їх досягнення в даних обставинах; неспівпадіння інтересів, бажань, потреб опонентів. Конфліктна ситуація, таким чином, містить суб’єкт можливого конфлікту і його об’єкт. Проте, щоб конфлікт розвивався, необхідний інцидент, коли одна з сторін починає ущемляти інтереси іншої. Готовність до вирішення конфлікту – один з основних чинників, що визначають його результат. Фактично в деяких випадках цього досить [2].

Ефективне педагогічне спілкування потребує знань особливостей характеру, ціннісних орієнтацій і потреб всіх учасників процесу. Ці знання потрібні тренеру для прийняття рішень, здійснення контролю тощо. Тут недостатньо лише загальної культури і професіоналізму в галузі фізичної культури і спорту, виникає потреба в спеціальних психологічних і педагогічних знаннях. Але для вирішення проблем, що виникають в ході спілкування, потрібні знання про те, як правильно спілкуватися. Практика показує, що конфлікти в спортивному середовищі зазвичай викликаються такими причинами: недоліками, пов’язаними з організацією праці, неповним і неправильним використанням моральних і матеріальних стимулів; недоліками у спортивній діяльності, підборі і розстановці кадрів відповідно до кваліфікації і психологічних особливостей; неправильним стилем керівництва, проявом адміністрування; труднощами і напруженістю, пов’язаними з міжособистими взаєминами всередині спортивного колективу [5].

При проведенні бесіди з розбору конфлікту в спортивному середовищі тренеру необхідно: проаналізувати і довести до свідомості кожного з учасників конфлікту причини його виникнення; виявити його можливі негативні наслідки для виконання командою поставлених завдань і якості міжособистих взаємин; обґрунтувати висновки, стосовно умов виникнення конфлікту, можливих наслідків, контрольованих вимог до поведінки учасників; нейтралізувати антагоністичний емоційний настрій супротивників, підкреслити спільні цілі

спортивної спільноти, і прийняти рішення про подальшу діяльність; об’єктивно оцінити поведінку винуватців конфлікту і реакцію оточуючих [15].

Щоб бесіда по розбору конфлікту протікала в діловому русі, можна використати зразок плану її будови: дайте вашу оцінку ситуації, що склалася, але тільки після з’ясування дійсного стану речей за допомогою конструктивних питань; поясніть учасникам конфлікту внутрішню логіку розвитку конфліктних ситуацій; особливо підкресліть, які наслідки може мати конфлікт для виконання спортивною спільнотою поставлених перед ним завдань; надайте всім учасникам конфлікту можливість висловити свою точку зору про шляхи розв’язання конфліктної ситуації; відповідно оцініть зусилля партнерів і прийміть їх за основу для подальшої розробки проблеми; по можливості виключіть різні відхилення від теми, голослівні твердження за допомогою контраргументів або відзначте, наскільки це заважає вирішенню проблеми; підкреслено об’єктивно і по-діловому аргументуйте всі ваші рішення.

Якщо партнери висловлюють спірні думки, уточніть, у чому вони бачать конкретні можливості для вирішення конфлікту, хай вони відчують свою відповідальність за ситуацію в групі. При прийнятті рішень потрібно враховувати відповідні пропозиції учасників, конструктивно і критично розбирати позиції, чітко і недвозначно обрати шляхи і умови вирішення конфлікту, а також вимоги, що пред’являються до поведінки членів групи, і перш за все до винуватців конфлікту.

Тренер повинен доводити несумісність невиправданих вимог, нереальних очікувань, вузьких егоїстичних інтересів, аморальних мотивів соціальної поведінки з цілями спортивної групи.

Список використаних джерел:

1. Авраменко О., Яковенко Л., Шийка В. Ділове спілкування: навчальний посібник. Івано-Франківськ. ЛілеяНВ. 2015. 160 с.

2. Беседа Н. Розвиток навичок конструктивного спілкування в майбутніх фахівців з фізичної реабілітації (тренінг для студентів). *Імідж сучасного педагога.* 2015. № 2. С. 66–68.

3. Бех І. Гуманізація виховного процесу. Енциклопедія освіти. Головн. ред. В. Кремень; Акад. пед. наук України. Київ: Юрінком Інтер, 2018. С. 155–156.

4. Войтенко С. Психолого-педагогічні засоби регуляції спільної діяльності спортивних команд із різним типом взаємодії: дис. …канд. наук з фіз. виховання і спорту. Львів, 2017. 227 с.

5. Волянюк Н., Ложкін Г., Колосов А. Організаційний стрес спортивної команди. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2022. Серія: Психологія, (3), 38–44. https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2021.3.8.

6. Гант О., Малик Я. Спортивна діяльність як особливий вид професіонального функціонування людини. *Проблеми екстремальної та кризової психології.* 2015. Вип. 18. С.48-60.

7. Гарькавець С., Волченко Л. Конфлікти в освітньому середовищі: діагностика та практика вирішення: навчально-методичний посібник. Харків: Друкарня Мадрид, 2020. 91 с.

8. Гарькавець С., Волченко Л. Спілкування в педагогічному процесі : навчальний посібник. Житомир. Видавничий дім “Бук-Друк”. 2021. 100 с.

9. Гринь О. Психологічне забезпечення та супровід підготовки кваліфікованих спортсменів: навч. посіб. Київ. Олімп. літ. 2015. 276 с.

10. Гринь О., Воронова В. Система психологічного забезпечення підготовки спортсменів як проблема сучасної психології спорту. *Спортивний вісник Придніпров’я.* 2015. №3. С. 29–34.

11. Демус Я. Взаємодія психолога і тренера у процесі професійної діяльності. *Естетика і етика педагогічної дії.* 2021. № 23. С. 54–61.

12. Кондрацька Г. Методологічні основи формування професійно-мовленнєвої культури майбутніх фахівців з фізичного виховання у вищих навчальних закладах освіти. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. Драгоманова*. 2017. Випуск 5 К (86) 17. С. 159–162.

13. Курова А. Психологія спілкування: навчально-методичний посібник. Одеса. Фенікс. 2020. 79 с.

14. Наумчук В. Професійна підготовка майбутніх вчителів фізичної культури в процесі самостійної роботи зі спортивних ігор: автореф. дис. канд. пед. наук. Тернопіль. 2018. 20 с.

15. Основи тренерської майстерності: навч.-метод. посіб. Укл.: І. Матійків, А. Якимів, Т. Черняк. Заг. ред. А. Якиміва. Львів. Компанія “Манускрипт”. 2012. 392 с.

Анотація

У статті проаналізовано зміни та можливості спілкування як специфічної форми взаємодії людей, змістом якого є взаємний обмін інформацією, ідеями, інтересами, емоціями, почуттями, установками, вплив один на одного для створення взаємин, що сприяють процесу спільної діяльності.

Ключові слова: *комунікація, бар’єр, ділове спілкування, тренер, фізичне виховання, професійна підготовка.*

Summary

The article analyzes the changes and possibilities of communication as a specific form of human interaction, the content of which is the mutual exchange of information, ideas, interests, emotions, feelings, attitudes, influencing each other to create relationships that contribute to the process of joint activity.

Keywords: *communication, barrier, business communication, coach, physical education, professional training.*

Олеся Мединська
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики, Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

МЕДІАТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ТЕМАТИКИ В ОНЛАЙН-ВИДАННІ “РУБРИКА”

Медіатизація культурної тематики в онлайн-виданні “Рубрика” В умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну виникла загроза нівеляції української культури, імперіалізації культурних контекстів, знищення культурної спадщини. Враховуючи воєнні виклики важливим є формування культури як основи національної самобутності та безпеки України, спрямованої на зміцнення національної єдності. У цьому контексті варто кардинально змінити вектор розвитку культурної сфери: впроваджувати нові механізми реалізації культурної політики, які б створювали продуктивні умови для творчого потенціалу нації; здійснювати нормативно-правове регулювання охорони культурної спадщини; інтенсивно розбудовувати цифрову інфраструктуру сектору культурних надбань; інтегрувати культуру України у світовий контекст; поширювати українські наративи через міжнародні культурні платформи. Вагому роль у реалізації ефективної культурної політики, промоції української культури, популяризації культурних інновацій, констатації та тлумачення проблем культурної сфери, шляхів їх вирішення повинні відіграти медіа, оскільки вони є важливим суб’єктом культурного та громадсько-політичного життя.

Висвітлення культурної тематики в медіа – це важлива складова формування суспільного уявлення про культурні процеси, події та цінності. Культурний медіапростір та специфіка його інформаційного контенту недостатньо досліджені в сучасній науці і потребують комплексного аналізу. Культурна журналістика була предметом досліджень М. Дорош, Л. Мельник. Питання медіатизації культури порушували у наукових студіях такі дослідники: В. Баковецька, В. Башманівський, Н.Кирилова, Т.Никоненко, Н. Сахно, Л. Манович, О. Усатюк, А. Вальковський, Н.Бурдюгова. Особливості представлення культурної тематики в українських медіа вивчали: О. Мединська, А. Кузишин, С. Задворний, І. Поплавська, О. Гарматій та С. Кісіль тощо.

Актуальність наукової розвідки зумовлена відсутністю у сучасній теорії і практиці журналістської науки дослідження специфіки висвітлення культурного контенту в онлайн-просторі.

Мета наукової розвідки – дослідити особливості медіатизації культурної тематики в інтернет-виданні “Рубрика”. Хронологічні межі дослідження – січень 2024 р. – лютий 2025 р.

Важливим етапом на шляху до аналізу культурної тематики в зазначеному медіа є з’ясування дефініцій понять “культура” та “культурний контент”. У науковому дискурсі є низка визначень культури. Дослідники розглядають культуру як “сферу духовної, ціннісної, комунікативної організації суспільства, яка визначає норми поведінки, мислення, почуттів різних верств населення і націй в цілому” [2]; “сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених внаслідок цілеспрямованої діяльності людства протягом його історії; взаємовідносини, що склалися в процесі споживання, відтворення цих цінностей та їх розподілу і обміну”. Всесвітня конференція UNESCO (1982р.) окреслила культуру як “комплекс матеріальних, духовних, інтелектуальних і емоційних рис суспільства, що включає різні мистецтва, спосіб життя, системи цінностей, традицій і вірувань”.

Культурний контент – це наповнення будь-якого медіа інформацією про культуру. Умовно його можна поділити на такі типи: національна культура; суспільство; освіта і наука; мистецтво; музика; література; перформанс; ігри; гастрономія; дизайн; мода та стиль; релігія [1].

Проаналізувавши культурний контент онлайн-видання “Рубрика” від січня 2024 р. до лютого 2025 р., ми виокремили основні тематичні групи, які були представлені в журналістських текстах. За вказаний період у медіа опубліковано 230 матеріалів про культуру. Враховуючи значний масив текстів з окресленої проблематики, вважаємо необхідним згрупувати їх відповідно до “вузлових” підтем. Першу групу репрезентують медіаматеріали, які стосуються новин культурного життя України, найважливіших подій у сфері світової культури. Пріоритетними інформаційними приводами є:

1. Проведення мистецьких фестивалів: “У столиці стартував Одеський міжнародний кінофестиваль” (15.07.2024); “У Києві пройшов фестиваль ветеранської культури: фотозвіт “Рубрики”” (23.09.2024); “У Львові пройшов Міжнародний фестиваль “Земля Поетів”: понад 50 подій, п’ять сцен та більше 100 учасників з України, Польщі, Литви та Хорватії” (12.11.2024); “12 різновидів борщу, вареники та автентичні страви: Українська спільнота провела благодійний Фестиваль борщу в німецькому Трірі” (24.12.2024); “У Нідерландах під час українського культурного фестивалю зібрали майже 4 тис євро для прифронтових лікарень” (14.01.2025).

2. Відкриття виставок: “У Львові в Jam Factory Art Center відкриється виставка “Пам’яті тої, що пам’ятає” (26.04.2024); “Відтворюють образи жінок із родини Лесі Українки: на Житомирщині відкрили виставку ляльок-мотанок” (14.02.2025).

3. Презентація книг, артальбомів: “У Києві презентували артальбом “Інклюзивні мистецькі практики в Україні” (11.12.2024); “В Україні випустили двотомник про живопис та графіку з колекції Національного художнього музею” (27.12.2024); “У Державній архівній службі презентували оригінальний рукопис Тараса Шевченка, написаний у 1838 році» (02.02.2025); “У Києві

відбудеться презентація книги “Історії українських митців. Олександра Екстер” та колекції одягу від byMe” (13.02.2025).

4. Прем’єрні покази фільмів: ““Колір граната” Сергія Параджанова: чому не можна пропустити цю прем’єру у кінотеатрах?» (07.10.2024); “Стрічка “Яремчук: Незрівнянний світ краси” стала найкасовішим документальним фільмом в Україні» (28.08.2024); “Стрічка “Ля Палісіада” представлятиме Україну на кінопремії “Оскар”” (09.09.2024).

5. Проведення конкурсів: ““Вікі любить пам’ятки”: у жовтні стартує найбільший фотоконкурс культурної спадщини” (28.09.2024); “Дитяче Євробачення 2024: Україна посіла третє місце” (16.11.2024).

6. Ініціативи з деколонізації культурного контексту: “Як працює практична деколонізація: на Миколаївщині запустили центр культурної спадщини” (02.08.2024).

7. Культурні проєкти: “Стартував проєкт, присвячений народній культурі Північного Причорномор’я” (03.05.2024); “У Луцьку створюють найбільшу картину у світі: проєкт Петра Антипа претендує на рекорд Гіннеса” (31.07.2024); ““Ноти підтримки”: як заклади культури у громадах на Рівненщині підтримують військових” (18.09.2024); “Драматургія – це універсальний спосіб відновлення людини”: як працює Театр Ветеранів” (31.10.2024); Скіфське золото допомогло зібрати 1 мільйон гривень для бригади НГУ “Азов” (19.12.2024); “Ода стійкості – симфонії свободи у часи випробувань: у Києві стартував культурно-благодійний проєкт на підтримку ЗСУ” (24.02.2025).

Друга тематична група – культурна спадщина України в умовах російсько-української війни. У контексті окресленої теми виділяємо такі підтеми:

1. Знищення культурної спадщини внаслідок бойових дій: “Через російську агресію в Україні постраждали 872 пам’ятки культурної спадщини” (15.01.2024); “Через російську агресію в Україні постраждали понад тисячу пам’яток культурної спадщини, – Міністерство культури” (08.04.2024); “В Україні через російську агресію зазнали пошкоджень чи руйнувань 2013 об’єктів культурної інфраструктури” (03.07.2024); “У Гуляйполі Запорізької області війська рф знищили вщент музей-садибу родини Нестора Махна” (24.08.2024).

2. Мародерство та розкрадання культурних цінностей на тимчасово окупованих територіях України, незаконне їх вивезення з країни: “Естонія повернула Україні 274 незаконно вивезені предмети культурної спадщини: з них 115 це монети” (02.05.2024); “США передали Україні стародавні шаблі із захоплених територій, які рф хотіла переправити до Америки” (26.09.2024); “Понад 260 культурних цінностей українські митники передали музеям” (12.02.2025).

3. Експлуатація об’єктів культурної спадщини на тимчасово окупованих територіях України задля артикулювання російського культурного імперіалізму

та витіснення української самобутності: “У Криму окупанти знищили античний Херсонес та поставили на його місці новобудову” (26.06.2024).

4. Охорона культурної спадщини. Цей тематичний вектор представлений найширше і “маркований” матеріалами про:

– інвентаризацію культурної спадщини, внесення її об’єктів до Державного реєстру національного культурного надбання, Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: “Практику охорони гуцульского орнаменту додали до переліку нематеріальної культурної спадщини” (03.05.2024); “До списку нематеріальної культурної спадщини включили весільний обряд Рівненщини” (07.06.2024); “Кабінет Міністрів спростив охорону культурних пам’яток” (10.06.2024); “До переліку нематеріальної культурної спадщини України внесли традицію львівського дзвонарства” (29.07.2024); “Традиції, обряди й страви: список нематеріальної спадщини України доповнили 27 елементами” (10.11.2024); “Писанка як українська традиція отримала статус об’єкта нематеріальної спадщини ЮНЕСКО” (05.12.2024); “До реєстру ЮНЕСКО включили кобзарсько-лірницьку традицію України” (06.12.2024); “Заповідник “Бабин Яр” та Одеський музей внесли до списку ЮНЕСКО: вони отримали посилений захист у рамках Гаазької конвенції” (12.12.2024); “Твори Малевича й Рєпіна: у держреєстр національного культурного надбання внесли 11 музейних предметів” (02.01.2025); “У Києві до Переліку об’єктів культурної спадщини внесли фундаменти палацу Кирила Розумовського” (20.02.2025); “Перший елемент від Миколаївщини: “Матвіївський борщ із бичками” внесуть до культурної спадщини України” (24.02.2025);

– створення спеціального підрозділу охорони КС в національних силах України: “У Збройних Силах створили підрозділ, який захищатиме культурну спадщину України під час війни” (21.12.2024);

– оцифрування культурних цінностей задля їх захисту у разі фізичного знищення: “У Софії Київській почали оцифровувати настінні графіті: для чого це рішення” (15.01.2024); “Міністерство культури займається діджиталізацією українських театрів: для чого це рішення” (21.04.2024); “У реєстр “єПам’ятка” розпочнуть вносити культурні пам’ятки, що зараз в окупації: навіщо це рішення” (26.07.2024); “Зберегти історичну пам’ятку в 3D: львівська студія відсканувала Кам’янець-Подільську фортецю” (13.08.2024); “МКІП створює електронний каталог музейних скарбів українців: навіщо це рішення” (22.08.2024); “В Україні оцифрують понад 400 графічних творів з двох музеїв” (10.09.2024): “На Google Arts & Culture представили новий розділ проєкту “Україна поруч”” (12.09.2024);

– фінансування охорони культурної спадщини (залучення коштів приватних та державних фондів, міжнародних і національних неурядових організацій: “Італія надасть перший транш у 500 тисяч євро на протиаварійні роботи у Спасо-Преображенському соборі” (14.01.2024); “Інвестиції у мистецтво: як це працює в Україні й скільки коштів треба для старту”

(25.04.2024); “Литва допоможе відреставрувати 100 картин української художниці Марії Примаченко” (08.06.2024); “Майже 30 держав зобов’язуються підтримати зусилля ЮНЕСКО у відновленні культурного сектору України” (08.06.2024); “Вільнюс виділить кошти на реконструкцію театру імені Шевченка в Дніпрі” (09.06.2024); “Приватні інвестиції у відновлення об’єктів культурної спадщини: збереження історії через сучасні можливості” (19.09.2024); “США виділили один мільйон доларів для захисту культурної спадщини України” (20.09.2024).

Варто зазначити, що в інтернет-виданні “Рубрика” культурна тематика також реалізується крізь призму проблем освіти, економіки, політики. За аналізований період спостерігаємо поодинокі матеріали про недосконалість законодавчої бази, культурні політики, їх національну і локальну реалізації, недостатнє фінансування культурного сектора, дефіцит кваліфікованих кадрів та відтік людського капіталу, участь освітян у європейських культурних проєктах, збереження національної ідентичності у полікультурному середовищі, репрезентацію української культури за кордоном, мобілізацію представників культури тощо.

Отже, в онлайн-виданні “Рубрика” найбільше артикулюються теми, пов’язані з інтеграцію культури у систему національної безпеки, культурними практиками, знищенням культурних цінностей внаслідок бойових дій, охороною культурної спадщини. Зовсім не представлені теми реституції культурних цінностей, інституційного реформування закладів культури, імплементації європейських культурних інновацій у сучасний культурний простір України.

Список використаних джерел:

1. Дорош М. Культурна журналістика: як вбудуватися у формат. Mediasapiens. URL.: https://ms.detector.media/presa-v-ukraini/post/2115/2013-12-16-kulturna-zhurnalistyka-yak-vbuduvatysya-u-format/.

2. Короткий енциклопедичний словник з культури. Київ. Україна. 2003. С. 171.

3. Кузнєцова Т. Транслювання національної культури сучасними ЗМІ: основні тенденції та перспективи. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc_komun/2008_1/12.html (дата звернення: 02.08.2020).

4. Про охорону культурної спадщини: Закон України від 08.06.2000 р. №1805-III. URL.: http://zakon.rada.gov.ua

5. Рубрика. URL.: https://rubryka.com/tag/culture/

Олена Мельникова-Курганова
кандидат наук із соціальних комунікацій доцент,
доцент кафедри журналістики
Державного університету “Київський авіаційний інститут”

СЕНСИТИВНЕ ІНТЕРВ’Ю ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ, ОСОБЛИВОСТІ, ЕТИЧНІ НОРМИ ЖУРНАЛІСТИКИ

Українські журналісти упродовж російсько-української війни стикаються з різними викликами, складнощами, етичними дилемами, небезпеками. Адже це перша війна в світі, яка не тільки фіксується в соціальних медіа, документується, висвітлюється в різних, іноді діаметрально протилежних інтерпретаціях.

Одним із сучасних жанрів журналістики та методу документування свідчень є інтерв’ю. Героями таких публікацій можуть виступати постраждалі, ті, хто вижив після обстрілів, ті, хто втратив близьких, ВПО, військові, ті, хто покинув домівку і виїхав за кордон [1]. Тому варто розглянути важливість чутливої журналістики.

Спробуємо визначити сенсативне інтерв’ю як бесіду, діалог чи полілог на чутливу тему, про нетиповий особистий досвід людини, зокрема втрати, травми, виживання, дискримінації / недискримінації, у війні тощо. З одного боку, журналіст вибудовує довіру з респондентом під час інтерв’ю, з іншого – зі своєю читацькою, глядацькою або слухацькою аудиторією. При цьому важливо пам’ятати правило “не нашкодити людині”, щоб після бесіди приймати рішення, що можна оприлюднювати, а що ні, навіть якщо інтерв’юйований надав згоду на публікацію всього матеріалу. Журналіст має врахувати ризики та небезпеки для респондента у майбутньому. Емпатія, людяність, порядність є основними складовими у чутливій журналістиці.

Особливостями проведення сенсативних інтерв’ю є: обговорення питань перед початком запису; отримання згоди для фіксації свідчення, розмови; нагадування про право інтерв’юйованого не відповідати на “некомфортні” питання або зупинити бесіду в будь-яку мить у разі появи тривоги, важких спогадів тощо. Бути максимально толерантним, емпатичним, людяним по відношенню до респондента, щоб не травмувати, не ревіктимізувати і не провокувати негативні емоції.

Журналісту не можна оцінювати, звинувачувати або засуджувати інтерв’юйованого, ставити провокативні питання. У 2023 р. нами було проведено 12 напівструктурованих інтерв’ю з тими, хто вижив під час активних воєнних дій. Вони зауважили, що під час спілкування з журналістами не завжди почувалися комфортно. По-перше, деякі питання спонукають згадати загиблих під час війни, виживання під постійними обстрілами. По-друге, незручна комунікація з журналістами і домовленості щодо запису пізно вночі, наприклад,

або повторний запис через технічний сбій. По-третє, деталізуючі, уточнюючі неетичні питання щодо травматичного досвіду респондента.

Журналістка та медіаекспертка Т. Трощинська виокремила основні виклики перед журналістами під час війни: “Перше – це зрозуміти, що, можливо, тривалий час доведеться працювати в країні, яка воює. Буде багато етичних, різноманітних дилем, пов’язаних із тим, що є свобода, що є безпека, наскільки свобода шкодить безпеці, і наскільки, навпаки, звуження коридору свободи впливає на нас як на суспільство, на демократію, на безпеку. Другий етичний виклик пов’язаний із втратами: як говорити з людьми, які мають складні досвіди. Третій виклик пов’язаний із тим, як з’єднати ці досвіди” [2]. Вона акцентує саме на емпатії та співчутті до героїв з боку медійників у матеріалах на чутливі теми [3].

Комісія з журналістської етики наголошує, що в повідомленях про загиблих варто робити акцент “не на скорботі, а на пам’яті, на ролі загиблих у захисті нашої країни” [4, с. 26]. Важливо не забувати про право потерпілих чи родичів загиблих на приватність. При висвітленні теми полонених слід врахувати, що “публічні історії про полонених не повинні містити факти, які можуть зашкодити їм у неволі (адреса місця служби, номер військової частини, назва підрозділу, наявність родичів на тимчасово окупованій території та інші факти про рідних тощо) [4, с. 27]. Також медіаексперти акцентують на тому, що варто уникати дискримінації під час висвітлення життя різних соціальних груп під час війни.

Таким чином, сенсативне інтерв’ю вимагає від практикуючого журналіста не стільки hard skills, скільки soft skills. Ретельна підготовка до бесіди, обговорення питань і прав респондента, слідкування за ним під час самого інтерв’ю, щоб не нашкодити, підбір компетентних питань, обробка інтерв’ю з прогнозуванням можливого впливу публікації на майбутнє інтерв’юйованого є важливими складовими роботи у чутливій журналістиці, зокрема в жанрі сенсативного інтерв’ю.

Список використаних джерел:

1. Мельникова-Курганова О.С. Сенситивні інтерв’ю під час війни: етичний аспект. Права людини: відображення у медіапросторі. Київ: НАУ, 2024. С. 136-139.

2. Ukraïner. Тетяна Трощинська про свободу слова та етику медійників під час війни. URL: https://www.ukrainer.net/troshchynska (дата звернення: 01.02.2025).

3. Цареградська Л. “Розділене горе легше переживати” – інтерв’ю з Тетяною Трощинською про підтримку людей у втраті. URL.: https://surl.li/rspkqn (дата звернення: 01.02.2025).

4. Практикум із журналістської етики. Видання 3-тє, доповнене / За заг. ред. О. Погорелова. Київ. Комісія з журналістської етики. 2024. 96 с.

Олексій Міщенко
аспірант ОНП “Публічне управління та адміністрування”
факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Державного податкового університету

ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КООРДИНАЦІЇ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Після початку війни в Україні надзвичайної ваги набуло питання ефективної координації та розподілу гуманітарної допомоги, що надходила як від міжнародних організацій, так і від громадянського суспільства та волонтерів. Цифрові технології, зокрема спеціалізовані платформи та мобільні додатки, стали критично важливим інструментом у налагодженні логістики гуманітарної допомоги, відстеженні потреб населення, координації зусиль різних організацій та забезпеченні прозорості процесів. Трансформація традиційних підходів до надання гуманітарної допомоги через впровадження цифрових рішень суттєво підвищила ефективність реагування на гуманітарні виклики та дозволила оптимізувати розподіл обмежених ресурсів.

Повсюдне впровадження цифрових платформ для координації гуманітарної допомоги в українському контексті становить унікальний кейс, який потребує ґрунтовного наукового аналізу та осмислення, адже здобутий досвід може бути корисним для вдосконалення глобальних практик реагування на гуманітарні кризи. Метою дослідження є аналіз функціонування цифрових платформ, що використовуються для координації гуманітарної допомоги в умовах війни, виявлення їхніх комунікаційних особливостей, ефективності та впливу на розвиток гуманітарної діяльності.

Проблематика цифровізації гуманітарної сфери та застосування інноваційних технологій у кризових ситуаціях привертає увагу широкого кола дослідників. Теоретико-методологічну основу дослідження становлять праці українських та зарубіжних науковців, які розглядають різні аспекти використання цифрових технологій у гуманітарній діяльності.

У дослідженні В. Дубницького, Т. Мішустіної, О. Овчаренко та Н. Науменко розглядаються особливості розвитку бізнес-екосистеми в умовах цифрової трансформації економіки [2, 61–70]. Інформаційно-комунікаційні аспекти функціонування медіаландшафту в умовах війни на прикладі запорізького регіону проаналізовано колективом авторів на чолі із В. Ковпак [3]. Б. Дзюндзюк у своєму дослідженні аналізує особливості використання великих даних, штучного інтелекту та технології блокчейн у публічному управлінні [1].

Цифрові платформи гуманітарної допомоги в Україні демонструють впровадження інноваційних технологій, які суттєво підвищують ефективність координації та розподілу ресурсів. Серед трендів – впровадження алгоритмів штучного інтелекту, які стали трендом розвитку гуманітарних платформ у 2023-2024 роках. Наприклад, система “Aid Navigator”, розроблена українським

стартапом у співпраці з Програмою розвитку ООН, використовує технології машинного навчання для прогнозування гуманітарних потреб на основі різноманітних даних: від статистики переміщення населення до інтенсивності бойових дій у різних регіонах. Особливо показовим є кейс використання ШІ для аналізу природної мови на платформі “HelpHub”, яка автоматично обробляє тисячі запитів на допомогу щодня, категоризуючи їх за ступенем терміновості та типом потреби.

