МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СУЧАСНІ МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

КИЇВ – 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СУЧАСНІ МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
Том IV

КИЇВ – 2020

УДК 327+341.238+339.9 [081]

Рекомендовано до друку
Вченою радою Факультету міжнародних відносин НАУ
(протокол № 3 від 22.04.2020)

Науковий редактор – Волошин Ю.О., доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України, декан фокультету міжнародних відносин НАУ.

Рецензенти:

Філіпп Флурі (Philipp Fluri), PhD, Женевський центр політики безпеки, запрошений професор Школи дипломатії та міжнародних відносин Університет Сетон Холл.

Войцех Велскоп (Wojceh Welskop), доктор габілітований Республіки Польща, професор, ректор Вищої школи бізнесу і наук про здоров'я (м. Лодзь, Республіка Польща).

Сучасні міжнароні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю. О. Волошина – Київ: Національний авіаційний університет, 2020. - 152 с.

У виданні представлено матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії та практики», згруповані відповідно до напрямів розгортання дискусії: Україна й Європа: цінності та стандарти; гуманітарні виклики і міжнародне право; міжнародна інформація: вимір інформаційної безпеки; міжнародні економічні відносини: аспект безпеки; роль ЗМІ і цифрової культури у політичних процесах; мовленнєві процеси у сучасному політичному дискурсі; роль глобальних процесів у формуванні рекламних та піар-комунікацій; інформаційно-комунікаційні технології у міжнародних відносинах та ін. Роботи опубліковані в авторській редакції.

УДК 327+341.238+339.9 [081]
© Національний авіаційний університет

ЗМІСТ

8. Мовленнєві процеси 6

Гончаренко-Закревська Н.В. Комунікативні компетентності здобувачів вищої освіти: вимоги міжнародного стандарту 7

Бєлканія Н.В., Світич Л.М. Розвиток особистості в аспекті інтеграції України в освітнє середовище Європи 13

Василишина Н.М. Впровадження макростратегій у процесі формування професійної іншомовної комунікативної компетентності магістрів сфери туризму 18

Верховцова О.М. Стилістичні особливості політичних публікацій 29

Глуцька Т.В., Сандовенко І.В. Топоніми в політичному контексті.....37

Горелік Н.А. Добровольська О.С. Ткачук С.П. Аналіз мовленневих процесів у сучасному політичному дискурсі 44

Гундарєва В.О. Місце і значення політичної і юридично-правової лексики під час вивчення дисципліни „ іноземна мова спеціальності. Міжнародне право.” 50

Жудро О.В. Міграційні процеси як об’єкт особливої уваги в умовах стрімких глобальних змін 55

Зачепа І. М., Михайлова В. І. «Ввічливість» як компонент міжкультурної компетенції.....62

Мельник Є.Ю. Французька мова та концепція франкофонії у сучасному світі 69

Ржевська Д.О. Особливості функціонування орнітонімів для передачі почуттів у художньому мовленні 79

Скирда Т.С. A rapid decline of international academic mobility 2020/ Швидка рецесія міжнародної академічної мобільності 2020 87

9. PR 97

Дудник І.М., Борисюк О.А. Про роль регіональних студій в професійній підготовці фахівців з міжнародних відносин. 98

Беркова О.П. Роль економічної стратегії в туристичному бізнесі.....108

Markhonos S. Turlo N. Health resort complex as a component of development of medical tourism in Ukraine 114

Пестушко В.Ю. Вплив пандемії короновірсу (COVID 2019)

на розвиток туризму 119
Ткачук Л.М. Катаной А.Д. Створення бренду міста як ефективний інструмент його позиціювання на міжнародному туристичному ринку 126
Уварова Г.Ш. Міжнародний туризм: сучасні тенденції і перспективи розвитку 136
Фокін С.П. Міжнародний гральний бізнес як чинник розвитку туризму 143

8. МОВЛЕННЄВІ ПРОЦЕСИ

УДК 378:006(100)(045)

Гончаренко-Закревська Н.В.,
кандидат педагогічних наук,
завідувач кафедри іноземних мов ФМВ
(Національний авіаційний університет, м. Київ)
https://orcid.org/0000-0002-4393-9750

КОМУНІКАТИВНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ВИМОГИ МІЖНАРОДНОГО СТАНДАРТУ

Головним завданням сучасного освітнього процесу є створення такого середовища, яке б сприяло формуванню комунікативної компетентності студентськоїмолоді. Проте, використання лише традиційних методів навчання не дозволяє створити належних умов для опанування та розширення навичок, необхідних для набуття даної компетентності. Саме тому, слід використовувати сучасні методи та засоби, які дозволяють урізноманітнити освітній процес, зробити його максимально наближеним до реального спілкування, здатного спонукати студентів до критичного мислення, пізнавальної діяльності. Процес формування комунікативної компетентності студентів буде успішним лише за умови підвищення мотивації, творчої активності під час навчання. Отже, перед викладачем постає необхідність створення сприятливих умов, які б сприяли формуванню у них комунікативної компетентності шляхом мотивування, за якого уможливлюється розвиток інтелектуальних і комунікативних здібностей студентів: контактність; комунікабельність; вміння слухати та вислуховувати; толерантне ставлення до чужої думки; вміння висловлюватися, аргументувати і відстоювати власну позицію; стимулювати співрозмовника до продовження спілкування; неконфліктність; коректність; адекватне оцінювання ситуації спілкування.

Комунікація – процес двостороннього обміну інформацією, що веде до взаємного порозуміння [6]. Комунікативний потенціал особистості складається з трьох складових: комунікативні

властивості особистості, які характеризують розвиток потреби індивіда у спілкуванні; комунікативні здібності, тобто ініціативність в спілкуванні; комунікативна компетентність, що виражається у знанні норм та правил спілкування [4]. На думку Ю.Жукова, комунікативна компетентність є сукупністю знань, умінь та навичок, які забезпечують налагодження та підтримку необхідних контактів з іншими людьми[3]. Проблемами формування компетентностей під час навчання займаються не лише науковці, але й міжнародні організації, серед яких ЮНЕСКО, ПРООН, ЮНІСЕФ, Рада Європи, Міжнародний департамент стандартів, Організація Європейського Співробітництва та розвитку та ін. Згідно визначення Міжнародного департаменту стандартів для навчання досягнення та освіти, поняття "компетентність" варто розглядати як здатність здійснювати кваліфіковану діяльність, виконувати поставлені перед особистістю завдання та функції, спрямовані на досягнення визначених стандартів у тій чи іншій діяльності [4]. Існує безліч чинників негативного характеру, які впливають на формування комунікації студентської молоді, серед них перше місце посідають стереотипи – спрощені думки щодо окремих осіб або ситуації, в результаті яких немає об'єктивного аналізу і розуміння людей, ситуацій, проблем; упередженість думок, що виражається у суперечності власним поглядам; погані відносини між людьми внаслідок конфліктів; відсутність ентузіазму під час діалогу; зверхнє ставлення до фактів; помилки у побудові висловлювань; невірний вибір стратегії або тактики спілкування. Дослідники виокремлюють такі складові комунікативної компетентності особистості, а саме: орієнтованість у різноманітних ситуаціях спілкування; спроможність до ефективної взаємодії з оточуючими завдяки розумінню себе й інших; контактність; саморегуляція комунікативних дій; знання, уміння та навички конструктивного спілкування [6].

У структурі комунікативної компетентності студентської молоді виокремлюють когнітивний, емоційно-оцінний та поведінковий компоненти. До складу когнітивного компонента входять правила ділового етикету та інтеркультурних умовностей,

засобів впливу на людей; вміння формувати імідж, знання засобів і прийомів встановлення контактів; адекватна самооцінка; знання нормативної та професійно-орієнтованої комунікативної культури. Емоційно-оцінний компонент комунікативної компетентності студентської молоді містить у собі мотиви та зацікавленість у виборі співрозмовника; прийняття себе та інших. Поведінковий компонент являє собою уміння розуміти закодовані вербальні та невербальні повідомлення, які свідомо або несвідомо надсилає співрозмовник, володіння технікою впливу, адаптивністю у кожній ситуації [3]. Отже, комунікативна компетентність поєднує в собі такі складові: цінності, мотиви, знання, уміння, навички, риси та якості, які притаманні певній особистості. Серед яких, найбільш значущими складовими є уміння та готовність йти контакт з людьми, будувати діалог, управляти своїм внутрішнім емоційним станом, раціонально вирішувати конфліктні ситуації тощо. Варто зазначити, що основними джерелами набуття комунікативної компетенції є: читання різноманітної літератури, відвідування театру та кіно, досвід народної культури, знання мов спілкування, досвід спілкування в різних сферах діяльності, з яких людина отримує інформацію про характер комунікативних ситуацій, особливості міжособистісної взаємодії та засоби їх вирішень.

З огляду на зазначене, комунікативну компетентність варто розглядати з точки зору структурного феномену, який містить в собі цінності, мотиви, установки, соціальнопсихологічні стереотипи, знання, уміння, навички. На думку О. Корніяка, комунікативна компетентність реалізує у процесі діяльності й спілкування три основних функції: комунікативну, перцептивну та інтерактивну, об'єднує у своєму складі три групи здатностей. Комунікативно-мовленнєва здатність, об'єднує такі вміння: отримання та адекватне сприйняття суті отриманої інформації; продукування власних думок в усній та письмовій формах. Соціально-перцептивна визначається здатністю сприймати і розуміти індивідуальність іншої людини. Вона передбачає наявність умінь: розуміти психологічну й особистісну сутність кожної людини; бути здатним до емпатії, прояву толерантності,

тактовності; здатність до самоаналізу [5]. Інтерактивна здатність визначається як вмінням організовувати і регулювати взаємодію та взаємовплив й досягати взаємопорозуміння. Дана здатність об'єднує такі вміння: знання соціально-комунікативних норм та правил поведінки; адаптивність; саморегуляція; вміння розв'язувати конфлікти. Зазначимо, що у процесі формування комунікативної компетентності важливу роль відіграють перцептивні та експресивні навички особистості, розглянемо кожну з них більш детально. Перцептивні навички особистості проявляються в умінні керувати своїм сприйняттям і організовувати його: правильно, оцінювати соціально-психологічний настрій співрозмовника; встановлювати необхідний контакт; прогнозувати подальший "хід" спілкування. Експресивні навички особистості варто розглядати як систему умінь, що створюють єдність усіх фізіологічних та психологічних процесів людини. По своїй суті - це навички самоврядування виразною сферою комунікативно виконавчої діяльності. Зв'язок емоційно-психологічної саморегуляції з виразністю є органічний зв'язок внутрішнього й зовнішнього психологічного. Це прагнення й забезпечує зовнішнє поводження, виразні дії особистості в спілкуванні. Експресивні навички особистості проявляються як культура мовних висловлювань, що відповідають нормам усного мовлення, жестів і пластики поз, мовного тону й мовної гучності [1]. Оскільки сформована комунікативна компетентність особистості має бути одним з кінцевих результатів навчання, виникає необхідність підбору необхідни прийомів і методів для її формування, які повинні сприяти самоорганізації та самоуправлінню студентської молоді.

Педагогічна теорія та практика налічує декілька типів класифікації методів навчання, а саме: пасивні, активні та інтерактивні. Однак, з огляду на досліджувану проблему, розглянемо лише активні та інтерактивні методи навчання. В межах застосування активних методів, студент виступає суб'єктом навчання, виконує творчі завдання, вступає з іншими у конструктивний діалог. Інтерактивне навчання побудоване на взаємодії та співробітництві, його суть полягає у взаємодії

та співробітництві усіх суб'єктів освітнього процесу [1, 144]. Інтерактивний метод навчання значно сприяє покращенню комунікативних навичок у студентів. Сутність даного методу полягає в інтенсивному колективному спілкуванні, зі зміною різних видів комунікативної діяльності, для того, щоб студенти змогли використати отриманий під час навчання досвід в реальних ситуаціях. Інтерактивні методи, здебільшого, припускають моделювання реальних життєвих ситуацій, спільне рішення проблем, рольові ігри. Означені методи є підґрунтям для ефективного формування комунікативної компетентності студентської молоді за рахунок того, що вони створюють атмосферу співробітництва та взаємодії. Використовуючи такі інтерактивні форми навчання, як організаційно-діяльнісна гра, науково-практична конференція та навчальний проект, формують базову універсальну комунікативну практику, адже саме в рамках ігрової ситуації відбувається обговорення тверджень чи доказів, використання відомих та маловідомих фактів, наукових висновків та пропозицій, припущень. Формування комунікативної компетентності вимагає переорієнтації викладача на особистісно-діяльнісну модель взаємодії, що передбачає: активне залучення студентів до пошукової навчально-пізнавальної діяльності, організованої на основі внутрішньої мотивації, організацію спільної діяльності, партнерських стосунків; забезпечення діалогового спілкування не лише між викладачем та студентом, але й в студентському середовищі зокрема [4]. Ще одним ефективним методом формування комунікативної компетентності є метод дискурсу, який надає можливість обміну індивідуальними ціннісно-смисловими відмінностями. Даний метод розв'язує різноманітні внутрішньо-особистісні проблеми студента, дає можливість для пошуку і зміцнення позитивних еталонів у комунікативній поведінці відносно себе, розвиває уміння вислуховувати, тощо [1].

Таким чином, комунікативну компетентність студентської молоді слід визначати як складне інтегроване утворення, яке поєднує в собі знання, уміння та навички, здатності особистості, показники загальної культури, вміння спілкуватися з людьми.

Важливими умовами формування комунікативної компетентності студентської молоді, при цьому, слід вважати створення викладачами мотиваційної основи студентів щодо оволодіння ними технологією компетентного спілкування, а також використання активних та інтерактивних методів навчання тощо. Перспектива подальших досліджень полягає у обґрунтуванні психолого-педагогічних умов формування комунікативної компетентності студентської молоді та розробці моделі формування комунікативної компетентності студентської молоді.

ЛІТЕРАТУРА

1. Добротвор О.В. Умови формування комунікативної компетентності молоді в навчальному процесі/Добротвор О.В.// Наук. вісн.кафедри ЮНЕСКО Київ.держ.лінгвіст.ун-ту:Мова, освіта,культура: наук. парадигми і сучас. світ. – Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія (фахове видання з філологічних, педагогічних та психологічних наук).–№18.– К.,2009.–С.154–159.

2. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение /Ю.Н.Емельянов.–Л.: ЛГУ,1985.–168с.

3. Жуков Ю.М. Диагностика и развитие компетентности в общении /Ю.М. Жуков, Л.А.Петровская, П.В. Растянников.–М.:1990. –104с.

4. Кайдалова Л.Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців фармацевтичного профілю у вищих навчальних закладах: монографія/Л.Г.Кайдалова. –Х.:НФаУ,2010.–364с.

5. Корніяка О.М. Розвиток комунікативної компетентності особистості в сучасному соціокомунікативному просторі/ О.М.Корніяка // Матеріали ІІ Всеукраїнського психологічного конгресу, присвяченого 110 річниці від дня народження Г.С.Костюка (19-20квітня 2010 року). – К.:ДП "Інформаційно-аналітичне агентство",2010.–Т.І.–С.140–145. 6.Стеценко Н.М. Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки сучасного фахівця / Стеценко Н.М. // Педагогічний альманах: зб.наук. праць/редкол. В.В.Кузьменко та ін. – Херсон: КВНЗ "Херсонська академія неперервної освіти", 2016.–Випуск 29.–С.185 –191. REF

УДК 37.01/.09: 327/477+ 37/4 (075)

Н.В.Бєлканія, ст. викладач,
(Національний авіаційний університет, Київ)
ORCID:0000-0002-2149-5597
Л.М. Світич, ст. викладач,
(Національний авіаційний університет, Київ)
ORCID: 0000-0002-8214-8281

РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ В АСПЕКТІ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ЄВРОПИ

Освітні процеси 21-го століття значно відрізняються від тих, учасниками яких були студенти та викладачі 25-30 років тому. За цей час світ зазнав неабиякої трансформації не тільки у всіх галузях людської діяльності, а також у формуванні свідомості окремої особистості в контексті глобального соціуму.

Основним завданням даного дослідження є аналіз складових формування у студентів когнітивних навичок та методів навчання іноземних мов, які сприяють максимальній самореалізації сучасної української молоді. Метою цього аналізу є залучення його висновків до створення навчального простору, в якому однаково успішно можуть розкривати свій інтелектуальний потенціал як студенти, так і викладачі.

Актуальність дослідження визначається необхідністю доповнення сучасної освітньої парадигми концепціями разширеного , глобального світосприйняття (global awareness), що є одною з ключових компетенцій сьогодення.