Незважаючи на значні успіхи у розвитку цифрових інструментів координації гуманітарної допомоги, їх практичне впровадження та використання супроводжується низкою викликів, що потребують системного вирішення. Одним із найсуттєвіших викликів залишається проблема цифрової нерівності, особливо в постраждалих від бойових дій регіонах України. За даними дослідження Інституту соціології НАН України, приблизно 33% внутрішньо переміщених осіб мають обмежений доступ до цифрових пристроїв та інтернету, що ускладнює їхню взаємодію з цифровими гуманітарними платформами. Ситуація ускладнюється тим, що найбільш вразливі групи населення, які найбільше потребують гуманітарної допомоги (люди похилого віку, особи з інвалідністю, мешканці віддалених сільських територій), часто мають найнижчий рівень цифрової грамотності та обмежений доступ до технологій. Це створює ризик того, що цифровізація гуманітарної сфери може посилити існуючу нерівність у доступі до ресурсів та послуг.

Критично важливою проблемою є забезпечення кібербезпеки та захисту персональних даних у цифрових гуманітарних системах. Аналітичний звіт Державної служби спеціального зв’язку та захисту інформації України зафіксував понад 2500 спроб кібератак на цифрові гуманітарні платформи у 2023 році, з яких 37% були спрямовані на викрадення персональних даних бенефіціарів гуманітарної допомоги. Особливу занепокоєність викликає потенційна загроза використання персональних даних отримувачів гуманітарної допомоги для таргетованих атак або дезінформаційних кампаній. Відсутність єдиних стандартів обміну даними та інтероперабельності між різними платформами призводить до дублювання зусиль, неефективного використання ресурсів та ускладнення процесів координації.

Українська цифрова гуманітарна екосистема демонструє унікальну модель взаємодії державного, приватного та громадського секторів. На відміну від традиційних гуманітарних сценаріїв, де провідну роль відіграють міжнародні організації, в Україні спостерігається потужна синергія між державними цифровими ініціативами (такими як платформа “Дія”), приватним ІТ-сектором та волонтерськими спільнотами. Це створило інноваційну модель “потрійної спіралі” цифрової гуманітарної екосистеми, яка забезпечує її гнучкість, стійкість та ефективність.

Важливим здобутком є формування культури даних у гуманітарній діяльності. Цифрові платформи стали не лише інструментами координації, а й

потужними генераторами даних, які використовуються для аналітики, прогнозування та стратегічного планування. Дослідження Центру гуманітарних даних ООН (2024) відзначає, що українська модель використання даних для прийняття рішень у гуманітарній сфері є одним із найбільш розвинених прикладів у світовій практиці. Цифрові гуманітарні платформи значно трансформували комунікаційний вимір гуманітарної діяльності. Вони не лише забезпечили більш ефективні канали передачі інформації між різними акторами, але й розширили можливості для багатомовної комунікації, культурної адаптації та інклюзивного залучення різних груп населення. Особливо важливим аспектом стала адаптація комунікаційних стратегій до умов інформаційної війни, що супроводжує воєнні дії.

Український досвід розвитку цифрових гуманітарних платформ має значний потенціал для міжнародного впровадження, особливо в контексті підготовки до майбутніх криз та конфліктів. Модель мультисекторального партнерства, використання передових технологій та гібридні підходи до організації гуманітарної діяльності, розроблені в Україні, можуть бути адаптовані для різних гуманітарних сценаріїв у світі. Водночас досвід України демонструє, що цифровізація сама по собі не є панацеєю для вирішення гуманітарних проблем. Успішні цифрові рішення мають супроводжуватися відповідними інституційними змінами, розвитком цифрових компетентностей населення та забезпеченням необхідної фізичної інфраструктури. Цифрові платформи є потужним інструментом, але не замінюють, а доповнюють традиційні гуманітарні підходи.

Розвиток цифрових платформ координації гуманітарної допомоги в Україні в умовах війни становить важливий приклад цифрової трансформації, що вийшла за межі технологічних інновацій і призвела до системних змін у гуманітарній екосистемі. Цей досвід має не лише практичне значення для поточного реагування на гуманітарну кризу, але й створює основу для формування нових підходів до організації гуманітарної діяльності у світовому масштабі.

Список використаних джерел:

1. Дзюндзюк Б. Особливості використання великих даних, штучного інтелекту та технології блокчейн у публічному управлінні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2023. №5. С. URL.: https://nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/1536/1546

2. Дубницький В., Мішустіна Т., Овчаренко О., Науменко Н. Особливості розвитку бізнес-екосистеми в умовах цифрової трансформації економіки. Економічний вісник Донбасу. 2023. № 3 (73). С. 61–70

3. Інформаційно-комунікаційні аспекти функціонування медіаландшафту Запоріжжя в умовах війни : монографія / за заг. ред. В. А. Ковпак. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 200 с.

Сергій Орденов
кандидат філософських наук, доцент, кафедри філософії
Державного університету “Київський авіаційний інститут”
Ганна Клешня
кандидат філософських наук, доцент, кафедри філософії
Державного університету “Київський авіаційний інститут”

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ ДІДЖИТАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА

Постановка проблеми. В сучасному світі діджиталізація охопила всі сфери буття суспільства, суттєво вплинувши на комунікаційні процеси, які тепер значною мірою залежать від ІКТ та Інтернету. Інноваційні цифрові технології – ШІ, віртуальна реальність, 3D-друк, BIG DATA тощо не лише змінюють методи навчання чи комунікації, а трансформують основи формування світогляду та особистісного розвитку. Ці технології дають можливість по-новому сприймати інформацію, а також створювати нові підходи до вирішення різноманітних задач. Вони “стали невід’ємною складовою комунікативного простору, відкриваючи нові шляхи для взаємодії між викладачами та студентами, надаючи безпрецедентний доступ до знань” [4, с. 107]. Водночас діджиталізація, викликана розвитком ІКТ, має зворотній вплив на характер комунікацій, знеособлюючи спілкування та спричиняючи погіршення соціальних компетенцій, або м’яких навичок здобувачів освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика трансформації комунікативних компетенцій в закладах освіти діджиталізованого суспільства викликає значний інтерес у педагогів, лінгвістів, соціологів, філологів, філософів. Підтвердженням цього є наукові роботи, присвячені проблемам впливу інформаційно-комунікаційних технологій на освітню сферу вітчизняних науковців Андрющенко О., Дротянко Л. [3], Сущенко Л., Жалдака М. та інших. Різні аспекти формування інформаційної компетентності особистості досліджували М. Абисова [2], О. Дрогайцев, С. Орденов, Н. Сухова [6], Л. Шевчук тощо.

Цілі та завдання. Сучасна освіта в діджиталізованому суспільстві стикається з численними викликами, які потребують нових підходів та переосмислення традиційних освітніх моделей. Стрімкі зміни у вимогах до компетенцій та навичок випускників закладів освіти створюють суттєвий розрив між тим, чому вчать у навчальних закладах, і тим, що вимагає від них соціум, зокрема – ринок праці. Це породжує необхідність адаптації навчальних програм, перегляду освітніх підходів та змісту самої освіти в контексті її практичного спрямування та міждисциплінарності, індивідуалізації процесу навчання тощо.

Основний матеріал дослідження. Впровадження інноваційних технологій дозволяє персоналізувати навчальний процес, адаптуючи його до індивідуальних потреб кожного здобувача освіти. З огляду на швидкий розвиток технологій та викликані цим розвитком кардинальні зміни у суспільстві, освітні програми та підходи до навчання потребують регулярного перегляду і оновлення. Це вимагає також переосмислення ролі освіти як процесу, що триває впродовж усього життя, а не завершується одразу після здобуття певного освітнього рівня. Досягнення означених цілей потребує інтегрування в освітній процес інноваційних технологій. Сучасні цифрові освітні інструменти дозволяють урізноманітнити навчання, зробити його інтерактивнішим, доступнішим та цікавішим. Проте їх впровадження потребує значних ресурсів і технічного забезпечення, а також відповідного рівня підготовки як викладачів, так і студентів.

Як зазначають дослідники Сущенко Л., Андрющенко О. та Сущенко П., “процес цифрової трансформації закладів вищої освіти в умовах діджиталізації суспільства, полягає в переорієнтації сучасного педагога на глибоке усвідомлення ним нових, конкуренто-орієнтованих вимог до його професійної діяльності: готовність до максимального використання цифрових інструментів, які підвищують ефективність освітнього процесу; впровадження дистанційних освітніх інновацій на основі нових можливостей цифрових технологій; опанування нових методів викладання; створення діджитал-простору – середовища з потужним потенціалом забезпечення освітньої діяльності особистості” [7, с. 146].

Натомість освіта має не лише готувати випускників до того, щоб вони знали виробничі процеси та мали вміння і навички професійної діяльності, але й сприяти розвитку особистісних і творчих якостей. Адже навіть у діджиталізованому суспільстві приймати рішення повинна людина, а не машина. Це пов’язано з тим, що “у людському світі сферою комп’ютерного “управління” може бути статично-стала система, і аж ніяк – біосоціальна, яка перебуває в умовах невизначеності та потребує прийняття багатоаспектних рішень, у тому числі заснованих на морально-етичних й ціннісних орієнтирах” [5, с. 60]. Тому класичні підходи в освіті, що базуються на гуманістичних цінностях, в сучасному діджиталізованому суспільстві не тільки не втрачають своєї актуальності, але й набувають нового значення, адже вони сприяють всебічному розвитку людини, допомагають формувати критичне мислення, моральність та культурну ідентичність.

Сучасні дослідники відмічають, що в умовах переходу до суспільства сталого розвитку в системі університетської освіти відбувається диверсифікація вищих навчальних закладів. Це змінює вимоги до якості підготовки фахівців для усіх галузей економіки. Дослідники наголошують, що “саме по лінії горизонтальної диверсифікації вузів може відбуватися процес коеволюції системи вищої освіти і суспільства сталого розвитку” [1]. В рамках цього виду диверсифікації в багатьох профільних вищих начальних закладах (академіях, інститутах, технічних університетах тощо) відкриваються непрофільні спеціальності й, навіть, факультети, змінюється паспорт спеціаліста, а також додаються комп’ютерні

технології в усі освітньо-професійні програми, що дозволяє говорити про їхню досить умовну профільність у сучасних умовах.

Висновки. Для реалізації сталого розвитку освіти, поряд із принципом її неперервності, необхідним також є забезпечення її фундаменталізації, гуманітаризації, універсалізації, гнучкості, інформатизації (в сенсі навичок роботи з інформаційними засобами), а також інноваційного характеру, заснованому на поєднанні навчання, дослідження і виробництва. За сучасних умов навчальні плани спеціальностей повинні бути досить гнучкими. В них повинно відображатися розумне співвідношення між фундаментальними та прикладними навчальними дисциплінами, а також між загальноосвітніми, соціально-гуманітарними і вузькоспеціальними, які слугують формуванню особистісних якостей майбутнього фахівця, підвищують його загальнокультурний рівень, розвивають креативність і критичне мислення.

Список використаних джерел:

1. Gudmanian A., Drotianko L., Sydorenko S., Ordenov S., Chenbai N. Diversification of Higher Educational Institutions as a Factor of Sustainable Development of Education. E3S Web of Conferences. 2020. Vol. 208.DOI: https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020809039.

2. Абисова М. Комунікативний потенціал культурних відмінностей в інформаційному суспільстві. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць. 2018. №1 (27). С. 39–43.

3. Дротянко Л. Трансформація комунікативної функції мови в добу інформатизації. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць. 2012. № 2 (18). С. 5–9.

4. Клешня Г. Трансформація освітньої комунікації в діджиталізованому суспільстві: антропологічний аспект. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць. 2024. № 2 (40). С. 107–113. DOI: https://doi.org/10.18372/2412-2157.40.19341.

5. Орденов С. Архаїзація глобалізованого соціуму в інформаційну добу Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія, Культурологія. 2018. № 2 (28). С. 54–64. DOI: https://doi.org/10.18372/2412-2157.28.13373.

6. Сухова Н. Вплив техногуманізму та датаїзму на сферу освіти в інформаційному суспільстві. Серія: Філософія, Культурологія. 2019. №30.2. С. 178–183.

7. Сущенко Л., Андрющенко О., Сущенко П. Цифрова трансформація закладів вищої освіти в умовах діджиталізації суспільства: виклики і перспективи. Науковий часопис НПУ імені М. Драгоманова. Спецвипуск том 2, серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2022. С. 146–151. DOI: https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.spec.2.28.

Світлана Остапа
голова Наглядової ради Суспільного мовника України

ЕТИКА ТА ПРАВО ЯК РЕГУЛЯТОРИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

У червні 2022 року Україні було надано статус кандидата у члени Європейського Союзу. Це стало каталізатором до ухвалення закону про медіа. Він був одним з семи обов’язкових євроінтеграційних законів. Для вашого розуміння, робота над законом про медіа тривала 10 років, вона розпочалася ще з часів Януковича.

У грудні 2022 року закон, який не могли ухвалити 10 років, нарешті був ухвалений. Він вступив в силу 31 березня 2023 року. Цей закон став своєрідним медійним кодексом, він замінив п’ять різних медійних законів.

В Україні станом на зараз існує державний медіарегулятор – Національна рада телебачення і радіомовлення і єдина зареєстрована всеукраїнська громадська організація, яка займається саморегуляцією медіа – Комісія журналістської етики. Комісія створена ще 2002 року. Тобто у нас 30 років існує регуляція медіа і понад 20 років саморегуляція медіа.

Комісія журналістської етики – допомагає формувати культуру професійної та чесної журналістики в Україні. Складається з 15 медійників та медійниць. Членами організації є журналісти. Я в Комісії з 2013 року.

Комісія визначила 5 причин, чому важливо розвивати саморегуляцію медіа в Україні:

1. Збереження редакційної свободи.
2. Мінімізація втручання держави.
3. Підвищення якості медіа.
4. Доказ відповідальності медіа.
5. Допомога споживачам у доступі до медіа.

Серед важливих новацій закону про медіа: реєстрація онлайн медіа (добровільна); створення органів співрегулювання та інші.

Закон заборонив поширювати чотири типи протиправного контенту під час збройної агресії та протягом п’ятирічного строку після її закінчення:

– зокрема інформацію, що висвітлює збройну агресію проти України як внутрішній конфлікт, громадянський конфлікт чи громадянську війну, та інші.

– якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності;

– недостовірні матеріали щодо збройної агресії та діянь держави-агресора, її посадових осіб, осіб та організацій, що контролюються державою-агресором, у разі, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності;

– програми та матеріали (крім інформаційних та інформаційно-аналітичних програм), одним з учасників яких є особа, внесена до переліку осіб, які створюють загрозу національній безпеці;

– музичні фонограми, відеограми, музичні кліпи, здійснені співаком (співачкою), який є або був у будь-який період після 1991 року громадянином держави-агресора, та / або вироблені фізичною особою та / або юридичною особою, яка була громадянином держави-агресора або зареєстрована в державі-агресорі.

Закон великий 300 сторінок, про нього можна багато говорити, нам часу не вистачить.

Тому зупинюсь конкретно на створенні органів співрегулювання.

В цьому законі держава вперше визнала систему саморегулювання медіа та закріпила принцип невтручання в цю систему. Зокрема в законі зазначено, що журналісти зобов’язані дотримуватися Кодексу етики українського журналіста.

Водночас закон запроваджує систему співрегулювання як альтернативу повноважень медійного регулятора щодо притягнення медіа до відповідальності. Зокрема органи співрегулювання створюються окремо для кожної сфери медіа: телебачення, радіо, онлайн, друкованих (всього п’ять). Їх основною функцією стане розробка кодексів (правил) створення та поширення інформації у сферах спільного регулювання.

Кожен орган співрегулювання матиме право створювати експертні колегії для розробки висновків щодо відповідності інформації, поширеної суб’єктом у сфері медіа, розробленим кодексам.

На експертизу органу спільного регулювання можуть бути передані питання, які перебувають на розгляді Національної ради телебачення і радіомовлення, у будь-який момент до ухвалення нею остаточного рішення. Питання передаються або за ініціативою суб’єкта (якщо він підписав кодекс), або за ініціативою Нацради (якщо не підписав Кодекс).

Висновки колегій матимуть рекомендаційний характер. У разі якщо Нацрада не погодиться з позицією колегії, їй потрібно буде навести дуже важливі аргументи.

Запровадження цієї системи має стати одним із найкращих запобіжників від свавілля національного регулятора у сфері свободи вираження поглядів — ризику, про який найбільше говорили критики закону про медіа.

Закон “Про медіа” встановлює вичерпний перелік сфер, у яких може здійснюватися співрегулювання:

– встановлення критеріїв віднесення осіб до суб’єктів у сфері онлайн-медіа;

– визначення критеріїв віднесення інформації до такої, яку заборонено поширювати на території України відповідно до статей 36 та 119 Закону;

– визначення критеріїв віднесення лінійних медіа до тематичних та обсягів національного продукту для таких медіа;

– визначення критеріїв віднесення інформації до такої, що може заподіяти шкоду фізичному, психічному або моральному розвитку дітей;

– розподіл дітей на вікові категорії та встановлення критеріїв класифікації програм (у тому числі фільмів) за віковими категоріями аудиторії, на яку вони розраховані;

– затвердження вимог до демонстрування спеціальних попереджень (включаючи їх ескізи) та вимог до оголошення звукових попереджень щодо контенту, який може становити загрозу для дітей;

– визначення порядку віднесення суб’єктом у сфері медіа інформації до відповідних вікових категорій дітей та обрання відповідних попереджень (символів);

– затвердження правил мовлення у дні пам’яті;

– визначення критеріїв віднесення рекламної інформації (комерційних повідомлень) до такої, що може вважатися шкідливою згідно з вимогами законодавства про рекламу;

– затвердження плану дій щодо забезпечення доступності сервісів для осіб з інвалідністю;

– визначення інструментів та механізмів реалізації вимог, встановлених Законом до провайдерів платформ спільного доступу до відео;

– встановлення вимог щодо обсягу європейського продукту для телеканалів загальнонаціональної та регіональної категорії, що мають незначну долю аудиторії;

– розробка рекомендацій щодо виконання вимог щодо європейського продукту;

– затвердження вимог до розповсюдження реклами у випадках, передбачених Законом України “Про рекламу”.

Питання, які не підпадають під компетенцію органів спільного регулювання, можуть бути предметом саморегулювання.

Процес створення співрегулівних органів розпочався 1 жовтня 2023 року. Торік було зареєстровано органи співрегулювання в аудіальній, аудіовізуальній [2] онлайн-сферах [3] та друкованих медіа [1]. Усі у формі громадських спілок. Орган співрегулювання з телебачення навіть уже оголосив набір експертів із розробки кодексів [5] у сфері аудіовізуальних медіасервісів та оголосив набір до спілки [4]. Такими експертами можете стати і ви.

Комісія з журналістської етики наразі намагається налагодити тісний контакт з новими органами співрегулювання, для того, щоб чітко розділити повноваження.

Саморегуляція і співрегуляція на Суспільному мовнику.

Спочатку коротка довідка про Суспільне. Суспільний мовник України створено в 2017 році, наразі це наймолодший суспільний мовник Європи. Ми створилися на базі тридцяти державних мовників, редакційну політику яких повністю контролювала влада. Ми створилися в дуже-дуже конкурентному

середовищі комерційних мовників, редакційну політику яких контролювали власники, здебільшого олігархи.

Національна суспільна телерадіокомпанія України – це акціонерне товариство, яке об’єднує найстаріші українські теле- і радіоканали. 100% акцій акціонерного товариства належать державі без права відчуження. Фінансування компанії здійснюється з державного бюджету України і надходжень господарської діяльності (цільові грантові проекти, реклама, здача приміщень в оренду, продаж контенту тощо).

Державні органи не мають права втручатися в програмну політику телерадіокомпанії.

І хоча з 2017 року нам жодного разу не виділили з держбюджету повну суму – 0,2% від загального бюджету за попередній рік, нам вдається відстоювати кадрову і редакційну незалежність компанії.

Протягом трьох років повномасштабної війни ми пережили релокацію компанії на захід України, а потім повернення до Києва. У 2022 році у нас було половина колективу у простої, частина людей виїхала за кордон. Але на початок 2023 року до роботи повернулися майже всі працівники. Зараз у нас в штаті 3800 працівників, 2006 жінок, решта чоловіки. В Збройних Силах України служать 145, з них понад 10% жінок. Майже 200 працюють у небезпечних зонах, з них 42% жінки. Заброньовано 400 працівників, у першу чергу тих, хто виробляє інформаційний контент. На жаль, троє наших колегзагинули: Олексій Ольховик, Дмитро Сірик, Ірина Цибух, оператор Василь Філімон третій рік знаходиться у полоні.

Можливістю працювати ми передусім завдячуємо Збройним Силам України. Ми продовжуємо стабільно працювати, виконувати свою місію, надавати суспільству достовірну інформацію про події в Україні та її межами. Хоча стабільність давалася нам нелегко. У нас були втручання в роботу каналів Суспільного на супутнику, хакерські атаки, обстріли і пошкоджене майно і вкрадене обладнання тощо. У нас захопили кілька філій на Сході, розграбували філію в Херсоні під час окупації.

Тепер детальніше про саморегулювання на компанії.

Відповідно до закону про Суспільне мовлення, у нас створилася система внутрішньої саморегуляції, яка мала забезпечити невтручання в контент ззовні. У нас відповідно до закону створено Редакційну раду і затверджено Редакційний статут.

Редакційна рада формується з числа працівників Суспільного у складі п’ятнадцяти осіб: п’ять осіб призначаються Наглядовою радою компанії, п’ять осіб обираються загальними зборами творчого колективу Суспільного і ще п’ять призначаються на конференції редакційних рад регіональних підрозділів компанії.

У нас понад 20 регіональних підрозділів, які мають свої менші редакційні ради. Редакційна рада регіонального підрозділу формується у складі шести

осіб: три особи призначаються правлінням компанії і ще три призначаються загальними зборами творчого колективу відповідного регіонального підрозділу Суспільного.

Редакційний статут НСТУ затверджується Наглядовою радою Суспільного за поданням редакційної ради компанії. У березні 2024 року ми затвердили нову редакцію Редакційного статуту, синхронізувавши його з законом про медіа.

Редакційна рада розглядає скарги на контент. Крім того члени редакційної ради надають консультації своїм колегам. Скаргу може подати будь-хто. Останні роки таких скарг було небагато, тому що мовник завжди намагається дотримуватися професійних стандартів.

На компанії створено також підрозділ моніторингу контенту. Цей підрозділ фіксує баланс представлення політичних сил в ефірі, повноту надання інформації, верифікованість тощо.Наразі тільки на Суспільному представлені всі парламентські політичні сили (крім проросійської ОПЗЖ).

Суспільний мовник бере активну участь у створенні співрегулівних організацій. Наші представники увійшли до трьох: аудівізуальної, ауділальної та онлайн. Ми зацікавлені, щоб медіа України виробляли якісний контент.

Те, що ми працюємо згідно зі стандартами вже дало свої результати. Довіра до наших новин у 2024 році становила 81%. У нас ростуть рейтинги, а підписок на диджитал-платформи понад 14 млн.

Наостанок хочу розповісти про цікавий, на мій погляд,проект, який допомагає медіа ставати якісними, а споживачам отримувати інформацію з надійних джерел.

В Україні реалізується проєкт Мапа рекомендованих медіа, так званий білий список медіа. Це проєкт громадських організацій “Інститут масової інформації” та “Детектор медіа” створений для виявлення та підтримки медіа, які дотримуються високих стандартів журналістики.

Восени 2024 року експертами було оцінено загалом 274 медійних ресурсів, з них 182 онлайн-ресурси, 21 радіо і 71 телеканал.

За результатами незалежної експертної оцінки 205 медіа з усіх регіонів України потрапили на інтерактивну Мапу рекомендованих медіа [6].

Найбільше рекомендованих медіа, розміщених на Мапі, – у Київській області; далі за кількістю медіа йдуть Харківська, Донецька та Одеська області.

Як бачите, шановні учасники конференції, війна не привід забути про стандарти журналістської професії. Навпаки, потрібно обов’язково посилювати їх виконання. А також посилювати медіаграмотність. Бо в умовах інформаційної війни це може врятувати життя людей, врятувати країну.

Дякую всім за увагу! Переможемо!

Список використаних джерел:

1. Данькова Н. Зареєстровано орган співрегулювання у сфері друкованих медіа. Детектор Медіа. 2024. URL.: https://detector.media/rinok/article/235615/2024-12-05-zareiestrovano-organ-spivregulyuvannya-u-sferi-drukovanykh-media/.
2. Данькова Н. Зареєструвались два органи співрегулювання. Детектор Медіа. 2024. URL.: https://detector.media/rinok/article/228176/2024-06-12-zareiestruvalys-dva-organy-spivregulyuvannya/.
3. Данькова Н. У сфері онлайн-медіа зареєстрований орган співрегулювання. Детектор Медіа. 2024. URL.: https://detector.media/rinok/article/228203/2024-06-13-u-sferi-onlayn-media-zareiestrovanyy-organ-spivregulyuvannya/
4. Зінченко М. Орган співрегулювання аудіовізуальних медіа оголосив набір до спілки. Детектор Медіа. 2024. URL.: https://detector.media/infospace/article/233515/2024-10-16-organ-spivregulyuvannya-audiovizualnykh-media-ogolosyv-nabir-do-spilky/.
5. Зінченко М. Орган співрегулювання оголосив набір експертів з розробки кодексів у сфері аудіовізуальних медіасервісів. Детектор Медіа. 2024. URL.: https://detector.media/infospace/article/233508/2024-10-16-organ-spivregulyuvannya-ogolosyv-nabir-ekspertiv-z-rozrobky-kodeksiv-u-sferi-audiovizualnykh-mediaservisiv/.
6. Мапа рекомендованих медіа. Детектор Медіа. 2024. URL.: https://map.detector.media/.

Тетяна Сукаленко
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури,
Державний податковий університет
Світлана Шпетна
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов за професійним спрямування,
ДЗ “Луганський національний університет імена Тараса Шевченка”

ТРАНСЛЯЦІЯ В РЕАЛЬНОМУ ЧАСІ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЕРУ СОЦМЕРЕЖ

Постановка проблеми. Інформаційні жанри журналістики відіграють визначальну роль у сучасному медіапросторі, оскільки вони є основним способом подання новин, аналітики, репортажів та коментарів. Вони забезпечують структуровану та зрозумілу подачу інформації, допомагаючи аудиторії орієнтуватися в складному потоці даних. У цифрову епоху значення інформаційних жанрів лише зросло, оскільки розвиток технологій та соціальних медіа впливає на форматування і сприйняття контенту. Вивчення трансформації інформаційних жанрів у сучасній українській журналістиці є важливим і актуальним, оскільки це дозволяє глибше усвідомити вплив новітніх технологій та тенденцій на стиль і методи подання інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема використання соціальних мереж у журналістиці була предметом дослідження науковців: О. Гарматій, С. Даниленко, Ю. Залізняк, М. Кіца, І. Мудра, С. Онуфрів, Г. Почепцов та ін.

Мета дослідження – схарактеризувати нові можливості для журналістики в еру соцмереж.

Виклад основного матеріалу. Цифрові технології можуть підтримати активне й здорове існування людини, покращити якість життя і сприяти незалежності, роблячи її повноправним учасником суспільства. Перехід до цифрових технологій впливає не лише на доступність інформації, а й на способи мислення та світосприйняття. Це не тільки про зручність і швидкість доступу до знань, а й про зміну очікувань, інструментів взаємодії та самої свідомості. Зазначимо, що людиноцентрична цифровізація може відповісти на демографічні виклики, створюючи доступне й інклюзивне середовище для всіх поколінь і сприяючи здоровому та активному способу життя, участі в суспільній діяльності, допомагаючи вирішувати повсякденні проблеми. Політика цифровізації має підтримувати як людей, так і бізнес у створенні сталого та процвітаючого майбутнього, водночас забезпечуючи захист прав людини, демократію і верховенство права.

У цифрову епоху новини відіграють ключову роль. Навіть люди старшого віку активно засвоюють навички медійної та інформаційної грамотності.

Держава, інформаційні платформи та громадянське суспільство надають можливість створювати й передавати інформацію відповідно до інтересів аудиторії, підкреслюючи значення свободи слова. Громадяни мають право на розширені можливості, критичне оцінювання інформації, протидію мові ворожнечі та кібербулінгу, а також використання цифрових технологій для підтримки рівності й свободи слова. Цифрові технології швидко трансформують суспільства та економіки, створюючи як нові можливості, так і безпрецедентні виклики.