В 2002 році В США об'єднанням представників національного бізнесу, експертів з питань освіти та інших галузей (понад 2000 структур) була створена неприбуткова організація Partnership for 21st Century Skills, з метою визначення ключових навичок 21-го століття для всіх студентів. Серед головних були названі наступні :

- Критичне мислення та здатність вирішувати проблеми
- Творчість та інновації
- Міжкультурне порозуміння

- Інформаційна взаємодія та медіа-грамотність
- Інформаційно-комунікаційні технології
- Кар'єра та самостійне навчання

Ця організація згодом змінила назву на Partnership for 21st Century Learning, або P21 і на основі досліджень визначила глибші компетентності навчання в 21 столітті FourCs [1] :

- Співпраця
- Інформаційна взаємодія
- Критичне мислення
- Творчість

Переважна більшість закладів освіти Європи та світу включили ці орієнтири в свої навчальні плани. Міністерство України у вересні 2019 року сповістило , що «Британська Рада спільно з МОН підготують 75 тренерів для інститутів післядипломної педосвіти, які навчатимуть вчителів інтегрувати розвиток навичок XXI століття в межах різних предметів». Курс «Ключові уміння XXI століття» був розроблений Великобританією для їхніх закладів. В результаті вчителі навчаються створювати умови для розвитку критичного мислення, співпраці, цифрової грамотності та здатності вирішувати проблеми. В межах проекту курс переклали та адаптували до української системи освіти» [2].

В Законі України про Освіту стверджується, що «метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору» [3].

Навчання мовам, як і іншим дисциплінам, в сучасному академічному просторі зобов'язує освітян враховувати світосприйняття своїх студентів з метою побудування рівноправного діалогу в процесі інтелектуальної співпраці.

Інноваційні практики світових лідерів освіти, а саме навчальних закладів Фінляндії, Сінгапуру, Сполучених Штатів Америки та інших країн, побудовані на створенні високотехнологічних навчальних майданчиків (hubs), на базі яких учні та студенти опановують ті, чи інші науки. Але без концепції розвитку емоційного інтелекту(EQ), створення атмосфери довіри та взаємонавчання (peer learning) ефективність цих підходів була б під сумнівом. В епоху цифрової революції експерти освіти наголошують на гармонійному поєднанні сучасних технологій з загальнолюдськими цінностями щодо виховання особистості.

Серед читачів науково-популярної літератури, насамперед, серед міленіалів, так називають соціологи покоління, яке народилось в період з 1980-х до початку 2000-х, набирають популярності дослідження професора Стенфордського Університету Керол Дуек щодо поняття мислення зростання або Growth Mindset. В одній із своїх книг, яка називається Mindset (спосіб мислення), вона пояснює, чому ми чинимо так, чи інакше в нашому житті, що впливає на прийняття наших рішень. Професор Дуек є визнаним дослідником в галузі мотиваційних теорій. Провідною з них є теорія розподілу способів мислення на 2 види: fixed mindset – мислення в межах заданих здібностей та growth mindset- мислення зростання. Теорія К.Дуек спирається на наукові дослідження в галузі нейропсихології, які доводять, що наш мозок не є даністю з певним набором інтелектуальних здібностей, які ми успадкували, а навпаки- йому властива гнучкість і він піддається якісному перетворенню.

Отже, міленіалам у віці 30+ дуже близька тема вдосконалення своїх професійних знань та навичок і ми спостерігаємо надзвичайне зростання інтелектуальної активності цього покоління, вони знаходяться в процесі постійного когнітивного розвитку і добре розуміють, що зупинятись на цьому шляху небезпечно. Певною мірою це прагнення саморозвитку передається їх дітям, яких ми навчаємо сьогодні в університетах та коледжах. Але на жаль, покоління дітей, які народились в 2000 і кілька років по тому, не можна назвати таким же вмотивованим до навчання, як їхні батьки. І цьому є пояснення - кращі умови

життя, сучасні технології та неосяжний світ розваг створюють у них ілюзію безхмарного життя, коли всі проблеми вирішуються за допомогою смартфона.

З метою створення психологічного портрета сучасного середньостатистичного студента нами було проведено анонімне анкетування англійською мовою серед 230 студентів різних курсів. Після обробки результатів ми дійшли висновку, що саморозвитком займаються 37% з опитаних, 30% зазначили, що віддають перевагу отриманню знань за межами університету, тобто на спеціальних курсах чи семінарах, 43 % визнали неефективність університетської освіти та відсутність належного технічного забезпечення, 32% вказали на необхідність працювати, що негативним чином впливає на їхню успішність.

В питаннях щодо типу мислення були отримані наступні дані: серед 1 та 2 курсу було виявлено 36% студентів з fixed mindset – мислення в межах заданих здібностей. Серед старших курсів представників цього типу мислення було виявлено значно менше- 9 %.

Цей результат підтверджує вірність теорії Дуек про хибність сприйняття своїх здібностей як заданого-незмінного потенціалу, адже протягом навчання мозок поступово стає тою функціональною матрицею, яка визначає спосіб мислення. Після ознайомлення з результатами опитування студенти охоче розробляли плани особистісного розвитку на заняттях з іноземної мови, готували доповіді та презентації про дослідження щодо роботи мозку та його функцій.

Подальша навчальна дяльність в даних студентських групах відрізнялась більш творчими здобутками та готовністю братись за складні проекти .

Втім, не варто тішитись тим, що все чудово вирішується природним чином. Ми добре усвідомлюємо, що з певних причин, студенти часто втрачають мотивацію, виправдовуючи себе тим, що вони не здібні до тої, чи іншої науки. У бесіді з кореспонденткою «Стенфорд ріпорт» Лізою Трей, професор Керол Дуек, сказала, що самотеорії людей про інтелект мають глибокий вплив на їх мотивацію до навчання. Ті, хто дотримується

«фіксованої» теорії (fixed mindset), в основному переймаються питанням своєї розумності - вони віддають перевагу завданням, які вони вже можуть виконувати добре, і уникають тих, в яких вони можуть помилитися, та не виглядати розумними. Натомість, за її словами, люди, які вірять у теорію зростаючого інтелекту, прагнуть кинути виклик собі, щоб покращити свої здібності, навіть якщо спочатку це їм не вдається [4].

Безперечно, 21-е століття вимагає особливих компетенцій від нашої молоді і від того, яке навчальне середовище ми створюємо для наших студентів, залежить подальший розвиток нашої країни. Не чекаючи на покращення матеріально-технічної бази, особливо сьогодні, коли світ стоїть на порозі чергової економічної кризи, освітяни активно використовують всі можливі засоби для забезпечення належного рівня передачи знань студентам. І в цьому їм допомогають фахівці з різних галузей науки. Варто звернути увагу на ті методи, якими користуються в багатьох країнах прихильники теорій К.Дуек. Це методи стимулювання та створення умов додаткової мотивації студентів через систему ціннісних критеріїв, які спряють позитивному самоусвідомленню студентами своїх здібностей та спонукають до творчого та інтелектуального зростання.

Список використаних джерел та літератури

1. 21st century skills [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/21st_century_skills#Partnership_for_21st_Century_Skills_(P21)

2. Освітян навчать інтегрувати навички XXI століття у свої предмети-Британська Рада та МОН підготують 75 тренерів для ІППО // Міністерство Освіти і Науки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mon.gov.ua/ua/news/osvityan-navchat-integruvati-navichki-21-stolittya-u-svoyi-predmeti-britanska-rada-ta-mon-pidgotuyut-75-treneriv-dlya-ippo

3. Закон України про Освіту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19

4. Psychology professor discusses ‘growth’ versus ‘fixed’ mindsets // Stanford Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://news.stanford.edu/news/2007/february7/videos/179.html

УДК 37.01/.09+111+ 316.4+ 378+379.8 (045)

Н.М. Василишина,
канд.пед.наук,доцент
(Національний авіаційний університет, Київ),
ORCID: 0000-0002-0003-9998.

ВПРОВАДЖЕННЯ МАКРОСТРАТЕГІЙ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАГІСТРІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Становлення України як незалежної держави та її входження у Європейську та світову спільноту відбувається на фоні процесів глобалізації, яка створює передумови для зростання міжетнічної взаємодії представників різних народів та культур. Країни та народи активно співпрацюють та взаємодіють в усіх сферах життя на різних стадіях – від особистісного спілкування до міжнародних переговорів на вищих рівнях, використовуючи останні досягнення інформаційних технологій. Суспільство уже давно не стоїть перед дилемою – брати участь у нових міжнародних відносинах чи не брати, адже інтернаціональні стосунки уже давно змінили свої риси, а переформування соціальних, культурних, економічних та політичних умов розвитку світу встановлює нові правила гри для всіх учасників світового співіснування без винятку. Результатом цього є актуалізація факторів, які дозволяють досягти ефективної міжкультурної взаємодії. Серед таких факторів перш за все слід виділити розуміння проявів іншої культури, визнання іншої культурної самобутності, уміння налагоджувати діалогічні відносини та йти на розумний компроміс з іншими людьми [1; 10].

Загальноприйнятий та багаторівневий сучасний процес взаємодії усіх світових систем вимагає певного ефективного посередництва, що фактично може бути здійсненим лише завдяки

комунікації, яка, у свою чергу, поступово змінює форму свого безпосереднього вираження та висуває нові вимоги до учасників інтеракції. Неймовірні потенції інформаційних технологій та глобалізації уже кардинально змінили процеси виробництва, фінансових ринків, їхній вплив спостерігається у соціокультурних відносинах. Отож не дивно, що нові умови світового розвитку є вирішальним чинником творення нових міжкультурних комунікаційних характеристик.

Тривалий час міжнародний туризм є однією з найшвидше прогресуючих галузей світового господарства. В XXI столітті туризм перетворився ще й на дієвий інструмент пізнання навколишнього світу і міжкультурного діалогу. Прагнення, поєднуючи відпочинок та освіту, розширити власний світогляд, зануривши себе у вир життя в інших країнах і регіонах світу, збільшити свою соціальну мобільність і професійну універсальність стають основною мотивацією нової гене- рації туристів. В умовах сьогодення у світі простежується стрімке зростання ролі міжнародного туризму. Таке становище обумовлене позитивними впливами індустрії на розвиток світової економіки та економічних систем окремих держав. За умов ефективного управління вітчизняна сфера туризму спроможна забезпечити позитивну динаміку економічного розвитку України. Але в наш час існує низка проблем національного туризму, серед яких особливе місце займає питання якісної професійної підготовки фахівців галузі. Одним із шляхів вирішення зазначеної проблеми є звернення до провідних ідей зарубіжного досвіду. У цьому контексті можна представити значний перелік країн, що становлять інтерес для вітчизняної туристської науки. Однією з таких країн є Туреччина, що пропонує якісні та відносно недорогі туристські послуги, які задовольняють запити середнього українського споживача та є доступними для нього. Географічне положення та рівень розвитку економіки Туреччини виявляються дещо схожими з характеристиками нашої країни, що вказує на подібні умови розвитку туристської сфери [6; 9].

На сьогодні Україна намагається приєднатися до євроінтеграційних процесів, які позитивно вплинуть на становлення та розвиток окремих галузей економіки. Це, у

свою чергу, надасть можливість створити нові робочі місця, поліпшити соціальну сферу, покращити товарообіг з країнами Євросоюзу. Сьогодні дослідження проблеми впливу чинників євроінтеграції на становлення, туризму України залишається актуальним у вітчизняній науці. Крім того, сучасні світові тенденції щодо попиту в сфері туризму формують нові туристичні послуги і ставлять перед вищою освітою завдання з підготовки конкурентоспроможних фахівців з туризму. Проблема підготовки магістрів з туризму надзвичайно актуальна, так як формування системи освіти в даній галузі виступає провідним фактором досягнення успіхів у професійній туристичній діяльності. Вимоги, які ставляться до бакалавра з туризму системою вищої професійної освіти, підсилюють потребу у формуванні компетентних, конкурентоспроможних фахівців, здатних до розв'язання складних завдань туристичної діяльності щодо професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг [2; 6; 9; 11].

Проте, туристична сфера України має цілий ряд проблем, що гальмують розвиток туризму: відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах; недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам; незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів; недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами; недосконаліть бази даних стосовно об'єктів туристичної сфери.

В рамках реалізації Державної програми розвитку туризму деякі проблемні питання були вирішені. З метою покращення ситуації у туристичній галузі було розроблено та прийнято Закон України «Про туризм», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні». У 2003 р. ухвалено нову редакцію Закону України «Про туризм». Розроблено Державну програму розвитку туризмуна 2002-2010 рр. Ці нормативні

документи обумовлюють основні напрямки та перспективи розвитку туристичної сфери України. На державному рівні проводиться адаптація вітчизняного туристичного законодавства до міжнародних норм, реструктуризується договірна база. На сьогодні укладено близько 40 міжнародних угод про співробітництво в галузі культури та туризму. Розвиваються міжнародні туристичні відносини через укладання двосторонніх договорів та співпрацю з провідними міжнародними інституціональними установами. За ініціативи низки міжнародних організацій на території України реалізуються спільні міжнародні проекти з метою збереження довкілля, поглиблення співробітництва, покращення економіко-соціального розвитку потенційно привабливих у туристичному плані регіонів [3; 4; 5].

Згідно Постанови Кабінету Міністрів України №507 від 24 травня 1997 «Про перелік напрямів і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями» підготовка кадрів кваліфікації магістрів галузі туризму здійснюється за напрямом 0504 «Туризм» та відповідними спеціальностями 242 «Туризм», 241 «Готельно-ресторанна справа» та «Менеджмент в туризмі». Підготовка відбувається за освітньо-кваліфікаційними рівнями: «бакалавр» (термін навчання 4 роки), кваліфікація – бакалавр з туризму (242»Туризм»), бакалавр з готельно-ресторанної справи (241 «Готельно-ресторанна справа») і «магістр» (термін навчання 1,5 роки), кваліфікація - магістр з туризму (242»Туризм») (туристичний та готельно-ресторанний бізнес), туризмознавець, екскурсознавець; кваліфікація - магістр із готельної та ресторанної справи (241 «Готельно-ресторанна справа»), професіонал із готельної і ресторанної справи [2; 6; 9].

Варто зауважити, що в рамках нашого дослідження вектор розгляду практико зорієнтованої підготовки буде спрямовано саме на фахівців сфери туризму освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр». Такий вибір обгрунтовується результатами аналізу освітньо-професійних програм підготовки магістрів сфери туризму, а саме: магістрів з туризму, магістрів з готельно-ресторанної справи, магістр з менеджменту в туризмі.

В Україні здійснюється підготовка фахівців всіх перелічених вище напрямів, проте незалежно від спеціалізації однією з постійних проблем для випускників ВНЗ стає недостатність здобутих практичних навичок, коли роботодавцям необхідно проводити навчання співробітників вже на робочому місці, втрачаючи не тільки час, а й кошти, що спричиняє до своєрідного парадоксу – підприємство ставить вимогу мати обов'язковий досвід роботи в туризмі при прийомі на нове місце праці в той час, як випускник ВНЗ не може здобути цього досвіду, оскільки не може знайти роботу з цієї ж причини.

У зв'язку зі зміною галузі підготовки, формуванням нових галузевих стандартів і якісною навчальною базою, програму підготовки магістрів з туризму переглянуто і зменшено кількість годин виробничої практики. Навчальним планом підготовки магістрів з туризму за спеціальністю 6.020107 „Туризм" передбачена підготовка загальним обсягом 1260 годин, з яких на виробничу практику виділено лише 180 годин. Істотне скорочення обсягу практичної підготовки підсилює її значення у навчальному процесі та вимагає налагодження ефективного співробітництва освітян і практиків задля повноцінного включення студентів у виробничі відносини певного сегменту туристичної галузі та всебічного використання його потенціалу [9; 11].

З метою запобігання відтворення негативних проявів усталених методів вважаємо за доцільне вказати на типові недоліки в організації професійно-практичної підготовки фахівців сфери туризму на сучасному етапі:

- декларативний характер договорів вищих навчальних закладів з туристичними організаціями;
- закріплення студентів за певними службами туристичного підприємства та опанування ними технології діяльності окремо взятого відділу, а не вивчення досвіду роботи в цілому;
- низький рівень набутого студентами досвіду, який ґрунтується на виконанні простих завдань та практичній відсутності намірів працівників галузі структурувати обсяг виконання студентами операцій;

- низький кваліфікаційний рівень задіяного персоналу підприємства для організації якісної практики та відсутність мотивації, перспективи кар'єрного росту для керівника практики з боку навчального закладу.

Отже, звідси можна зробити висновок, що на сьогодні в Україні туристична освіта знаходиться на досить високому рівні, особливо зі сторони теоретичного навчання, проте існують деякі проблеми щодо практичної підготовки потенційних кадрів в галузі туризму, спричинені доволі низьким рівнем взаємодії навчальних закладів та підприємств туристичної індустрії.

Провідні вітчизняні й іноземні вчені приділяють багато уваги моніторингу кон'юнктури та виявленню актуальних трендів розвитку світового туристичного ринку. Зокрема, тенденції розширення пізнавальної функції туризму та зростання попиту на освітні подорожі наголошуються в працях Любіцевої О.О., Бейдика О.О., Кіфяка В.Ф., Ільїної О.М., Олександрової А.Ю., Квартального В.О., Зоріна І.В. Мотиваційні аспекти освітніх подорожей висвітлені у дослідженнях з андрагогіки, зокрема в працях Колеснікової І.А.. За кордоном основним напрямком досліджень у цій сфері є виявлення технологічних особливостей організації освітніх турів та аналіз тенденції розуміння туризму як специфіч- ної форми освіти. Його розробляють Brent W. Ritchie, Neil Carr, Christopher P. Cooper, якими було запропоновано цікаву колективну монографію «Managing educational tourism» [2; 6; 9].

Аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що питання розробки змісту професійної освіти фахівців туристичної сфери постійно знаходяться в центрі уваги вчених. Зокрема, питаннями професійної підготовки фахівців з туризму займаються О. Бейдик, О. Любіцева, Л. Кнодель Л. Поважна, Е. Павлова, Л. Сакун, М. Скрипник, Ю. Сорокін, В. Федорченко, Н. Фоменко, Л. Чорна. Ролі практики в підготовці фахівців з туризму до професійної діяльності присвячено праці А. Агапова, В. Васильєва, Р. Давидова, І. Попова, М. Тарасова, М. Черезової, Г. Щуки. Різні аспекти проблеми розвитку системи освіти в Туреччині досліджували російські, зарубіжні та, зокрема, турецькі вчені Т. Коротько, К. Салімова, С. Ада (S. Ada), К. Айтач (K. Aytaç), Р. Будак (R. Budak),

З. Варлі (Z. Varli), А. Вілер (A. Wheeler), М. Ергюн (M. Ergün), Х. Метз (H. Metz), А.-М. Нол (A.-M. Nohl), З. Нурдан Байсал (Z. Nurdan Baysal), Д. Фретвелл (D. Fretwell), І. Шварц (İ. Schwarz). Питання розвитку професійної освіти в Туреччині висвітлено в роботах таких науковців, як М. Сойлемез, Д. Атлай Ишик (D. Atlay Işık), Е. Булут (E. Bulut), А. Гюльдем Джеріт (A. Güldem Cerit), Р. Гюнлю (R. Günlü), А. Дікіджі (A. Dikici), С. Йорюк (S. Yörük), Н. Нейішчи (N. Neyışcı), А. Уйсал (A. Uysal), Т. Финдик (T. Fındık), І. Шахін (İ. Şahin) [1; 2; 6; 9; 11].

На сучасному етапі становлення вищого навчального закладу актуальності набуває його інтегрування до міжнародної системи освіти, в тому числі й формування іншомовної комунікативної компетентності через активне вивчення іноземних мов.

Окремі дослідники вказують на важливість зв'язку іншомовної комунікативної компетентності з професійною і доводять, що ефективність роботи фахівця значною мірою залежить від того, наскільки у загальній структурі його предметно-технологічної підготовки інтегровано мовленнєву компоненту, а процес формування іншомовної професійної компетентності передбачає «накладання» іншомовних навичок на предметний зміст професії під час виконання професійних завдань. Тому в сучасних умовах модернізації вищої освіти України стратегічною метою у підготовці конкурентоспроможних фахівців науковці вважають формування іншомовної професійної компетентності.

В умовах активного розвитку міжкультурних контактів, сьогодні однією з обов'язкових вимог до кваліфікації сучасних професіоналів є вміння здійснювати професійно орієнтоване спілкування іноземною мовою. Кожен професіонал має володіти не лише фаховими знаннями, а й вибудовувати стратегію іншомовної комунікації з метою передачі співрозмовнику інформації, описувати явища, пояснювати факти та наводити аргументи для отримання бажаного ефекту [7; 8].

Практичною метою у навчанні іноземної мови визначається формування іншомовної комунікативної компетентності, тобто розвиток здатності здійснювати відповідну мовленнєву діяльність, психологічна структура якої включає низку компонентів, що варто

враховувати при розробці вправ для формування іншомовних навичок. До них відносяться мотиви (комунікативно-пізнавальні потреби); цілі (конкретний очікуваний результат); предмет (форма відображення зв`язків предметів та явищ реальної дійсності); засоби і способи (знання, навички і вміння формування і формулювання думки, де засобом є мова, а способом – мовлення) [7; 8].

Макростратегія 1. Створення сприятливих умов для навчання. Перша стратегія базується на загальновідомій теорії про те, що реально навчити мові когонебудь не можливо, можна лише створити умови, за яких буде відбуватись навчальний процес. Забезпечення цих умов не обмежується навчальними програмами чи підручниками, адже процес навчання є двостороннім. Сприятливі для навчання умови можуть створюватись як викладачем, так і студентом. Ми вважаємо, що дана педагогічна умова передбачає формування позитивної мотивації студентів щодо вивчення іноземних мов шляхом професійного спрямування їхнього змісту. Наш досвід викладання іноземної мови у ВНЗ доводить, що формуванню позитивної мотивації студентів сприяє метод проектів. Оскільки однією з вимог до майбутнього фахівця сфери туризму є досконале володіння іноземними мовами, реалізація першої макростратегії здійснювалась на основі створення дослідницьких, творчих, інформаційних проектів, розроблених англійською та німецькою мовами. Основним засобом визнано систему вправ і завдань, характерних для сфери туризму, що використовувалась та проходила апробацію на заняттях з дисципліни «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» [7; 8].

Макростратегія 2. Використання мовних ситуацій, створених студентами. Друга стратегія тісно пов’язана з першою. Згідно з нею, викладач і студент є співучасниками аудиторного обговорення. Викладач, маючи більшу порівняно зі студентом професійну компетентність і авторитет, все ж залишається учасником спілкування, що позбавляє його права ігнорувати ініціативу студента. Повертаючись до розробленою нами системи вправ та завдань, варто зазначити, що ми використовуємо професійно спрямовані до майбутньої діяльності аудиторні та позааудиторні вправи [7; 8].

Формування професійної компетентності фахівців сфери туризму є теоретичною основою у розробці системи вправ, а відібраний мовний та мовленнєвий матеріал дозволяє наповнити цю систему конкретним змістом і реалізувати її у 3 циклах (21 заняття), наведемо для прикладу:

– тема «The Tourism and Travelling» (Туризм і подорожування): 1. Travel (Подорож). 2. Tourism today (Сьогодення туризму). 3. What is your job? (Яка твоя професія?). 4. Writing a CV (Написання резюме). 5. IT and the travel industry (Використання інформаційних технологій в індустрії туризму). 6. Tips for travellers (Поради для подорожуючих). 7. The tourist industry (Туристична індустрія).

– тема «Accommodation and Catering» (Діяльність готелів та ресторанів): 1. Hotel facilities (Зручності готелів). 2. Reserving accommodation (Замовлення помешкання). 3. Checking into a hotel (Реєстрація у готелі). 4. Who's who in hotel and catering (Структура готелю та ресторану). 5. Welcoming customers to a restaurant (Запрошення клієнтів у ресторан). 6. Explaining the menu (Пояснення меню). 7. Dealing with complaints (Вирішення проблем). 8. Accommodation and catering (Діяльність готелів та ресторанів).

– тема «Tourism and Transportation» (Туризм і транспортування): 1. At the airport (В аеропорті). 2. Booking a ticket (Замовлення квитка). 3 Air travel (Подорож літаком). 4. Types of water holiday (Види морських подорожей). 5. Adventure holidays (Відпочинок з пригодами). 6. Tourism and transportation (Туризм і транспортування). Метою кожного заняття є формування професійної компетентності фахівців сфери туризму, високий рівень розвитку якої сприятиме їхньому ефективному функціонуванню у культурному розмаїтті навчального та професійного середовищ.

Метою кожного заняття є формування професійної компетентності фахівців сфери туризму, високий рівень розвитку якої сприятиме їхньому ефективному функціонуванню у культурному розмаїтті навчального та професійного середовищ [720].

Третя макростратегія — налагодження взаємодії між учасниками і четверта — активізація евристичних здібностей студентів взаємопов'язані й передбачають усвідомлену взаємодію студент–студент і студент–викладач, а саме: використання ділових

ігор для формування професійної компетентності в процесі вивчення іноземних мов. Авторами розроблені й використовуються ділові ігри відповідно до професійно зорієнтованих тем, а саме: «Категорії готелів. Обслуговування готелів», «Влаштування на роботу», «Запрошення до ресторану», «Роз'яснення меню», «Замовлення квитків», «Вирішення проблем щодо скарг клієнтів», «Транспорт у туризмі» [7; 8].

Досвід їх впровадження показав, що вони знижують тривожність, адже студент перестає функціонувати у мовленнєвій ситуації як об'єкт навчання. Беручи участь у діловій грі, він є суб'єктом комунікації, що актуалізує бажання студента адекватно сприймати змодельовану ситуацію [7; 8; 11].

Макростратегія 5. Вивчення лінгвістичного стимулу. П'ята стратегія базується на психолінгвістичних здібностях щодо мовного сприйняття та створення звуків мови, які включають швидку та схожу інтеграцію синтаксичного, семантичного та мовленнєвого феномену. Ця макростратегія передбачає використання ресурсів мережі Інтернет для формування професійної компетентності майбутніх фахівців, а саме: розроблення професійно орієнтованих веб-квестів. Авторами розроблено й апробовано веб-квести іноземними мовами (англійською, німецькою), метою яких є забезпечення ефективного засвоєння користувачами базової термінології і понятійного апарату гуманітарної та туристичної сфери, а також формування професійної компетентності на їх основі. Аналіз результатів, проведених після впровадження вищевказаних макростратегій/педагогічних умов, свідчить про зростання достатнього та високого рівня сформованості професійної компетентності студентів в процесі вивчення іноземних мов (з 8 % до 10,8 %) [6; 9; 10].

Проведений аналіз праць вітчизняних і закордонних науковців показав, що професійна іншомовна підготовка майбутніх фахівців з туризмознавства повинна базуватися на принципах неперервності освіти, професіоналізації, гуманізації, гнучкості навчальних курсів та програм, автономності та мобільно- сті студентів, на поєднанні науковості навчання з практичною реалізацією цих досягнень та підготовці, що опирається на особистісно-орієнтовану та професійно спрямовану освітньо-виховну діяльність, інтегровані знання,

уміння, навички з професійно орієнтованих дисциплін, іноземної мови та інформаційних технологій і повинна скеровуватись на формування іншомовної професійної компетентності та готовності майбутніх фахівців з туризмознавства до професійного іншомовного спілкування.

У ході роботи визначено, що формування професійної компетентності фахівців сфери туризму в процесі вивчення іноземних мов є однією з найактуальныших проблем сучасної освіти, що відбувається шляхом впровадження відповідних макростратегій.

Визначені нами стратегії та методи їхньої реалізації сприяють багатьом чинникам, а саме: поглибленню знань про функціонально-стилістичну систему іноземної мови; засвоєнню норм мовленнєвої поведінки в різних сферах і ситуаціях спілкування та вдосконаленню вмінь і навичок спілкування в науковій та офіційно-діловій сферах; оволодінню різноманітними стратегіями і тактиками ефективної комунікації; генеруванню ціннісних зразків власної мовленнєвої творчості; вихованню потреби у самоосвіті і самооцінці для постійного вдосконалення особистісномовленнєвої діяльності; розвитку вмінь і навичок переконливо викладати свої думки, дискутувати, використовуючи різні способи аргументації, вести діалог із співрозмовниками, дотримуючись правил мовленнєвого етикету.

Список використаних джерел та літератури

1. Глобалізація як тенденція розвитку людства. Глобальні проблеми світового господарства: веб-сайт. URL: https://pidruchniki.com/1234071461964/politekonomiya/globalizatsiya_tendentsiya_rozvitku_lyudstva_globalni_problemi_svitovogo_gospodarstva.

2. Гункевич М. Б. Сучасні тенденції процесів підготовки фахівців галузі туризму в Україні. Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія: Педагогічні науки. 2013. № 18 (227). С. 34 – 39.

3. Законодавчі акти України з питань освіти/ за ред. С. М. Ніколаєнко. Київ: Парламентське вид-во, 2004. 404 с.

4. Закони України та інші нормативно-правові акти щодо

європейської та євроатлантичної інтеграції України: веб-сайт. URL: http// www. zakon.rada.gov.ua.

5. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / за ред. С. Ю. Ніколаєва. К.: Ленвіт, 2003. 273 с.

6. Конох А. П. Теоретичні та методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах: автореф. дис.д-ра пед. наук: спец. 13.00.04. К., 2007. 42 с.

7. Куранова С. І. Основи психолінгвістики: навч. посібник. К.: ВЦ «Академія», 2012. 208 с.

8. Прадівлянний М. Г., Бондар Н. Д. Стратегії формування професійної компетентності фахівців сфери туризму в процесі вивчення іноземних мов. Вісник Вінницького Політехнічного інституту. 2017. №6. С. 168 – 175.

9. Федорченко В. К. Підготовка фахівців для сфери туризму: теоретичні і методологічні аспекти: монографія. К.: Вища школа, 2002. 350 с.

10. Федорченко В.К. Гуманізація вищої освіти у XXI ст. Гуманізм: сучасні інтерпретації та перспективи. 2001. С. 250- 287.

11. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: автореф. дис. д-ра пед. наук: 13.00.04. К., 2005. 43 с.

УДК 811.133.1

О.М.Верховцова
(Національний авіаційний університет
м Київ),
ORCID 0000-0002-0446-190X

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПУБЛІКАЦІЙ

Мова політичних діячів - це спосіб прояву мовної особистості. Слово - головне знаряддя політика. Політична діяльність є діяльність мовна. Це – звернення до народу з приводу якогось суспільного питання. Перемагає той, хто говорить або

висловлює думки вдало, переконливо, захоплююче, застосовуючи стилістичні, лексичні та граматичні особливості мови, що роблять публічні виступи особливо ефектними та ефективними.

Нині постійно зростаюча політична діяльність стимулює інтенсивний розвиток політичних технологій, які неможливі без засобів масової інформації. ЗМІ, які за короткий час охоплюють велику кількість людей, викликають увагу суспільства до політичного спілкування та політичного дискурсу.

Розвиток нашої цивілізації протягом всієї історії відмічений таким феноменом як соціалізація та політизація масової свідомості. Політики завжди намагалися використовувати слово як інструмент, мета якого змусити діяти, думати і вірити. Вчення красномовства виникло з узагальнення і систематизації тих прийомів і методів ведення полеміки, спорів та диспутів, що одержали широке розповсюдження в античній Греції з її розвинутим політичним життям і боротьбою за вплив на маси, удосконалювалось в Ціцеронівському Римі, як важливий інструмент судових розглядів та політичних переконань. У цих умовах уміння переконувати людей, наводити переконливі аргументи проти своїх опонентів, підкріплювати їх фактами, впливати не тільки на розум, але й на почуття й емоції слухачів, здобувало винятково важливе значення. Ще з античних часів софісти навчали мистецтву переконувати народ. От чому в античній Греції розробка проблем риторики починалася задовго до того, коли були створені надійні логіко-методологічні, психологічні і моральні основи й принципи, на які повинні спиратися суперечка, діалог, диспут або полеміка. Точніше кажучи, ці принципи й методи формувалися поступово в процесі узагальнення і систематизації тих прийомів, доводів і способів ведення полеміки або диспуту, що практикувалися в публічних промовах.

Вивчення політичного дискурсу допомагає з'ясувати важливі цінні компоненти, характерні для певної культури, і співвіднести її з поточною політичною картиною для кращого розуміння справжніх цілей, які переслідує політик. Ще одна важлива особливість аналізу політичного дискурсу - виявлення засобів, які показують найефективніші стратегії та методи привернути увагу аудиторії та вселити довіру до людей.

Актуальність дослідження зумовлена високим інтересом до людей, які відігравали або відіграють велику роль в житті людства. Мова розглядається тут як сукупність соціальних, психологічних, політичних та інших чинників.

Часте використання метафор для опису політичних реалій не є тривіальним або без наслідків, оскільки ці мовні фігури висвітлюють політичні події в символічному неполітичному світлі. Мета нашого дослідження відповісти на три питання: Чому використовуються метафори в мові політики? Яке значення вони вносять в описи та пояснення подій та політичних питань? І чи сприяють метафори їх розумінню?

Наш інтерес до вивчення метафор випливає з думки, що їх використання в політичній мові не випадкове. Дійсно, саме описи та образи щодо політичних подій, а не самі події є основою переживань більшості читачів. Вислови, що використовуються для опису та пояснення ситуацій та проблем відіграють фундаментальну роль у сприйнятті політичних реалій.

Безпосереднім об'єктом аналізу в даній роботі є статті політичних діячів французькому журналі L'OBS як спосіб прояву мовної особистості, а також стилістичні особливості публічних виступів, що роблять їх особливо ефектними та ефективними. Політична діяльність є діяльність мовна. Слово - головне знаряддя політика. Перемагає той, хто висловлює думки вдало, переконливо, захоплююче; і, навпаки, програє той, хто щось «не так сказав», «не так висловився». Звикаючи до особливостей більш-менш популярних політиків, ми перестаємо вдумуватися в їх мову.

У зв'язку з цим дослідження мови політичної комунікації представляє великий лінгвістичний інтерес в рамках дескриптивного підходу, пов'язаного з вивченням мовної поведінки політиків: мовних засобів, риторичних прийомів і маніпулятивних стратегій, що використовуються в цілях переконання. Перш за все, інтерес представляють різні точки зору на лінгвістичний статус мови політики.