У зв’язку з цим необхідно навчитися адаптуватися до епохи інтенсивних змін. Окрім переваг електронного документообігу, онлайн-оцінювання та біометричних документів, важливо усвідомлювати й виклики, що супроводжують ці технології. Сюди належать питання безпеки даних, захисту особистої інформації, відповідальності за поширення фейкових новин і ризики кіберзлочинності.

Журналістика завжди оперативно реагувала на суспільні зміни й відображала їх. У цифрову епоху вона першою адаптувала свої інструменти та принципи роботи, що спричинило трансформацію кількох ключових аспектів.

Перш за все відбулася зміна традиційних жанрів. Новини стали більш оперативними, бо завдяки інтернету й соцмережам інформація поширюється миттєво, тому класичні новини доповнюються форматами коротких повідомлень, стрімів та оновлень у реальному часі. На думку Н. Кіці, кожен пост у новинній стрічці часто слугує добрим інфоприводом, який переростає у важливу суспільно-політичну або побутову тему [1]. А. Коваль, Б. Синчак, А. Кеда наголошують на тому, що аналіз офіційних акаунтів новинних служб у соцмережах показав, що за змістом і контекстом вони не поступаються традиційним телевізійним новинам [2].

Класичні інтерв’ю трансформувалися у відео- й текстові чати – з’явилися відеоінтерв’ю, подкасти, інтерв’ю у форматі Twitter-тредів та прямих ефірів. Репортажі стали мультимедійними, що означає наявність не лише тексту, а й відео, фото, інтерактивних карт, дрон-зйомок, 360-градусні відео тощо.

У цифровій журналістиці з’явилися нові жанри: подкасти – аудіоформат розслідувань, інтерв’ю та аналітики, який став популярним завдяки смартфонам; лонгріди – великі аналітичні або художньо-публіцистичні матеріали з інтерактивними елементами (анімацією, графікою, відео); фактчекінг – жанр, що виник через поширення фейкових новин, зосереджений на перевірці достовірності інформації; мем-журналістика, яка подає суспільно важливі теми через гумористичний візуальний контент, що швидко поширюється в соцмережах; вірусний контент, який представлений матеріалами, що створюються з урахуванням алгоритмів соцмереж та масового інтересу.

Зазначимо, що сучасна журналістика перебуває під впливом соцмереж і цифрових платформ. Вона стала персоналізованою, бо алгоритми соцмереж підбирають контент під інтереси користувачів.

Технологічний прогрес та розвиток соціальних мереж змінюють не лише способи спілкування, а й журналістську практику. Однією з найбільших інновацій у медіасфері стало впровадження трансляцій у реальному часі (live-streaming), що відкриває нові горизонти для подачі новин та взаємодії з аудиторією. Завдяки можливості проводити трансляції через такі платформи, як Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, журналісти можуть миттєво донести важливу інформацію до величезної аудиторії. Стрімінг дозволяє не лише передавати новини, але й вести репортажі з місця подій, що знижує затримки в оновленні новин та робить інформацію максимально актуальною. Короткі відеоаналітики й репортажі для молодіжної аудиторії організовує журналістика у форматі TikTok.

Серед переваг live-журналістики ми визначаємо:

1. Оперативність. Трансляція в реальному часі дає змогу повідомити про події негайно, навіть без потреби редагування та перевірки. Це дає змогу журналістам реагувати на важливі події, не чекаючи часу для підготовки традиційних матеріалів.

2. Інтерактивність. Стрімінг дозволяє користувачам взаємодіяти з журналістами та іншими глядачами. Це створює нову форму діалогу, коли аудиторія може ставити запитання, коментувати чи навіть впливати на хід трансляції.

3. Доступність. Соціальні мережі відкривають доступ до інформації для людей по всьому світу. Платформи як Facebook Live, YouTube Live, Instagram Stories роблять контент доступним кожному користувачу без обмежень за географією чи часом.

4. Мультимедійність. Трансляції можуть поєднувати відео, аудіо, текст і графіку, що робить подачу новин набагато більш насиченою та зрозумілою.

Попри численні переваги, live-журналістика має й свої виклики. Оскільки такі трансляції часто мають менш контрольований характер, вони можуть бути схильні до спотворення інформації або виникнення технічних проблем. Важливою проблемою є також етика: стрімінг у реальному часі може не завжди відповідати журналістським стандартам перевірки фактів та достовірності. Проте стрімінг залишатиметься важливим інструментом для журналістів, оскільки він дає можливість бути на передовій подій і миттєво реагувати на зміну обставин.

Отже, нові жанри в сучасній журналістиці змінили вплив на споживання інформації, яку аудиторія сприймає швидше, ніж раніше, тому часто жанри адаптуються під короткі формати (пости, сторіс, треди). На сьогодні глибокі розслідування й аналітика отримують нові форми – документальні подкасти, інтерактивні спецпроєкти. Це означає, що цифровізація зробила журналістику

більш гнучкою та різноманітною, створивши нові можливості для подачі інформації та взаємодії з аудиторією. Залучення читачів до процесу набуває важливого значення через можливість коментування, обговорення, навіть впливу на новини.

Підкреслимо, що технічні засоби та програмне забезпечення стали основними інструментами створення контенту. Завдяки мобільній журналістиці з’явилася можливість швидкого збору, обробки й поширення інформації. Зростає роль штучного інтелекту у створенні новин, використання автоматизованих алгоритмів для аналізу даних і персоналізації контенту для аудиторії.

Отже, інтеграція друкованих матеріалів із мультимедійними елементами, використання гіперпокликань і нових форм взаємодії з користувачем, яка поєднує глибину аналітики зі швидкістю та візуальною привабливістю телебачення, є основною відмінністю цифрової журналістики від традиційної.

Висновки: Цифровізація суспільства є незворотним процесом, що змінює всі аспекти нашого життя, включаючи журналістику. Вона відкриває нові можливості для демократизації медіа, залучення ширшої аудиторії та покращення доступу до інформації. Цифровізація суттєво змінила журналістські жанри, зробивши їх більш інтерактивними, швидкими й адаптивними до нових форматів споживання інформації.

Водночас цей процес ставить перед суспільством нові виклики, зокрема необхідність розвитку цифрової грамотності, критичного мислення та механізмів захисту від інформаційних загроз. Журналістика майбутнього буде орієнтована на інтерактивність, мультимедійність і використання новітніх технологій, що дозволить створювати більш якісний та релевантний контент для сучасного споживача.

Live-трансляції змінюють журналістику, роблячи її більш оперативною, відкритою та інтерактивною. В еру соціальних мереж такі можливості дозволяють журналістам не лише швидко повідомляти про важливі події, а й встановлювати нові зв’зки з аудиторією, змінюючи традиційний формат подачі новин і створюючи нову реальність медіапростору.

Список використаних джерел:

1. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. 2018. № 896. С. 98−105.

2. Синчак Б., Коваль А., Кеда А. Вплив соціальних мереж на журналістику. *Габітус.* 2021. Вип. 25. С. 21−26.

Оксана Чорноус
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Донецького державного університету внутрішніх справ

КОМУНІКАТИВНІ НАВИЧКИ ЯК ОБОВ’ЯЗКОВА СКЛАДОВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАВООХОРОНЦІВ

У сучасному світі професійна діяльність не обмежується лише професійними знаннями та вміннями. Сьогодні особливої ваги дедалі більше набувають так звані soft skills (м’які навички), як-от емоційний інтелект, здатність до ефективної комунікації, управління стресом і робота в команді. З-поміж них чільне місце посідають саме комунікативні навички як своєрідний must-have для цілої низки професій та посад. Причому, за спостереженням науковців, важливого значення набуває не просто вже їх наявність, а рівень сформованості, адже це є умовою, за якої професійна комунікація може бути продуктивною [3, с. 33]. Саме цей аспект цікавитиме нас у пропонованій науковій розвідці, однак не абстрактно, а в контексті професійної діяльності правоохоронців.

Питання комунікативних навичок та ефективної комунікації у секторі безпеки та оборони досліджували Ю. Ваньчик, І. Козубенко, Г. Мариківська, Я. Шнурко та інші.

Метою публікації є аналіз місця комунікативних навичок у професійній діяльності правоохоронців та дослідження їх впливу на ефективність виконання службових обов’язків.

Спираючись на ґрунтовні напрацювання дослідників щодо різних аспектів теорії комунікації, найбільш загально окреслимо це поняття як спосіб взаємодії особистості з навколишнім середовищем, що дає їй змогу засвоїти суспільні цінності, сформувати індивідуальний стиль діяльності та спілкування [4, с. 373]. У лінгвістиці, за спостереженням Ф. Бацевича, комунікацію тлумачать як “спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудової діяльності” [1, с. 28]. Однак під час такого обміну інформація, що передається від однієї особи до іншої, може спотворюватися, трансформуватися, саме тому комунікація вважається ефективною, якщо отримане повідомлення є якомога ближчим за значенням до первинного.

Вагоме значення ефективна комунікація та високий рівень комунікативних навичок мають в таких критичних галузях, як сектор безпеки та оборони. Насамперед це зумовлено тими завданнями та принципами, які покладаються на відповідні органи. Так, згідно зі ст. 11 Закону України “Про Національну поліцію” остання тісно співпрацює та взаємодіє з населенням, територіальними громадами та громадськими об’єднаннями задля задоволення їхніх потреб [5], що фактично неможливо без активної комунікації, а отже, наявності високого рівня

комунікативних навичок у співробітників цього державного органу. Конкретизуючи цей аспект, наведемо як приклад таке завдання поліції, як здійснення превентивної та профілактичної діяльності, спрямованої на запобігання вчиненню правопорушень. Виконуючи його, поліцейські проводять низку заходів, де комунікативні навички посідають панівні позиції: інформаційні кампанії, де роз’яснюють ознаки, види та наслідки правопорушень, залучають засоби масової інформації, проводять тренінги та семінари. Як бачимо, комунікативна компетентність за таких умов поєднує знання, досвід та особисті характеристики [2, с. 68]

Варто також взяти до уваги, що правоохоронці часто працюють у ситуаціях, які є стресовими і непередбачуваними, коли існує загроза життю та здоров’ю фізичних осіб і публічній безпеці внаслідок учинення кримінального, адміністративного правопорушення. Від того, як правоохоронці комунікують між собою, з громадянами, а також з іншими органами влади, залежить часто ефективність дій в кризових ситуаціях. Так, ввічлива та спокійна комунікація є дієвим принципом, що зменшує імовірність виникнення конфліктів під час масових зібрань в моменти зростання напруженості та підкреслює легітимність дій та заходів з боку поліції. І навпаки, ускладнена комунікація може призвести до непорозумінь, що своєю чергою підвищує ризики в небезпечних ситуаціях.

Отже, комунікативні навички є одними з найважливіших soft skills у професійній діяльності правоохоронців. Рівень їх сформованості безпосередньо впливає ефективність виконання різноманітних завдань, зокрема вирішення конфліктних ситуацій, взаємодії з громадянами тощо. Це зумовлює необхідність постійного розвитку цих навичок у процесі професійного вдосконалення правоохоронців, що сприятиме підвищенню загальної ефективності роботи органів правопорядку та забезпеченню належного рівня безпеки в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ. Академія. 2004. 342 с.

2. Козубенко І. Вплив ефективної комунікації на професійну діяльність поліцейського. *Наукові праці Національного університету “Одеська юридична академія”*. 2024. Т. 34. С. 67–73.

3. Литвиненко Н., Сергієнко Т. Формування комунікативних навичок у контексті фахової підготовки майбутніх лікарів. *Ukrainian scientific medical youth journal*. 2022. № 2 (130). С. 33–34.

4. Павленко Т. Основні психологічні підходи визначення поняття “комунікація”. *Актуальні проблеми психології.* 2016. Т. 10. Вип. 9. С. 368–376.

5. Про Національну поліцію : Закон України від 02.07.2015 р. № 580-VIII. *Урядовий кур’єр*. 2015. 12 серп. (146).

Панель 4. КОМУНІКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ МЕДІАДИЗАЙНУ: ЕСТЕТИКА. ТЕХНОЛОГІЇ, ІНТЕРАКТИВНІСТЬ

Олена Балалаєва
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії та міжнародної комунікації
Національного університету біоресурсів і природокористування України

ЕТИЧНІ ОРІЄНТИРИ ЦИФРОВОГО ДИЗАЙНУ

Питання застосування етичних принципів у дизайні не є новим, проте особливої актуальності воно набуло саме з розвитком цифрових технологій, зростанням ризиків їх використання і потенційних негативних впливів для людину, соціум, довкілля [1, с. 8]. Наразі дані часто використовують у роботі алгоритмів, які перетворюють їх на інструмент прогнозування поведінки. Алгоритми відстежують персональний досвід користувачів, а його дослідження відкривають безпрецедентні можливості для прогнозування людських почуттів, бажань і рішень, перетворюючи нову цифрову реальність у невичерпне джерело економічної та політичної вигоди.

За словами А. Балкана, ми побудували світ, в якому наші повсякденні речі відстежують кожен наш рух, профілюють нас і використовують ці профілі для грошової вигоди [3]. На думку дослідника, проблема полягає не в технологіях, а значно глибше, адже самі по собі вони є нейтральними. Технології – це конкретне втілення філософії, вони підтримують і посилюють певні ідеології, що їх створили. Для цього нам потрібна модель, яка формулює як проблему, так і рішення в чіткій та доступній формі. Результатом цих міркувань стало розроблення концепції етичного дизайну. В широкому сенсі, етика дизайну стосується моральної поведінки та відповідального вибору у дизайні. Етика дизайну пов’язана зі встановленням відносин між продуктом та користувачем таким чином, щоб він підтримував моральний вибір. Етичний дизайн – це визначення та розроблення фактору “добра” у дизайні продукту, спрямованого на те, щоб принести користь окремому користувачу, його екосистемі та суспільству загалом [6].

Такий дизайн заснований на повазі до прав людини, людських зусиль і людського досвіду.

Технологія, заснована на повазі до прав людини, має бути децентралізованою, приватною, відкритою, сумісною, доступною, безпечною і сталою. Вона поважає й захищає громадянські свободи та приносить користь демократії.

Технологія, що поважає людські зусилля, – функціональна, зручна та надійна. Вона продумана й поступлива, не зарозуміла й не вимоглива; вона поважає обмежений час, який людина має на цій планеті.

Технологія, що поважає людський досвід, за словами А. Балкана, просто працює, інтуїтивно зрозуміла, вона “невидима” [3].

К. Дюмон погоджується, що створення інтуїтивно зрозумілого, естетичного та екологічно відповідального продукту чи послуги недостатньо, щоб зробити його етичним, якщо він викликає призвичаювання у користувача. Це зветься “дизайн залежності”, який належить до низки аморальних практик, щоб привернути увагу користувача та створити залежність від досвіду роботи з продуктом (що навіть стало предметом вивчення в Стенфордському університеті) [2].

Взагалі немає правильних чи неправильних відповідей на питання, що робить дизайн-систему “етичною”. До основних принципів етичного дизайну відносять зручність, доступність, конфіденційність, прозорість, повагу до моральної автономії людей, участь користувачів і сталість.

Зручність є важливим принципом етичного дизайну, призначеного допомогти користувачеві задовольняти власні потреби, а також бути простим і приємним у використанні. Продукти з високою зручністю використання можуть вважатися етичними, якщо вони інтуїтивно зрозумілі, безпечні для користувача і практично не допускають аварій або небезпечних для життя помилок.

Не менш важливим принципом є доступність. Продукти здебільшого розробляють для “цільового користувача”, але часто не беруть до уваги потреби людей з обмеженими можливостями. Інклюзивний дизайн більше не є “бажаним”. Якщо дизайн-система ігнорує потреби певного сегмента користувачів (інвалідів, аутистів або тих, хто має певні труднощів з технологіями або мовою), вона швидко потрапляє до неетичної зони [4].

Адиктивний дизайн і темні шаблони використовують потужні принципи поведінкової психології, щоб стимулювати кліки, змушувати оформляти підписки, використовувати застосунки, що призводить до порушень конфіденційності даних [там само]. Найкращою етичною практикою є розроблення проєктів, які збирають інформацію, що відповідає інтересам користувачів. Важливо також забезпечити прозорість, щоб користувачі могли робити усвідомлений вибір щодо користування тим чи іншим продуктом. Невід’ємним складником етичної поведінки є повага до того, що різні люди мають різні уявлення про те, що є гарним з моральної точки зору – це так звана моральна автономія.

Отже, новим пріоритетом цифрового дизайну є врахування етичного складника в процесі створення продуктів і послуг та переосмислення їхнього соціального, культурного, психологічного, екологічного впливу.

Список використаних джерел:

1. Балалаєва О.Ю. Етичний дизайн і цифрове суспільство: рефлексія діяльності людини в сучасному світі. *Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія*. 2023. Вип. 11 (1). С. 8-15.

2. Дюмон К. Практичний посібник із початку роботи, як стати більш етичним дизайнером. UX Republic. 2020. 16 черв. URL: https://www.ux-republic.com/uk/blog/ (дата звернення: 16.02.2025).

3. Balkan A. The 3 Rs of Ethical Design. 2015. Apr. 20. URL: https://ar.al/notes/the-3-rs-of-ethical-design/ (date of access: 16.02.2025).

4. Nag G. Ethical Design: A practical manifesto. Medium. 2022. Apr. 14. URL: https://garima-17581.medium.com/ethical-design-a-practical-manifesto-in-progress-fdeb8c179ba1 (date of access: 16.02.2025).

Олександра Діденко
здобувачка вищої освіти за освітньою програмою“ Образотворче, декоративне мистецтво, реставрація” Комунального закладу вищої освіти “Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія”

ЗАПОРІЖЖЯ – ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Запоріжжя має багату історію та культурну спадщину. Історичні та архітектурні пам’ятки Запоріжжя є невід’ємною частиною культурної ідентичності міста, вони засвідчують розвиток міста, збереження його традицій та культурних особливостей. Саме тому актуальним постає роль мистецтва, як чинника та творця відображення історичної реальності міста.

Запоріжжя стало свідком багатьох історичних подій, починаючи з козацької доби. Козацька Січ, яка розташовувалася на острові Хортиця, і була відтворена останніми десятиріччями, розкриває особливості декоративного мистецтва Запорозького краю, де традиційно використовувались народні мотиви, орнаменти, символи, що сягають козацької доби. Це вишивки, килими, кераміка, вироби з дерева, металу [3]. Збереження таких історичних пам’яток, дозволяє не лише вивчати історію, але й виховувати патріотизм у молодого покоління.

Образотворче мистецтво запорізької області широко представлено в музеях міста Запоріжжя. В контексті нашого бакалаврського дослідження нас особливо цікавить сучасне мистецтво Запоріжжя та області. Так наприкінці 1980-х – на початку 1990-х у Запоріжжі почали офіційно демонструвати сучасне мистецтво. У серпні 1989 року у Запорізькому обласному художньому музеї відкрили першу в історії міста виставку запорізького сучасного мистецтва “Авангард-89”, організовану Євгеном Сільським [2].

Сучасне мистецтво у Запоріжжі розвивалося у двох напрямках – модернізм (постмодернізм) та експериментальне мистецтво, що трансформувалося в актуальне. Сучасні митці експериментують з матеріалами, техніками, формами, створюють унікальні живописні, графічні, декоративні роботи, що відображають історичні теми в сучасном контексті. У місті відбуваються події, що поєднують мистецтво та сучасні технології, наприклад, виставка робіт у віртуальній реальності, яка відкрилася в Обласному центрі молоді [4].

Багато історико-архітектурних пам’яток Запоріжжя або знищені, або перебувають у занедбаному стані, образотворчими засобами можна привернути увагу до їхньої культурної цінності. Мистецтво завжди відігравало важливу роль у збереженні історичної пам’яті, особливо коли йдеться про міста з багатою, але занедбаною чи знищеною культурною спадщиною, через різні мистецькі форми можна не тільки зафіксувати зниклі або об’єкти, що перебувають у стані руйнування, а й нагадати суспільству про їхню цінність.

Картини, фотографії, графіка можуть зображати архітектурні пам’ятки Запоріжжя у їхньому первісному вигляді або ж у контрасті між минулим і сьогоденням. Це допомагає:

- візуально нагадати жителям про їхню культурну спадщину;
- викликати емоційний відгук, що сприяє громадській ініціативі збереження цих місць;
- залучити туристів, які цікавляться історією та урбаністикою.

Отже метою нашого дослідження стала ідея показати дух часу та зв’язок історичної епохи з сучасністю через контрастні художні прийоми. Було вирішено викорати серію художніх робіт, яка представляє історичні місця Запоріжжя. Кожна робота з цієї серії буде розділена на дві частини – графічна та колористична. Графічна частина є детальним, реалістичним зображенням об’єкта, яке підкреслює його історичну значущість. Декоративна в кольорі є осучасненим трактуванням тієї ж будівлі в декоративному стилі, яке розкриваєїї художній потенціал через стилізацію.

Графічна частина (чорно-біла) символізує історичне минуле, час, який вже пройшов, але залишив свій слід у культурі. Декоративна кольорова частина представляє собою сучасний погляд, осучаснення спадщини через стильові інтерпретації. Для того щоб визначити хід роботи над серією, було розглянуто та проаналізовано роботи запорізьких митців, що працювали в жанрі урбаністики.

Першою розглянемо роботу Наталії Дерев’янко “По дорозі на роботу. Вул. Південноукраїнська” (Рис. 1). Робота виконана олійними фарбами на полотні у реалістичному стилі.

На картині зображено міську вулицю в ранковий час, де багатоповерховий житловий будинок на задньому плані передає атмосферу урбаністичного середовища. Зелені дерева на передньому плані створюють контраст із міською забудовою та додають композиції глибини. Вулиця з проїжджою частиною надає сцені динаміки та відчуття руху. Картина передає звичний ритм міського життя, де архітектура слугує фоном для повсякденних подій і людської активності.

Кольорова гама картини досить стримана і гармонійна. Теплі охристі тони створюють відчуття сонячного дня. Холодні синьо-зелені тони використовуються для зображення дерев, неба та тіней, що додає картині глибини. Використано широкий, розмитий мазок, цестворює відчуття легкості та повітряності. Фарба нанесена досить щільно, що надає картині тривимірність.



Рисунок 1. Дерев’янко Н. По дорозі на роботу. Вул. Південноукраїнська, 2018 р. Полотно, олія

Картина викликає відчуття спокійного та врівноваженого настрою, занурює в атмосферу міста. Передає момент коли місто тільки прокидається, а люди йдуть по своїх справах.

Наступною розглянемо роботу Сергія Міхно “Запоріжжя у сонячному сяйві” (Рис. 2). Робота виконана олійними фарбами на полотні. На картині зображено життя міста, рух транспорту та пішоходів у урбаністичному просторі із історичними архітектурними домінантами. Вежі будівлі, широкий проспект із автомобілями та пішоходами створюють атмосферу міського середовища та сучасного розвитку.

В кольоровій гамі картини домінують теплі відтінки жовтих та помаранчевих кольорів, які передають атмосферу заходу сонця. Контрастні холодні відтінки синього та фіолетового додають глибини. Картина має динамічний, глибокий простір. Лінійна перспектива веде вглиб вулиці, а хмари створюють ефект руху. Картина передає відчуття руху та урбаністичної динаміки. Виконана широкими, енергійними мазками. Колірна насиченість досягається багатошаровим накладенням фарб.

Картина викликає почуття динамічної енергії міста, захоплення міським життям.



Рисунок 2. Міхно С. Запоріжжя у сонячному сяйві, 2016 р. Полотно, олія

Наступним розглянемо творчість запорізького графіка Юрія Калашникова. Робота “Будинок біля дерева” виконана сухим пензлем тушшю на папері, викликає відчуття захоплення енергією та дивує людською майстерністю (Рис. 3).

Картина зображує архітектурну сцену, де центральне місце займає будівля з численними вікнами та виразними конструктивними елементами. Твір виконаний у графічній техніці, сірий і чорний створюють драматичний ефект. Промені світла додають динаміки та створюють відчуття руху. Геометричні форми та лінії надають композиції ефект вибуху, підкреслюючи потужне джерело світла. Глибина простору підкреслюється акцентом на фронтальність, а центральна композиція, де світлові промені розходяться в різні боки, формує яскравий і виразний художній образ.

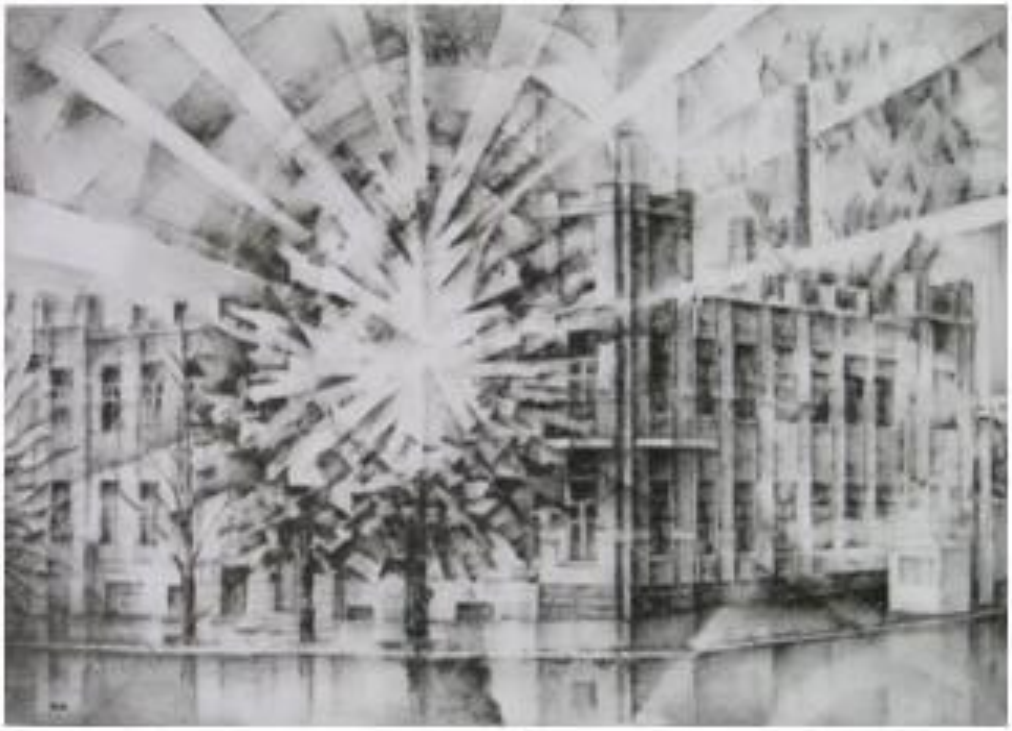


Рисунок 3. Калашников Ю. Будинок біля дерева, 2003 р. Сухий пензель, туш, папір.

Аналіз художніх робіт вказує на різноплановість відображення історичної реальності. Мистецтво дає широкі можливості для передачі об’єктивних та суб’єктивних вражень кожного окремого митця, і саме розмаїтість технік, вибір кольорові гами надає можливість висвітити особливості життя міста в різні моменти його існування.

Дослідження показало, що декоративне мистецтво є чудовим засобом збереження пам’яті минулого. Отже наш вибір створення серії робіт “З історії Запоріжжя” є актуальним і своєчасним. У нашій роботі художніми засобами ми можемо відобразити історичні та сучасні реалії міста, з метою залучення глядача у візуальну подорож крізь час, закликаючи замислитися над тим, як минуле впливає на сучасність, над тим, що нашу історію треба зберігати і передавати наступному поколінню.

Список використаних джерел:

1. Місто, яке вистояло: історія. Запоріжжя у п’яти фактах. 2022. URL.: https://kanaldim.tv/misto-yake-vystoyalo-istoriya-zaporizhzhya-u-pyaty-faktah/ 18.02.2025.

2. Початок незалежності: з чого починалось сучасне мистецтво у Запоріжжі. ZPRZ.CITY. 2022. URL.: https://zprz.city/news/view/pochatok-nezalezhnosti-z-chogo-pochinalos-suchasne-mistetstvo-u-zaporizhzhi-1 18.02.2025.

3. Запорізький край. Декоративне мистецтво. Традиції. Новації. Музеї України журнал. 2019. URL.: https://www.museum-ukraine.info/?p=6880 18.02.2025.

4. У Запоріжжі вперше показали витвори мистецтва у віртуальній реальності. ZPRZ.CITY. 2023. URL.: https://zprz.city/news/view/u-zaporizhzhi-vpershe-pokazali-vitvori-mistetstva-u-virtualnij-realnosti.