Варто сказати, що за політичним текстом стоїть не один автор, а автор колективний. І цей колективний автор володіє цілим

набором навичок мовленєвого впливу, консультується з іншими учасниками політичног процесу та використовує при створенні тексту різноманітні лінгвістичні прийоми.

Значне місце серед лексичних прийомів політичного дискурсу належить метафорі. Метафора- слово або вираз, що вживається в переносному значенні, в основі якого лежить неназване порівняння предмета з яким-небудь іншим на підставі їх загальної ознаки. Термін належить Арістотелю і пов'язаний з його розумінням мистецтва як наслідування життя

У політичному дискурсі існує широкий спектр мовних засобів, здатних впливати на думку мас з метою маніпулювання ними. Одним з головних та ефективних способів зробити мовлення експресивним та асоціативним є використання політичних метафор, гри слів, іронії, а подекуди і сарказму. В науковій мові використання метафор вважалося недоцільним через неточності, пов'язані з неоднозначністю. Ця думка була переглянута в 20 столітті, коли метафора стала невід'ємним елементом мови. Але тривалий час не було наукового аналізу природи метафори та її функції. Він з'явився лише в 60-х роках XX століття з науковим дослідженням політичного дискурсу.

Протягом історії риторики метафора розглядалася як щось на кшталт прийому, заснованому на гнучкості слів, як щось доречне лише в деяких випадках, що вимагає особливого мистецтва і обережності. За словами А.Монса, до метафори ставилися як до прикраси і дрібнички, як до деякого додаткового механізму мови, але не як до його основної форми.[1] Розуміння метафори як фігури мови та її використання в мові вивчалося багатьма лінгвістами. Як складне мовленнєве мислення, метафора почала розглядатись в останні десятиріччя XX століття в роботах В.Н. Телія, Н.Д. Арутюнової, Н.В. Баранова, Є.Г Казакевича.[2] В їхніх роботах склалось поняття метафори не просто як фігури мовлення, а як важливого когнітивного інструмента. Багато авторів, які вивчали метафори в політичній мові, вважають, що ці фігури не додають значення, а радше замінюють його.

Політична стаття – це заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ з позитивними чи негативними

оцінками, конкретними фактами, викладеними планами та перспективами і т.п. Як правило, це публічна спроба переконати аудиторію в доцільності певної ідеї, заходів, дій. Найяскравішими прикладами тут можуть бути складові елементи виборчої кампанії: передвиборча агітація кандидата, інавгураційна промова переможця, прийняття присяги, подяка учасникам виборів за підтримку. Перед автором стоїть завдання викласти необхідну інформацію, а також впливати на маси, щоб сформувати певну думку, певне ставлення до себе, до своєї команди, своїх дій, актуальних соціально-політичних проблем, тощо, з урахуванням того, що об'єктом його промов виступають різні верстви населення. При цьому використовуються психологічні прийоми для поширення в суспільстві своїх ідей та принципів ведення політичної боротьби пропаганди, агітації. Буває, що промовці спотворюють факти, дають хибну інтерпретацію подіям, намагаючись маніпулювати простими громадянами, тобто тими, хто складає громадську думку і є потенційним виборцем. Основним інструментом впливу на отримувача інформації є тексти. Тексти створюються з метою переконати людину в правоті своїх переконань, думок, ідей з тим, зацікавити і загітувати тих, хто ще не зробив свій вибір або залишається пасивним.

У мові політичного дискурсу метафора лежить на межі індивідуального та загального. Це пов'язано з тим, що тут своєрідно переплітаються, з одного боку, політологічна, юридична, економічна лексика і термінологія, та з іншого - експресивна та оцінна лексика текстів, розрахованих на широку аудиторію. У політичних публікаціях метафори циркулюють, переходячи з тексту в текст із тим самим емоційним-оцінним забарвленням.

Наприклад, marathon électoral, scénario politique, portes de l'arène politique, bailleurs de fonds, blanchiment d'argent, révolution de velours, échiquier politique, jeu politique…

виборчий марафон, політичний сценарій, політична кухня, політична арена, фінансові донори, відмивання коштів, оксамитова революція, політична шахівниця, політична гра та ін.

Метафора часто зустрічається в статтях та нарисах присвячених відомим політикам.

Ce 11 octobre, au siège des Républicains, Wauquiez est comme un poisson dans l'eau. (Mael Thierry Lea reseaux Wauquiez) [3:44].

Nous avons décidé de traverser les trois états du Midwest qui avaient créé la surprise le 8 novembre et offert la présidence à Tramp sur le plateau. (Cecile Deffontaines Leur vie après avoir dit stop)[3: 50].

Et qu'importe si ce nouveau dénonciateur zélé de l' "assistanat" cumulait jusqu'au mois dernier une carrière politique avec un statut avantageux de maître des requêtes au conseil d'Etat, ou il n'avait pas mis les pieds depuis treize ans. (Mathieu Croissandeau, La droite borgne) [4:7].

Таким чином можна говорити, що в політичному дискурсі функціонує окремий тип метафори - політична, яка лежить на перетині індивідуального світосприйняття та загальноприйнятого, колективного інтерпретування політичних процесів, подій, явищ та особистостей. Особливістю цього типу метафорики є використання статичних, колективних метафор, як таких, що повністю втратили зв'язок із словом-оболонкою, нейтральних в емоційно-оцінному плані, що зберігають емоційно-оцінне навантаження, однак не є продуктом індивідуального акту метафоризації, а переходять із тексту в текст вже як готові транспоновані семантичні конструкції.

Il faut dire que le thème sied a merveille à celui qui appelle son camp à ne plus baisser la tête.(Mael Thierry Lea reseaux Wauquiez) [3:44].

J'ai eu besoin de tourner une page. Mais ça reste là [4:21].

Nina porte plainte. Mais à peine le dénonce-t-elle à son employeur que l'affaire tourne au vinaigre [4:21].

Le lundi suivant j'étais mise à pied.(Cecile Deffontaines Leur vie après avoir dit stop) [3: 50].

Часто висловлюючи свою точку зору, ідеологічну позицію, політик вдається до героїчного пафосу, який досягається вдалими перефразами, порівняннями, епітетами, гіперболами, вживанням ідіом та влучних словотворень. Пафос – це риторична категорія, що відповідає стилю поведінки, манери або способу передачі відчуттів, які характеризуються емоційними піднесенням, натхненням. (Енциклопедія) с 391

… Emmanuel Macron ne dort que quatre heurs par nuit, sans fatigue – jupitérienne vigilance. (Marie Darrieussecq Avec qui peut dormer l'imsmniaque?) [3:12].

Ce sera le véritable baptême du feu de la cooperation franco-allemande.(Daniel Cohen. La prochaine crise financière est annoncée) [4:8].

Найчисленніші метафори виражаються войовничими та спортивними виразами. Деякі з них належать до обох сфер і посилаються на стратегію («Bouchard sur la défensive «), на оцінку залучених сил(«Le oui gruge encore un peu de terrain»), інтенсивність кампанії («Un oui majoritaire signifierait la mort du Canada»), («La croisade de Tobin») [1].

Безперечно, вживання художніх прийомів може сприяти залученню читачів до більш аналітичного підходу, включаючи історичний, правовий, соціальний контекст, тощо. Але ці риторичні фігури не служать приманкою і, навпаки, займають усе поле інтерпретації. Якби їхнє використання було рідше, їх використання, безумовно, не мало б ніякого наслідку.

Les Etats-Unis tournent aujourd'hui le dos à l'immigration comme clé de la prosperité. (Nicolas Colin Immigration et prospérité) [4:6].

Le tsunamie populiste qui balaie l'Europe et l'Amérique échappe aux grilles de lecture habituelle. (Raphael Glucksman Une crise de civilization) [4:8].

La France subitement a decouvert que l'avenir d'une partie de ses enfants se jouait à la roulette russe, sans aucune prise en compte de leur talent, de leur motivation, ou de leur parcours passé. (Gurvan le Guellec Il était une fois, le fac pour tous) [3:30].

Висновки. Роль метафори в політичному дискурсі значна і незаперечна. Вона має здатність впливати на процес прийняття рішень, а його присутність у формальному, часом незрозумілому і сухому тексті дозволяє чітко бачити і яскраво уявляти певне явище життя, краще розуміти, оцінювати та визначати його.

Використання відповідних метафор звертається безпосередньо до почуттів слухачів чи читачів, загострюючи їх уяву, щоб зрозуміти те, що їм повідомляється. Метафори - це

також способи мислення, що пропонують читачам нові способи вивчення ідей та перегляду світу.

В результаті досліджень ми дійшли висновків, що політичні тексти завжди відображають боротьбу за владу, їхня мета - або захоплення влади, або утримання влади. Політична мова пов'язана з важливими подіями суспільно-політичного життя (наприклад, вибори до органів державної влади). Вона завжди впливає на інтелектуальну, емоційну і вольову сфери адресата. Важливо й заразити читачів своєю впевненістю у правоті позиції, викликати у них певний емоційний настрій.

Наша гіпотеза про те, що мова політиків має яскраво виражені характерні риси і лінгвокультурні особливості, підтвердилася. Ми показали, що метафори в політичній мові,скоріше, виступають як інтерпретаційні засоби, тим самим створюючи певну культуру «політичного видовища»

Список використаних джерел та літератури

1. Alain Mons La métaphore sociale: Presses Universitaires de France. 1992. —274 p.
2. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. М.: Знание, 1991. - 64 с.
3. L'OBS #2764-01/10/2017
4. L'OBS/№2765-02/11/2017
5. Абрамович С.Д. Риторика: Київ. Юрінком Інтер. 2002
6. Енциклопедія Сучасної України. Том 9. Київ. НАН України 2009
7. Лесин В. М., Пулинець О. С. Словник літературознавчих термінів. Київ Видавництво: Радянська школа 1971. - 477с.
8. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. Київ. Знання. 2006
9. Філософський словник / за ред. В. І. Шинкарука. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Головна ред. УРЕ, 1986.

УДК: 811.161.2 : 81’37

Т.В.Глуцька
(НАУ, Київ),
ORCID 0000-0002-9045-7121
І.В.Сандовенко
(НАУ, Київ),
ORCID 0000-0002-7327-8914

ТОПОНІМИ В ПОЛІТИЧНОМУ КОНТЕКСТІ

У глобальному світі ефективність порозуміння багато в чому залежить від коректного використання топонімів у сфері міжнародних відносин, у правовій сфері, ділових паперах, ЗМІ, довідниках. Часто перекладаючи топоніми, фахівці наштовхуються на цілий ряд проблем лінгвістичного, культурного та політичного порядку. Тому, проблему відтворення топонімів не можна вважати остаточно врегульованою, що і зумовлює актуальність даної статті.

Мета статті полягає в аналізі впливу політичних ситуацій на відтворення топонімів. Для досягнення поставленої мети в роботі розв’язувалися такі завдання: визначити поняття топонімів та подати їх класифікацію, розглянути основні напрямки впливу на утворення, формування та зміни топонімічних найменувань.

Наукову новизну статті визначають намагання систематизувати, показати у розвитку вплив політичного контексту на зміни у формуванні топонімів.

Подібно до пам’ятників, творів мистецтва, мов, топоніми є свідками й нащадками історії, вони належать до колективної пам’яті спільноти та входять до культурної спадщини. Топонім, за визначенням Єрмолович Д. І. – це факт мови, який закріплений територіально і є джерелом та безцінним матеріалом для історії народу, його мови, тому він включає значний культурний компонент [1: 17].

Різні політичні режими намагалися стерти з пам’яті народу власні назви. Важко знайти у світі мову, яка зазнала б стільки разючих змін й довкола якої точилося б стільки різноманітних суперечок, як навколо української.

Рідна та літературна мова є надзвичайно вразливою до зовнішніх впливів – навіть найменші зміни й потрясіння життя особистого чи всенародного помітно відбиваються й на ній. Через це кожний народ виробляв собі певну реальну практику, щоб забезпечити своїй рідній і літературній мові найкращий розвиток. Збір державних і приватних практик, потрібних для швидкого духовного зросту народу та його культури, називають рідномовною політикою або наукою про рідномовні обов'язки [2: 35; 3]. Через те, що рідна мова – найголовніший ґрунт, на якому духовно зростає і цвіте нація, рідномовна політика – це найважливіша політика будь-якого народу, яку має знати кожен інтелігент, якщо бажає бути свідомим членом своєї нації.

Географічні назви кожен народ уживає в своїй традиційній формі, яка здавна закріпилася в нього і до якої всі звикли. Коли ми запозичаємо форму географічних назв від іншого народу, то ця форма залишається надовго, а то й назавжди, навіть тоді, коли в господаря тієї назви вимова її змінилася на іншу. Кожен народ, що володіє сильнішою літературною мовою та державною силою, звичайно нав'язує свою географічну форму підлеглим йому народам [2: 269; 4: 8]. В історичному аспекті в українській топоніміці свій слід залишили тюркські племена, входження українських земель до складу Великого князівства Литовського, Речі Посполитої, Австро-Угорщини, Російської імперії; значним виявився вплив радянської системи. Традиція в мові грає велику роль, а в географічних назвах тим помітнішу. Протримавшись віки, вона затверджує й освячує певні загальноприйняті форми, хоч би вони були й невідповідні з якогось погляду.

Топоніміка – розділ ономастики, який вивчає топоніми, що об'єднують власні назви будь-яких географічних об'єктів. В Україні топоніміка почала формуватися наприкінці XIX ст., коли власні географічні назви у зв'язку з дослідженням земель, історії та мови українського народу розглядали М. Максимович, М. Сумцов, І. Філевич, І. Франко, В. Чубенко, А. Ярошевич, В. Ястребов та інші [5].

Як галузь мовознавства й окремий розділ ономастики українська топоніміка ствердилася в повоєнні роки після заклику

академіка Л. Булаховського вивчати власні назви і насамперед топоніми [5].

Залежно від типу позначувальних географічних об'єктів у складі топонімів розрізняють: ойконіми – власні назви населених пунктів; гідроніми – власні назви водних об'єктів; ороніми – власні назви об'єктів рельєфу; хороніми – власні назви будь-якої території, регіону; дрімоніми – власні назви будь-якої порослої деревами ділянки, лісу, гаю; одоніми – власні назви шляхів сполучення [6]. В основі більшості давніх топонімів лежать природні або географічні характеристики місцевості. Згодом людство почало увічнювати в топонімах Бога, святих, релігійні реліквії, свята, храми тощо, тобто з'явилися агіотопоніми.

Наступним етапом стала антропотопонімія. Засновником цієї традиції вважається Філіпп II Македонський, який після завоювання міста Кринідес перейменував його на Філіппи 356 до н.е., що стало справжньою політичною інновацією та першим прикладом антропотопонімії [7].

Епоха великих географічних відкриттів та колонізація також значною мірою посприяли появі численних антропотопонімів. Так, гора Кука названа на честь одного з найвідоміших мореплавців, англійського дослідника Джеймса Кука; Гудзонова затока названа на честь легендарного мореплавця Генрі Гудзона; острови Тадея названі на честь першовідкривача Антарктиди Тадея Беллінсгаузена; водоспад Лівінгстона назван на честь шотландця, видатного дослідника Африки [8].

Колоніальне минуле закарбувалося зокрема в таких топонімах, як острів Вікторія, на вшанування тодішньої королеви Британії та Канади Вікторії [9].

Оскільки топонімія завжди мала політичне забарвлення, то немає нічого дивного, що зі зміною політичного режиму або геополітичного впливу змінювалися і назви.

Українська земля має своєрідну й унікальну топонімічну систему назв, що увібрала в себе мовні елементи величезної кількості народів, що мешкали тут у різні історичні часи. Надзвичайно характерною у цьому сенсі є історія назв українських міст. Так, назва нинішнього Білгород-Дністровського має давню

історію. Спочатку це місто було відоме як давньогрецьке Тіра. Назва ця походить від давньогрецької назви Дністра – Тірас (швидкий). У VI ст. н.е. сюди прийшли слов'яни (праукраїнські племена) і назвали його Білгород (білий град). У XIV ст. місто увійшло до складу Молдавського князівства. Молдавани звали його Четатя-Албе (біла фортеця). У XV ст. місто захопили турки і перейменували на Аккерман (біла фортеця). У 1944 році місто дістало сучасну назву [10; 11]. Всі ці назви необхідно знати історику, який вивчає документи різних часів і повинен не лише зрозуміти, про яке місто йдеться у документі, а й визначити дату події, час створення документа тощо.

Серед українських міст можна згадати і Кропивницький, заснований як фортеця Єлисаветград у 1775 році, перейменований на Зінов'єв у 1934, потім відомий як Кіровоград у 1939-2016 роках.

У місті Кропивницький вулицю Московську змінили на Холодноярську. Чому? По-перше, вона вказує напрям, яким можна дістатися до знаменитого Холодного Яру в Чорному лісі, де ще з часів Коліївщини гуртувалися повстанці. По-друге, ця назва пов'язана з українською історією, адже Холодноярська республіка, що виникла в добу визвольною боротьби 1918-1921 років, охоплювала північну частину Кіровоградської області. І по-третє, до єлисаветградської в'язниці тоді потрапив майбутній автор роману «Холодний Яр» Юрій Горліс-Горський та деякі інші повстанці, яких доправляли у місто саме цією вулицею [12: 23].