Наталія Кравець
здобувачка вищої освіти за освітньою програмою “Графічний дизайн”
Комунального закладу вищої освіти
“Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія”

ФРЕСКА – МИСТЕЦТВО КРІЗЬ ВІКИ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СУЧАСНОМУ ІНТЕР’ЄРІ

Фреска є одним із найдавніших видів живопису, який прикрашав стіни храмів, палаців та громадських споруд протягом тисячоліть. Це мистецтво має особливий метод створення: фарби наносяться на сире вапняне покриття, що дозволяє зберігати їхню яскравість і чіткість протягом століть. Виникнення фрески сягає часів стародавнього світу (Рис.1). Фреска, як вид настінного живопису, відігравала надзвичайно важливу роль у давніх цивілізаціях. Її значення виходило далеко за меж і естетики, охоплюючи релігійний, соціальний, політичний та культурний аспекти. Завдяки своїй довговічності та здатності впливати на емоції, фрески стали потужним засобом передачі ідей, що впродовж тисячоліть визначали розвиток людської культури.



Рисунок 1. Фреска зберігається в Національному археологічному музеї Неаполя (MuseoArcheologicoNazionalediNapoli, Італія. Автор не відомий.

Фреска була потужним соціальним і політичним інструментом, що допомагав демонструвати владу, престиж і ідеологію. У палацах стародавніх царів та імператорів фрески виконували функцію прославлення їхніх подвигів і

могутності. Наприклад, в ассирійських палацах фрески зображали сцени воєнних перемог, полювання та інших тріумфів правителів, підкреслюючи їхню силу і божественний статус [4].

Фрески були способом увічнення культурних традицій та естетичних ідеалів. Фрески часто зображували сцени повсякденного життя, фестивалі, ритуали, природні ландшафти. Це стало своєрідним "фотографічним" документом, який дозволяє сучасникам відчути атмосферу давніх епох. Фреска дала поштовх розвитку технік живопису, кольорознавства та композиції. Давні майстри експериментували з кольорами, пропорціями та перспективою, створюючи основу для подальших мистецьких досягнень. Кожен елемент фресок мав глибоке значення. Наприклад, кольори й мотиви обиралися відповідно до символіки того часу: синій асоціювався з божественністю, зелений – з життям, а червоний – із силою й пристрастю.

Так чи потрібно використовувати фрески зараз? Так! Тому що Фрески це унікальний вид мистецтва, який має глибокі історичні корені. Вони використовувалися ще в античні часи для прикрашання палаців, храмів і громадських споруд, а в епоху Відродження досягли свого розквіту.

Як і де її можна використовувати зараз? На нашу думку можна використовувати фрески для створення великих настінних малюнків у міському середовищі. Наприклад як це роблять сучасні митці. У стріт-арті деякі митці змішують класичні методи фрески з сучасними матеріалами, щоб створювати довговічні зображення на стінах громадських будівель. Яскравим прикладом є роботи митців у Латинській Америці, де зображення на стінах часто містять соціально-політичний підтекст [3].

Також можна використовувати як декоративне мистецтво в інтер’єрах. У дизайні інтер’єрів фрески знову стають популярними для створення унікальних художніх ефектів. Високоякісні фрески використовуються у розкішних будинках, готелях і ресторанах. Фрески створюють унікальну атмосферу, додаючи інтер’єру художньої глибини та індивідуальності. Завдяки техніці нанесення вони можуть передавати відчуття старовини або ж модерну, залежно від стилю. На відміну від серійних шпалер або принтів, фрески часто створюються вручну або виготовляються на замовлення, що робить їх унікальними (Рис.2). Вони підходять для різних стилів: класики, лофту, мінімалізму, еклектики. Усе залежить від сюжету, кольорової гами та техніки виконання. Зображення на фресках можуть бути як спокійними і природними так і більш енергійними. Це дозволяє створити потрібний настрій у приміщенні. Модернізовані техніки фрески дозволяють художникам створювати 3D-ефекти або абстрактні композиції, які ідеально вписуються в сучасні стилі інтер’єру [1].



Рисунок 2. Виробник: компаніяDeGournay

Ще не треба забувати що сучасні художники часто експериментують із фрескою в контексті галерей чи музеїв. Наприклад, італійський художник Франческо Клементе використовує техніку фрески у своїх сучасних роботах, об’єднуючи її з сучасною символікою.Інсталяції з використанням фрески можуть поєднувати традиційні й цифрові технології, створюючи інтерактивні поверхні.

У процесі реставрації історичних фресок митці іноді додають сучасні елементи, інтегруючи нові сюжети в старовинні композиції. Це допомагає зберегти культурну спадщину, водночас додаючи сучасного звучання.

Але не зважаючи на це все люди все рівно відмовляться від фресок в інтер’єрі, чому? Висока вартість. Виготовлення фресок за індивідуальним дизайном може бути дорогим, що не завжди відповідає бюджету. Також технічна складність**.** Їхнє нанесення потребує професіоналізму, оскільки це складна техніка, особливо якщо йдеться про традиційні методи роботи з вологим тиньком. А також не всі сюжети чи стилі фресок можуть гармонійно виглядати в сучасному інтер’єрі. Важливо правильно підібрати тематику та кольори.

У XXI столітті фрески зазнали певної трансформації. Завдяки новим технологіям їх створення стало доступнішим. Сучасні художники використовують друк на флізеліновій основі, фотодрук або спеціальні декоративні штукатурки для імітації класичних фресок. Це робить їх більш практичними для житлових приміщень. Також актуальність фресок зростає в контексті індивідуалізації простору. У світі, де масове виробництво домінує в дизайні інтер’єрів, такі унікальні елементи додають ексклюзивності. Особливо

популярними є тематичні сюжети — природні мотиви, абстракція, урбаністичні види чи репліки знаменитих картин.

Тому фрески як декоративний елемент залишаються актуальними й сьогодні, особливо якщо ви хочете створити унікальний, стильний інтер’єр. Вони підходять для різних приміщень, але вимагають ретельного планування, щоб гармонійно вписатися в загальну концепцію. Хоча фрески можуть бути дорожчими та складнішими у виконанні, їхній естетичний ефект повністю виправдовує зусилля.

Список використаних джерел:

1. Використовуємо фрески в інтер’єрі. URL.: https://buduemo.com/ua/news/furniture_and_interior/frescoes-in-the-interior-of-the-living-room.html 23.02.2025.

2. Мистецтво фрески. URL.: https://lihtaryk.com.ua/mistecztvo-freski/ 23.02.2025.

3. Від стародавніх фресок до сучасного вуличного мистецтва. URL.: https://www.madineurope.eu/en/from-ancient-frescoes-to-modern-street-art/#:~:text=In%20ancient%20Greece%2C%20frescoes%20adorned,their%20wealth%20and%20cultural%20sophistication. 23.02.2025.

4. Фресковий живопис. URL.: https://www.britannica.com/art/fresco-painting 23.02.2025.

Ганна Лисенко
Ph.D з мистецтвознавства, старший викладач кафедри дизайну,
Хортицька національна академія
Марія Стрікун
студентка 4 курсу спеціальності 023
“Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація”,
Хортицька національна академія

ВІДОБРАЖЕННЯ ЗАПОРІЗЬКИХ КРАЄВИДІВ У МИСТЕЦЬКИХ ТВОРАХ

Запоріжжя – край із багатою історією, що асоціюється з козацькою добою, безкраїми степами, Дніпром і Хортицею. Ці особливості знайшли відображення у образотворчому мистецтві України. Запорізькі художники у своїх творах часто звертаються до пейзажів рідного міста та його мальовничих околиць, відображаючи історичну спадщину краю. Від славетного козацького минулого до індустріального розквіту, символами яких стали Дніпрогес і заводи, а також унікальний архітектурний проект Соцміста, різні етапи історії Запоріжжя знаходять відображення на полотнах митців

Візуальна репрезентація Запорізького регіону в мистецтві розпочалася ще у XVIII–XIX століттях у творах мандрівних художників, а в XX столітті набула більш осмисленої естетичної та концептуальної форми [8].

У другій половині XX століття, з розвитком індустріалізації Запорізький регіон набув нового художнього осмислення. Художники, зокрема, представники соцреалізму, часто зображували індустріальні пейзажі: заводи, греблі, металургійні комбінати, а також краєвиди молодого індустріального міста. Ці теми знаходили своє відображення у живописних полотнах таких майстрів, як Г. Колосовський “Дніпрогес” (1950), М. Гребенніков “На старому Дніпрі” (?), П. Редін “Дніпро в бетонному панцирі” (1960-ті), Є. Чуйков “На зупинці” (1975), В. Коробов “За синє море” (1964), “Проспект” (1987), А. Фомін “Літо” (1978), В. Гайдук “Ранок нового міста” (1980-ті) та цілої плеяди інших талановитих художників [2; 11; 7; 10; 3; 9; 1].

Сучасні митці часто звертаються до теми урбаністичних пейзажів Запоріжжя, акцентуючи увагу на архітектурі, індустріальних об’єктах та міському житті, а також досліджують концепцію індустріального ландшафту за допомогою образотворчих засобів живопису та графіки. Серед них можна виділити роботи І. Гресик “Запоріжжя. Вулиця Покровська, 16” (2016), Ю. Калашникова “Дощ, що вислизнув з простору” (2017), О. Хар’якової “У мартенівському цеху “Запоріжсталі”” (2017), Н. Дерев’янко “По дорозі на роботу. Вулиця Південноукраїнська” (2018) та “Весна на вулиці Жуковського” (2018), Д. Разіна “Запоріжжя. Проспект” (2011), А. Славгородської “Вулиця

Грязнова” (2012), Л. Миленької “Замок Вальмана” (2016), А. Прокоф’євої “Проспект Соборний” (2017) та багато інших [4; 5; 6].

Таким чином, запорізькі краєвиди є важливим джерелом натхнення для митців. Від романтичних зображень природи до урбаністичних інтерпретацій – Запоріжжя залишається потужним символом, що поєднує історичне минуле, культурну спадщину та сучасні виклики.

Список використаних джерел:

1. Гайдук В. К. Персональна художня виставка : каталог / Обл. орг. Спілки художників УРСР. Запоріжжя, 1977. 8 с.

2. Колосовський Г. С. Персональна художня виставка : каталог / Обл. орг. Спілки худож. УРСР. Запоріжжя, 1977. 8 с.

3. Коробов В. А. Персональна художня виставка : каталог / Обл. орг. Спілки худож. УРСР. Запоріжжя, 1977. 8 с.

4. Запорізький пейзаж – 2016. Каталог пленеру. Запоріжжя : ТОВ “Привоз Принт”, 2016. 80 с.

5. Запорізький пейзаж – 2017. Каталог пленеру. Запоріжжя : ТОВ “Привоз Принт”, 2017. 76 с.

6. Запорізький пейзаж – 2018. Каталог пленеру. Запоріжжя : ТОВ “Привоз Принт”, 2018. 32 с.

7. Павел Федорович Редин. redin.com.ua. URL: https://www.redin.com.ua/index.html (дата звернення: 10.02.2025).

8. Філас В. “Візуальне освоєння” Дніпра та Дніпровських порогів у художніх практиках кінця XVIII – першої половини XIX ст. Етнічна історія народів Європи. 2018. Вип. 56. С. 32–36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eine_2018_56_8 (дата звернення: 10.02.2025).

9. Фомін А. Персональна художня виставка : каталог / Обл. орг. Спілки художників УРСР. Запоріжжя, 1977. 8 с.

10. Чуйков Є. Персональна художня виставка : каталог / Обл. орг. Спілки худож. УРСР. Запоріжжя, 1977. 12 с.

11. Шепелева В. “Запоріжжя моє кохане”: в Запорожье открылась выставка картин Михаила Гребенникова. Press-center News journal. URL: https://press-center.news/zaporizhzhja-moie-kohane-v-zaporozhe-otkrylas-vystavka-kartin-mihaila-grebennikova/ (дата звернення: 10.02.2025).

Ганна Лисенко
доктор філософії (PhD) з мистецтвознавства, старший викладач кафедри дизайну Комунальний заклад вищої освіти “Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія” Запорізької обласної ради
Єлизавета Ткаченко
студентка 4 курсу спеціальності 023 “Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація” Комунального закладу вищої освіти “Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія” Запорізької обласної ради

УКРАЇНСЬКІ МОТИВИ У ДЕКОРАТИВНОМУ ПЕЙЗАЖІ

Декоративний пейзаж є одним з найцікавіших явищ сучасного українського мистецтва, що відображає етнічну самобутність, культурні традиції та символіку рідного краю. Цей жанр, що поєднує в собі реалістичне зображення природи з елементами декоративності та символізму, набув особливої популярності в Україні завдяки творчості таких митців, як Олег Шупляк. Його роботи відзначаються особливою стилізацією, використанням традиційних українських мотивів та ілюзіоністичними ефектами. У роботі досліджуються особливості декоративного пейзажу в його творчості та вплив української культурної спадщини на стиль художника.

Олег Шупляк – відомий український художник, член НСХУ з 2000 року, Заслужений художник України з 2017 року, який створив власний неповторний стиль, що базується на поєднанні реалістичного пейзажу з елементами української міфології, історії та культури [10]. Його роботи – це своєрідні картини–ілюзії, в яких за звичними пейзажними мотивами ховаються глибокі символічні образи. Пейзажі художника часто містять приховані портрети історичних постатей або архетипних образів, що додає їм додаткового значення, як-от у роботі “Наша дума, наша пісня...” (2011) [7]. Водночас колорит, орнаментальність та стилістика його картин перегукуються з традиційною українською культурою.

У творчості мистця особливо виразно простежуються українські мотиви. Художника часто надихають українські сільські краєвиди, хатинки під стріхами, дерев’яні церкви, безкрає поля та квітучі сади. Це можна побачити на прикладі робіт “Над рідними просторами” (2016), “Першоджерело” (2019) та інших [6; 8]. Ці образи – не просто віддзеркалення дійсності, вони – втілення української душі, символ національної ідентичності та нерозривного зв’язку з прадавнім корінням.

У багатьох роботах Олега Шупляка можна знайти приховані тризуби, рушникові узори, образи козаків, поетичні алюзії на творчість Тараса Шевченка та інших культурних діячів. Також багато робіт присвячені козацькій тематиці, серед інших “Козацькі могили” (2016), “Журба” (2016). В його пейзажах можна

побачити козацькі хрести, церкви та інші символи, що нагадують про героїчну історію України [5; 4; 10].

Мистець часто використовує у своїх роботах образи з української міфології, такі як русалки, мавки та інші. Ці образи надають його пейзажам особливої загадковості та поетичності.

У творах художника часто зустрічаються національні символи, такі як калина, соняшники, вишиванки, як-от в роботах “Вишиванка” (2016), “Борщівська вишиванка” (2017), “Тече вода з-під явора...” (2016). Ці символи підкреслюють національний характер його робіт [3; 2; 9].

Для робіт художника характерна стилізація природи, де лінії дерев, пагорби та хмари набувають декоративної виразності, нагадуючи традиційні українські розписи та народне мистецтво [1].

Декоративний пейзаж у творчості Олега Шупляка відзначається: використанням контрастних кольорових рішень, що створюють ефект мозаїчності та підсилюють експресивність зображення; грою світла й тіні, що формує подвійні образи та приховані символи; узагальненістю форм, які набувають монументального звучання завдяки стилізації.

Творчість Олега Шупляка є яскравим прикладом синтезу декоративного пейзажу та української національної символіки. Його роботи розкривають глибокі культурні коди, зберігаючи зв’язок із традиційним мистецтвом, але водночас мають сучасне трактування. Використовуючи ілюзіоністичні прийоми, художник створює унікальні пейзажні композиції, що захоплюють своєю декоративністю та пробуджують асоціативні зв’язки з українською історією та духовною спадщиною.

Таким чином, досліджуючи декоративний пейзаж Олега Шупляка, ми краще розкриваємо еволюцію сучасного українського мистецтва та його корені в національних традиціях.

Список використаних джерел:

1. Геніальні картини Олега Шупляка на тему Трипільської культури. SPADOK.ORG.UA. https://spadok.org.ua/vydatni-ukrayintsi/genialni-kartyny-olega-shuplyaka-na-temu-trypilskoyi-kultury (дата звернення: 15. 02. 2025).

2. Шупляк О. Борщівська вишиванка. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/355165 (дата звернення: 15. 02. 2025).

3. Шупляк О. Вишиванка. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/350468 (дата звернення: 15. 02.2025).

4. Шупляк О. Журба. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/340101 (дата звернення: 15. 02.2025).

5. Шупляк О. Козацькі могили. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/340003 (дата звернення: 15. 02. 2025).

6. Шупляк О. Над рідними просторами. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/342638 (дата звернення: 15. 02. 2025).

7. Шупляк О. “Наша дума, наша пісня...”. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/115731 (дата звернення: 15. 02. 2025).

8. Шупляк О. Першоджерело. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/387720 (дата звернення: 15. 02. 2025).

9. Шупляк О. “Тече вода з-під явора...”. ARTSCENTER. URL: https://arts.center/uk/work/351713 (дата звернення: 15. 02.2025).

10. Фук Р. Майже два десятки картин на шевченківську тематику написав художник із Тернопільщини. Суспільне Тернопіль. https://suspilne.media/ternopil/111981-majze-dva-desatki-kartin-na-sevcenkivsku-tematiku-napisav-hudoznik-iz-ternopilsini/ (дата звернення: 15. 02. 2025).

Леся Міхєєва
викладачка кафедри дизайну Хортицької національної академії

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МЕДІАДИЗАЙНІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ АВТОРСЬКОГО ВНЕСКУ

Мистецтво і культура не стоять на місці, хоч і спираються на набутки минулого, традиції, базові практичні навички, що століттями відточуватися і складалися в теоретичні основи, але розвиваються разом і паралельно з розвитком комп’ютерних технологій. З епохою розвитку персональних комп’ютерів митці швидко опанували нові технології і використовували їх в своїй практиці: друкарські машинки змінилися на клавіатуру, можливості масштабування зображень і добір кольорової гами для художників створили умови щодо пришвидшення процесу творення творів, а, наприклад, музичні програми допомогли в музиці відкрити новий стиль “техно” і створювати музику навіть без особливих знань музичної грамоти. Новою віхою розвитку комп’ютерних технологій є поява такого явища як Штучний інтелект, який сьогодні дозволяє митцям прискорити створення творчої роботи в будь-якій галузі, будь то художнє мистецтво, література чи музика, дизайн, танці, навіть, спорт чи приготування їжі.

Сьогодні медіадизайн, як галузь дизайну, тісно пов’язаний не лише з аудіовізуальним мистецтвом, але й з мовним чи філологічним аспектом, бо потребує написання текстів для створення медійно-візуального контенту. А поява і розповсюдження штучного інтелекту для пересічних користувачів в мережі Інтернет, допомагає прописувати риторично красиві тексти і створювати під них цікавий відеоряд.

Штучний інтелект надає можливість ідею перетворити у повноцінний текст чи зображення за лічені секунди. Вже сьогодні його використовують всі, хто більш-менш слідкує за технічним прогресом і має на меті створити власний електронний контент. Слід зазначити, що штучний інтелект працює за протоколами, але і легко навчається за рахунок запитів користувачів з різних галузей науки і інтересів. Починаючи від написання текстів, створення зображень до контенту медіадизайну – штучний інтелект, останнім часом, відтворює більшу частку тієї роботи, яку б людина творила в кілька разів довше за часом, ніж це робить ШІ. Це допомагає пришвидшити роботу з пошуку інформації, зі створення проектів, але, разом з тим, підіймає кілька питань, проблематику яких ще слід вирішити найближчим часом.

Із-за включення штучного інтелекту в сучасне життя, почали нівелюватися певні навички, які раніше цінувалися на ринку праці, або вважалися професією, і на які людина витрачала певний час, сили і фінанси, аби навчитися їй, – наприклад, навчитися писати статті, щоб працювати в газеті, журналі, на сайті. Але сьогодні штучний інтелект вже справляється з цим

завданням не гірше, а найчастіше, навіть, краще за людину. І людина, з невеликими писемними вміннями, за допомогою ШІ може написати статтю за кілька хвилин для будь-якої інформаційної платформи, за будь-якою тематикою, для публіцистики чи науки, і для цього не потрібно володіти теоретичними і практичними навичками, кілька років навчатися у ЗВО, на жаль.

За визначенням Українського Бізнес журналу, перекладачі текстів теж скоро мають шанс втратити свої позиції (звісно перекладачі усного мовлення ще довго будуть в потребі) [1], бо штучний інтелект швидко перекладе будь-який текст, при чому не прямим перекладом, а з розумінням фразеологізмів чи інших мовних особливостей. Шлях зникнення пророкують і десяткам інших професій і посад, які пов’язані із текстами, мовами і зображеннями.

Про проблему доцільності використання ШІ і небезпеку втрати художньої мови для написання текстів в 2023 році вже заговорила Гільдія письменників США, яка провела страйк і висунула умови до Альянсу продюсерів кіно і телебачення, серед яких озвучувалися такі: ШІ не буде писати та переписувати літературні твори; тексти ШІ не будуть використовуватися як джерело сценаріїв; матеріали Гільдії письменників не будуть використовуватися для навчання ШІ [2]. На жаль, на сьогодні немає гарантії, що ШІ в пошуках матеріалів за запитами пересічних користувачів не використовує й матеріали Гільдії письменників.

Так само написаний і опублікований текст, українською чи іншою мовою світу, автоматично стає доступним для більшості існуючих на сьогодні ШІ і може використовуватися без дозволу чи посилання, що створює ще одну проблему і підіймає питання про авторський внесок твору, а саме про авторське право людини на твір та авторське право штучного інтелекту. Наприклад, доктор юридичних наук, доцент ННІ права Сумського державного університету Уткіна М.С. впевнена, що з розвитком інформаційних технологій, пов’язаних із штучним інтелектом, існує нагальна необхідність нормативного закріплення та правового регулювання питань, пов’язаних із новим цифровим авторством, відповідно до якого штучний інтелект буде самостійно створювати твори, які будуть ідентичними та не будуть відрізнятись від творів авторів-людей [3, с.42].

Ця думка наголошує, що на сьогодні, розвиток штучного інтелекту це вже незворотний процес, що відбувся у суспільстві, тому залишається навчитися використовувати його, співіснувати з ним. Але слід й навчитися відрізняти тексти штучного інтелекту, що написані за програмними протоколами від текстів, написаних людиною. І тут єдиною ознакою може стати непритаманна штучному інтелекту унікальність *художнього слова*: неординарні описи, незвичні порівняння, нетрадиційні (такі, що неможна записати програмним протоколом) підходи до вирішення питань чи проектів.

Переосмислюючи авторський внесок людини в роботі зі штучним інтелектом можна акцентувати увагу на цінностях і цінності праці людини в цьому тандемі. І найголовнішою цінністю, яка сьогодні є в кожного митця (літераторів, музикантів, художників, журналістів та фахівців, що пишуть тексти) – це *ідея*. Тож, можна сказати, що ідея, як інсайт для майбутнього твору, що вносить новизну в певну галузь діяльності, культури чи мистецтва, була і залишається виключно людською принадою, інтелектуальною особливістю, на яку сьогодні ще не здатен штучний інтелект. Як і, загалом, *концептуальне мислення*, що генерує ідеї і унікальні підходи до вирішення творів та проектів.

Що ж стосується авторського внеску людини і штучного інтелекту у весь існуючий обсяг інформації, то є пропозиція: як свого часу, колись відбулося відкриття і впровадження генно-модифікованих продуктів, що згодом потребували певного маркування “Без ГМО” чи “з ГМО”, так вже на часі маркувати певні твори знаком “Без використання штучного інтелекту”, або якщо комусь не подобаються негативні “без” чи “не”, то маркування твору як “Створено людиною”, або позначати (бо поки це невелика кількість публікацій в процентному співвідношенні) як “Створено штучним інтелектом”.

З огляду на все вище зазначене, стає зрозумілим, що на сьогодні вже з’явилася доцільна потреба розробити новий знак візуальної комунікації, який буде сприйматися однаково на будь-якій мові світу і проголошувати, що певний твір створено “без використання штучного інтелекту”. При чому такий знак може використовуватися на будь-якому художньому, літературному, музичному дизайнерському продукті, створеному людиною, які може відтворити і штучний інтелект. Таким чином, це дозволить унебезпечити митців слова чи художнього образу і створить новий вид цінності людської інтелектуальної унікальності – “без ШІ”.

На мою суб’єктивну думку, такий знак з часом буде цінуватися більше, ніж сьогодні цінується ручна робота митців, які створюють одиничні екземпляри своїх творів, на відміну від промислового дизайну, що розрахований, здебільшого, на тираж. А згодом трансформація, яка відбувається під впливом штучного інтелекту сьогодні, якщо заглянути трохи далі в майбутнє і не сприймати як жарт, може відбутися в зворотному процесі – з’явитися курси чи школи, які будуть навчати людей писати тексти власноруч, без використання Штучного інтелекту, бо це буде нова необхідна навичка і нова цінність, яка потрібна людству завжди, не залежно від розвитку чи спаду технічного прогресу в цілому.

Отже, переосмислюючи співпрацю зі штучним інтелектом щодо авторського внеску людини, можна визначити такі цінності: ідея, художній образ, концептуальне мислення та творчі навички, які ніколи не буде здатним відтворити штучний інтелект з огляду на протокольне існування та протокольне навчання. Крім того, розвиток штучного інтелекту і його майже стрімке

впровадження в життя людини, вимагає правового врегулювання авторського внеску в твір людини та штучного інтелекту, та надання інформації користувачам мережі Інтернет щодо авторства твору, безпосередньо маркуванням твору відповідним знаком візуальної комунікації “Без ШІ”.

Список використаних джерел:

1. Український Бізнес Журнал. Які професії найбільш вразливі до автоматизації та як зміниться ринок праці в майбутньому? URL: https://bizmag.com.ua/yaki-profesiyi-zniknut-u-majbutnomu/.

2. Економічна правда. Сім професій, які можуть зникнути через штучний інтелект. URL: https://epravda.com.ua/publications/2023/05/30/700569/.

3. Уткіна М. Можливість віднесення творів, створених штучним інтелектом, до об’єктів інтелектуальної власності. Правові горизонти. 2019. Вип. 17 (30). С. 42-46.

Тетяна Решетуха
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики, Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка
Оксана Кушнір
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики,
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

ЕТИКА МЕДІАТИЗАЦІЇ ЧУТЛИВИХ ТЕМ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну актуалізувалася проблема етичних стандартів висвітлення у медіа чутливих тем, які впливають на психоемоційний стан авдиторії. Перенасичення медіапростору шокуючим контентом, з одного боку, викликає опосередковану травматизацію реципієнтів, не меншу, ніж у безпосередніх свідків події, а з іншого, провокує адаптацію до шокуючих зображень, блокуючи емоційну реакцію [2, с. 94].

Чутливі теми завжди пов’язані з долями людей, тому українські журналісти у професійній діяльності зобов’язані керуватися професійними стандартами, національним законодавством, міжнародним правом, а також положеннями Кодексу етики українського журналіста [4]. Це забезпечує об’єктивність, повагу до героїв подій та мінімізує ризик поширення дезінформації.

Медійники повинні надавати перевірену й точну інформацію, уникати поширення непідтверджених чуток, повідомлень, які здатні викликати паніку. Це особливо важливо під час війни, коли дезінформація має значно негативніші наслідки. Дослідження фіксують розуміння важливості стандартів об’єктивності та збалансованості українськими медіафахівцями, проте їх реальне дотримання в умовах війни може вступати в дисонанс із потенційною шкодою для країни [3]. Деякі журналісти публікують неперевірені повідомлення із соціальних мереж або використовують невідповідні фото чи відео для ілюстрації матеріалів, транслюють крупними планами випадки насильства, постраждалих, знущання над українськими полоненими тощо, виправдовуючи це суспільним резонансом події [6]. Такі медіафакти вводять авдиторію в оману, завдають їй зайвої травматизації і загалом підривають довіру до журналістики.

Ретельного журналістського осмислення потребує норма поваги до приватності та гідності постраждалих від війни та їхніх родин. Медійникам необхідно поважати почуття родичів загиблих або постраждалих, не слід публікувати імена, фотографії або відеоматеріали без згоди близьких.

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення наголошує на необхідності додавання попереджень про наявність чутливих моментів перед їх демонстрацією [5]. Порушення цього принципу може призвести до додаткової травматизації та етичних конфліктів.

Публікація особистих даних або зображень загиблих без згоди їхніх родичів є серйозним порушенням етичних норм. Такі дії можуть завдати додаткового болю сім’ям постраждалих та порушити їхнє право на приватність. Відповідно до Статті 298 Цивільного кодексу України, кожен зобов’язаний шанобливо ставитися до тіла людини, яка померла [10], тому фото загиблих належать до персональної інформації з обмеженим доступом і не можуть бути оприлюднені без згоди близьких. Однак в умовах воєнних реалій українські журналісти неодноразово стикаються з дилемою: чи оприлюднювати суспільно резонансну інформацію, яка є доказом воєнних злочинів проти людяності, чи мати у пріоритеті запобігання морально-психологічних ризиків щодо героїв публікацій та авдиторії. Відтак, медіатизація подібного контенту вимагає особливо ретельного фахового підходу як окремих авторів, так і редакцій загалом.

Особливо прискіпливого дотримання етичних норм потребує оприлюднення фото- та відеоматеріалів із травмуючим контентом. На думку Г. Почепцова, емоції, подані через візуальний образ, реципієнти засвоюють ефективніше. Особливо це стосується чутливих тем, зокрема, воєнних конфліктів [7]. Публікація графічних зображень або детальних описів насильства негативно впливає на психоемоційний стан аудиторії, зумовлює небезпеку її травматизації шокуючим, жорстоким змістом. Проте на третьому році повномасштабної російсько-української війни в інформаційному просторі фіксуються факти некоректного висвітлення такого типу тем. Яскравими прикладами стали трансляція українськими медіа та анонімними телеграм-каналами ракетного удару росіян по “Охматдиту” та приватній лікарні “Адоніс” у Києві, повідомлення про загибель і похорон сім’ї Базилевичів внаслідок ракетної атаки у Львові тощо.

В умовах воєнного стану журналісти часто стикаються із ще однією етичною дилемою, зокрема, балансом між правом громадськості на інформацію та національною безпекою. Як зазначається у заяві Верховної Ради України “Про цінність свободи слова, гарантії діяльності журналістів і засобів масової інформації під час дії воєнного стану”, українська держава не має права копіювати тоталітарні практики держави-агресора. Тому забезпечення декларованих Конституцією України гарантій свободи слова, вільного отримання, збирання й поширення інформації залишається одним із ключових завдань держави, проте воєнний стан накладає на медіа певні обмеження. Вони пов’язані з численними інформаційними атаками з боку Російської Федерації та неконтрольованим поширенням інформації, яка під час війни не підлягає розголошенню [8]. Так, з перших днів повномасштабного вторгнення

актуалізувалося питання доцільності повідомлень про українські втрати. Чимало медіа на прохання української влади вирішили не розголошувати такі дані. Однак з часом деякі світові редакції змінили свою позицію, що викликало дискусії щодо етичності таких рішень [1]. Це зумовило розробку Управлінням зв’язків з громадськістю Збройних Сил України у 2024 році Рекомендацій журналістам щодо організації роботи на військових об’єктах та в районах бойових дій в умовах воєнного стану, зокрема, про акредитацію представників національних та іноземних медіа, порядок допуску представників медіа на об’єкти Сил оборони України, інформацію, заборонену до розголошення, правила фото- та відео зйомки тощо [9].

Усе викладене акцентує важливість ретельної оцінки потенційних ризиків та користі від публікації чутливих матеріалів. Медіареальність засвідчує недостатню артикульованість особливого підходу до висвітлення тем, пов’язаних із війною. Дотримання етичних принципів є ключовим для забезпечення якісної та відповідальної медіатизації подій російсько-української війни. Це сприятиме формуванню об’єктивної громадської думки та підтримці моральних стандартів у суспільстві.

У цьому контексті необхідним постає питання про розробку та впровадження спеціальних тренінгів з етики для журналістів, які працюють з чутливим контентом. Наприклад, Комісією з журналістської етики, ГО “Український інститут медіа та комунікації” та іншими інституціями ініційовано серії вебінарів, тренінгів, майстер-класів щодо формування навичок подолання етичних викликів, з якими стикаються журналісти, що висвітлюють війну в Україні. Це допомагає підвищити обізнаність щодо етичних стандартів та покращує якість висвітлення чутливих тем.

Список використаних джерел:

1. Болл Дж. Війна в Україні порушує перед редакціями етичні питання. Сайт Ethical Journalism Network. URL : https://ethicaljournalismnetwork.org/ukraine-war-raises-ethical-questions-for-newsrooms-ukrainian.
2. Глушко А. Порушення прав людини засобами візуалізації в медіа. Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій / За ред. Виртосу І., Шендеровського К. К.: Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. С. 87–98.
3. Долаючи бар’єри: Роль ЗМІ у висвітленні конфліктно-чутливих тем. Спеціальний звіт / За ред. Д. Дуцик. Київ: ГО “Детектор Медіа”, 2016. 48 с. URL. : https://ms.detector.media/content/files/special_report_overcoming_barriers_media_in_covering_conflict-sensitive_issues_ukr.pdf.
4. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/.

5. Нацрада нагадала медіа про етичні стандарти під час висвітлення російсько-української війни. Сайт Букви. URL : https://bukvy.org/naczrada-nagadala-media-pro-etychni-standarty-pid-chas-vysvitlennya-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny/.

6. Остапа С. Не варто списувати на війну порушення норм журналістської етики. Сайт Детектор Медіа. URL. : https://detector.media/blogs/article/198957/2022-05-05-ne-varto-spysuvaty-na-viynu-porushennya-norm-zhurnalistskoi-etyky/.

7. Почерцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків. Vivat, 2021. 384 с.

8. Про Заяву Верховної Ради України про цінність свободи слова, гарантії діяльності журналістів і засобів масової інформації під час дії воєнного стану. Постанова Верховної Ради України. URL. : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2190-20#Text.

9. Рекомендації журналістам щодо організації роботи на військових об’єктах та в районах бойових дій в умовах воєнного стану. URL. : https://www.mil.gov.ua/content/zmi/rekomendacii_dlia_ZMI_new24.pdf.

10. Цивільний кодекс України. URL. : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text.

Анотація

У публікації актуалізовано проблему дотримання етичних норм при медіатизації чутливих тем, пов’язаних з російсько-українською війною. Акцентовано увагу на важливості застосування положень Кодексу етики українського журналіста при створенні травматичного контенту. Особливу увагу приділено етиці подання візуальних медіаматеріалів та їх впливу на психоемоційний стан авдиторії.

Ключові слова: *журналістська етика, медіатизація, чутливий контент, авдиторія, російсько-українська війна.*

Summary

The publication raises the issue of compliance with ethical standards in the mediatisation of sensitive topics related to the Russian-Ukrainian war. The article emphasises the importance of applying the provisions of the Code of Ethics of Ukrainian Journalists when creating traumatic content. Particular attention is paid to the ethics of presenting visual media materials and their impact on the psycho-emotional state of the audience.

Keywords: *journalistic ethics, mediatisation, sensitive content, audience, Russian-Ukrainian war.*

Олександра Чукіна
студентка Комунального закладу вищої освіти “Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія”

СЕРІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ НА ЗАХИСТ ТВАРИН

Проблема захисту диких і домашніх тварин є актуальною як в Україні, так і у світі. Наша країна входить до першої десятки за кількістю безпритульних тварин, що створює не лише екологічні, але й соціальні виклики. “Соціальна реклама про захист тварин є важливим інструментом покращення добробуту не лише тварин, але й суспільства в цілому” [1]. Така ситуація впливає на репутацію країни, адже жорстоке поводження з тваринами викликає критику з боку міжнародної спільноти. Соціальна реклама є потужним засобом впливу на громадську свідомість. “Втім стан, проблеми і перспективи соціальної реклами про захист тварин потребують подальшого вивчення, адже публікацій на цю тему досить мало, а питання лишається актуальним” [1]. Існує дуже важлива потреба в розробці комплексного підходу до створення соціальних плакатів, які враховують психологічне сприйняття реклами. Залучення естетичних, емоційних і смислових компонентів у дизайні соціальної реклами є підвищення її впливу.

Соціальні плакати є важливим інструментом впливу на свідомість суспільства. Їхня головна мета полягає у приверненні уваги до соціально важливих питань, формуванні громадської думки та стимулюванні дій, спрямованих на вирішення певних проблем. Ефективна соціальна реклама допомагає не лише підвищити обізнаність, але й сформувати екологічну культуру та гуманне ставлення до тварин. Соціальні плакати працюють на перетині емоційного та інформаційного впливу, що дозволяє їм ефективно комунікувати з аудиторією. Емоційно насичені візуальні образи здатні викликати співчуття та стимулювати активну участь громадян у вирішенні проблеми. “Настав час дуже обережного поводження людини в своїх стосунках з живою природою. А також назріла необхідність активних і цілеспрямованих дій, направлених на вирішення накопичених проблем” [2]. Таким чином, соціальні плакати є не лише засобом інформування, але й потужним інструментом зміни поведінки та ставлення людей до важливих соціальних і екологічних питань.

Соціальні плакати, спрямовані на захист тварин, є ефективним способом комунікації, який використовує візуальну мову та емоційний вплив для привернення уваги суспільства до важливих проблем. Метою аналізу цих плакатів є визначення їхнього впливу на свідомість аудиторії, виявлення основних візуальних і текстових засобів, які використовуються для привернення уваги до проблем захисту тварин, а також оцінка ефективності їхнього емоційного та інформаційного посилу для спонукання до дій. Тому для

аналізу були підібрані плакати з сайту Соціальна реклама про тварин, що відкриває незручну правду.

1. Плакат “Тварини не клоуни” зображує тварин (шимпанзе, морського котика, лева), розфарбованих у стилі циркових клоунів і замкнених у клітках. Це одразу викликає відчуття співчуття й абсурдності ситуації. Текст на плакаті наголошує, що тварини не повинні використовуватись для розваг. Контраст між яскравим гримом та темним тлом підсилює драматичність проблеми, підкреслюючи жорстокість циркової експлуатації. Центральне розташування фігур і кольорові акценти забезпечують швидке сприйняття меседжу. Такий плакат спонукає глядача задуматися про власну участь у підтримці подібних практик та закликає бойкотувати цирки, які використовують тварин.

2. Плакат “Охорона птахів: Якщо ти цього не підбереш, то це зроблять вони” демонструє трагічне зображення мертвого птаха зі сміттям у шлунку. Акцент зроблений на драматичному контрасті між природністю форми птаха та чужорідністю пластикового сміття. Мінімалістичний текст, розташований у нижньому куті, підсилює емоційний вплив, не відволікаючи увагу від центрального зображення. Цей візуальний образ підкреслює серйозність проблеми забруднення довкілля пластиком. Текст нагадує глядачеві, що саме люди несуть відповідальність за забруднення, і закликає до дій, які можуть змінити ситуацію. Поєднання реального зображення та емоційного меседжу створює сильний психологічний вплив, спонукаючи до зменшення використання пластику та прибирання сміття.

3. Плакат “Допоможіть нам боротися з тестуванням косметичної продукції на тваринах” підкреслює жорстокість експериментів на тваринах у косметичній індустрії. Зображення тварини в руках людини замість косметичного продукту створює шокуючий ефект, показуючи, що тварини стають жертвами краси. Важливим дизайнерським рішенням є акцент на контрасті: краса обличчя людини протиставлена стражданням тварини. Темне тло створює відчуття ізоляції та підсилює драматичний характер послання, а текст у верхньому куті є чітким і ненав’язливим, залишаючи головний акцент на візуальному образі. Також контраст між безтурботністю людини та стражданнями тварини викликає почуття несправедливості й огиду до таких практик, спонукаючи глядача обирати етичну продукцію.

4. Плакат “Цюріхський зоопарк: Більше місця для більших тварин” демонструє слона, затиснутого у вузькому просторі, що символізує обмежені умови, у яких часто утримуються великі тварини. Дизайн побудований на використанні пропорцій: масивність тіла слона контрастує з обмеженістю кадру, підкреслюючи несправедливість умов. Це створює відчуття дискомфорту та співчуття до тварини. Саме повідомлення закликає підтримати створення просторих умов для таких тварин, підкреслюючи, що утримання у тісних вольєрах – це форма жорстокості.

5. Плакат “Врятуйте носорога: Що б ми не робили, це не поверне їх” привертає увагу до проблеми зникнення носорогів через браконьєрство. На зображенні представлені жираф і зебра з накладеними рогами, які символізують втрату носорогів. Такий візуальний прийом викликає емоційний відгук у глядача, підкреслюючи, що втрата видів є незворотною, а будь-які спроби виправити ситуацію вже не зможуть повернути втрачене. Повідомлення на плакаті закликає до активних дій, спрямованих на боротьбу з браконьєрством і захист зникаючих видів. Мінімалізм у дизайні робить плакат універсальним для широкої аудиторії. Цей плакат ефективно поєднує візуальні й текстові засоби, створюючи потужний заклик до відповідальності за збереження біорізноманіття.

Аналіз соціальних плакатів показав їхню високу ефективність у приверненні уваги до проблем захисту тварин завдяки поєднанню сильного емоційного впливу, чіткого повідомлення та візуальної виразності. Використання простих, але потужних образів, а також продуманих текстів дозволяє досягти максимального впливу на аудиторію, спонукаючи до дій.

Практичне значення плакатів на захист тварин полягає у створенні ефективного інструменту для привернення уваги до проблем диких і домашніх тварин та стимулювання активних дій. Для цього важливо зосередитися на емоційному впливі через співчуття та відповідальність, простоті й символізмі зображень, лаконічних і мотивуючих слоганах, а також врахуванні особливостей цільової аудиторії. Гармонійний дизайн і фокус на актуальних проблемах забезпечують успішну комунікацію та суспільний відгук.

Соціальні плакати на захист тварин є важливим дизайнерським інструментом, що поєднує естетичну виразність, візуальний вплив та ефективну комунікацію. З точки зору дизайнера, головним завданням є створення візуального продукту, здатного привернути увагу аудиторії, викликати емоційний відгук та передати ключове повідомлення. Ефективність соціальних плакатів значною мірою залежить від кількох дизайнерських аспектів. Важливо забезпечити візуальну ідентифікацію через використання сильних і символічних образів, які легко сприймаються аудиторією. Наприклад, зображення тварини у кризовій ситуації або на межі виживання одразу привертає увагу та викликає співчуття. Також значущу роль відіграє колористика. Використання контрастних кольорів, таких як чорний і червоний, дозволяє підкреслити драматизм проблеми, тоді як пастельні тони створюють атмосферу надії та гуманності. Типографіка, у свою чергу, повинна бути лаконічною і добре читабельною, з використанням великих шрифтів, що акцентують ключові меседжі. Композиція плакату є ще одним важливим елементом. Вона має бути збалансованою, щоб глядач міг зосередитися на головному посланні. Центральна фігура, як правило, розміщується у фокусі, що дозволяє ефективно привертати увагу до основного змісту плаката. Адаптивність дизайну відіграє важливу роль. Соціальні плакати повинні

однаково ефективно працювати як у друкованому форматі, так і в цифровому середовищі, зокрема в соціальних мережах. Це забезпечує їх широке поширення і збільшення впливу на різні аудиторії.

Соціальні плакати на захист тварин є багатогранним дизайнерським продуктом, що поєднує художню виразність із соціальною значущістю. Робота дизайнера спрямована на створення не лише естетичного, але й функціонального інструменту, здатного впливати на емоції, формувати громадську думку та спонукати до активних дій на захист тварин.

Список використаних джерел:

1. Копірайтинг та візуалізація в соціальному маркетингу на прикладі української реклами про захист тварин”. 2024. URL.: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3453/3381.
2. Соціальна реклама захисту тварин. Основні тенденції. 2024. URL.: https://stud.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10466/1/APSD2018_V2_P080-082.pdf
3. Плакати зі статті “Соціальна реклама про тварин, що відкриває незручну правду” 2024. URL.: https://uamodna.com/articles/socialjna-reklama-scho-vidkryvae-nezruchnu-pravdu-pro-tvaryn//

Панель 5. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ЧИННИК КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

Марія Абисова
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії Факультету психології, комунікацій та перекладу
Державного університету “Київський авіаційний інститут”

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ МІЖ МОВНИМ ПЛЮРАЛІЗМОМ ТА УНІФІКАЦІЄЮ: ФІЛОСОФСЬКИЙ ВИМІР

Комунікативні стратегії мовного плюралізму та уніфікації є однією з центральних тем сучасної філософії комунікації. Їх співвідношення набуває особливої актуальності в умовах постзвичного часу (“postnormal times”), що характеризується хаосом, швидкими змінами та руйнуванням усталених моделей соціальної взаємодії [1]. В умовах втрати чітких орієнтирів і довіри до інституцій, коли традиційні моделі та норми втрачають ефективність, комунікативні стратегії змушені адаптуватися до непередбачуваних умов, що ускладнює баланс між мовним плюралізмом та прагненням до уніфікації мовних стандартів.

Баланс між мовним плюралізмом та уніфікацією в комунікативних стратегіях є не лише соціальним чи технічним питанням, а й глибоко філософською проблемою, що розкривається через різні підходи до розуміння природи мови та комунікації. Одні концепції наполягають на необхідності уніфікації дискурсу для забезпечення ефективної взаємодії, тоді як інші підкреслюють, що мовне розмаїття є невід’ємною частиною комунікативного процесу. Така напруга ставить питання про баланс між культурним розмаїттям і необхідністю ефективної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблема співвідношення мовного плюралізму та уніфікації в комунікації є предметом дискусії в межах різних філософських традицій. Важливий внесок у дослідження цієї проблеми зробили представники герменевтики, критичної теорії, деконструктивізму та інших напрямків філософської думки. Ганс-Георг Гадамер у своїй праці “Істина і метод” обґрунтовує герменевтичний підхід до комунікації, в якому розуміння можливе лише через відкритий діалог. Його концепція наголошує на важливості збереження мовного плюралізму як умови міжкультурного порозуміння [2]. Юрґен Габермас у “Теорії комунікативної дії” формулює концепцію дискурсивної етики, яка ґрунтується на раціональному обговоренні та досягненні комунікативного консенсусу через уніфікацію мовних норм [3]. Жак Дерріда у “Про грамматологію” заперечує можливість створення універсальної мовної моделі, оскільки значення завжди залишаються

відкритими для деконструкції. Його підхід акцентує увагу на множинності мовних практик як альтернативі жорсткій стандартизації [4]. П’єр Бурдьє у “Мові і символічній владі” доводить, що мова є інструментом соціального впливу, а її стандартизація може бути способом символічного домінування [5].

Метою дослідження є аналіз комунікативних стратегій мовного плюралізму та уніфікації на основі їхньої філософської класифікації, визначення їхнього функціонування в умовах постзвичного часу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комунікативні стратегії мовного плюралізму та уніфікації формуються під впливом соціальних, політичних та технологічних змін, що визначають напрями мовної політики, інформаційних практик і міжкультурної взаємодії. Водночас їхній аналіз неможливий без урахування теоретичних підходів, які пояснюють, як мова функціонує в комунікаційному просторі.

Залежно від того, як розглядається природа мови, її роль у суспільстві та можливості регулювання мовної комунікації, можна виокремити чотири основні стратегії взаємодії між мовним плюралізмом та уніфікацією. Їхню специфіку найкраще пояснюють герменевтичний, критико-дискурсивний, деконструктивістський підходи. Кожний із них по-різному визначає, як забезпечується ефективна комунікація, які механізми сприяють порозумінню та які ризики виникають у процесі стандартизації чи множинності мовних практик.

Одним із підходів до комунікації, що орієнтується на збереження мовного плюралізму, є герменевтичні стратегії, концептуальні засади яких закладено у працях Ганса-Георга Гадамера. Він наголошує, що мова є не просто засобом передавання інформації, а простором взаєморозуміння, у якому сенси формуються через діалог. У цьому контексті плюралістичні стратегії ґрунтуються на принципі відкритого спілкування між різними мовними традиціями, підкреслюючи, що порозуміння можливе лише через інтерпретацію та переосмислення значень.

Стратегії такого плану застосовуються у дипломатичних дискурсах, літературних перекладах, міжкультурній комунікації, де необхідним є збереження контекстуальної глибини мовних висловлювань. Політика багатомовності Європейського Союзу є прикладом такого підходу: вона не передбачає стандартизації однієї мови як домінантної, а натомість сприяє взаємному перекладу та адаптації мовних кодів для міждержавного спілкування. Однак герменевтичний підхід має і обмеження. У постзвичному часі, де швидкість комунікації перевершує можливості глибокої інтерпретації, стратегія мовного діалогу може бути неефективною. Крім того, різні традиції інтерпретації можуть вступати у конфлікт, що ускладнює вироблення спільного дискурсивного простору.

На противагу герменевтичному підходу, критико-дискурсивні стратегії, запропоновані Юрґеном Габермасом, наголошують на необхідності уніфікації

мовної комунікації для забезпечення взаєморозуміння. Габермасова концепція комунікативної дії передбачає, що суспільна взаємодія має спиратися на раціональний дискурс, який ґрунтується на загальновизнаних мовних нормах.

Такі стратегії характерні для правових дискурсів, наукового спілкування, міжнародної політики, де критично важливим є використання стандартизованої термінології. Уніфікація мови сприяє чіткій структурованості комунікації, мінімізує можливість маніпуляцій і забезпечує стабільність соціального порядку. Наприклад, спрощення термінології в міжнародних правових документах дозволяє уникати юридичних неоднозначностей і забезпечує ефективне функціонування правових норм у різних країнах. Проте такий підхід не враховує множинності контекстів, у яких функціонує мова. Стандартизація часто супроводжується втратою культурної специфіки, що може призводити до домінування певних мовних моделей над іншими. Зокрема, англійська як глобальна лінгва-франка сприяє ефективності міжнародної комунікації, але водночас витісняє регіональні мови, маргіналізуючи їх у науковому та професійному середовищі.

Деконструктивістський підхід, запропонований Жаком Дерріда, виходить із того, що мова є відкритою системою, у якій значення ніколи не є остаточними. З цієї точки зору, уніфікація комунікації є неможливою, оскільки будь-яка мовна норма є продуктом історичних і соціальних умов, а її стандартизація завжди є тимчасовою.

У комунікативних стратегіях цей підхід виявляється через відмову від централізованих мовних норм, підтримку альтернативних форм комунікації, розвиток контр-дискурсів. Такі стратегії характерні для громадських рухів, мистецьких і культурних проектів, де мова використовується не лише для передавання інформації, а й для створення нових смислів.

Одним із прикладів є використання нестандартних мовних форм у цифрових середовищах, де традиційні граматичні структури часто руйнуються на користь нових способів вираження (емодзі, меми, візуальні наративи). Деконструкція мовних норм також помітна у феміністичному та постколоніальному дискурсах, які ставлять під сумнів усталені мовні категорії, впроваджуючи негендерні або інклюзивні мовні форми. Водночас такі стратегії можуть ускладнювати порозуміння, оскільки множинність значень призводить до фрагментації комунікації та створення паралельних мовних реальностей, що не завжди взаємодіють одна з одною.

З цієї точки зору, П. Бурдьє розглядає мову не просто як систему знаків, а як механізм соціальної ієрархії. Відтак, деконструкція мовних норм стає не лише способом множинного трактування текстів, а й інструментом боротьби за право голосу в комунікативному просторі. Альтернативні дискурси, які підривають усталені мовні стандарти, можуть розглядатися як форми соціального опору, що характерно для феміністичних, постколоніальних і контркультурних рухів.

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків

Аналіз комунікативних стратегій мовного плюралізму та уніфікації вказує на те, що в умовах постзвичного часу вони набувають особливих рис. Герменевтичні стратегії, засновані на діалозі та глибокій інтерпретації, стають менш ефективними через прискорення інформаційних потоків та нестабільність спільних традицій. Критико-дискурсивні стратегії, які передбачають раціоналізацію комунікації та стандартизацію мовних норм, набувають значення як засіб стабілізації суспільної взаємодії, проте ризикують стати інструментом символічного домінування. Деконструктивістські стратегії, що акцентують на множинності мовних практик, у сучасному інформаційному середовищі можуть сприяти збереженню мовного різноманіття, але водночас ускладнювати комунікативне порозуміння через фрагментацію дискурсів. Таким чином, уніфікація мови в постзвичному часі може втратити свою стабілізуючу функцію, якщо не враховуватиме змінність соціальних контекстів, тоді як мовний плюралізм без адаптивних механізмів може призвести до комунікативної дезорієнтації.

Подальше дослідження комунікативних стратегій у контексті мовного плюралізму та уніфікації може зосередитися на розробці адаптивних механізмів, які дозволяють поєднувати стандартизацію мовної комунікації з підтримкою багатомовності. Особливу увагу варто приділити аналізу впливу цифрових технологій на мовну політику, а також оцінці ефективності різних комунікативних стратегій у швидкоплинному інформаційному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Sardar, Z. (2017). The Postnormal Times Reader. London: International Institute of Islamic Thought.
2. Gadamer, H.-G. (2007). Wahrheit und Methode. De Gruyter Akademie Forschung.
3. Habermas, J. (2011). Theorie des kommunikativen Handelns. Suhrkamp Verlag.
4. Derrida, J. (1997). De la grammatologie. Paris: Éditions de Minuit.
4. Bourdieu, P. (2014). Langage et pouvoir symbolique. Paris: POINTS.

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
“Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі:
аспекти міжмовної комунікації
та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця”

Володимир Брадов
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету

СПЕЦИФІКА МАСМЕДІА ЯК СУБ’ЄКТА МЕДІАРИНКУ

Динамічні зміни, що охоплюють складну та розгалужену систему соціально-комунікаційних процесів, завжди залишаються в центрі уваги наукової спільноти. Посилена зацікавленість зумовлена зростанням ролі масмедіа у підтримці належного рівня суспільної взаємодії, домінуванням медіаконтенту у конструюванні соціальної реальності та встановленні певних суспільних норм, а також зростаючою залежністю виробників інформації від різних, як контрольованих, так і стихійних чинників. Наявні прогалини в досліджені теоретичних аспектів функціонування сучасної системи створення, розподілу, обміну та споживання медіаконтенту разом із потребою розв’язання цих проблем на практиці зумовлюють актуальність даного наукового аналізу. Важливим завданням є виявлення ключових факторів впливу медіаринку на трансформаційні процеси у сфері соціальних комунікацій, а також розробка ефективних підходів до подолання існуючих викликів.

Більшість західних дослідників аналізують бізнес-складову масмедіа у кореляції ринкової діяльності ЗМК з виконанням ними своєї суспільної місії. Ця тема зустрічається у теоретичних працях Ю. Габермаса, Д. Гербнера, Р. Пікара, М. Прайса, В. Шрамма та ін. Засоби масової комунікації частіше за все досліджуються як соціальний інститут, а їх ринкова діяльність не пов’язується тісно з її соціальними наслідками безпосередньо для виробників контенту, його споживачів та суспільства в цілому. Наявні результати наукових розвідок бізнес-складової масмедіа поки що не можна вважати вичерпними. Практично відсутні роботи, у яких би зазначена проблематика аналізувалася системно, з урахуванням всіх складових інформаційно-економічного комплексу, що діє в умовах конкуренції, законів попиту та пропозиції.

Становлення медіаринку України як інституціональної форми соціально-комунікаційних відносин відбувалося під впливом низки факторів. Серед них можна виділити радикальну зміну політичного й економічного устрою країни, необхідність розбудови власного інформаційного простору та його деідеологізації, а також трансформацію взаємин у медіасфері. Формування законодавчої бази, яка регламентувала діяльність суб’єктів інформаційних відносин і забезпечувала їм професійну та економічну незалежність у межах визначеного правового поля, разом із активним впровадженням рекламної складової в діяльність масмедіа сприяли збільшенню числа виробників медіапродукту та приватного капіталу в цій сфері, поглибленню спеціалізації інформаційного виробництва, а також розширенню контентної пропозиції.

Водночас нові соціально-економічні реалії зумовили появу нових пріоритетів: залежності від власників, ринкових викликів, рекламодавців тощо [1, 242]. Принципи ринкової економіки, що визначають виробництво, розподіл, обмін і споживання медіапродукту, суттєво вплинули на підходи до організації професійної діяльності ЗМК та реалізацію їхньої соціальної ролі у суспільстві.

Для розуміння процесів на медіаринку важливим є дослідження специфіки масмедіа і особливо – подвійності їх місії. Аналізуючи вплив цієї подвійності на формування контенту, Брюс Оуен стверджує, що вибір інформаційного наповнення для будь-якого ЗМК має не лише приваблювати аудиторію, а й мінімізувати комерційні ризики. Його висновок зводиться до твердження, що розповсюдження політичної чи іншої “серйозної” інформації можливе лише за умови фінансової доцільності [2, с. 220]. Т. Каррінґтон і М. Нельсон також пов’язують успіх ЗМК із чітко продуманою стратегією, спрямованою на залучення авдиторії, формування позитивної репутації та забезпечення прибутковості за будь-яких економічних змін [3, с. 286]. Саме такий підхід забезпечує виживання засобів масової комунікації у конкурентному середовищі.