Загалом саме антропотопоніми найбільш залежні від політичних впливів та перейменовуються першими, коли географічний об'єкт переходить до іншої країни чи мовного ареалу або відновлює тимчасово втрачені історичні та культурні зв'язки, оскільки народам властиво асоціювати себе і свою історію з топонімами. Тому в середині минулого століття багато колишніх колоній змінили назви, здобувши незалежність: Родезія (названа в 1892 році на честь Сесіла Джона Родса, британського бізнесмена, який став диктатором більшої частини Південної Африки) розпалася на Зімбабве та Замбіго; Верхня Вольта (від назви річки Вольта) стала Буркіна-Фасо [10].

Після розвінчання «культу особистості» в СРСР та країнах соцтабору було перейменовано багато географічних об'єктів, зокрема міста Сталіно на Донецьк (Україна), Сталін на Варна (Болгарія), Сталінськ у Новокузнецьк (Росія), Сталіногод на Катовіце (Польща).

Після розвалу СРСР на теренах колишніх союзних республік та в країнах колишнього соціалістичного табору відбулася масштабна декомунізація та дерусифікація топонімів. Ці зміни є необхідним кроком на шляху відновлення національної справедливості, невід'ємною частиною повернення її топонімічної спадщини.

Вилучення з узусу звичних топонімів можуть спричиняти певну ідеологічну або етнічну напругу в суспільстві, про що яскраво свідчить ряд останніх перейменувань в Україні, коли мешканці колишнього Комсомольська вперто відмовлялися жити в Горішніх Плавнях, не всі дніпропетровці сприймають назву Дніпро, а в Краснодоні незадоволені назвою Сорокине [10: 248].

Перейменування не має бути насильницьким, не можна діяти, не враховуючи громадську думку. Треба спочатку переконати людей у доцільності цих дій, довести, наприклад, що людина, ім'ям якої назвали місто чи вулицю, підривала національні устої держави, добитися, щоб хоча б 60-70% підтримували цю ідею [12: 25]. Інакше таке перейменування дратуватиме людей, викликатиме спротив, недовіру до влади й матиме зворотний ефект для самої декомунізації. Коли людей не переконують, а примушують, то при зміні влади старі топоніми повертаються, що ми й спостерігаємо на тимчасово окупованих територіях України.

У ХХ столітті, зокрема після декомунізації, багато націй наполягали, щоб у світі вживали оригінальні назви географічних об'єктів, розташованих на їхній території та уникали екзонімів (топонімів, що не вживаються відповідно місцевим населенням або народом, зокрема і на офіційному рівні) з політичним підтекстом. Наприклад, офіційна назва країни Республіка Кабо-Верде (а не Острови Зеленого мису) українською, Republic of Cabo Verde (а не Cape Verde) англійською [13: 71].

Часто думки людей, щодо змін назв, кардинально відрізняються. Мешканець Кам'янця-Подільського відверто поділився наболілим в одній з місцевих газет. Він пише, що яскравим прикладом засилля колоніальних топонімів є його рідне місто, з якого вийшли відомі українські вчені та діячі XVI століття: Герасим і Мелетій Смотрицькі, Ісайа Кам'янчанин, Дем'ян і Северин Наливайко. В історичному центрі Руського ринку ми не побачимо поблизу жодного топоніма, який би свідчив про колишній центр суспільно-політичного життя української громади міста, що існувала саме тут упродовж майже 220 років українського магістрату. Народ – це єдність мертвих, живих і ненароджених, яка повинна забезпечуватися інформаційно, зокрема назвами вулиць, площ, відповідними пам'ятниками. І правнуки, які їдуть звідусіль на екскурсії в славне історичне місто Кам'янець, мають право долучатися до своїх «славних прадідів великих», зокрема українських і зокрема через топоніми. Усі загарбники намагаються нав'язати корінному населенню комплекс меншовартості, здеформувати історичну пам'ять народу, витравити імена визначних діячів [14].

Не забуваймо, що мова росте разом з народом і закарбовує в географічних найменуваннях його історичну долю. Промовистим прикладом є вживання прийменників «в» і «на» з географічними назвами. Назви держав – це окреслена кордонами цілість, тому при них місцевий чи знахідний відмінок логічно може бути тільки з «в», ніколи з «на». Через те, що Україна довгий час мислилася, як частина Польщі, чи пізніше Росії, до неї традиційно причепилося вже у XIX столітті підлегле «на». Форма «на Україні» нагадає про колоніальне минуле. Воно аж надто ясно показує, що ми міцно забули про державність та незалежність України [2: 219].

Зцілення національного організму – процес складний і тривалий. Він передбачає широку всеохоплюючу діяльність передусім у гуманітарній площині. Адже вкрай потрібно, щоб ствердилася українська мова, музика, кіно, література, історія, топоніміка. Поряд з іншими особливо важливим чинником є топоніміка, адже назва маркує простір, у якому протікає повсякденно життя людини.

Географічні назви завжди зберігатимуть історію для наступних поколінь. У полум'ї пожеж зникають манускрипти, давні літописи, цілі бібліотеки, паперові архіви. Стираються з пам'яті людей оповіді про минулі часи. Цифрові носії так само ненадійні. Проте єдиним живим свідком історії людства була, є і буде топоніміка – голос з минулого, що промовляє до нас.

Список використаних джерел та літератури:

1. Ермолович Д. И. Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи : Текст. / Д. И. Ермолович. – М. : Р. Валент, 2005. – 416 с.

2. Іван Огієнко (митрополит Іларіон) Рідна мова / Упоряд., авт.. передмови та коментарів М. С. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 436 с.

3. Огієнко І. Наука про рідномовні обов'язки. – К.: АТ «Обереги», 1994, факсимільне відтворення видання, 1936. – 72 с.

4. Фаріон Ірина Правопис – корсет мови? Український правопис як культурно-політичний вибір. – Львів: Свічадо, 2008. – 120 с.

5. Суперанская А. В. Что такое топонимика? / Александра Васильевна Суперанская. – М. : Наука, 1985. – 410 с.

6. Закон України «Про географічні назви». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2604-15/print

7. Wikipedia. Free Encyclopedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Філіппи

8. Литвин И. П. О традиции в географических названиях. – М. : Наука, 1989. – 212 с.

9. Дрогушевська І. Л. Міжнародний досвід вживання традиційних географічних назв / І. Л. Дрогушевська, І. С. Руденко, Н. І. Сивак // Вісник геодезії і картографії. – 2012. – № 1. – С. 25–28. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vgtk_2012_1_7

10. Олефір Г.І., Дейнеко І.А., Дейнеко І.В. Топонімія в перекладі. Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. – Київ, 2017. Вип. 34. С.244-252

11. Сизова Е. А. Лингвокультуроведческий анализ

урбанонимов (на материале английского, русского и французского языков). / Елена Анатольевна Сизова : автореф. дисс. …канд. филол. наук. – Пятигорск, 2004. – 16 с.

12. Ірина Дрогушевська Декомунізація топонімії: концепція повернення історичних назв на карту України. Збірник наукових праць. – Харків, 2017. Вип. 26. С.22-27.

13. Валерій Тетерятник Більше ніж правопис. – Київ: Салютіс, 2008. – 360 с.

14. Борис Дерикоз Геть колоніальні топоніми! Подолянин. 2017. 20 січ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://podolyanin.com.ua/history/7987/

УДК 808.5:32(045)

Горелік Наталія Анатоліївна
Добровольська Олена Сергіївна
Ткачук Світлана Павлівна
Факультет міжнародних відносин НАУ
м. Київ

АНАЛІЗ МОВЛЕННЕВИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Актуальність роботи зумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку політична лінгвістика вважається одним із найперспективніших напрямів мовознавства який швидко розвивається. Назва цього напряму вказує на предмет його дослідження. Політична лінгвістика займається вивченням «політичної комунікації», тобто мовленнєвими процесами, які зорієнтовані на поширення певних ідей, емоційного впливу та мотивації громадян до політичних дій, приймати та обґрунтовувати політичні та соціальні рішення в умовах багатьох точок зору в суспільстві, для розвитку громадської згоди.

Зв’язок між мовою та політикою виявляється насамперед у тому, що політичний режим не може існувати без спілкування. Мова є засобом вираження політичних ідей і здійснення політичних дій. Згідно справедливого спостереження Е. Шейгала,

«Специфіка політика, на відміну від деяких інших сфер людської діяльності, полягає в її переважно дискурсивному характері: багато політичних дій є за своєю природою мовленнєвими діями «[3, 440]. У науці існують думки, що політична діяльність як правило обмежена мовною діяльністю [4, 279; 5, 164]; крім того, в сучасних дослідженнях мова розглядається в рамках предмета філософської парадигми не стільки як засіб відображення політичної реальності, скільки як засіб його створення [5, 244].

Мета політичної лінгвістики є вивчення різних взаємозв'язків між політичним станом суспільства, суб'єктами політичної діяльності, спілкуванням, мисленням та мовою. Ось чому головним завданням політичної лінгвістики є вивчення взаємозв'язку між суб'єктами політичної діяльності, спілкування, мислення, мови та політичним станом суспільства. У сучасній лінгвістиці одним із напрямків, що найбільш розвивається, є політична лінгвістика. Цю позицію можна визначити як свідчення широкого залучення суспільства до політичних процесів і, як наслідок, підвищеного інтересу науки до комунікацій у політичній сфері. Використовуються такі методи дослідження: стилістичний, синтаксичний та лексико-семантичний аналіз фрагментів текстів; семіотичний аналіз; елементи компонентного аналізу лексичних одиниць; елементи контент-аналізу; описовий метод та його основні компоненти (спостереження, інтерпретація, узагальнення).

Аналіз мовленнєвих процесів у сучасному політичному дискурсі може бути здійснений з різних позицій, проте існують основні посилання.

До них відносяться:

- текст як комунікаційний продукт має кілька вимірів, основними з яких вважаються інтерпретація і народження тексту;
- комунікація включає посткомунікативну і докомунікативну стадії;
- головна роль в ситуації комунікації належить не засобам загально, а людям;
- спілкування здійснюється в комунікативних ситуаціях, які зобов'язані досліджуватися в культурному контексті;

- динамічна мовна модель має базуватися на комунікації, тобто спільної комунікації людей, що намагаються висловлювати власні почуття, обмінятися досвідом та ідеями або зробити один на одного вплив.

Ряд дослідників вивчають політичний дискурс останні декілька років з моменту розгляду цього явища як тип дискурсу, який впливає на суспільство значною мірою. На думку А. Н. Баранова, політичний дискурс включає всі мовленнєві акти політичних дискусій та правила публічної політики, що мають конкретні конвенції. [1, 139 -149]. Важливість політичного дискурсу полягає в забезпечені добре підтримуваної політичної комунікації з метою досягнення консенсусу в суспільстві. Це означає, що політик має прагнути приймати рішення, з яких суспільство отримало б велику користь.

Основна мета політичного дискурсу є змусити реципієнтів вірити в необхідність політично правильних дій або оцінки. Отже, метою є не описувати, а переконувати, так щоб одержувач інформації мав би певні наміри, переконання та потреби за певні дії. Якщо мова йде про обговорення ефективності політичного дискурсу дослідники проаналізують це відповідно до головної мети політичного дискурсу. Очевидно, якщо говорити про ефективність політичного дискурсу неможливо уникнути одного з найважливіших елементів політичної промови, її переконливості.

Крім того, ще однією особливістю політичного дискурсу є його ораторський характер, включаючи декламації, пропаганду, святковий стиль, ідеології, абстрактні поняття, посилання на науку та логіку, критика, риторика та інші твердження про незаперечну правду. Усі ці риси роблять політичне мовлення яке звучить театрально-агресивно. Намір політиків в цьому випадку було б відмовитись від своїх опонентів і нав'язувати аудиторії свої ідеї та переконання. Дослідники дійшли висновку щодо узагальнення мовленнєвих процесів політичного дискурсу, вони містять в собі опис дій чи констатацію факту, висування заяви обумовленої в питальних реченнях; відповіді на конкретні запитання через описи чинних питань в суспільстві; нові ідеї та вірування, вказуючи на загальну правду чи правду Бога; запити

та претензії до органів державної влади та заклики до певних дій або рішень, які мають бути прийнятими.

Зазначені вище критерії сприяють ефективності політичного дискурсу, який відповідає конкретним вимогам. Доповідачі, як правило, припускають, що аудиторія має певний набір переконань та ідей, те, що вони підтримують і проти чого вони виступають. Ці знання змушують ораторів дотримуватись певної закономірності мовленнєвих процесів у своїй промові. Ця закономірність починається з оголошення причини виступу, мотиву, який оголошують, зазвичай це звучить як «я говорю не тому, що хочу, а тому що це правильно». Доповідач наголошує на цьому, бо він або вона є представником політичної партії чи групи та висловлена думка корелює з ідеями та переконаннями однієї чи іншої. Доповідачі уникають розмов про особисті мотиви та наміри, підкреслюючи важливість їхнього виступу і наголошуючи на тому, що громадяни повинні бути відповідальними заради суспільного блага.

При дослідженні функціонування мови в політичному дискурсі постають дві проблеми- мова влади та влада мови. Мова влади- це мовні методи та засоби які використовуються владою, що є предметом дослідження лінгвістики. Щодо влади мови - цей феномен є предметом дослідження політичної лінгвістики, яка розглядає механізми впливу різноманітних засобів на масову свідомість.

Характерною особливістю політичних промов є використання метафор та афоризмів. Політичні діячі, з ціллю досягнення основних цілей дискурсу, надають своїй промові яскраву та виразну форму, використовуючи різноманітні мовні засоби виразності, арсенал яких досить багатий, а інтенсивність впливу висока. Такі засоби досить швидко запам’ятовуються, приваблюють увагу та розглядаються як афоризми. Політична афористика складається із висловлювань та суджень, зміст яких належить саме до політичної сфери. Дослідники виділяють наступні жанри:

- афоризми;
- прислів’я та приказки;

- заголовки;
- лозунги та девізи;
- фраза- символ;
- індексальна фраза.

Серед властивостей афоризмів слід зазначити такі як новизна, оригінальність думки, домінування суб'єктивності, агітаційний підтекст, лестощі, маніпулятивність. Ці властивості наділяють політичний дискурс силою впливу на слухача, яка забезпечується ефективним поєднанням зовнішнього оформлення та внутрішнім змістом. Власний набір афоризмів політика свідчить про його компетентність, ерудованість, освіту та соціальний статус. Таким чином, афоризми втілюють узагальнений соціальний та життєвий досвід людини, та звертаються до загальних знань та уявлень адресата як носія певної культури.

Однією з основних функцій афоризмів є директивна. Вона полягає у цілеспрямованому впливу на адресата, а саме мотивує до здійснення певних кроків, направлень, управляє адресатом. Пряме спонукання до дії або поведінки втілене через рекомендацію, побажання або пораду.[2, 247] Вживаючи афоризми в своїй промові, політичні діячи використовують ефективний інструмент маніпулювання аудиторією.

Афористика має багатий набір прагматичних функцій, які реалізуються через встановлення контакту з аудиторією та спрямовані на психологічний бік аудиторії. Афоризми сприяють більш лаконічному, інформативному, образно-емоційному висловлюванню думок. В них відображаються індивідуальні, групові, національні та загальнолюдські цінності.

Розглянемо декілька прикладів з промов Маргарет Тетчер, яка була неперевершеним оратором та вплинула на образ мислення всього британського суспільства.

"Defeat? I do not recognize the meaning of the word."

«Поразка? Я не розумію значення цього слова.»

"Europe will never be like America. Europe is a product of history. America is a product of philosophy."

«Європа ніколи не буде Америкою. Європа була створена історією. Америка – філософією.»

“Standing in the middle of the road is very dangerous; you get knocked down by the traffic from both sides.”

«Стояти посеред дороги – дуже небезпечно; вас зіб’є транспорт з обох сторін.»

“No one would remember the Good Samaritan if he would only have good intentions, he had money as well.”

« Ніхто не запам’ятав би доброго самаритянина, якби у нього були тільки благі наміри. У нього були ще й гроші.»

“Any woman who understands the problems of running a home will be nearer to understanding the problems of running the country.”

«Будь-яка жінка, що розуміє проблеми, які виникають в управлінні будинком, може зрозуміти проблеми, що виникають в управлінні країною.»

“Don’t follow the crowd, let the crowd follow you.”

«Не ідіть за натовпом, нехай натовп іде за вами.»

В даних висловлюваннях відображені загальноосвітні, проблеми, філософія, переконання Леді Тетчер. Прем’єр- міністр викликає співрозмовника на обговорення, спонукаючи до роздумів. ЇЇ афоризми мають комунікативну та директивну направленість, що забезпечувало досягнення прагматичних цілей оратора та інтенсивний вплив на свідомість і поведінку суспільства.

В цілому дослідники зазначають, що дослідження не повинно зосереджуватися тільки на мовленнєвих процесах, оскільки в цьому випадку ідея і справжній намір політичного дискурсу не був би розкритий.