Деякі дослідники, однак, вважають, що бізнесовий аспект діяльності ЗМК є вторинним. Вони наголошують на тому, що зміщення акцентів від соціальної місії до комерційного інтересу може мати негативні наслідки. Тобто, дуалістична природа масмедіа може виступати джерелом багатьох суперечностей, зокрема в тому, що контент ЗМК має сприяти консолідації суспільства, але натомість залежність від власників змушує медіа переслідувати інші цілі. Такі точки зору є доволі релевантними, оскільки на практиці значний відсоток інформаційного простору формується саме комерційними та політичними інтересами.

Специфіка масмедіа як суб’єкта медіаринку – у поєднанні соціальної та бізнес-орієнтованої місій, що ускладнюється тим, що кожна з концепцій містить елементи, які потенційно конфліктують між собою. Надто ідеалістично виглядає підхід розв’язання проблеми шляхом інтеграції моделі соціальної комунікації з маркетинговою схемою, вбачаючи в цьому ідеальну формулу створення якісного медіапродукту. Це ніяк не враховує всіх факторів впливу, таких як динаміка суспільних запитів, технологічні тенденції та економічні обмеження.

Аналізуючи сучасний медіапростір, можна стверджувати, що засоби масової комунікації повинні поєднувати виконання соціальних функцій із забезпеченням прибутковості, а їхня діяльність має оцінюватися за відповідними критеріями. Дослідження у цьому напрямку сприятимуть формуванню цілісної концепції функціонування інформаційного виробництва, усуненню наявних суперечностей і виробленню системного бачення процесів створення контенту.

У процесі ринкових трансформацій зазнали змін і соціальні функції ЗМК. Нині ефективність їхньої діяльності значною мірою залежить від відповідності контенту споживчим запитам авдиторії, гнучкості та конкурентоспроможності [3, с. 220; 4, с. 242; 5, с.219-222]. Орієнтація на доходи від реклами та комодифікація авдиторії призвели до того, що запити більшості стали визначальним фактором формування контенту. Як наслідок, у вітчизняних масмедіа домінує розважальна складова, тоді як інформаційні, освітні та інші важливі функції відійшли на другий план. Це спричинило деформацію ролі медіа в суспільстві та однобокий розвиток національного інформаційного простору, що є одним із ключових викликів сьогодення.

Нерозривний зв’язок між інформаційними запитами та змінами у медіапросторі актуалізує проблему регулювання контенту для забезпечення його соціальної спрямованості. Проте вирішення цього питання викликає суперечливі думки. Критики ринкової комерціалізації наголошують на тому, що вона призводить до деформації інформаційного відбору, зміщення акценту на розваги та ігнорування інших важливих місій масмедіа [6, с. 271]. Прихильники ж ринку вважають, що саме його механізми дозволяють найкраще задовольнити інформаційні потреби суспільства [7, с. 180].

Погляд на ринкову модель медіа як на самодостатню систему, що забезпечує ефективну суспільну взаємодію, потребує перегляду. Необхідно розробити нові підходи до регулювання медіаіндустрії, враховуючи як державне регулювання, так і саморегулювання, з метою гармонізації процесів у медіапросторі.

На основі викладеного можна визначити специфіку трансформації медіапростору України в умовах ринку, а саме: подвійність місії масмедіа, зміна соціальних функцій, відсутність механізмів впливу на формування соціально орієнтованого контенту, зростання рівня ризиків. Значущість ролі і місця засобів масової комунікації в житті суспільства та зростання впливу медіаринку на результати їх діяльності потребують безумовної дослідницької уваги до наявних проблем його функціонування, вимагають розвитку системного підходу до цього перспективного напрямку наукових розвідок галузі соціальних комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Брадов В. Фактори залежності контенту масмедіа: власність, концентрація, комерціалізація. *Теле- та радіожурналістика*. Львів, 2019. Вип. №18. С. 236–244.

2. Брюс М. Оуен. ЗМІ як індустрія: економічні основи масових комунікацій. *Роль ЗМІ в економічному розвитку: Ін-т Світового банку*. Київ. Думка. 2018. С. 218–232.

3. Каррингтон Т., Нельсон М. ЗМІ в умовах перехідної економіки: приоритет економічних чинників. *Роль ЗМІ в економічному розвитку: Ін-т Світового банку*. Київ. Думка. 2018. С. 254–286.

4. Гоян О. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі: монографія. К.: Ін-т журн-ки КНУ ім. Т. Шевченко. 2017. 319 с.

5. Шульц В. Процес комунікації. *Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія*. Київ. АУП, ЦВП. 2020. 680 с.

6. Бриггз А. Медіа. Введення. Львів : УАД, 2018. 550 с.

7.Джанков С. Форми власності в ЗМІ та економічний розвиток. *Роль ЗМІ в економічному розвитку: Ін-т Світового банку*. К: Думка, 2018. 314 с.

Тетяна Гиріна
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету

КІБЕРСПОРТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МЕДІА ТРЕНДІВ

Кіберспортивна журналістика є одним із напрямів сучасних медіа, що активно розвивається в умовах цифрової трансформації. Вона охоплює не лише висвітлення кіберспортивних подій, а й аналіз індустрії, дослідження впливу електронного спорту на культуру та суспільство. В Україні кіберспортивна журналістика формується на перетині глобальних медіатрендів та локальних особливостей інформаційного простору. Дослідження цього явища дозволяє визначити ключові аспекти його розвитку, актуальні виклики та перспективи.

Зростання популярності кіберспорту як глобального явища супроводжується відповідним збільшенням попиту на якісне медійне висвітлення цієї сфери. В умовах розвитку цифрових платформ (Twitch, YouTube), соціальних мереж (Instagram, Twitter, TikTok) та спеціалізованих вебресурсів кіберспортивна журналістика набуває нових форм і функцій. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю адаптації міжнародних журналістських практик до українського контексту, підвищення якості україномовного контенту та інтеграції національного кіберспорту в міжнародний інформаційний простір. Одним із ключових підходів у кіберспортивній журналістиці є концепція New Games Journalism (NGJ), яка акцентує увагу не лише на статистичних даних і результатах матчів, а й на глибокому аналізі ігрового процесу, соціокультурному контексті та особистому досвіді гравців. NGJ сприяє створенню якісного контенту, що залучає широку аудиторію та розширює можливості взаємодії між журналістами, гравцями та вболівальниками [4]. В Україні застосування цього підходу сприяє підвищенню рівня аналітики у сфері кіберспорту та забезпечує глибше розуміння цієї індустрії.

Розвиток кіберспортивної журналістики в Україні визначається кількома ключовими трендами, що відображають динамічні зміни в медіаспоживанні та характері контенту, який отримує аудиторія. Згідно з результатами опитування користувачів української кіберспортивної платформи “Players”, можна виокремити тенденційність домінування соціальних мереж як основного джерела інформації. Близько 71,4% опитаних зазначили, що отримують новини про кіберспорт через Instagram, Twitter та TikTok. Це свідчить про важливість адаптації журналістських матеріалів під формати коротких відео, інтерактивних публікацій і швидкого обміну інформацією. Популярними серед споживачів кіберспортивного контенту є стрімінгові платформи. Наприклад Twitch та YouTube використовуються 67,9% респондентів для перегляду матчів, аналітичних матеріалів та інтерв’ю. Це

підкреслює значення відеоформату в сучасній журналістиці та необхідність активного розвитку мультимедійних проєктів у сфері кіберспорту.

75% аудиторії віддають перевагу матеріалам українською мовою. Це створює передумови для розвитку локальних медіа, адаптації міжнародних матеріалів та залучення нової аудиторії шляхом підвищення якості аналітичного та репортажного контенту [1]. Традиційні новинні матеріали поступаються місцем детальним розслідуванням, ексклюзивним інтерв’ю та прогнозам щодо майбутнього розвитку кіберспортивних дисциплін.

Національні медіа-ресурси, такі як “WePlay Esports”, “Maincast”, “Esports.ua”, “Players”, відіграють важливу роль у висвітленні кіберспортивних подій. Вони сприяють формуванню позитивного іміджу України на міжнародному рівні та підтримують розвиток локальної індустрії. Українські команди, як-от “Natus Vincere” (NAVI) [2], “Monte”, беруть участь у світових турнірах, популяризуючи країну серед глобальної аудиторії [3].

Попри стрімке зростання кіберспортивної журналістики в Україні, вона стикається з такими викликами. Гостро відчуває галузь фінансову нестабільніс та обмежені можливості монетизації контенту. За таких умов складно витримувати конкуренцію з міжнародними медіа та підвищувати якість локального контенту. Актуальною для українського медіапростору залишається необхідність збільшення кількості матеріалів українською мовою. На перетині глобальних течій та українських реалій лежить ключ до успішного розвитку сектору в часовій перспективі. Кіберспортивна журналістика в Україні є важливим фактором формування сучасних медіатрендів. Вона активно розвивається, інтегруючись у міжнародний інформаційний простір. Впровадження NGJ, розширення аналітичного контенту та адаптація до нових медіаформатів дозволять українським кіберспортивним медіа конкурувати на глобальному рівні. Подальші дослідження у цій сфері можуть зосередитися на економічних аспектах розвитку кіберспорту, його соціокультурному впливі та інноваційних підходах до висвітлення кіберспортивних подій.

Список використаних джерел:

1. Комунікативні стратегії медіа в українському та світовому кіберспорті. Google Форми. 2024. URL.: https://forms.gle/XUHAX2Jnm5EvarKGA.

2. Тарасовський Ю. Українська NaVi перемогла у турнірі Esports World Cup 2024 з Counter-Strike 2. Forbes. 2024. URL.: https://forbes.ua/news/ukrainska-navi-peremogla-u-turniri-esports-world-cup-2024-z-counter-strike-2-22072024-22519.

3. Monte ганебно програли росіянам у фіналі турніру з Counter-Strike 2. Українська правда. Чемпіон. 2025. URL.: https://champion.com.ua/ukr/esports/ukrajinska-komanda-monte-prograla-rosiyanam-u-finali-turniru-z-counter-strike-2-1025341/?utm_source=chatgpt.com.

4. Werder K. Esport. Business & Information Systems Engineering. 2022. № 64(3). P. 393–399.

Олег Джолос
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри аудіовізуальних медіа Навчально-наукового інституту
журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ КІНО ЗБІЛЬШУЄ СВОЮ ЧАСТКУ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТБ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МЕДІАСЕРВІСАХ

В Україні як у кінопрокаті так і на лінійних та нелінійних аудіовізуальних медіасервісах поступово збільшується частка документальних фільмів. І це недивно, адже українське документальне кіно впевнено заявило про себе на весь світ. Достатньо згадати що минулого року Україна вперше отримала “Оскар” за документальну стрічку “20 днів у Маріуполі”. Стрічка режисера Мстислава Чернова перемогла в номінації “Найкращий повнометражний документальний фільм” [1].

Цього року документальний фільм харків’янина Слави Леонтьєва “Порцелянова війна” номінували на “Оскар-2025” у категорії “Найкращий документальний фільм”. Відповідно до звіту “Контент-індустрія України часів повномасштабної війни: аналітичні дослідження й огляди” частка документалістики збільшилася з 1,5 % у 2020 до 4% у 2023 [2].

За результатами дослідження “Структура ефіру українського ТБ 2021/2023 років із погляду видів трансльованого контенту” найбільш трансльованими видами телевізійного контенту в Україні залишаються телешоу, серіали і фільми. Їх загальна доля у 2023 році становить 70% телепоказу. “Кількість документального контенту сумарно збільшилася майже на 2675 годин. Але якщо не рахувати показ документально-художньої драми “Речдок” на кількох каналах медіагрупи “Інтер”, то кількість документального контенту в ефірі топ-7 каналів збільшилася всього на 143 години. Але тенденція зростання частки документалістики продовжилася і у 2024 році. Велика кількість нових документальних проєктів транслювалася в межах “Єдиних новин”: протягом 2023 року ми нарахували приблизно 70 нових тайтлів” [3].

Але тенденція зростання частки документалістики продовжилася і у 2024 році. Починаючи з осені 2024 році Перший канал Суспільного запропонував глядачам лінійку документальних фільмів у вечірньому часовому слоті. Значну долю перегляду мав прем’єрний показ документально фільму “Якби Чорновіл. Кращий сценарій для України?”. Потім була трилогія “Плавильний котел”, окремі епізоди “Великої російської брехні” та двосерійна документалка: “1945–1953: від світової війни до холодної війни». Всі ці фільми виходили в ефірі суспільного у вечірньому праймі і завершувалися о після опівночі. Відзначу показ на “Першому” двосерійної документальної стрічки авторства Юрія Макарова “Будапешт. Бомба під незалежність”. “Будапешт..” дуже сподобався, і не в останню чергу тому, що це було власне виробництво

Суспільного. Вразила і глибока експертиза і харизма автора і…багато дуже влучних і промовистих локацій де відбувалися зйомки. В перший день Нового 2025 року Суспільне продовжило тримати увагу прем’єрою власного документального проєкту “Остання війна” з авторкою-ведучою Мирославою Барчук. Важливо що ці та багато інших документальних проєктів доступні для перегляду на офіційному YouTube-каналі “Перший” – загальнонаціональний телеканал та частина Суспільного Мовлення України [4].

Таким чином статистика телеперегляду свідчить що якісне вітчизняне документальне кіно впевнено відвойовує свою частку в телевізійному ефірі, де поки що домінують розважальний контент і серіали.

Список використаних джерел:

1. Історична перемога: “20 днів у Маріуполі” отримали “Оскар” за найкращий документальний фільм URL.: https://suspilne.media/culture/702656-20-dniv-u-mariupoli-otrimav-oskar-za-najkrasij-dokumentalnij-film/(дата звернення: 05.02.25).
2. Стрічку “Порцелянова війна” про війну в Україні номінували на “Оскар” URL.: https://detector.media/infospace/article/237442/2025-01-23-strichku-portselyanova-viyna-pro-viynu-v-ukraini-nominuvaly-na-oskar/ (дата звернення: 05.02.25).
3. Аналітичні дослідження контент-індустрії України в умовах повномасштабної війни URL.: https://drive.google.com/file/d/1N6RIry2tEeX-qDhNSE3NDLY5iY7VOavO/view (дата звернення: 05.02.25).
4. Перший URL.: https://www.youtube.com/@PershyjTV/featured (дата звернення: 05.02.25).

Валентин Загреба
аспірант Навчально-наукового Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, викладач кафедри журналістики ПВНЗ “Українського гуманітарного інституту”

ВИКОРИСТАННЯ МОРАЛЬНИХ ІМПЕРАТИВІВ У ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ ТА PR

Постановка проблеми. Політична реклама та PR є вагомими засобами формування громадської думки. Ці засоби використовуються не лише під час виборчих кампаній. Одночасно етичні аспекти часто викликають суперечки, адже політичні сили використовують маніпуляцію або дезінформацію, як частину комунікаційної стратегії для досягнення певних цілей. В новітній історії України політична реклама та PR неодноразово використовувалися під час президентських перегонів, які відбувалися на фоні кризових ситуацій. Разом з тим, не тільки в Україні, і не лише під час виборів, використання політичної реклами та PR є частиною суспільного життя. **Метою дослідження** є визначення основних етичних проблем у використанні політичної реклами та політичного PR.

Огляд актуальних публікацій. Українські дослідники вивчають застосування політичної реклами та PR стратегій в Україні. Так, колективна монографія під ред. О.М. Майбороди розглядає зв’язок між характером політичного правління та соціально-економічним становищем в Україні; науковці досліджують суспільну відповідальність правлячого класу в сучасній Україні [1]. Н. Войтович акцентує увагу на законодавчій та етичній базі контролю поширення політичної реклами. Вона зазначає, що відсутність юридичного визнання етичних норм у журналістиці є причиною різноманітних порушень в Україні під час створення та поширення політичної реклами [2]. Проте, розвиток інформаційних технологій, вплив на громадську думку, що використовується за допомогою соціальних мереж, та вплив політичних комунікацій на процеси в країнах, які захищають демократичні цінності, є чинниками, що змінюють устрій не тільки в певних суспільствах, але й у відносинах між країнами. Отже, продовження досліджень необхідне для впровадження етичних норм, та вдосконалення інструментів контролю для збереження довіри суспільства до політичних процесів.

Основна частина. Політична реклама – це будь-яка оплачена форма комунікації, що спрямована на формування політичних переконань виборців. Закон України “Про рекламу” визначає її як інформацію у будь-якому вигляді, поширену в будь-якій формі, що має на меті популяризацію діяльності політичної партії або привернення уваги до її позиції щодо питань загальнодержавного чи місцевого значення [3]. Політичний PR дослідниками розглядається як інструмент ефективного управління електоральним процесом

та засіб формування політичної свідомості суспільства. Тож політичний PR це стратегічне управління комунікацією між політичними гравцями та громадськістю з метою створення певного іміджу або впливу на масову свідомість.

В політичній рекламі та PR важливі моральні імперативи. Процеси, що тривають у геополітиці після президентських виборів в США у 2024 році, свідчать, що не лише під час виборчих перегонів важливо дотримуватися моральних принципів. Серед таких принципів можна визначити правдивість та достовірність. Так, заяви президента США Дональда Трампа про рейтинг президента України Володимира Зеленського, що ніби складає чотири відсотки, не відображають дійсність. Аналізуючи цю заяву, CNN долучає фахівців – експертів та науковців, які спростовують інформацію, надану Трампом, та коментують, спираючись на дослідження та перевірені джерела інформації [4]. Прозорість джерел фінансування також є необхідним компонентом в політичній рекламі, адже виборці мають знати, хто сплачує за просування певних гравців на політичний арені та PR-кампанії. Прикладом втілення цього правила, є Європейський Союз, який у лютому 2023 року ініціював в Європейському парламенті розгляд Регламенту про прозорість та таргетування політичної реклами. Ця законодавча ініціатива передбачає регулювання стандартів політичної реклами через встановлення єдиних вимог до прозорості та обмеження використання таргетованої реклами з політичними цілями. Регламент (ЄС) 2024/900 був офіційно прийнятий у березні 2024 року, та набув чинності 9 квітня 2024 року. Більшість його положень почнуть застосовуватися з 10 жовтня 2025 року [5].

Для політичної реклами та PR важливою є недопустимість дискримінації, та уникнення мови ворожнечі. Як в Україні, так і в інших країнах, це правило залишається актуальним. Наприклад, у 2016 році міністр внутрішніх справ України Арсен Аваков звинуватив переселенців у "загострення криміногенної ситуації", що викликало обурення правозахисних організацій. Під час президентської виборчої кампанії в США кандидат Дональд Трамп також звинувачував мігрантів, а посівши посаду президента скасував деякі програми прийому мігрантів [6].

Серед поширених неетичних технік в політичній рекламі та PR залишаються фейкові новини та дезінформація, популізм, емоційна маніпуляція.

Фейкові новини та дезінформацію використовують для дискредитації опонентів. Наприклад, на початку повномасштабного російського вторгнення в Україну у 2022 році російські пропагандистські ресурси поширювали фейкову інформацію про капітуляцію українського уряду, втечу президента, та повний розгром українських Сил оборони.

Прикладом популізму є обіцянки деяких політиків швидкого вирішення складних питань, таких як завершення російської агресії проти України, без конкретних планів або реальних можливостей для реалізації таких обіцянок.

Прикладом емоційної маніпуляції є використання зображень постраждалих або руйнувань, без вказівки на контекст, або з умисним спотворенням контексту. Це призводить до виникнення агресії або ненависті до певної групи або нації.

Деякі політичні гравці поєднують маніпуляції та популізм, разом з фейковою інформацією щодо опонентів, як це було під час виборів в Угорщині та Словаччині. Ці маніпулятивні технології разом з чорними PR впливають на формування громадської думки й, відповідно, політичні процеси [7].

Для регулювання та контролю політичної реклами та PR у низці країн діють обмеження. Наприклад, у ЄС діють суворі правила політичної реклами, в Україні – закони про передвиборчу агітацію. Професійні спільноти також долучаються до регулювання процесів суспільно-громадського життя, прописуючи певні правила. Прикладом є кодекси етики політичного PR, як то, Кодекс професійної етики політичних консультантів. Важливою також є функція фактчекінгових організацій та незалежних ініціатив з перевірки достовірності заяв політичних гравців або інституцій.

Висновки. Політична реклама та PR відіграють важливу роль у формуванні демократичного суспільства. За умови наявностісфундамента моральних імперативів та дотримання етичних стандартів, політичні гравці формують відповідальне суспільство. Разом з тим, зловживання інструментами політичної реклами та безвідповідальне ставлення до опонентів та суспільства загрожує демократичним процесам, призводить до поляризації та втрати довіри до політиків, псує відносини між державами. Впровадження строгих етичних норм, прозорість фінансування кампаній політичними силами та застосування фактчекінгу можуть суттєво мінімізувати негативні наслідки.

Список використаних джерел:

Відповідальна політика в сучасній Україні: ілюзії та реалії / за ред. О. Майбороди. Київ: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Кураса НАН України. 2021. 252 с.

Войтович Н. Етичні виклики політичної реклами. Український інформаційний простір. 2023. №2(12). С. 5–15.

Про Національну програму інформатизації: Закон України від 04.02.1998 № 74/98-ВР. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр (дата звернення: 18.02.2025).

Fact-check: Trump falsely claims Zelensky has a 4% approval rating; it’s above 50%. CNN. 2025. URL.: https://edition.cnn.com/2025/02/19/politics/fact-check-trump-falsely-claims-zelensky-has-a-4-approval-rating-its-above-50/index.html (дата звернення: 19.02.2025).

EU introduces new rules on transparency and targeting of political advertising // Council of the European Union. 2024. URL.: https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/03/11/eu-introduces-new-rules-on-transparency-and-targeting-of-political-advertising/ (дата звернення: 18.02.2025).

U.S. pauses immigration applications for certain migrants welcomed under Biden. CBS News. 2025. URL.: https://www.cbsnews.com/news/u-s-pauses-immigration-applications-for-certain-migrants-welcomed-under-biden/ (дата звернення: 19.02.2025).

Президентські вибори у Словаччині: прихильник України програв, перемога за союзником Фіцо. УНІАН. 2024. URL.: https://www.unian.ua/world/prezidentski-vibori-u-slovachchini-prihilnik-ukrajini-prograv-shcho-dali-nyt-12596724.html (дата звернення: 18.02.2025).

Mariana Kitsa
PhD, Associate Professor
Department of Journalism and Mass communication
Lviv Polytechnic National University

THE IMAGE OF UKRAINIAN FEMALE REFUGEES IN POLISH MEDIA: MAIN TRENDS

With the start of full-scale intrusion Russia to Ukraine in February 2022, Poland became one of main shelters for Ukrainians refugees. A significant some of them are women with children who left, fleeing from war. Their image in Polish media forms public perception and influences interstate relationships that does it question important for analysis in context cultural diplomacy. Ukrainian cultural diplomacy has possibility influence these processes through active cooperation with Polish media, support independent journalism and creation own information platforms.

To analyze the image of Ukrainians refugee women was selected for analysis Polish opinion-forming media “Rzeczpospolita” [2] and “Gazeta Wyborcza” [1]. These media usually differ clear compliance journalistic standards. In particular, this objectivity, truthfulness, balance of opinions. Research covered period from the beginning of full-scale intrusion Russia to Ukraine (February 24, 2022) by the end of 2024. Methodology research predicted processing theoretical sources, content analysis printed newspaper versions, outlining typical roles and images Ukrainian refugee women in Poland press. Within the framework of continued was used theoretical method, historical, comparative method analysis, content analysis, generalization.

Media market Poland has its features. First of all, it is worth mentioning that most of the mass media are owned by foreigners. And this, in turn, worries the government, because it makes it impossible to exert pressure on the authorities. In addition, specialized magazines are very popular. Therefore, the printed press in this country is currently experiencing a rapid rise. Another characteristic feature is the creation of podcasts, which are in demand. This section is present on almost every mass media website.

The first mentions of the newspaper Rzęczpospolita date back to 1920. The content of this publication is divided into sections: the main general information section (about important events), the economic section “Economy and the Market”, the legal section “Everyday Law” and the regional section “Life of the Regions”. At the same time, on the pages of edition can find news about culture, sports, science and more. Edition is published 6 times a week. Every Saturday it turns out “Plus Minus” magazine of the weekend of “Rzeczpospolita”. In it contain materials dedicated to literature and moral character. Mostly, such releases fill essays, reports, columns and reviews [3, p.67].

In addition, the “Rzeczpospolita” has many applications that available to those who subscribes newspapers. In particular: “Word about law”, “The right for myself”,“My work”, “My money”, manuals: “What invest”, “Law and taxes in the company”, “Family lawyer” and “Legal advisor”. Another application called “Good Deed” comes out with the main issue of the newspaper. Its target audience is small and medium-sized entrepreneurs and businessmen. In addition, the publication has weekly applications that are dedicated newest technology, finance, construction, commercial market real estate and historical analyses.

As of today, the newspaper “Rzeczpospolita” remains one of the most famous and most cited newspapers in Poland. Instead, the first issue of “Gazeta Wyborcha” was conducted in 1989 as the press organ of the Civic Committee “Solidarity” [4]. It edition has a number of applications: “Duży Format” (publishs historical, cultural texts and reports), “Ale History”, “My Business. People, work, innovation” (dedicated to companies, innovations in the economy, entrepreneurs, as well as advertising industries), “Wyborcza TV” (weekly TV program. They also publish there interviews with actors), “High heels” (for women).

In this it was conducted research content analysis of main printed versions of the designated newspapers, because applications mainly are aimed at limited audience and have narrow subject matter. Already from the beginning of full-scale intrusion both analyzed newspapers actively covered the topic of the war in Ukraine.

In the Gazeta Wyborcza the first material that is selected concerned Ukrainian refugee women was published on February 25, 2022. Material under the heading “A humanitarian crisis awaits us” was written in the form of problematic articles about what’s on the border there is a large influx refugee, in particular women from Ukraine. Material had neutral connotation and was aimed at solving problems that can arise in Poland due to a large influx of refugees. Totally in 2022 in Gazeta Wyborcza there were published more than 70 publications, which concerned Ukrainian female refugees. The majority of these materials shaped the image of a refugee – a victim and a refugee-mothers and were mostly aimed at the emotional perception and compassion.

In the newspaper Rzeczpospolita the first material that concerned Ukrainian female refuges was published on February 28, 2022 under the title “Arriving running away”. Publication was written in the genre of production articles and contained data from the Polish government about the number of persons from Ukraine who intersect Polish-Ukrainian border. Connotation of the material was neutral-positive and shaped the image of Ukrainians refugee-mothers. Just like Gazeta Wyborcza, in Rzeczpospolita there were published over 70 materials that concerned Ukrainian female refugees. A typical image is refugee-victim and refugee-mother. In 2023 the number of materials about Ukrainian refugee women in the analyzed media significantly decreased. In particular, in the Rzeczpospolita there were more than 20 materials, and in Gazeta Wyborcza – over 30. In publications new images of Ukrainian female refugees appeared. It is refugee with a higher education educate, a

refugee, who adapt hard, a refugee with psychological trauma. At the same time, in 2024 number publications on a given topic has decreased yet more. In Rzeczpospolita there were only 10 publications in which were mentioned Ukrainian female refugees, and in Gazeta Wyborcza there were 18 such materials. In the mentioned newspapers in 2024 appeared new positive images of Ukrainian female refugee. These are refugees who has adapted and refugees who has found a job. The preferred majority publications that concerned Ukrainian female refugees were illustrated by photos of Ukrainian women with national symbolism or without it.

From a linguistic aspect we can also observe some changes. For example, in early 2022 in publications about Ukrainian women they were called as guests. Also they were called girls and victims of war. At the same time, in 2023 Ukrainian women in Poland usually were called refugees. While, in next year, 2024, some publications appeared with identification Ukrainian women as migrants from Ukraine. From conducted analysis we can make conclusion that number of materials about Ukrainian female refugees in Polish press annually much decreased, though appeared new their images. From noun series guest – refugee – migrant we can make conclusion that attitude towards Ukrainians female refugee sinned and became more cold, that reflects and general trend of deterioration attitude of Poles to Ukrainians refugees from 2022 to 2024.

Conclusions. Media image of Ukrainian female refugees in Poland is complex and dynamic. Its formation depends on both journalistic standards, and from wider political context. For Ukraine importantly is to support positive information background that will contribute strengthening intercultural dialogue and diplomatic connections between two neighboring countries and their people.