Таким чином, політичний дискурс включає всі типи взаємодії особистості та суспільства, створюючи світогляд. Політичний дискурс розкриває спосіб культурних цінностей та соціального порядку який нав’язуються в різних суспільствах. Цей тип дискурсу включає різноманітні політичні дискусії в суспільстві, в тому числі з політиками та чиновниками та громадською риторикою.

Література

1. Баранов А. Н., Паршин П. Б. До будованння довідника термінів когнітивної науки // Когнітивні дослідження за кордоном: Метод штучного інтелекту. - М., 1990. - С. 139–149.

2. Патрушева Е.В. Лнгвокультурологический и фукционально-прагматический аспекты афоризмов в политическом дискурсе: дис. канд. филол. наук. Ставрополь,2011-С.247.

3. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. д - ра филол. наук. Волгоград, 2000. - С. 440.

4. Dieckmann W. (1981) Politische Sprache, Politische Kommunikation: Vorträge, Aufsätze, Entwürfe. Heidelberg: Winter, 1981. - 279 p.

5. Ealy S. Communication, speech and politics. Washington, D. C.: University Press of America, 1981. - 244 p.

6. Edelman M. The symbolic uses of politics. Urbana: University of Illinois press, 1964. - 164 p.

7. Margaret Thatcher Quotes electronic resource] access mode: https://www.businessinsider.com/margaret-thatcher-quotes-2013-4

УДК: [32+340] 81`37:811+341 (045)

В.О.Гундарєва, старший викладач
(Національний Авіаційний університет, м.Київ)

МІСЦЕ І ЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ І ЮРИДИЧНО-ПРАВОВОЇ ЛЕКСИКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ „ ІНОЗЕМНА МОВА СПЕЦІАЛЬНОСТІ. МІЖНАРОДНЕ ПРАВО.”

За наших часів значення і роль іноземних мов важко переоцінити, оскільки іноземні мови, особливо, англійська, пов’язані і застосовуються в усіх сферах життя і діяльності сучасної людини і людства в цілому. Фахівець з міжнародного права має бути професіоналом не лише в своїй професії, добре знатися на міжнародному праві та різноманітних політичних сферах і процесах, а й володіти принаймні однією, перш за все, англійською, а краще двома-трьома іноземними мовами. Володіти іноземною мовою для фахівця з міжнародного права означає, перш за все, вміння працювати з основними нормативними правовими документами, деклараціями, конвенціями, пактами,

угодами, меморандумами тощо. Також сучасний юрист-міжнародник повинен вміти вільно спілкуватися іноземною мовою на міжнародних зустрічах, конференціях, переговорах, судових засіданнях тощо. Вільне володіння мовою складається з багатьох чинників, але першим і одним з головних є – засвоєння і володіння професійною лексикою, яка включає в себе й політичну лексику. Тому однією з основних цілей дисципліни „ Іноземна мова спеціальності. Міжнародне право" є оволодіння та практичне використання студентами політичної і юридично-правової термінології, що входить до нормативних правових документів: міжнародних статутів, законів й угод; базових текстів зі спеціальності, газетних статей з професійної тематики тощо. Студенти повинні не тільки знати професійну і політичну лексику, а й вільно використовувати її в спілкуванні на різноманітні професійні та політичні теми й при усному та письмовому перекладі юридично-правової і політичної літератури.

Оскільки сучасний фахівець -міжнародник має, перш за все, вміти працювати з юридично-правовою і політичною літературою, першочерговим завданням викладача вищеназваної дисципліни є тренування, розвиток і покращення лексичних навичок і навичок перекладу студентів, їхнє вміння знаходити і використовувати різноманітні паперові та електронні джерела і словники, а також тренувати й розвивати навички користування електронними перекладачами. Однією із труднощів перекладу є професійна і політична лексика, юридично-правова і політична термінологія, власні назви різноманітних міжнародних організацій і органів тощо.

Далі будуть надаватися конкретні приклади політичної і правової лексики, термінології і фраз, які, на мою думку, є особливо важливими, зустрічаються і використовуються доволі часто під час роботи із професійною літературою і документацією. Тому, на мою думку, слід звернути особливу увагу на випадки вживання і переклад :

1) юридично-правової термінології:

- delict – правопорушення, порушення закону, делікт
- case law - прецедентне право

- pure status – особистий статус

- indictment – обвинувальний акт/ офіційне обвинувачення

- felony – фелонія/ серйозний/ тяжкий кримінальний/карний злочин

- peremptory norms - імперативні норми (міжнародного права)

- remedies – засоби судового захисту

- optional protocol - факультативний протокол

- law of nations/international law – міжнародне право

- international human rights law - міжнародне право прав людини

- to codify – кодифікувати, систематизувати, приводити в систему

2) слів та словосполучень латинською мовою:

opinio juris – переконання у правомірності

jus cogens – імперативний, обов'язковий для виконання

habeas corpus - розпорядження про приведення заарештованого до суду, судовий наказ про передачу арештованого до суду для належного судового розгляду

in rem (лат.) – майнове право, абсолютний, майновий, стосовно самої речі

in personam (лат.) – відносний (про право), стосовно конкретної особи

3) назв міжнародних організацій, установ й органів:

the Security Council – Рада Безпеки (в ООН)

the European Council – Рада Європи

the General Assembly – Генеральна Асамблея (ООН)

the Inter-American Commission on Human Rights – міжамериканська комісія з прав людини

the Permanent Court of International Justice of the Hague – Постійний міжнародний суд в Гаазі

the International Court of Justice - Міжнародний суд (ООН)

International Criminal Court – міжнародний кримінальний/ карний суд

International Criminal Tribunal - міжнародний кримінальний трибунал (мкт)

International Criminal Tribunal for the former Yugoslavia – Міжнародний кримінальний суд по колишній Югославії

4) назв міжнародних нормативних правових документів:

the Vienna Convention on the Law of Treaties – Віденська конвенція про міжнародне договірне право

the Charter of the United Nations – Статут ООН

the Statute of the International Court of Justice – статут Міжнародного суду ООН

Supremacy Clause – пункт 2 Конституції США про супрематію/ верховенство федерального права над правом штатів

the International Covenant on Civil and Political Rights – Міжнародний пакт про громадянські і політичні права

the American/European Convention on Human Rights – Американська/Європейська конвенція з прав людини

the Universal Declaration of Human Rights - Загальна декларація прав людини

5) багатозначних слів й синонімів:

норми(3) міжнародного права – norms (rules, standards) of the international law

суперечки, конфлікти (3) – controversies, disputes, conflicts

to break/ violate laws - порушувати закони

violation/breach of law- порушення права

entity - суб'єкт міжнародних відносин, суб'єкт права

governmental entity – урядова (або державна) структура (організація)

transnational entity – міжнародна організація

contracting parties/parties of the agreement - сторони-учасники договору, договірні сторони

standing – право позову, процесуальна правоздатність

title – розділ (Кодексу законів США) (Title 42, Chapter 21 of the U.S. Code).

conduct/behaviour – поведінка

conduct of hostilities - ведення воєнних дій

benefit – страхова допомога, пенсія

unemployment benefit – допомога по безробіттю

6) перекладу слів та словосполучень згідно з контекстом, не дослівно:

member state - держава-учасниця (якоїсь організації)

non-member states – держави, що не є учасницями якоїсь організації

nation states - держави-нації

країна громадянства - state of nationality

to enjoy the right to an education – користуватися правом (мати право) на освіту

conventional international law - міжнародне договірне право

private/public international law - міжнародне приватне/ публічне право

pacific settlement of disputes – мирне урегулювання суперечок

to satisfy the international standard of justice – відповідати міжнародним нормам правосуддя

to harmonize the actions – узгоджувати (координувати) дії

to enter into legal commitments – приймати правові зобов'язання

to exercise the right - здійснювати (застосовувати) право

public minister – дипломатичний представник

civil and common-law systems – системи континентального й загального права

'dual' system – дуалістична система; dual jurisdiction – паралельна юрисдикція

state court – державний суд, суд штату (США)

Gulf states – держави, що знаходяться в Перській затоці; штати США, що знаходяться в Мексиканській затоці

Хочу підкреслити, що це лише тільки доволі мала частина тієї проблемної професійної і політичної лексики, юридично-правової термінології, з якою стикається майбутній фахівець з міжнародного права під час роботи з політичною і юридично-правовою літературою. Основне завдання викладача – розвинути практичні лексичні навички студентів та заохочувати їх вільно використовувати набуті навички і вміння на практиці, а в подальшому – в майбутній професійній діяльності.

УДК 314.7:316.42(045)

Жудро Ольга Вікторівна
Старший викладач кафедри іноземних мов ФМВ НАУ, м. Київ
ORCID ID https//orcid.org/0000-0002-5116-0472

МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ОБ'ЄКТ ОСОБЛИВОЇ УВАГИ В УМОВАХ СТРІМКИХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

Проблеми, пов'язані з міграцією, завжди були об'єктом особливої уваги. Міграція, як демографічний і соціальний процес, який впливає на різні сторони життя суспільства, відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни і також є складовою зовнішньої політики держави. Тому питання міграції та наслідків міграційних процесів у глобалізованому світі в умовах стрімких змін, пов'язаних із світовими проблемами, є дуже актуальним.

У перекладі з латинської мови міграція (migratio) означає переміщення, переселення. Автором одного з перших грунтовних теоретичних досліджень щодо міграції «Закони міграції» (1885 р.) був англійський вчений Равенштайн Е.Г., який вважав, що можна виявити спільні закономірності розвитку міграційних процесів та сформулював одинадцять законів міграції [7]. Таким чином було зроблено спробу пояснити та спрогнозувати внутрішню та міжнародну міграцію. На цих законах в подальшому базувалося багато теорій дослідників у цій галузі. Деякі закони міграції, виділені Равенштайном Е.Г., продовжують бути актуальними і на сьогоднішній день. Серед них такі, наприклад:

- зростання міст обумовлено головним чином міграцією населення;
- обсяг міграції збільшується із розвитком промисловості, торгівлі та транспорту;
- головні причини міграції – економічні.

Трактуванню та дослідженню поняття "міграція" присвячено праці багатьох провідних зарубіжних і вітчизняних науковців, зокрема О. Малиновської, В. Перевєдєнцева, О. Хомри, Л. Рибаковського, М. Романюка [3:31], В. Іонцева. Створені теорії

міграції та міграційні моделі: Е. Лі 1966 р. – «Теорія факторів міграції», теорія подвійного ринку М. Піоре, теорія світ-система Валлєрстайна, неокласична теорія міграції М. Фрідмана, П. Самуельсона та інші.

На сьогоднішній день існують різні визначення поняття міграції. «У вузькому сенсі міграція представляє собою завершений вид територіального переміщення, що закінчується зміною постійного місця проживання, тобто у буквальному сенсі слово означає переселення. Переміщення територіальне – більш ширше поняття тлумачення міграції. Міграція у широкому сенсі цього слова охоплює усі чотири види переміщення: постійне, сезонне, маятникове, епізодичне» [1:172].

У виданні «Migration for Development: Within and Beyond Frontiers» дається наступне визначення: «Міграція – процес переміщення населення через міжнародний кордон або в межах країни; вона охоплює будь-який вид переміщень незалежно від їх тривалості, складу чи причин; міграція включає пересування біженців, переміщених осіб, виселених людей та економічних мігрантів» [1;3].

На підставі цих визначень можна констатувати, що під міграціями населення слід розуміти переміщення осіб через кордон тих чи інших територій, у межах однієї країни або з однієї країни в іншу зі зміною назавжди чи на тривалий час постійного місця проживання, або з регулярним поверненням на нього. Особливості перебігу міграції відображають міграційні процеси. «Міграційний процес – це сукупність подій, пов'язаних із територіальним переміщенням, тобто сукупність фактів вибуття, прибуття чи переселення» [1:173].

Міграційні потоки «відносяться до кількості мігрантів, які виїжджають або залишають країну протягом визначеного терміну, зазвичай одного календарного року (UN SD, 2017)». Але країни використовують різні концепції, визначення і методологію щодо збору даних для складання статистики міграційних потоків. Визначення того, хто вважається міжнародним мігрантом, можуть змінюватися із плином часу і в одній і тій самій країні, і в різних країнах.

Згідно статистичних даних міжнародного порталу з питань міграції, за оцінкою ООН, кількість міжнародних мігрантів суттєво зросла у період з 2000 р. по 2019 р. і досягла 272 млн. у 2019 році. У 2015 році ця кількість складала 248 млн., у 2010 р. – 220 млн., у 2005 р. – 191 млн, у 2000 році – 173 млн. (Департамент з економічних і соціальних питань ООН, 2019 р.). Тенденції росту, які у період 2010 р. – 2015 р. складали 2,4%, трохи скоротилися за 2015 р. – 2019 р. у середньому до 2,2 %. Приведена статистика доводить, що у середньому кількість мігрантів збільшувалась на 2,3% за рік, але у цілому не перевищувала 2,2 % - 3,5 % у період з 1970 – 2019 р. [8].

Згідно зі статистичними даними за 2019 р. щодо віку міжнародних мігрантів:

14% - середній вік до 19 років;

74% - 20 – 64 роки;

12% - 65 років і більше.

Щодо гендерної статистики: 130 млн., або 47,9 %, менше половини від загальної кількості міжнародних мігрантів у світі – жінки, (дані ДЕСП ООН, 2019 р.) [8].

Найпотужніші міграційні коридори, тобто пари країн, між якими зафіксовано стабільно високий рівень переміщень населення, – це на сьогодні: Мексика – США, Індія – ОАЕ, Росія – Україна, Сирія – Туреччина, Бангладеш – Індія, Румунія – Італія, Китай – Південна Корея, Польща – Велика Британія, Камбоджа – Таїланд. Понад половину всіх мігрантів у світі проживають у 10 країнах, серед яких лідирують США [2:11,12].

Глобальна комісія з питань міграції, створена під егідою ООН, виробила низку важливих рекомендацій для урядів і міжнародної спільноти в цілому щодо фундаментальних принципів, змісту та напрямів міграційної політики. Один із ключових висновків Глобальної комісії з питань міграції полягав у тому, що міграція, зважаючи на її потенціал, повинна стати інтегральною частиною економічних планів та стратегій розвитку кожної країни [2:69]. Успішна міграційна політика держави повинна базуватися на міжнародно-правових стандартах, сформульованих у найважливіших міжнародних конвенціях щодо

прав людини. Крім того, внаслідок багатостороннього характеру міжнародних переміщень украй важливим для міграційної політики є міжнародне співробітництво на двосторонньому, регіональному та глобальному рівнях [2:70].

Після закінчення Другої світової війни у міжнародному праві були сформульовані універсальні права людини. Вони знайшли відображення і розвиток у низці міжнародних угод щодо регулювання міграційних процесів, головний зміст яких полягає у захисті прав мігрантів при повній повазі до компетенції суверенних держав регулювати допуск на свою територію. Передусім це Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 р., розроблена ООН як взірець, до якого мають прагнути всі народи [2:93].

До низки універсальних міжнародно-правових угод, які прямо або опосередковано стосуються міграційної сфери, можна віднести Конвенцію ООН про заборону всіх форм расової дискримінації (1965), Конвенцію про права дитини (1989), Конвенцію проти всіх форм дискримінації жінок (1979), яка набуває дедалі більшого значення внаслідок фемінізації міграційних процесів, Конвенцію проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність видів поводження та покарання (1984), Конвенцію ООН 1951 р. про статус біженців, яка є ратифікованою 145 країнами світу, Конвенцію про захист прав усіх працівників-мігрантів та членів їхніх сімей, яка була відкрита ООН для підписання у1990 р. [2:94,95,99]. «Важливою для регулювання міграцій та захисту прав мігрантів є відкрита для підписання 2000 р. Конвенція ООН проти транснаціональної організованої злочинності, а також додані до неї Протокол про запобігання та припинення торгівлі людьми, особливо жінками та дітьми, і покарання за неї (приєдналися 171 країна – член ООН), Протокол проти незаконного ввозу мігрантів суходолом, морем чи повітряним шляхом (приєдналися 145 держав). Україна ратифікувала ці документи у 2004 р.» [2:97]. 10 грудня 2018 р. у Марокко відбулося підписання першого «Всесвітнього пакту за безпечну, впорядковану і регульовану міграцію». Пакт підтримали 164 зі

192 країн ООН. Документ не підтримали США, Австрія, Ізраїль, Латвія, Польща, Угорщина, Чехія, та ін. На думку аналітиків Німецького інституту політики в галузі розвитку (Deutsches Institut für Entwicklungspolitik) цей документ радше є «тверезою оцінкою міграції – глобального явища, яке неможливо відвернути закриттям кордонів або виділенням додаткових кількох мільярдів євро на економічний розвиток». Біженцям від військових конфліктів і політичного переслідування присвячена Женевська конвенція, для мігрантів, які не підпадають під дію Женевської конвенції, діятиме міграційний пакт ООН [6].

Широкомасштабна міграція, окрім політичних, економічних, демографічних наслідків може мати і санітарно-епідеміологічні наслідки – як, наприклад, поширення хвороб.