Acknowledgements

This work was supported by the Polish National Agency for Academic Exchange (NAWA ULIAM, grant BPN/ULM/2023/1/00188/DEC/1).

References

1. Gazeta Wyborcza (2022-2024). Ogólnopolski dziennik. URL.: https://wyborcza.pl/0,0.html.

2. Rzeczpospolita (2022-2024). Ogólnopolski dziennik. URL.: https://www.rp.pl/.

3. Szyszka M. “Important, not media-worthy” – the subject of social welfare in selected media from a message management perspective. Media Research Issues, 2023, 67(4 (260)).

4. Stepinska A. Global Populism: Its Roots in Media and Religion| The Role of Religion in Construction of the People and the Others: A Study of Populist Discourse in the Polish Media. International Journal of Communication, 2023, 17: 21.

Максим Коваль
студент кафедри філософії факультету психології, комунікацій та перекладу
Державного університету “Київський авіаційний інститут”

ФІЛОСОФСЬКІ ЗАСАДИ МІЖМОВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ

Актуальність дослідження міжмовної взаємодії в публічній сфері зумовлена глобалізаційними процесами, які одночасно розширюють можливості комунікації та посилюють мовні бар’єри. Сучасна публічна сфера покликана забезпечувати рівний доступ до дискусій і суспільно важливої інформації для всіх учасників, незалежно від їхньої мовної приналежності. Однак мовні розбіжності можуть сприяти формуванню нерівності, обмежуючи можливість участі окремих груп у процесах суспільного обговорення та ухвалення рішень. Крім того, публічна сфера є не лише простором комунікації, а й соціальним утворенням, яке формується мовною політикою, що визначає рівень доступності дискурсу та його межі відкритості. Це створює потребу у дослідженні умов, які сприяють або, навпаки, перешкоджають рівноправній участі мовних спільнот у суспільному дискурсі.

У цьому контексті філософські засади міжмовної взаємодії відіграють ключову роль, оскільки дозволяють осмислити механізми порозуміння, межі інтерпретації та співвідношення мовного різноманіття з демократичними принципами комунікації. Особливе значення має філософія перекладу, запропонована П. Рікером, яка акцентує увагу не лише на технічному аспекті перекладу, а й на етичному вимірі міжмовної взаємодії, який передбачає відкритість до Іншого та готовність адаптуватися до його мовної ідентичності. Аналіз цієї концепції в контексті публічної сфери дозволяє краще зрозуміти, як переклад та мовна політика можуть впливати на інклюзивність суспільного дискурсу та сприяти демократизації комунікаційного простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед дослідників, які вивчали природу публічного простору, демократичність суспільного дискурсу та механізми соціальної включеності, можна виділити Ю. Габермаса, Н. Фрейзер, Ш. Муфф та інших. Зокрема, Ю. Габермас наголошує на необхідності раціональної комунікації, що має забезпечувати відкритий і демократичний дискурс [1]. Його концепція ідеальної мовної спільноти передбачає умови, за яких усі учасники мають рівні можливості для висловлення своєї позиції. Н. Фрейзер критикує уявлення про публічну сферу як рівноправний простір, підкреслюючи, що доступ до нього є нерівномірним і що домінуючі групи можуть закріплювати свої позиції, зокрема через мовні практики. У своїх роботах вона аналізує зв’язок між мовою, соціальною ієрархією та механізмами виключення [2]. Ш. Муфф акцентує увагу на конфліктному характері публічної сфери, де різні групи

змагаються за символічний контроль та легітимацію власного голосу [3]. Окрему увагу варто приділити підходу П. Рікера до міжмовної взаємодії, що базується на концепціях “лінгвістичної гостинності” (hospitalité langagière) та “конструювання порівняльного” (construction du comparable). Хоча П. Рікер безпосередньо не досліджував публічну сферу, його аналіз перекладу як процесу узгодження значень та ідея лінгвістичної гостинності можуть бути застосовані для розуміння умов міжмовної взаємодії у суспільному дискурсі. Дослідник розглядає переклад не лише як технічний процес, а як механізм комунікації між культурами, що базується на принципі “еквівалентності без адекватності” (équivalence sans adéquation). Він наголошує, що повна еквівалентність між мовами неможлива, проте переклад дозволяє знаходити спільні значення та адаптувати концепти до іншого мовного контексту [4, с. 9-10, 18–19].

Метою дослідження є аналіз філософських основ міжмовної взаємодії у публічній сфері через концепцію лінгвістичної гостинності П. Рікера, з’ясування ролі перекладу у формуванні інклюзивного комунікативного простору та його значення для міжкультурного порозуміння і мовної політики у сучасному світі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Міжмовна взаємодія у публічній сфері є складним соціокультурним процесом, що визначається комунікативними практиками та інституційними механізмами. Її ефективність залежить не лише від лінгвістичних умов, а й від соціально-політичного контексту. Державне регулювання мовної політики формує доступність мов у суспільному дискурсі, водночас засоби масової інформації можуть або сприяти збереженню мовного різноманіття, або ж обмежувати його. У міжнародному співробітництві мовна політика відіграє вирішальну роль у забезпеченні відкритості публічного простору для різних мовних груп.

Однією із ключових проблем міжмовної взаємодії є визначення меж між мовами, які, крім лінгвістичного виміру, формуються як соціально-політичні конструкції. Відносна чіткість меж можлива лише між генетично далекими мовами (наприклад, німецькою та угорською), тоді як у випадку діалектів або історичних форм однієї мови межі є розмитими. Політичні та історичні чинники, такі як вибір писемності, можуть закріплювати мовні межі й формувати ідентичність. Як зазначає Б. Андерсон, уявні спільноти формуються під впливом друкованого капіталізму та мовної політики, що сприяє конструюванню єдиної національної свідомості [5]. Так, у Латинській Америці, де національні держави постали в умовах багатомовності, державна мовна політика сприяла формуванню мовної однорідності. Подібний підхід спостерігався і в Індонезії, де малайська мова була кодифікована як єдина національна, хоча країна залишалася поліетнічною.

Мовна політика може набувати різних форм, від підтримки мовного різноманіття до його обмеження. У деяких випадках вона використовується для інтеграції та культурного самовизначення. Наприклад, латинізація турецької мови в 1920-х роках була спрямована на ослаблення зв’язку з арабською традицією та підкреслення європейської орієнтації Туреччини. Водночас репресивні мовні політики можуть проявлятися у забороні міноритарних мов, як це сталося за режиму Франко в Іспанії, коли каталанська, баскська та галисійська мови були вилучені з освіти та публічного вжитку.

Мовний пуризм може слугувати інструментом збереження мовної ідентичності або ж використовуватися для обмеження мовного різноманіття. У деяких випадках пуризм сприяє збереженню мовної традиції, однак може також призводити до витіснення мовних варіантів або навіть цілих мов із суспільного дискурсу.

Мовна політика визначає рівноправність мов у суспільному дискурсі або, навпаки, сприяє їхній маргіналізації. Переклад у цьому контексті є не просто механізмом мовної взаємодії, а інструментом, що сприяє або перешкоджає включенню різних мовних груп у суспільний дискурс. П. Рікер наголошує, що переклад не забезпечує абсолютної еквівалентності значень, а натомість створює простір для взаємної адаптації мовних систем [4, с. 9-10].

П. Рікер наголошує, що кожна мова має власну когнітивну структуру, яка впливає на переклад і передбачає не механічне відтворення значень, а їхню адаптацію до іншої мовної культури [4, с. 42-44]. Він заперечує ідею універсальної мови, яка б забезпечувала абсолютну еквівалентність між мовами, і натомість пропонує концепцію лінгвістичної гостинності (hospitalité langagière), що передбачає прийняття іншої мови не як загрози, а як взаємозбагачення. У цьому контексті переклад виступає не лише способом передачі змісту, а й засобом культурної взаємодії, що дозволяє різним мовним традиціям інтегрувати концептуальні категорії одна одної у процесі історичного розвитку. Як приклади, він розглядає історичні переклади, які не просто передавали зміст, а створювали нові культурні відповідності. Так, переклад Біблії на грецьку мову (Септуагінта) сприяв інтеграції єврейської та грецької інтелектуальних традицій, а переклади Святого Ієроніма та Лютера відігравали важливу роль у формуванні нових мовних ідентичностей [4, с. 65-66]. Водночас він звертає увагу на те, що перекладачі, такі як Ф. Гельдерлін, П. Целан і А. Мешоннік, експериментували зі звучанням і ритмікою текстів, відходячи від принципу “зміст у зміст”. Звідси, для П. Рікера переклад – акт творчого переосмислення, що формує нову семантичну систему [4, с. 18-19]. Наприклад, у перекладі давньогрецьких філософських термінів римляни адаптували їх під власну культуру: ἀρετή (arêtê) стала virtus, πόλις (polis) – urbs, а πολίτης (politês) – civis. Це демонструє, що переклад не лише передає смисли, а й формує нові концептуальні категорії у рамках іншої мовної традиції.

Отже, питання міжмовної взаємодії у публічній сфері виходить за межі лінгвістичних аспектів і включає глибші філософські засади комунікації. Концепція

лінгвістичної гостинності П. Рікера дозволяє розглядати переклад не лише як механізм передачі значень, а й етичний акт, що сприяє створенню відкритого та плюралістичного комунікативного простору. У цьому сенсі філософія перекладу може бути важливим підґрунтям для аналізу умов рівноправної участі мовних спільнот у публічному дискурсі. Водночас, враховуючи соціокультурні та політичні виміри мовної політики, міжмовна взаємодія в публічній сфері є не лише засобом подолання бар’єрів, а й простором формування нових ідентичностей та перегляду меж культурного порозуміння.

Висновки та перспективи подальших наукових пошуків

Філософія перекладу П. Рікера пропонує бачення мовної взаємодії як процесу, що виходить за межі простої трансляції змісту. Концепція лінгвістичної гостинності передбачає, що переклад є актом взаємного культурного відкриття, що зумовлює не лише адаптацію мовних структур, але й трансформацію самого суб’єкта перекладу. Це особливо важливо для публічної сфери, де мовна взаємодія впливає на механізми політичного представництва та соціальної інтеграції. Таким чином, переклад у контексті публічної сфери є не лише засобом подолання мовних бар’єрів, а й способом формування нових суспільних відносин через взаємне порозуміння мовних спільнот. Він відіграє роль у виробленні політики мовної інклюзії, забезпеченні доступу до суспільних дискусій та запобіганні культурній асиміляції через механізми мовного домінування. Рікер також підкреслює, що переклад є нескінченним процесом наближення до значень, що ніколи не досягає повної еквівалентності. Це відкриває можливість для розширення комунікативних горизонтів у публічній сфері, роблячи її більш відкритою до багатомовності як структурного елементу демократичного суспільства.

Перспективним напрямом подальших досліджень є аналіз того, як цифрові технології та глобалізаційні процеси змінюють умови міжмовної взаємодії у публічному просторі. Зокрема, важливим є питання про роль цифрових платформ у забезпеченні рівноправного мовного дискурсу та їхній потенціал як засобів підтримки мовного різноманіття або, навпаки, його обмеження.

Список використаних джерел:

1. Габермас, Ю. (2020). Структурні перетворення сфери публічності: Дослідження категорії буржуазного суспільства (пер. С. Пролеєв). Київ: Dukh і Litera. https://surl.li/hdslvo.

2. Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Social Text, (25/26), 56-80. Duke University Press. http://www.jstor.org/stable/466240.

3. Mouffe, C. (2000). The Democratic Paradox. London, New York: Verso.

4. Ricoeur, P. (2004). Sur la traduction. Paris: Bayard.

5. Anderson, B. (2001). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London: Verso.

Галина Синоруб
Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

На тлі сучасних подій, що відбуваються в Україні, професія журналіста вимагає не лише фахових знань, а й психологічної стійкості, що дозволяє ефективно працювати в стресових умовах та об’єктивно висвітлювати дійсність.

Сьогодні журналісти зіткнулися з численними викликами, серед яких:

– оперативність: необхідність швидко обробляти та аналізувати великі масиви інформації;

– робота в кризових ситуаціях, висвітлення воєнних конфліктів, катастроф та ін.;

– загрози фізичній безпеці: напади, переслідування;

– кібербулінг та інформаційні атаки: кампанії з дискредитації журналістів у соціальних мережах;

– нестабільність та професійні ризики: фінансова невизначеність, конкуренція на ринку праці;

– постійна залученість у медіапростір, перегляди, коментування.

Директорка з надзвичайних ситуацій CPJ Марія Салазар Ферро зазначає, що психологічне благополуччя журналістів є важливим компонентом для підвищення культури безпеки в усьому світі і має бути пріоритетом для редакцій [8]. Нагальною потребою у сучасному українському суспільстві є впровадження комплексних заходів із підтримки та збереження ментального здоров’я медійників, які висвітлюють наслідки російської агресії задля збереження України як вільної та демократичної держави.

Війна в Україні стала випробуванням на міцність і журналістської освіти, спонукаючи до переосмислення підходів та впровадження інновацій в навчальний процес. Формування у майбутніх медійників психологічної компетентності включає розвиток стресостійкості, здатність до емоційної саморегуляції, ефективної комунікації та критичного мислення, що сприятиме збереженню професіоналізму навіть у складних і кризових ситуаціях.

Поняття психологічної стійкості у фокусі наукового осмислення з’явилося ще 40-50 років тому. Як зазначає кандидат психологічних наук, старший науковий

співробітник відділу наукового інформаційно-аналітичного супроводу освіти ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського Олена Мерзлякова, ця проблема досліджується в контексті переходу світу в певну “зону

турбулентності”. Як зазначає вчена, на зміну SPOD-світу (Steady – стійкий; Predictable – передбачуваний; Ordinary – простий; Definite – визначений) прийшов світ VUCA (Volatility – нестабільний; Uncertainty – невизначений; Complexity – складний; Ambiguity – неоднозначний), і післяковідний світ BANI (Brittle – крихкий, Anxious – тривожний, Nonlinear – нелінійний, Incomprehensible – незбагненний). Зараз футурологи розмірковують про наступну фазу світу, якому притаманні розвиток штучного інтелекту, роботів тощо, у якому більшості населення планети буде потрібно виживати [5, с. 98]. Отже, разом із суспільними викликами змінюється й концепція психологічної стійкості, або резильєнтності.

Резильєнтність (резилієнс, стресостійкість) – це процес і результат успішної адаптації до складного життєвого досвіду за рахунок розумової, емоційної та поведінкової гнучкості та здатності пристосовуватися до внутрішніх та зовнішніх вимог. Психологи визначають стійкість як можливість відновлення після важких переживань, глибоке особистісне зростання [9].

Психологічна стійкість (витривалість, резилієнтність) – це здатність проходити крізь життєві випробування, зберігаючи при цьому психічне здоров’я, особистісну цілісність [7]. Психологічна стійкість – компетентність, що дозволяє тримати внутрішній баланс та адаптуватися до постійних викликів. Це якість, якій можна навчитися та яку можна розвивати, незалежно від віку чи особистої ситуації.

Мережево-інформаційна резильєнтність потребує оцінки інформаційного середовища (телебачення, радіо, преси, соціальних мереж, блогів, інших онлайн-платформ) на предмет наявності зовнішніх і внутрішніх загроз та здатності ефективно їм протидіяти [1].

На думку психологині у методі когнітивно-поведінкової терапії, кандидатки наук із соціальних комунікацій, доцентки ЛНУ ім. Івана Франка Ольги Квасниці, психологічна стійкість медійника у стресових ситуаціях проявляється у формі емоційної (регулювання й вивільнення власних емоцій) та когнітивної компетентності (керувати думками; помічати помилкові та некорисні думки; думати вільно, критично, ясно; фільтрувати інформаційний потік (корисне чи шкідливе)). Науковиця зазначає, що плекання психологічної резилієнтності журналіста передбачає:

– регулярно поповнювати сили, тобто дбати про ресурс;
– регулювати свій темпоритм, звести до мінімуму марні витрати енергії;
– плекати корисне мислення, або бути когнітивно компетентним;
– регулювати свої емоції, щоб бути емоційно компетентним;
– ефективно діяти;
– плекати соціальний зв’язок;
– плекати цінності, мати мету [3, с. 31].

За результатами дослідження впливу журналістської професії на ментальне здоров’я, що виконується в межах проєкту 2402 Foundation та Daily Humanity у

співпраці з професоркою Нью-Йоркського університету Лорен Велш, яка досліджує труднощі й виклики в роботі журналістів у зонах конфліктів і війн (листопад 2024-лютий 2025 рр., 99 респондентів), виявлено, що найчастішими проблемами для журналістів є фізичні, кібербезпекові, репутаційні, юридичні загрози або судові позови, онлайн-цькування, ризик арешту, затримання та ув’язнення, цензура, гендерно зумовлені та/або цілеспрямовані погрози переслідування.

На запитання “Які емоції викликає у вас робота журналіста?” медійники обрали: задоволення (15%), стрес (17%), тривожність (16%), депресію (9%), сором (3%), почуття вини (7%), гордість (15%), радість (10%). 82% респондентів зазначає, що професійна діяльність негативно впливає на їх емоції. Професійне вигорання відчувало 89 % опитаних. Травматичний досвід через журналістську діяльність переживає 84% респондентів. За результатами дослідження у фахівців з недостатнім професійним досвідом є велика ймовірність того, що травматичний епізод не буде пропрацьовано і відрефлексовано належним чином.

Щодо отримання психологічної підтримки, то респонденти зазначають: надто дорого – 29%, недостатньо часу, щоб отримати інформацію про відповідні служби –18%, самостійно справляється зі своїми переживаннями – 16%, мають бажання отримати підтримку, але не знають, де і як її знайти – 15%, не довіряють психологам (або іншим фахівцям з ментального здоров’я) – 9%, не мають труднощів в отриманні підтримки – 9%, не потрібна підтримка – 33%, бояться негативної реакції з боку інших – 2% [6].

Результати опитування ілюструють труднощі, з якими стикаються журналісти в процесі своєї діяльності, відображають потребу у ресурсі, щоб висвітлювати й переживати події війни. До того ж медійники, які працюють у своїй країні, де триває війна, мають набагато вищий рівень стресу, а ні ж ті, які приїжджають у відрядження. Високий ризик емоційного та професійного вигорання потребує підвищення рівня психологічної стійкості журналістів, підтримки ментального здоров’я під час війни.

Безумовно, формування психологічної компетентності у здобувачів спеціальності 061Журналістика є важливим завданням освітніх програм, що мають бути наближені як до запитів студентів, вимог і потреб суспільства. Науковиці Олена Євтушенко та Тетяна Ковальова зазначають, що формування психологічної стійкості у майбутніх медійників має міждисциплінарний характер. Учені акцентують на тому, що “попри зростаючу увагу академічної й професійної спільноти до теми резильєнтності журналістів, виглядає, що освітні програми поки звертають на неї незначну увагу” [4, с. 21]. Актуалізовується необхідність адаптації освітніх програм до нових реалій, що забезпечуватиме готовність майбутніх фахівців до викликів професії, збереження ментального здоров’я.

Психологічна стійкість до виконання професійних завдань у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061Журналістика реалізується шляхом формування таких фахових компетентностей:

ФК 06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

ФК 07. Здатність застосовувати знання про суспільні проблеми, конфлікти, гібридні війни у професійній діяльності.

Відображається у таких програмних результатах навчання:

ПРН 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПРН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально комунікаційних наук.

ПРН 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

ПРН 19. Створювати якісний мультимедійний продукт з використанням положень і методів соціологічних, психологічних та інформаційних технологій з метою ефективного впливу на масову аудиторію.

ПРН 20. Упроваджувати методи критичного мислення у професійну сферу.

ПРН 21. Реалізовувати практику командної роботи для організації, планування та управління інноваційними мультимедійними проєктами, дотримуючись правил і принципів безпечної медіадіяльності, використовуючи необхідні уміння та навички для виходу з кризових комунікаційний ситуацій. Інтеграція відповідних компетенцій у журналістську освіту сприятиме підвищенню рівня професійної готовності випускників та їхній здатності ефективно працювати в умовах сучасного медіасередовища

Формування психологічної стійкості майбутніх медійників включає такі ключові напрямки:

1.Навчальний процес:

– інтеграція психологічних знань у дисципліни професійної підготовки як обов’язкової (наприклад, “Медіапсихологія”, “Безпека життєдіяльності журналіста та цивільний захист”, дисципліни журналістського фаху, медійні практикуми), так і вибіркової (“Медіаконфліктологія”, “Сучасні технології медіагалузі”, “Екстремальна журналістика”, “Верифікація інформації”, “ЗМІ в системі інформаційної безпеки України”, “Журналістські професії”, “Фактчекінг”, “Кіноконтент у журналістиці”, “Дитяча журналістика”, “Соціальні мережі в роботі журналіста” тощо) компонент освітньої програми;

– активне використання неформальної та інформальної освіти. Курси на освітніх платформах: www.coursera.org, prometheus.org.ua, www.futurelearn.com, https://vumonline.ua та ін;

– практична підготовка: проходження практики, стажувань, симуляційних тренінгів.

2. Співпраця з психологічною службою закладу: консультування з психологом, підтримка та опановування інструментів саморегуляції.

Формування психологічної стійкості у майбутніх журналістів – це інвестиція в якість медіа (об’єктивне висвітлення подій) та ментальне здоров’я самих фахівців.

Список використаних джерел:

1. Божок Є. Резильєнтність: Стратегія виживання в умовах гібридних загроз. Укрінформ. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3265105-rezilentnist-strategia-vizivanna-v-umovah-gibridnih-zagroz.html.

2. Васіна О. Журналістика травми: як не нашкодити? Інтерв’ю з Оксаною Расуловою. Центр практичної освіти “Накипіло”. URL: https://osvita.nakypilo.ua/zhurnalistyka-travmy-yak-ne-nashkodyty/.

3. Експрес-ґайд за циклом вебінарів на тему “Як медійнику досягти психологічної стійкості?”: практикум. Упоряд. Соломія Онуфрів; Західноукраїнський медіа-центр “Нова журналістика” (Львів – Миколаїв – Суми, 12–22 грудня 2023 р.) Львів : ПАІС, 2023. 48 с.

4. Євтушенко О., Ковальова Т. Психологічна стійкість майбутніх журналістів як відповідь на виклики професії. Образ. 2023, вип. 3(43). С. 18–27.

5. Мерзлякова О. Резильєнтність або психологічна стійкість: концепт, вимірювання, розвиток. Аналітичний вісник у сфері освіти й науки: довідковий бюлетень. Випуск 18, 2023. ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського. С. 96-120.

6. Опитування про вплив на ментальне здоров’я журналістів від Daily Humanity та Лорен Велш. 2402 Foundation. URL: https://2402.org/ua/opytuvannya-pro-vplyv-na-mentalne-zdorov%ca%bcya-zhurnalistiv-vid-daily-humanity-ta-loren-velsh/.

7. Романчук О. Психологічна стійкість в умовах війни: індивідуальний та національний вимір. Український інститут когнітивно-поведінкової терапії. URL: https://i-cbt.org.ua/resilience_ukraine/.

8. Dart launches clinician training program to support trauma-exposed journalists. Dart Center for Journalism and Trauma. URL: https://dartcenter.org/resources/dart-launches-clinician-training-program-support-trauma-exposed-journalists.

9. Resilience. APA Dictionary of Psychology. URL: https://www.apa.org/topics/resilience

Анотація

У матеріалі подається дефініція понять “психологічна стійкість”, “резильєнтність”, “мережево-інформаційна резильєнтність”. Акцентується на ролі психологічної стійкості як важливої складової професійної компетентності журналіста. Визначено основні психологічні виклики, з якими стикаються медійники в умовах війни: емоційна активізація, кризові ситуації,

робота з травматичним контентом. Наголошується на необхідності адаптації освітніх програм до нових реалій, що забезпечуватиме готовність майбутніх журналістів до викликів професії. Окреслено ключові компоненти психологічної стійкості, такі як емоційна регуляція, стресостійкість, критичне мислення та адаптивність. Наголошується на важливості інтеграції психологічної компетентності в навчальні дисципліни професійної підготовки як обов’язкової, так і вибіркової компонент освітньої програми. Проаналізовано методи формування та розвитку психологічної компетентності, зокрема через формальну, неформальну та інформальну освіту, психологічну підготовку, співпрацю з психологічною службою освітнього закладу.

Ключові слова: *психологічна стійкість, резильєнтність, мережево-інформаційна резильєнтність, емоційна регуляція, стресостійкість*

Summary

The article defines the concepts of ‘psychological resilience’, ‘resilience’, ‘network and information resilience’. The role of psychological resilience as an important component of a journalist’s professional competence is emphasised. The author identifies the main psychological challenges faced by media professionals in wartime: emotional activation, crisis situations, and working with traumatic content. The author emphasises the need to adapt educational programmes to new realities, which will ensure that future journalists are prepared to meet the challenges of the profession. The key components of psychological resilience, such as emotional regulation, stress resistance, critical thinking and adaptability, are outlined. The importance of integrating psychological competence into the disciplines of professional training as both compulsory and elective components of the educational programme is emphasised. The methods of formation and development of psychological competence are analysed, in particular through formal, non-formal and informal education, psychological training, cooperation with the psychological service of an educational institution.

Keywords*: psychological resilience, resilience, network-information resilience, emotional regulation, stress resistance*

Богдан Синчак
доктор філософії в галузі журналістики, доцент, завідувач кафедри журналістики ПВНЗ “Українського гуманітарного інституту”

ВПРОВАДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ДНЯ МОЛИТВИ, ЯК ЦІННІСНОГО ЕЛЕМЕНТУ ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ АГРЕСІЇ

Постановка проблеми. Згідно з рішенням Верховної ради від 12 лютого 2025 р., було схвалено постанову №12412 про встановлення в Україні Національного дня молитви, який відтепер відзначатиметься щорічно – 24 лютого [1]. Прийняття цього рішення обґрунтовується парламентарями різними причинами, які зокрема характеризуються спільними для держав-партнерів України, США та Великобританії цінностями. У пояснювальній записці проєкту Постанови йдеться про те, що “спільна молитва захистить Україну та тих, хто продовжує боротьбу на полі бою, стане свідченням духовного єднання українського народу та символом нашої непохитної віри у перемогу” [2]. Отже, в контексті заявленої проблематики актуалізується питання щодо спільних для України та її держав-партнерів духовних цінностей, частиною яких є загальнонаціональна молитва. Саме тому, **метою дослідження** є визначення маркерів ціннісного елементу протидії російській агресії.

Огляд актуальних публікацій. Загалом українські науковці з різних сторін розглядають явище молитви в житті українського суспільства. Окремої уваги заявлена проблематика потребує в контексті повномасштабної російсько-української війни. В роботах українських дослідників, деякі елементи є дотичними до окресленої проблематики. Тут варто згадати праці: В. Синього, який характеризує проповідь в умовах війни [3], Г. Бондаренко, де увага приділяється релігійному життю українців в умовах війни [4], а також Л. Кудрик та ГМ. Сурмяк, котрі окреслюють роль “Молитви за Україну” [5]. Вищезазначені дослідники з різних сторін підкреслюють важливість для українського суспільства релігії й молитви в умовах війни. Проте, у розглянутих дослідженнях не згадується про впровадження національного дня молитви. Саме тому, заявлена проблематика є актуальною темою для досліджень.

Основна частина. В умовах повномасштабної російсько-української війни проблематика релігійно-ціннісного світогляду набула особливої актуальності в контексті активізації боротьби української церкви за незалежність від московського патріархату в релігійній площині. З огляду на це, запровадження національного дня молитви може відігравати консолідуючу роль для українського суспільства. Одним з ціннісних маркерів цього Дня, як елементу протидії російській агресії, насамперед виступає дата, адже особливий символізм тут закладений навіть у ній, оскільки 24 лютого 2022 р. стало днем початку повномасштабного російського вторгнення в Україну. За словами,

Д. Арахамії, голови депутатської фракції Слуга народу, “в такий важливий день, нам треба поєднати і день [жалоби], і день трауру, і день пам’яті, і день молитви. Тому що молитва для багатьох православних людей і людей всіх конфесій – [день молитви] насправді об’єднує” [7].