Світова криза, спричинена пандемією COVID19, стала причиною стрімких непрогнозованих глобальних змін різного характеру, які призвели до порушень у різних галузях і потребують негайного врегулювання та вирішення. Станом на 22 квітня 2020 р. кількість мігрантів складала не менше 10 % населення в 10 з 15 країн з найбільшою кількістю випадків COVID-19 (Департамент з економічних і соціальних питань ООН, 2019, ВОЗ, 2020). Крім того, станом на 10 березня, було введено не менш ніж 1820 обмежень на пересування через COVID-19. У період від 11 березня 2020 року, коли COVID було оголошено пандемією, до 20 квітня 2020 р. загальна кількість обмежень на пересування, які було введено по всьому світу, збільшилася до 48 000 (МОМ, 2020). Посилення прикордонних обмежень також впливає на мобільність мігрантів і роль гуманітарних організацій [4].

Епідемія стала свого роду регулятором ситуації на планеті та вплинула на перебіг міграційних процесів у світі. У січні та лютому 2020 р. знов почала зростати кількість мігрантів і біженців, які намагалися потрапити в Італію через Середземне море. Але вже у березні, після початку пандемічної кризи у Європі, цей показник різко впав. Італія – одна з найбільш постраждалих від пандемії країн Європи з великою кількістю хворих на коронавірус. Так, через карантин, уряд Італії 8 квітня 2020 р. закрив допуск суден із мігрантами у свої порти, через

те, що порти не можуть вважатися безпечними. За попередніми даними це обмеження триватиме до 31 липня.

На сьогоднішній день в ООН занепокоєні впливом пандемії на переміщення біженців. У березні виник «міграційний конфлікт» між Грецією і Туреччиною через те, що Туреччина відкрила кордони для біженців із Сирії і мігрантів, що призвело до критичного скупчення людей на кордоні з Грецією. Туреччина прийняла рішення щодо пропуску мігрантів з Сирії після того, як внаслідок обстрілів 27 лютого 2020 р., у сирійському Ідлібі загинули турецькі військові. Президент Туреччини Ердоган звернувся до Греції із закликом відкрити кордони для мігрантів, аби вони могли потратити до інших країн ЄС. Як повідомляє Укрінформ 09.03.2020 р., президент Єврокомісії Урсула фон дер Ляєн на пресконференції з нагоди перших 100 днів роботи нового складу ЄК заявила, що «Тиск на зовнішні кордони ЄС потрібно негайно знизити, що потребує комплексних зусиль для допомоги Греції і Туреччині, які стикаються з проблемою міграції» [5]. У березні 2016 р. ЄС та Туреччина уклали угоду. Туреччина зобов'язалась забезпечувати утримання мігрантів, які прямували до грецьких островів, в обмін на фінансову допомогу у 6 мільярдів євро. «100 днів тому було багато проблем, але спільна Угода ЄС-Туреччина не ставилася під сумнів. І сьогодні ми опинилися перед дилемою. Події на грецько-турецькому кордоні чітко вказують на політично вмотивований тиск на зовнішні кордони ЄС. Водночас, мігранти, яких привели на кордон, потребують допомоги. Греція потребує допомоги», - наголосила президент Єврокомісії [5]. Президент повідомила про низку заходів вже здійснених для вирішення цього питання і зауважила, що йдеться про негайні заходи, хоча проблема міграції потребуватиме довгострокових рішень, до яких Євросоюз зараз набагато краще готовий, ніж під час міграційної кризи 2015 року.

Ми можемо зробити висновки, що стрімкі глобальні зміни різного характеру дуже сильно впливають на перебіг міграційних процесів у світі. У глобалізованому світі на сьогоднішній день не може бути проблем у окремої держави. Будь які зміни позитивні, або негативні можуть відбуваються стрімко і, як ми бачимо, їх

наслідки можуть бути непрогнозованими. Так пандемія COVID 19, яку можна віднести до «форс-мажорних обставин всесвітнього масштабу», призвела в тому числі й до порушення «міграційних відносин» між країнами, відносин, які були врегульовані міжнародними договорами, пактами, та іншими юридичними документами. Ті глобальні проблеми економічного, соціального і політичного масштабу, що виникли як результат пандемії, потребують ретельного аналізу і розробки в подальшому стратегій дій, рекомендацій і юридичних документів гарантуючих безпеку людству.

Список використаних джерел та літератури

1. Качурець І. Теоретичні аспекти впливу міграційних процесів на зовнішню політику та національну безпеку України / І. Качурець // Зовнішня політика і міжнародні відносини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lib.sevsu.ru:8080/jspui/bitstream/123456789/2305/1/100-35.pdf

2. О. Малиновська Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії: монографія / Малиновська О.А. – К. : НІСД, 2018. – 472 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2018-07/Migration_Politic_Print-fin-3178a.pdf

3. К. Тарасенко Понятійно-термінологічна характеристика визначення міграції / Тарасенко К.М. // Публічне управління та митне адміністрування, № 1 (16), 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/2798/1/6.pdf

4. Данные о миграции, имеющие отношение к пандемии COVID-19 / Migration data portal [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://migrationdataportal.org/themes/migration-data-relevant-covid-19-pandemic;

5. Президент Єврокомісії пропонує перевезти біженців з грецьких островів на континент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2892693-prezident-evrokomisii-proponue-perevezti-bizenciv-z-greckih-ostroviv-na-kontinent.html

6. Про що насправді йдеться у міграційному пакті ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.dw.com/uk-про-що-насправді-йдеться-у-міграційному-пакті-оон/a-46663258

7. Ravenstein E.G. The Laws of Migration // Journal of the Statistical Society of London, Vol. 48 № 2 (June, 1885), pp. 167-235.

8. Poblaciones de migrantes internacionales / Portal de datos mundiales sobre la migración. https://migrationdataportal.org/es/themes/population-de-migrants-internationaux

УДК: 008:316.6/316.7+811.112.2(045)

І. М. Зачепа
старший викладач кафедри іноземних мов
Національний авіаційний університет, Київ
В. І. Михайлова
старший викладач кафедри іноземних мов
Національний авіаційний університет, Київ

«ВВІЧЛИВІСТЬ» ЯК КОМПОНЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

(на прикладі німецької мови)

Постановка проблеми. Роль комунікації у сфері міжнародних відносин (політика, дипломатія) до тепер залишається відносно малодослідженою. Міжкультурна комунікація, точніше, її низька ефективність – це проблема, яка виникла в мовознавстві та соціології в результаті глобалізації. Однак на сьогодні, ураховуючи позитивну тенденцію оволодіння іноземними мовами, міжкультурна комунікація набуває дедалі більшого значення [1: 246].

Міжкультурна комунікація має справу з розумінням та порозумінням, що означає: розуміти чуже і водночас бути зрозумілим, висловлюватися адекватно іноземною мовою. Її важливість полягає, насамперед, у тому, яке значення мають для людей рішення, що приймаються у цій сфері міжнародних відносин. Певні передумови для успішного вирішення питань, пов’язаних з міжкультурною комунікацією створює лінгвокраїнознавство.

Лінгвокраїнознавче навчання та міжкультурна комунікація стали суттєвою складовою частиною занять з іноземної мови.

Тому, сучасне заняття з німецької мови передбачає атмосферу відкритості до культури німецькомовного простору, готовності до сприйняття соціальних норм, правил поведінки суспільства іншої культури. Основною метою навчання німецької мови за професійним спрямуванням є розвиток у студентів професійно орієнтованої міжкультурної комунікативної компетенції.

Найсуттєвіші риси національних мовних культур зберігаються в лексиці, і зокрема в етикеті, тому комунікативні компетенції відкривають широкі можливості для знайомства з іншими мовними культурами світу, а також повнішого усвідомлення особливостей власної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До сфери комунікативної компетенції відносять і поняття «ввічливості» та уміння його адекватного використання у мовленні. Науковий світ пропонує цілий ряд досліджень різноманітних аспектів проблеми ввічливості в контексті міжкультурної комунікації. На сьогодні маємо ґрунтовні розробки питань впливу міжкультурної взаємодії на формування міжкультурної компетентності майбутніх фахівців-міжнародників [2]; ролі та значення лінгвістичних явищ для міжкультурної комунікації [1], виявлення конкретних лінгвістичних засобів аргументації у сучасному політичному дискурсі [3], класифікації випадків вживання звертань на «ти»/«Ви» в німецькій та українській мовах, дослідження морфологічних особливостей вираження категорії ввічливості в німецькій мові [4; 5], проблеми дослідження комунікативних стратегій і тактик ввічливості в німецькомовних шантажних листах [6].

Мета статті дослідження. Втім поле подальших досліджень залишається невичерпним, що і зумовило мету нашої статті: виявити конкретні мовленнєві засоби ввічливості у німецькій мові та дослідити поняття ввічливості як ознаки міжкультурної компетенції для його вживання у приватній, суспільній, професійній та освітній сферах спілкування.

Завдання дослідження. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- визначити роль лінгвокраїнознавства у формуванні

міжкультурної компетенції;

- визначити, чи є зв'язок між міжкультурною комунікацією та поняттям «ввічливість»;
- дати визначення мовленнєвому акту звернення;
- класифікувати лексичні форми ввічливого звернення в німецькій мові;
- визначити роль і значення різних форм звернення.

Викладення основного матеріалу. Поняття «ввічливості» нерозривно пов'язане із мовленнєвими актами. Тут варто зауважити, що під мовленнєвим актом розуміється базова одиниця вербальної комунікації, інтенційно й ситуативно зумовлене, граматично й семантично організоване висловлювання, що супроводжується відповідними діями мовця, спрямованими на адресата та його реакцію [7: 373]. А мовленнєвий акт звернення є формулою вираження ввічливості та мовленнєвого етикету у ставленні до співрозмовника, зважуючи на такі фактори як його вік, соціальний статус тощо [8: 68].

Із зростанням ролі мовленнєвого етикету у налагодженні міжособистісних (тобто міжкультурних) контактів зростає інтерес до проблем мовного оформлення цих контактів.

Існує кілька підходів до класифікації форм звернень.

Один із таких ми розглянули у своєму попередньому дослідженні звернень у німецькій мові [9]. Н. О. Побережник розробив два власні підходи до класифікації форм звернень у німецькій мові: 1) класифікатор із 9 пунктів, заснований на тому, до кого спрямоване звернення [4]; 2) класифікатор за морфологічними особливостями вираження категорії ввічливості [5].

У цьому дослідженні ми розглядаємо звернення за трьома групи:

- займенникові форми звернень;
- іменні форми звернень;
- дієслівні форми звернень.

Тож особливо вживаними в німецькій мові займенникові форми звернень: «du» («ти»), «Sie» («Ви»), «Ihr» («ви»).

Займенники «du» («ти») і «Sie» («Ви») в німецькій мові здавна мали символічне значення: їх використання дозволяло

встановити вік, класову приналежність адресата. Незважаючи на те, що займенник «Sie» («Ви») спочатку претендував на вживання в якості максимально ввічливої форми звернення, протриматися йому в цій функції вдалося недовго. Уже в кінці XVII століття аристократія починає вживати цей займенник для вираження зневажливого, поблажливого ставлення до співрозмовника [10].

Загальні правила використання займенників «du»/«Sie» у формі звернень у німецькій мові аналогічні правилам в українській мові. Крім того завжди існує група осіб, до яких варто з великою обережністю застосовувати звертання на ТИ: продавці, люди шанованих професій (лікарі, поліцейські, судді, політики), вельмишановні особи такі як церковні діячі тощо, керівництво, партнери, клієнти, нові колеги, студенти тощо [9]. Традиційно у вищеназваних випадках використовується звернення «Sie». Окремо виділяють групу осіб, серед яких звертання на «du» («ти») вважається дискримінацією: люди з фізичними вадами, люди похилого віку, пацієнти та хворі, підлеглі на роботі та практиканти [10].

Цікавим є вживання займенника «du» у підліткових та молодіжних журналах, основна аудиторія яких це молодь 14-25 років: «Hier findest Du Tipps» («Тут ти знайдеш поради»), «Warum bist Du noch nicht da?» («Чому ти ще не тут?»), «Vielleicht weißt Du einiges noch gar nicht » («Можливо, ти не все ще знаєш»). Вживання цього займенника свідчить про довірчі стосунки між комунікантами і не є фамільярним. Написання займенника «du» з великої літери говорить про особливу увагу до кожного читача.

У звернені можливий також займенник «ihr» («ви») та його похідні «euch, eure» («вас, ваші»): «Durch Eure Gefühle» («Через ваші почуття»), «Vielleicht ist es für Euch der bessere Weg» («Можливо, для вас це кращий вихід»). Як правило, ця займенникова форма найчастіше зустрічається в статтях, розрахованих на спільне сприйняття кількома читачами (матеріали, адресовані певній команді, молодим парам або батькам тощо).

До ввічливих форм звернень відносяться такі іменні форми звернень як титули «Herr» («пан») і «Frau» («пані»), які свого часу були позичені у аристократії. Це свідчить як про певну

демократичність німецького суспільства у спілкуванні, так і про шанобливі форми звернень, прийняті в офіційній і неофіційній комунікації: усній «Frau Doktorin» («пані лікарко»), «Herr Professor» («пане професоре») та письмовій «Sehr geehrte Frau Dobertin» («Вельмишановна пані Добертін»), «Sehr geehrter Herr Altmann» («Вельмишановний пане Альтман»).

При зверненні до загальної аудиторії часто вживається прикметник «liebe/lieber»: до читачів «Liebe Leserinnen und liebe Leser» («Дорогі читачі»), до студентів «Liebe Studentinnen und liebe Studenten» («Дорогі студенти»), до усього колективу чи невизначених осіб (у тому числі в офіційному листуванні) «Liebe Damen und Herren» («Пані та панове»), у неофіційному зверненні «Liebe Monika» («Дорога Моніка»), «Lieber Tobi» («Дорогий Тобі»), «Liebe Großeltern» («Дорогі дідусь і бібуся»). Зазвичай така форма звернення використовується при спілкуванні з друзями або добре знайомими людьми. Прикметник «liebe/lieber» підкреслює близький характер відносин між співрозмовниками, а написання імені після нього підсилює показник довіри.

До поняття «ввічливого спілкування» відносяться також такі мовленнєві акти, як прохання, наказ, подяка, вибачення, прощання та інші. У цьому випадку ідеться про дієслівні форми звернень. Нерідко у німецьких журнальних статтях для підлітків та молоді в якості звернення виступає тільки дієслово в наказовому способі: «Also sprecht noch mal» («Поговоріть ще раз»), «Sag den Jungen» («Скажи молодим людям»), «Lasst uns in Ruhe!» («Дай нам спокій»). Власне, тут ідеться про правила граматики, а не явище культури. Такі звернення, виражені лише за допомогою дієслова, висловлюють, зазвичай, пораду, а не наказ.

Уцілому для німецької мови характерними та часто вживаними є ввічливі питання та ввічливі накази-прохання: «Könnt Ihr mir helfen?» («Не могли б ви мені допомогти?»), «Bitte helft mir» - «Будь ласка, допоможіть мені »), « Was kann ich für Sie tun?» (« Що я можу для Вас зробити? /Чим можу допомогти?»), «Könnten Sie mir Bescheid geben,wenn …?» («Дайте мені знати, коли … »).

У контексті поняття «ввічливість» поряд із проханнями варто, на нашу думку, зазначити відповідні репліки-відповіді, в яких проявляється співчуття по відношенню до проблеми: «Es tut uns Leid, dass ...» («Шкода, що ...»), «Wie schade!» («Як шкода!»). Такі вирази створюють атмосферу взаємної співпраці, взаєморозуміння, яка дозволяє клієнту зрозуміти, що тут він завжди може розраховувати на пораду і допомогу у важкій ситуації.

Маркерами ввічливості можуть бути також частки: «vielleicht» («можливо»), «wirklich» («звичайно»): «Dann könnten Dir unsere Tipps das Leben mit ihnen vielleicht ein bisschen leichter machen» («Можливо, наші поради полегшать вам життя»), «Es kann wirklich besser laufen » («Все дійсно може бути краще»). Частка «vielleicht» («можливо») надає проханню додаткового відтінку невпевненості, що створює певну дистанційованість між співрозмовниками і формує відчуття ввічливості висловленого прохання. Частка «wirklich» («дійсно, насправді»), навпаки, висловлює впевненість в своїй думці.

До іменних форм вираження ввічливості належить і мовленнєвий акт «прощання». Для заочної комунікації – преса, офіційне та приватне листування – загальновживаними є фрази-кліше: «Ihr Fittnes-Team» («Ваша фітнес-команда», «Dein Goethe-Institut » («Твій Гете-Інститут»), «Viel Freude beim Lesen und Entdecken» («Приємного читання та нових відкиттів»), «Viel Spaß» («Гарно розважитися»). Це досить часто креативно-дружні форми звернень, мета яких дати зрозуміти кожному, що його сприймають я члена своєї команди і він дійсно може таким стати. Ці вирази пояснюють бажання авторів щодо подальшої взаємодії з клієнтом, читачем тощо, адже мета мовленнєвого акту «прощання» не тільки оформлення завершення соціального контакту, але і збереження соціальної взаємодії: «Mit freundlichen Grüßen» («З найкращими побажаннями») – офіційно, «Alles Gute und viel Erfolg» («Успіхів і всього найкращого») – неофіційно. Такі «прощання» не мають прямої вказівки щодо завершення розмови, проте це мається на увазі.