У пояснювальній записці проєкту Постанови згадується про саму молитву, як елемент протидії російській агресії, зокрема про “молитву за Україну, що піднялася в ті дні [з початку повномасштабного російського вторгнення] по всьому світу” [2]. Отже парламентарі визнають її вагоме значення в обороноздатності Української держави. Далі зазначається про аналогічний досвід країн-партнерів України, США та Великобританії. “З історії відомо немало прикладів, коли загальнонаціональна молитва міняла хід історії” [2]. Таким чином тут Україна розглядає молитву як спільну цінність для держав, які її підтримують в умовах війни. У Британії “В. Черчилль затвердив національний день молитви”, у США Ф. Рузвельт, “закликав своїх співгромадян приєднатися до нього в молитві, коли американські війська висадилися в Нормандії” [2]. У цьому контексті подальші тези виступають маркерами Дня молитви, як ціннісного елементу протидії російській агресії проти України:

“сьогодні українці відстоюють свою незалежність та ідентичність, захищають своє право вільно жити на власній Богом даній землі. Молитва до Бога є надприродною силою для перемоги та запорукою консолідації і єднання українського суспільства” [2];

“спільна молитва захистить Україну та тих, хто продовжує боротьбу на полі бою, стане свідченням духовного єднання українського народу та символом нашої непохитної віри у перемогу” [2];

“прийняття Постанови сприятиме збереженню духовної спадщини, зміцненню патріотичного духу та консолідації українського суспільства у спільній молитві за перемогу та відновлення територіальної цілісності України” [2].

Висновки. Отже, за сукупністю наведених ознак впровадження Національного дня молитви в Україні можна розглядати як ціннісний елемент протидії російській агресії. Зважаючи на те, що наразі в самій росії не запроваджено національного дня молитви, можемо зробити висновок, що в означеному контексті Україна ціннісно є ближчою до США та Великобританії навіть у цьому аспекті. Подібні ініціативи дійсно можуть бути консолідуючим чинником для державно-релігійного міжконфесійного простору України. Об’єднавшись у спільній молитві за долю України, представники різних конфесій матимуть нагоду вкотре переусвідомити, зокрема, ті духовні цінності, які нині мужньо відстоюються захисниками України на полі бою.

Список використаних джерел:

1. В Україні відзначатимуть Національний день молитви – рішення Ради. Суспільне. 2025. URL: https://suspilne.media/946779-v-ukraini-vidznacatimut-nacionalnij-den-molitvi-risenna-radi/ (дата перегляду 18.02.25 р.).

2. Проєкт Постанови про встановлення Національного дня молитви. Верховна Рада України, 2025. URL: https://itd.rada.gov.ua/billinfo/Bills/Card/55631 (дата перегляду 18.02.25 р.).

3. Синій В. Проповідь в умовах війни: нові місіологічні завдання. Богомисліє: літературно-богословський альманах. 2025. № 34(2), С. 108–131.

4. Бондаренко Г. Релігійне життя українських родин в умовах війни. Українська сім’я в міжкультурних та трансдисциплінарних вимірах сучасності [Електронний ресурс] : зб. наук. праць наук.-практ. конф. (10–11 квіт. 2024 р.) / Ін-т соц. та політ. психології НАПН України, Ін-т мистецтвознав., фольклорист. та етнол. ім. М. Т. Рильського НАН України. С. 9–12.

5. Кудрик Л., Сурмяк Г. Роль “Молитви за Україну” (“Боже Великий, Єдиний”) М. Лисенка у формуванні морально-духовних цінностей дітей і молоді. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. 2024. Том 1 № 2 (109). С. 97–105.

6. Арахамія хоче впровадити день молитви? OBOZ.UA. 2025. URL.: https://youtu.be/YikRjYWcq7M (дата перегляду 18.02.25 р.).

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
“Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі:
аспекти міжмовної комунікації
та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця”

Тетяна Хітрова
кандидат філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики
Національного університету “Запорізька політехніка”

МЕДІАПРОЄКТ І ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ МЕДІА: ВІД ТВОРЧОСТІ ДО БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

Розуміння сутності проєкту та управління проєктами є фундаментом для успішної реалізації будь-якої ініціативи. “Епоха емерджентності”, якій властиві динамічні технологічні зміни, потребує вміння ставити нові завдання, здійснювати пошук інноваційних ідей, враховувати “хвилю настроїв і побажань” як основу соціально-економічної доцільності. У теперішній час однією з основних конкурентних переваг є швидкість впровадження таких заходів. У цьому контексті управління проєктами стає потужним інструментом, а це, у свою чергу вказує на актуальність проєктного управляння, однією з основних цілей якого і є скорочення циклу реалізації комплексу заходів на шляху від ідеї до запуску проєкту.

На сьогоднішній день управління проєктами є визнаним багатьма країнами способом здійснення інвестиційної діяльності. Проєктний менеджмент зазнає постійних змін під впливом технологічного прогресу, глобалізації та зростаючої складності бізнес-середовища. Сучасні підходи до управління проєктами спрямовані на підвищення ефективності, гнучкості та адаптивності до змін, основною характеристикою є їхня галузева спеціалізація та широка медіатизація.

Перетворення медіа на платформу для проєктів наразі стало очевидним. Все більше компаній та організацій обирають медіа як канал для донесення своїх меседжів, використовують просування проєктів у медіа для: брендингу (створення позитивного іміджу компанії), маркетингу (просування продуктів і послуг), освіти (створення навчальних матеріалів, менторства), підтримки соціальних ініціатив. Й самі медіа активно використовують формат проєктів для створення власного контенту, часом перетворюються на повноцінні проєкти, що постійно розвиваються та адаптуються до нових викликів.

Медіаіндустрія зазнає системних трансформацій, що обумовлені розвитком технологій, зміною поведінки споживачів та новими бізнес-моделями, трансформуючись із традиційних каналів розповсюдження інформації на динамічні платформи для реалізації різноманітних проєктів. Ці трансформації відкривають безліч нових можливостей як для медіакомпаній, так і для творців контенту. Розглянемо ключові тренди, які формують обличчя сучасних медіа та спонукають до розвитку проєктної діяльності у сфері медіа: глобальна аудиторія, персоналізація контенту, різноманітність форматів, швидка адаптація, розвиток штучного інтелекту, монетизація, блокчейн тощо.

Наразі медіаіндустрія є одним із найбільш перспективних напрямів для проєктної діяльності. Креативність, інновації та стратегічне мислення відіграють важливу роль у досягненні цієї мети. Розуміння потреб споживачів та вміння адаптувати контент до них допомагає залучати все більше користувачів та збільшувати успішність проєкту в медіаіндустрії.

Медіапроєкт як продукт, послуга та вид діяльності, може мати низку формулювань, які, однак розкривають зміст терміну лише операційно до завдань які на нього покладаються, зокрема:

– медіапроєкт – це різновид проєкту, пов’язаний зі створенням, виробництвом і поширенням медіапродукції (фільми, мобільні додатки, веб-сайти тощо);

– медіапроєкт – це унікальний експеримент, створений як творчий задум з урахуванням актуальних запитів;

– медіапроєкт – це результат взаємодії творчої задумки з реальністю, що постійно змінюється. Він відбиває актуальні соціальні питання та індивідуальні світогляди авторів, створюючи неповторний культурний феномен;

– медіапроєкт – це інноваційний підхід до управління, який дозволяє оптимізувати процеси в медіагалузі, надає медіабізнесу більшої гнучкості та орієнтації на конкретні результати;

– медіапроєкт – це динамічна структура, призначена для створення медіапродуктів, виконання робіт та надання послуг у медіасфері, яка дозволяє об’єднати різноманітні ресурси – від людських до технологічних, у тому числі для створення нових та реорганізації існуючих медіаорганізацій.

Таким чином медіапроєкти можуть охоплювати як товарний, так і сервісний сегменти. Вони демонструють свою універсальність, оскільки можуть бути спрямовані як на матеріальний ринок (товари), так і на ринок нематеріальних благ (послуги). При цьому, успішні проєкти врівноважують комерційні інтереси з соціальними цінностями. Результатом такої діяльності є нові медіапродукти або послуги, які задовольняють потреби аудиторії.

На основі виявлених характеристик медіапроєктів варто класифікувати їх за такими ознаками: форматом, масштабом, технологією, складністю, типом замовника, інноваційністю, галузевою ознакою, фінансуванням, розміром, тривалістю, ступенем ризику тощо.

Управління медіапроєктами – це складний і багатогранний процес, який вимагає не тільки знань у сфері медіа, але й навичок управління, маркетингу, фінансів. Вміння ефективно управляти медіапроєктами відкриває широкі можливості для реалізації креативних ідей та досягнення успіху в сучасному медіапросторі. Управління медіапроєктом поділяється на два основних види діяльності: управління технологією реалізації проєкту та управління змістом медіапроєкту.

Медіапроєкт може бути початком успішного стартапу. Медіапроєкт, розпочатий як стартап, – це цікавий виклик, який поєднує в собі креативність,

технології та бізнес. Такі проєкти часто виникають з яскравої ідеї, ентузіазму команди та бажання створити щось унікальне в медіапросторі. Прикладами успішних медіастартапів в міжнародному контексті можуть бути BuzzFeed (logos-world.net), який почався як невеликий сайт з вірусних списків, а згодом перетворився на одну з найбільших медіакомпаній у світі або Vice (freebiesupply.com), спочатку був невеликим журналом про молодіжну культуру, а потім став глобальною медіакомпанією з власним телеканалом.

Медіапроєкти, використовуючи широкий інформаційно-комунікаційний інструментарій, відіграють важливу роль у формуванні сучасної світоглядної картини, адже одночасно можуть мати різні цілі: інформувати аудиторію, навчати, розважати, досліджувати проблеми тощо. Їх можна використовувати як для некомерційних, так і комерційних цілей. Вони дають можливістю відображати різноманітні сторони життя, виклики та здобутки, проблеми, з якими стикається сучасне суспільство. Медіапроєкти стали популярним різновидом соціальних ініціатив із розвитком краудфандингових платформ в Україні, зокрема це демонструє платформа “Спільнокошт”. Сучасна типологічна палітра медіапроєктів в Україні найбільше представлена: соціальними, дослідницькими, художньо-творчими, ігровими, інформаційними та культурологічними медіапроєктами, аналіз яких наводимо у публікації “Медіапроєкти як інструмент збереження історичної пам’яті» [1].

Отже, успіх медіапроєктів в Україні залежить від багатьох факторів, але ключовими є якість контенту, незалежність, інновації та соціальна місія.

Список використаних джерел:

1. Хітрова Т. Медіапроєкти як інструмент збереження історичної пам’яті. *Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції “Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі»* (м. Запоріжжя, 14–15 травня 2024 р.) / редкол.: В. Погребна, В. Коваль, Н. Островська, С. Щербина та ін. Запоріжжя : НУ “Запорізька політехніка”, 2024. С. 163–166.

Панель 6. БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Людмила Волкова
кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов
Державного податкового університету
Альона Чорна
старший викладач кафедри іноземних мов
Державного податкового університету

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФІЛОЛОГІВ

Наукові дослідження останніх років підкреслюють важливість розвитку психологічної готовності студентів як складової професійної компетенції. У працях українських та зарубіжних вчених, таких як Залевська Г., Ярмолович М., Фельдман Барретт Л., розглядаються мотиваційні та емоційно-вольові аспекти навчання іншомовної комунікації. У цих дослідженнях акцентується увага на значенні мотивації, емоційної стабільності та культурної компетенції у формуванні готовності до професійної взаємодії.

Проте, незважаючи на значний обсяг наукових праць, недостатньо висвітлено питання інтеграції психологічної підтримки, новітніх методик навчання та міжкультурної компетенції у процес підготовки студентів-філологів до професійного іншомовного спілкування. Крім того, не всі аспекти психологічних бар’єрів, зокрема страху перед спілкуванням у професійному контексті, отримали достатнє методологічне обґрунтування. Саме ці невирішені аспекти є основним предметом даної статті.

Психологічна готовність студентів-філологів до опанування навичок іншомовного спілкування є багатогранним явищем, яке визначає успішність їхньої майбутньої професійної діяльності. Формування психологічної готовності студентів-філологів є важливим завданням системи вищої освіти, адже ця складова значною мірою впливає на їхню здатність викладати іноземну мову, перекладати професійні тексти, вести наукову діяльність чи працювати в багатомовних командах.

Проблема формування психологічної готовності студентів-філологів постає особливо гостро через низку чинників. Поширеною є ситуація, коли студенти мають високий рівень теоретичних знань, але відчувають невпевненість у їхньому практичному застосуванні. Це може бути пов’язано зі страхом помилок, недостатнім досвідом спілкування з носіями мови або труднощами адаптації до професійних умов, таких як викладання іноземної мови чи переклад спеціалізованих текстів.

Одним із головних психологічних бар’єрів є тривожність, яка блокує здатність студентів використовувати свої знання ефективно. Вона може виникати через занижену самооцінку, страх перед оцінкою з боку інших або брак практичного досвіду.

Іншим важливим бар’єром є культурна розбіжність: нерозуміння особливостей іншомовної культури може призводити до невпевненості у виборі мовних засобів, порушення етикету спілкування та навіть до конфліктних ситуацій.

Формування психологічної готовності вимагає інтеграції різних педагогічних підходів і методик, які дозволяють подолати зазначені бар’єри. Важливу роль у цьому відіграє створення мовного середовища, яке стимулює постійне використання іноземної мови в навчальних і позанавчальних контекстах. Практика показує, що студенти, які беруть участь у розмовних клубах, міжнародних програмах обміну, воркшопах чи мовних стажуваннях, значно впевненіше почуваються у професійних комунікаціях. Не менш важливим є використання інтерактивних методів навчання, таких як рольові ігри, симуляції, дебати та проєктна діяльність, які моделюють реальні ситуації спілкування. Психологічна підтримка студентів, зокрема тренінги з подолання страхів і розвитку впевненості, також є ефективним засобом подолання тривожності та формування емоційної стійкості.

Розглядаючи детальніше тему психологічних бар’єрів та їх вплив на навчальний процес слід виокремити наступні пункти:

1. *Страх спілкування іноземною мовою:* багато студентів відчувають дискомфорт під час розмови з носіями мови. На практичному занятті студенти можуть відмовлятися брати участь у дискусії, посилаючись на “низький рівень знань».

2. *Відсутність підтримки:* недостатня взаємодія з викладачами може призводити до втрати впевненості. У даному випадку рекомендуємо запроваджувати менторські програми між старшими та молодшими студентами.

3. Недосконаліть навчального процесу: одноманітність завдань і недостатність інноваційних методів викладання знижують ефективність навчання. Вирішення даної проблеми бачимо через використання крос-культурних проєктів, де студенти взаємодіють в міжнародних командах.

Щоб оволодіти іноземною мовою, потрібно не тільки засвоїти лінгвістичні знання, а й формулювати вміння та навички користуватися мовою на практиці. Уміння користуватися іноземною мовою у житті означає спілкуватися нею, як усно, так і письмово. Головна мета у вивченні іноземної мови – це комунікація. Говорячи про формування іншомовної мовленнєвої компетенції, слід зазначити необхідність урахування психологічних особливостей тих, хто навчається, і самого процесу мовлення, знання сутності психічних процесів, які супроводжують будь-який навчальний процес.

Мотиваційний компонент психологічної готовності виступає рушійною силою, яка визначає прагнення студентів до саморозвитку, їхню активну участь у навчальному процесі та інтерес до вдосконалення іншомовних навичок [Коваль, 2019]. Усвідомлення професійної необхідності володіння іноземною мовою формує цілеспрямованість і стійкий інтерес до дисципліни, що, своєю чергою, впливає на загальний рівень компетентності. Водночас важливим є розуміння того, що мотивація студентів може бути знижена через недостатнє занурення у мовне середовище, відсутність практичного застосування знань або невпевненість у власних силах. Таким чином, система освіти має створювати умови, які б заохочували студентів до активного використання мови як у навчальних, так і в позанавчальних ситуаціях.

Когнітивний аспект психологічної готовності охоплює здатність студентів аналізувати, засвоювати та творчо застосовувати іншомовний матеріал у професійних контекстах. Це вимагає розвитку критичного мислення, яке дозволяє адаптувати знання до реальних потреб, та вміння ефективно вирішувати комунікативні завдання у нестандартних умовах. Важливо також враховувати, що когнітивні здібності студентів не можуть розвиватися ізольовано від практичної діяльності, тому їхнє формування має бути тісно пов’язане з активними методами навчання, такими як проєктна робота, рольові ігри чи симуляції професійних ситуацій (Роджерс, 1980).

Емоційно-вольовий компонент є критично важливим для подолання психологічних бар’єрів, таких як тривожність, страх помилок чи невпевненість у спілкуванні з носіями мови. Тривожність може суттєво вплинути на здатність студента використовувати свої знання в реальному часі, блокуючи мислення та викликаючи емоційний дискомфорт. Тому розвиток емоційної стійкості є невід’ємною складовою психологічної готовності. Для цього необхідно залучати спеціальні тренінги, спрямовані на підвищення впевненості у своїх силах, навчати студентів технік саморегуляції, таких як релаксація чи візуалізація, а також створювати безпечне навчальне середовище, яке стимулює комунікативну активність.

Не менш важливим є міжкультурний компонент, який визначає здатність студентів взаємодіяти з представниками інших культур на основі взаємоповаги та розуміння. Професійне іншомовне спілкування нерозривно пов’язане з міжкультурною комунікацією, тому формування цієї складової є важливим завданням для викладачів. Успішна міжкультурна взаємодія вимагає від студентів глибокого розуміння норм і цінностей іншомовної культури, знання особливостей невербальної комунікації та здатності адаптуватися до культурних відмінностей. Навчання міжкультурної комунікації повинно включати інтеграцію автентичних матеріалів, аналіз реальних кейсів, організацію спільних проєктів із носіями мови та участь у міжнародних програмах обміну (Коваль, 2019).

Комплексний підхід до формування психологічної готовності повинен враховувати як індивідуальні особливості кожного студента, так і загальні тенденції розвитку сучасної системи освіти. Використання інтерактивних методів навчання, створення мовного середовища, активне впровадження цифрових технологій і забезпечення психологічної підтримки є тими інструментами, які дозволяють досягти гармонійного поєднання мотиваційного, когнітивного, емоційного та міжкультурного компонентів. Важливо також стимулювати прагнення студентів до постійного самовдосконалення, яке є запорукою їхньої успішної інтеграції в багатомовне професійне середовище.

Результати дослідження свідчать, що формування психологічної готовності є не лише педагогічним, але й соціально-психологічним завданням, яке потребує спільних зусиль студентів, викладачів і освітніх установ. Ефективна реалізація цього завдання дозволить підготувати висококваліфікованих фахівців, які будуть здатні не лише використовувати іноземну мову у професійній діяльності, але й активно сприяти розвитку міжкультурного діалогу та інтеграції України у світовий простір.

Список використаних джерел:

1. Андреєва Г. Психологічні аспекти навчання іноземних мов у вищій школі. Київ. Освіта, 2020. 284 с.

2. Бабаєва Л. Інтерактивні методи у формуванні комунікативних навичок студентів-філологів. Харків. Видавництво ХНУ, 2021. 312 с.

3. Вітчевський С. Психологічна готовність до іншомовного спілкування: теорія і практика. Львів. Видавництво ЛНУ. 2018. 210 с.

4. Коваль І. Роль міжкультурної компетенції у фаховій підготовці студентів. Український педагогічний журнал. 2019. № 5(3). С. 28–35.

5. Міністерство освіти і науки України. Аналітичний звіт про сучасний стан підготовки філологів. Міністерство освіти і науки України. URL.: https://mon.gov.ua (Дата доступу: 03.12.2024).

6. Роджерс К. Становлення партнерів: шлюб і його альтернативи ; пер. з англ. – Нью-Йорк : Harper & Row. 1980. 268 с.

7. Tandem: Language Exchange App. URL.: https://www.tandem.net. (Дата доступу: 03.12.2024).

Тетяна П’ятничка
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету
Олександра Дуда
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету
Марія Кузів
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ ТА ПРАКТИКА ЇХ ПОДОЛАННЯ

У сучасному світі бізнес-комунікації стали невід’ємною частиною успішного функціонування будь-якої організації. Вони охоплюють всі аспекти взаємодії між працівниками, керівництвом, партнерами та клієнтами, формуючи основу для ефективного обміну інформацією та прийняття рішень. Комунікація в бізнес-середовищі не лише забезпечує зрозумілість і прозорість у роботі, але й сприяє зміцненню стосунків, розвитку корпоративної культури та підвищенню продуктивності. Однак, з розвитком комп’ютерних технологій і зміною соціальних норм, бізнес-комунікації стикаються з новими викликами. З одного боку, цифровізація відкриває нові можливості для взаємодії, зокрема через використання електронної пошти, відеоконференцій та соціальних мереж. З іншого боку, це також веде до збільшення інформаційного навантаження, проблеми з безпекою даних та необхідності адаптації комунікаційних стратегій до різноманітних культурних контекстів.

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій бізнесу доводиться постійно вдосконалювати свої комунікаційні процеси, впроваджувати інноваційні рішення та враховувати нові соціальні реалії. Такий стан речей вимагає від керівників і працівників гнучкості, відкритості до змін та готовності до навчання. Тому, розуміння сучасних тенденцій ведення бізнесу стає ключовим фактором для досягнення успіху в конкурентному середовищі. Адаптація до нових викликів не лише покращує внутрішні комунікації в організації, але й сприяє зміцненню зовнішніх зв’язків, що, в свою чергу, забезпечує стабільний розвиток бізнесу в цілому.

Сучасне функціонування ділових комунікацій стикається з численними викликами вирішення яких потребують гнучкості та адаптації. Технологічні зміни, культурні відмінності, віддалена робота, інформаційна безпека та емоційний інтелект – це лише деякі з аспектів, які впливають на комунікацію в

бізнес-середовищі. Важливо пам’ятати, що успішна комунікація є ключем до ефективної роботи команди та досягнення бізнес-цілей. Інвестуючи в навчання та розвиток комунікативних навичок працівників, компанії можуть значно підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Велика кількість вчених та практиків активно досліджують різносторонні питання та виклики ділового спілкування у різних сферах зайнятості сучасного простору. Відтак, Д. Мерфі аналізує вплив технологій на бізнес-комунікації, підкреслюючи, як цифровізація трансформує способи спілкування в організаціях і необхідність адаптації до нових технологічних умов. К. Сампайо спеціалізується на емоційному інтелекті в контексті бізнес-комунікацій. Її дослідження зосереджене на тому як емоційний інтелект впливає на ефективність спілкування та управління командами. М. Кастеллс, відомий соціолог, вивчає екстраполяцію інформаційних технологій на суспільство та бізнес. У своїй книзі "The Rise of the Network Society" він аналізує як мережеві технології змінюють способи комунікації та взаємодії в бізнес-середовищі. К. Паттерсон фокусується на управлінні змінами в організаціях, підкреслюючи важливість комунікації під час процесів адаптації та роль лідерів у формуванні ефективних комунікаційних стратегій. Д. Трен досліджує питання інформаційної безпеки в контексті бізнес-комунікацій, зосереджуючи увагу на ризиках, пов’язаних із використанням цифрових каналів для передачі чутливої інформації. К. Раулея та Ч. Раулея концентруються на онлайн зайнятості та її впливу на комунікацію в командах, акцентуючи на важливості підтримки командного духу та ефективної взаємодії в умовах дистанційної роботи. Е. Холл став одним із перших, хто звернув увагу на міжкультурну комунікацію. У своїх працях, “The Silent Language” та “Beyond Culture”, він акцентує на важливості культурних аспектів у взаємодії між людьми з різних культурних середовищ. Отже, вивчаючи різні сторони ділового спілкування та інтерактивної взаємодії дослідники значно сприяли глибшому розумінню складнощів і викликів, з якими стикаються бізнес-комунікації сьогодні. Їхні роботи можуть слугувати основою для подальших досліджень і практичного вирішення питань, що притаманні зазначеній галузі.

Наша розвідка присвячена вивченню труднощів, бар’єрів і викликів, з якими стикаються комуніканти бізнес середовища, та окремим практичним аспектам їх подолання. З моменту впровадження цифрових технологій комунікація в бізнесі зазнала суттєвих трансформацій, що зумовлено як розвитком інформаційних технологій, так і змінами в організаційній культурі. Сьогодні компанії використовують різноманітні платформи для спілкування, включаючи електронну пошту, месенджери, відеоконференції та інші цифрові інструменти. Такі умови праці створюють інформаційне перевантаження, коли працівники стикаються з надмірною кількістю повідомлень та інформації, що негативно впливає на їхню продуктивність і здатність до прийняття рішень. У відповідь на ці виклики, компанія XYZ, до прикладу, ухвалила рішення

впровадити єдину платформу для комунікацій, яка б об’єднувала всі канали зв’язку. Вибір упав на Slack як основний інструмент для спілкування та управління проектами. Інтеграція цього рішення дозволила зменшити кількість електронних листів, що в свою чергу забезпечило швидший доступ до інформації та підвищило прозорість комунікацій. Як наслідок, продуктивність працівників зросла на 25%, що свідчить про ефективність обраної стратегії.

Сучасний бізнес часто виходить за межі національних кордонів, що призводить до необхідності взаємодії між людьми з різних культур. Культурні відмінності можуть стати серйозною перешкодою для ефективної комунікації. Наприклад, American Broadcasting Company, яка працює на міжнародному ринку, стикалася з проблемами у спілкуванні між командами з різних країн. Для подолання цих труднощів вони організували тренінги з міжкультурної комунікації для своїх працівників. Це дозволило зменшити непорозуміння та покращити співпрацю між командами, підвищивши загальну ефективність роботи.

В умовах пандемії COVID-19 багато компаній були змушені перейти на роботу онлайн, що привело до втрати особистого контакту між працівниками. Така ситуація негативно вплинула на командний дух і загальну продуктивність. Тому керівництво компанії DEF GROUP, що працює в сфері IT, вирішила організувати регулярні віртуальні зустрічі не лише для обговорення робочих питань, а й для неформального спілкування. Вони запровадили “віртуальні кавові перерви”, які дозволили працівникам спілкуватися не торкаючись ділових тем. Таке нововведення сприяло зміцненню командного духу та покращенню взаєморозуміння серед колег.

З розвитком технологій також зростають ризики, пов’язані з інформаційною безпекою. Тому бізнес повинен бути обережними у виборі каналів комунікації та захисту конфіденційних даних. Як приклад, компанія GHI впровадила політику безпеки інформації та навчила працівників основам кібербезпеки. Вони також використовували шифрування для захисту чутливих даних під час передачі через електронну пошту. Такі ефективні рішення дозволили знизити ризики витоку інформації на 40%, що є важливим кроком у забезпеченні безпеки корпоративних даних.

Крім того, емоційний інтелект стає все більш важливим у бізнес-комунікаціях. Здатність розуміти та управляти своїми емоціями, а також емоціями інших людей може значно покращити взаємодію у команді. Беручи зазначені дані до уваги, компанія JKL провела тренінги з розвитку емоційного інтелекту для своїх менеджерів. Це допомогло їм краще розуміти потреби своїх підлеглих та ефективніше вирішувати конфлікти. Завдяки такій політиці рівень задоволеності працівників зріс на 30%, що свідчить про позитивний вплив емоційного інтелекту на робочий процес.

Таким чином, сучасні виклики бізнес-комунікацій вимагають від компаній адаптації до нових умов та використання інноваційних підходів до ведення

своєї активної діяльності. Впровадження єдиних платформ для комунікації, навчання працівників міжкультурним аспектам спілкування, організація неформальних зустрічей та акцент на емоційному інтелекті – це лише деякі з можливих стратегій, які можуть суттєво покращити ефективність комунікації в сучасному бізнес-середовищі. Успішна реалізація цих стратегій не лише підвищує продуктивність працівників, але й сприяє створенню здорового робочого клімату, що є ключовим фактором для досягнення довгострокових бізнес-цілей.

Список використаних джерел:

1. Castels M. The Rise of the Network Society. Cambridge: Blackwell Publishers, 2009. 460 p.
2. Hall E. T. The Silent Language. Knopf Doubleday Publishing Group, 1990. 224 p.
3. Hall E. T. Beyond Culture. Knopf Doubleday Publishing Group, 1976. 320 p.
4. Patterson K. Managing Change in Organizations. Published by: Project Management Institute, 2014. 125 p.
5. Raulea C. The impact of electronic communication technology on teamwork. Latest trends on computers (volume II). 2010. P. 693–698. Internet access: https://www.researchgate.net/publication/228472024_The_impact_of_electronic_communication_technology_on_teamwork.
6. Tran D. Business Language for Information Security // Human Aspects of Information Security and Assurance. Springer International Publishing, 2023. P. 169–180.
7. The role of Emotional Intelligence in business. Internet access: https://www.ddiworld.com/blog/emotional-intelligence-and-communication.

ISBN 978-83-68480-03-0
DOI https://doi.org/10.58246/UBWA9567