Висновки. Отож, успішна міжкультурна комунікація не можлива без врахування поняття «ввічливість». Отримані результати дослідження дозволяють стверджувати, що поняття «ввічливість» знаходить втілення у різних способах мовного вираження і є обов'язковим компонентом міжкультурної компетенції. Кожна з розглянутих вище лексичних одиниць ввічливості реалізує в мові певні функції, спрямовані на встановлення, підтримку і закріплення контакту між учасниками комунікативної взаємодії.

Список використаних джерел та літератури

1. Лебедєва Л. Е. Міжкультурна комунікація: лінвістичний аспект // Філологічні студії. Вип. 9. – Криворізький національний університет, 2013. – С. 246-252.

2. Козак А. В. Формування готовності майбутніх фахівців у сфері міжнародних відносин до міжкультурної комунікації: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / А. В. Козак; Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. – Черкаси, 2012. – 20 с.

3. Акайомова А. Використання мовної комунікації в політичному дискурсі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26828/08-Akayomova.pdf?sequence=1

4. Побережник Н. О. Категорія звертання на "ти" / "ви" у сучасній німецькій та українській мовах. // Наукові записки. Філологічні науки. – Т. 3. – Чернівці, 2010.

5. Побережник Н. О. Морфологічні індикатори ввічливості і німецькій мові на прикладах дієслів і їх категорій [Електронний ресурс]. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філолгія, 2014. – №12. – С. 101-103. – Режим доступу: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v12/29.pdf

6. Сарміна Г. Л. Комунікативні стратегії і тактики ввічливості в німецькомовних шантажних листах // Мовні і концептуальні картини світу. – Вип. 43. – Част. 4. – К., 2013. – С. 41-44.

7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінол.

енцикл. / О. О. Селіванова – Полтава : Довкілля, 2006. – 688 с.

8. Тихоніна С. І. Функціонально-семантичні особливості мовленнєвого акту звернення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/2_2018/15.pdf

9. Зачепа І. М. Звернення на ТИ / ВИ в сучасній німецькій мові (культурологічний аспект) // Аспекти мовної підготовки майбутніх фахівців у сфері міжнародних відносин: матеріали наукової конференції (Київ, 13 червня 2014 р.) /М-во освіти і науки України, Нац. авіа. ун-т. – К.: Вид-во нац. авіа. ун-ту «НАУ-друк», 2014. – С. 48-50.

10. Knigge: Duzen und Siezen in Beruf und Alltag [Електронний ресурс]. Philognosie. Wissen gehaltet die Welt. – Режим доступу: https://www.philognosie.net/kunst-kultur/knigge-kommunikation-duzen-und-siezen-in-beruf-und-alltag

УДК [133.1+37.01/.09] 314/316 (045)

Є.Ю.Мельник, к.п.н.,
(Національний авіаційний університет, Київ)
ORCID: 0000-0003-4892-1151

ФРАНЦУЗЬКА МОВА ТА КОНЦЕПЦІЯ ФРАНКОФОНІЇ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Міжнародна політика є складним комплексом економічних, правових, дипломатичних, ідеологічних, культурних та інших міждержавних стосунків, які реалізуються різноманітними засобами та у різноманітних формах. Одним із найважливіших механізмів контактування держави зі світом є її мовна політика, яка певною мірою формує міжнародний імідж країни, оскільки ставлення до національної та інших мов є показником гуманітарно-цивілізаційного розвитку держави. Як свідчить історія, мовна політика може по-різному впливати на міжнародні відносини: провокувати конфлікти або, навпаки, об'єднувати країни для досягнення спільних цілей. Мова дійсно є тим феноменом, на основі якого взаємодіють держави або групи

держав, створюються міжнародні організації, розвиваються ЗМІ тощо. Основним завданням статті є огляд ситуації, яка характеризує статус французької мови у світі, а актуальність дослідження зумовлюється тим, що воно дозволяє визначити сучасні магістральні напрямки міжнародної діяльності на основі французької мови. Зауважимо, що публікацій із зазначеної проблеми не бракує [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9], і тому основну мету статті ми вбачаємо в актуалізації наявної сучасної інформації. Новизна дослідження визначається суттєвими трансформаціями статусу французької мови, які відбулися зовсім нещодавно, а наукові здобутки автора полягають в аналізі та синтезі останніх матеріалів, що висвітлюють становище франкомовного світу в умовах стрімких змін на міжнародній арені.

Французька мова традиційно асоціюється з іміджем Франції, значущістю країни в Європі та у світовому співтоваристві, її культурним впливом, статусом п'ятої індустріальної держави, першого туристичного напрямку, третьої країни за кількістю іноземних студентів. Утім, оскільки французи складають трохи більше чверті носіїв французької мови у світі, французька мова протягом тривалого часу вже не належить лише Франції [2]. Для більшості французів це просто мова, якою вони природно користуються. Хтось розглядає її як мову відкритості для міжнародних контактів. Для інших, як у випадку з жителями Квебеку, це мова їхньої ідентичності, за збереження якої їм довелося боротися. Для більшості франкофонів французька – це один із засобів спілкування у їхньому багатомовному середовищі [3].

Однією з причин солідного статусу французької як мови міжнародного спілкування є її географічна дисперсія. Французькою мовою в якості рідної або другої розмовляють на п'яти континентах. Майже 60% мовців, які щоденно користуються французькою, живуть в Африці та на Близькому Сході, 33% проживають у Європі (28% у Франції), 7% – в Америці, 0,3% – в Азії та Океанії. З урахуванням 279 мільйонів носіїв французька мова посідає 6-е місце після китайської, англійської, хінді, іспанської та арабської. За даними «Барометра мов у світі»,

створеного соціолінгвістом Луї-Жаном Кальве, французька мова посідає друге місце після англійської та випереджає іспанську, німецьку та російську мови. «Барометр мов у світі» є рейтингом мов за 12 критеріями (кількість мовців (більше 500 000 носіїв), ентропія (здатність мови існувати за межами території походження), веікулярність (здатність мови обслуговувати різномовне населення на спільній території), статус мови, кількість перекладів з мови, кількість перекладів на мову, міжнародні літературні премії, кількість статей цією мовою у Вікіпедії, індекс розвитку людини, демографічний індекс, представленість в Інтернеті, важливість мови з точки зору її викладання на рівні університетів) [3]. Світове визнання французької мови закріплено у більшості міжнародних організацій. Французька є офіційною та робочою мовою в Організації Об'єднаних Націй (ООН) та її агенціях (ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ тощо), в Раді Європи, НАТО, Міжнародному суді, Міжнародному олімпійському комітеті та ФІФА. Французька є однією з трьох робочих мов Європейського Союзу. Це мова обговорень Суду Європейських Співтовариств та перша мова права Європейського Союзу. Французька є третьою діловою мовою у світі та другою в Європі. Застосовуючи ВВП у якості критерія, експерти стверджують, що економічна вага франкомовного простору у світі значно перевищує його демографічну вагу: у франкомовних країнах створюється 8,7% світового багатства [3]. Це четверта мова, якою найчастіше користуються в Інтернеті [4].

Сучасний франкомовний простір складається з трьох сегментів. Перший сегмент включає тих, для кого французька мова є рідною (Франція, Валлонська Бельгія та Брюссель, франкомовна Швейцарія, Квебек). Другий сегмент складається з населення частково франкомовних країн та регіонів (країн Південної Сахари та Індійського океану, Північної Африки, Близького Сходу, Гаїті, Вануату, французьких заморських департаментів та територій), які використовують французьку як мову спілкування або другу мову. Говорячи про цей другий сегмент, необхідно зазначити, що саме Африці судилося стати найбільшим франкомовним осередком у світі, і французька мова сьогодні – це світова мова,

центр ваги якої знаходиться на африканському континенті. Кіншаса, столиця Демократичної Республіки Конго (51% франкофонного населення), стала найбільшим франкомовним містом у світі. Третій сегмент утворюють люди, які вивчають французьку поза франкомовним контекстом – як іноземну мову.

Французька мова є офіційною або однією з офіційних у 29 країнах. Це єдина офіційна мова у 13 країнах (Франція, Монако, Бенін, Буркіна-Фасо, Демократична Республіка Конго, Конго, Кот-д'Івуар, Габон, Гвінея, Малі, Нігер, Сенегал, Того); це одна з офіційних мов у 16 країнах (Бельгія, Люксембург, Швейцарія, Бурунді, Камерун, Коморські острови, Джибуті, Екваторіальна Гвінея, Мадагаскар, Центральноафриканська Республіка, Руанда, Сейшели, Чад, Канада, Гаїті, Вануату). Французька не має офіційного статусу в 7 країнах, де нею розмовляють понад 20% населення (Алжир – 33%, Марокко – 35%, Туніс – 52%, Мавританія, Ліван, Маврикій, Андорра).

Отже, франкомовний простір складається з 36 країн (з урахуванням французьких заморських департаментів та територій у Північній та Південній Америках, у Карибському басейні, в Індійському та Тихому океанах). До нього слід додати також інші країни з франкомовними меншинами: Ізраїль (500 000 осіб, що становлять близько 6% населення), Сполучені Штати (2,1 млн. осіб, що становлять 0,7% населення, у тому числі майже 200 000 в Луїзіані), Італію (автономну провінцію Валле д'Аоста), Індію (Пондічеррі, де французька – одна з 5 офіційних мов території), Джерсі (територію Британської Корони, де французька мова є офіційною).

Говорячи про перспективи французької мови в сучасному світі, президент Франції Еммануель Макрон під час свого виступу 20 березня 2018 року заявив: «Ми переходимо від старої ідеї франкофонії, яка орієнтувалася на Францію, до переконання, що франкофонія – це сфера, в якій Франція, з її відповідальністю та історичною роллю, є лише активною частиною – добровільною, але свідомою водночас того, що не тільки вона визначатиме долю французької мови» [3].

З геополітичної точки зору французька мова має оригінальний та унікальний інструмент розв'язання своїх проблем та впливу – Міжнародну організацію Франкофонії (МОФ), яка і втілюватиме зазначену нову концепцію.

МОФ є єдиною у світі багатосторонньою організацією, створеною на основі асоціації з мовою. МОФ не є винаходом французьких політиків. Її було засновано у 1970 р. у Ніамеї (Нігер) за ініціативою президентів Л.Сенгора (Сенегал), Х.Діорі (Нігер) та Х.Бургіби (Туніс) та за сприяння принца Н.Сіанука (Камбоджа) і президента Франції Ж.Помпіду під назвою Агентство культурного та технічного співробітництва. У 2005 році Організація отримала назву Міжнародна організація Франкофонії. Головне покликання Організації вбачається у сприянні розвитку різнопланового співробітництва між повністю або частково франкомовними державами світу. Персонал секретаріату МОФ, штаб-квартира якої розташована у Парижі, а також її регіональних представництв налічує близько 300 осіб [5].

У березні 2020 року МОФ відсвяткувала 50-ту річницю свого створення. Сьогодні МОФ складається з 88 країн та урядів (54 повноправних членів, 7 асоційованих членів та 27 спостерігачів) [3].

Повноправними членами МОФ є Албанія, Андорра, Бельгія, Бенін, Болгарія, Буркіна Фасо, Бурунді, Вануату, В'єтнам, Вірменія, Габон, Гаїті, Гвінея, Гвінея Бісау, Греція, Демократична Республіка Конго, Джибуті, Екваторіальна Гвінея, Єгипет, Кабо Верде, Камбоджа, Камерун, Канада, Коморські острови, Конго, Кот-д'Івуар, Лаос, Ліван, Люксембург, Маврикій, Мавританія, Мадагаскар, Малі, Македонія, Марокко, Молдова, Монако, Нігер, Руанда, Румунія, Сент-Люсія, Сан-Томе і Принсіпі, Сенегал, Сейшельські острови, Співдружність Домініки, Того, Туніс, Центральноафриканська Республіка, Франція, Чад, Швейцарія) та уряди двох канадських провінцій – Квебеку і Нью-Брансвіку та французької спільноти Бельгії – Валоні-Брюссель [5].

Україна отримала статус спостерігача у Міжнародній організації Франкофонії під час XI Саміту МОФ 28-29 вересня 2006 року у Бухаресті. Приналежність до МОФ дала Україні

можливість урізноманітнити канали співробітництва у сферах розвитку демократичних інститутів, модернізації освітніх процесів, участі у діалозі культур, а також посилити її позиції у міжнародних організаціях, де широко представлені країни франкомовної спільноти. На даний момент опрацьовується можливість участі України у програмі «Французька мова у дипломатичному та міжнародному житті», яка передбачає вивчення французької мови українськими держслужбовцями, що працюють або планують працювати у сфері міжнародних відносин. Передбачається, що Програмою, яка розрахована на 4 роки, буде охоплено близько 100 українських держслужбовців, 5-та частина з яких – дипломати [5].

Отже, МОФ значно ширша за франкомовний простір, який складається з 36 країн (проте Алжир та Ізраїль, які характеризуються значною франкомовною присутністю, не є членами МОФ). Франція сплачує найбільший внесок до Міжнародної організації Франкофонії [2]. Бюджет МОФ на 2019 рік складав 71,45 мільйонів євро [3].

МОФ опікується важливими міжнародними питаннями, що стосуються миру, демократії, прав людини, сталого розвитку, економіки, культури, освіти, не забуваючи при цьому проблем французької та регіональних мов. МОФ позиціонує себе як місце поваги та пропаганди культурного та мовного різноманіття. Буде цікаво зазначити, що після Брексіту англійська мова стала міноритарною на теренах Європейського Союзу, де залишилося лише 5 мільйонів носіїв англійської мови на 450 мільйонів громадян (трохи більше 1% відсотку населення). Водночас ірландці та мальтійці, які і складають ці 5 мільйонів носіїв англійської мови, обрали відповідно ірландську та мальтійську як офіційні мови в межах Європейського Союзу, а у 2018 році приєдналися до Міжнародної організації Франкофонії. Отже, Брексіт надав європейцям можливість переосмислити використання мов у Союзі – не для встановлення гегемонії французької мови, а для створення справжньої багатомовності навколо кількох основних мов [3]. Дослідники підкреслюють, що у сучасному світі французька мова не конкурує з англійською чи іншими мовами, а відіграє важливу роль у динамічній багатомовності [6].

Як і раніше, навчання французької мови вважається одним з основних шляхів пропагування ідей франкофонії у сучасному багатополярному світі, що характеризується культурним і мовним плюралізмом. Сьогодні її все більше і більше вивчають для того, щоб брати участь у культурно-економічному обміні з франкомовними країнами Америки та Африки [2]. Французька посідає друге місце серед мов, яких навчають в якості іноземної або другої (51 мільйон учнів та студентів, за даними Наглядової ради з французької мови МОФ). У Європейському союзі, згідно зі статистикою МОФ, французька мова посідає друге місце серед іноземних мов, які вивчаються в середній школі, з 26% учнів від їхньої загальної кількості [4]. Французька мова зберігає солідні позиції в системах освіти фламандської Бельгії, Німеччини, німецькомовної Швейцарії, Італії, Ірландії, Великобританії, Португалії, Австрії. В Іспанії французьку пропонують як факультативний предмет. У Північній, Центральній та Східній Європі, за винятком Румунії, вона користується меншою популярністю, конкуруючи з німецькою, іспанською та російською. Інтерес до французької постійно зростає в Марокко, Алжирі, Тунісі, Єгипті, Нігерії, Гані, Мозамбіку. У Північній Америці французька викладається в англомовних провінціях Канади і на колишніх французьких територіях у США. У Латинській Америці її навчання значно скоротилося (за винятком Коста-Ріки, де її викладання є обов'язковим, та Чилі, Бразилії і Аргентини). В Азії та Океанії вивчення французької як іноземної обмежується кількома країнами (В'єтнам, Камбоджа, Лаос, Китай (головним чином у вищій школі), Індія, Узбекистан, Японія, Австралія та Нова Зеландія). Кількість викладачів, які навчають французької мови у світі, оцінюється приблизно в 900 000. За ініціативою МОФ 28 листопада оголошено Міжнародним днем викладачів французької мови. Водночас діяльність МОФ щодо оптимізації навчання французької мови у світі є, на думку експертів, парадоксально недостатньою і потребує перегляду політики освітніх реформ та підготовки викладачів [3].

Згідно з прогнозами МОФ, у 2070 році у світі налічуватиметься від 477 до 747 мільйонів франкофонів [3].

Цей потенціал розвитку франкофонії пояснюється очікуваним демографічним зростанням в Африці. Сьогодні з 279 мільйонів франкофонів (3% населення планети) більше половини походять з Африки, а демографічний приріст африканських країн такий, що в 2070 році при найкращому сценарії мова Мольєра може стати першою мовою африканського континенту та 4-ю і навіть 3-ю найрозповсюдженішою мовою у світі, якою розмовлятимуть 8% людства та 85% усіх франкофонів. Для того, щоб ці прогнози справдилися, франкомовна Африка повинна продовжувати використовувати французьку в навчанні дітей протягом наступних років. У франкомовній Африці система освіти традиційно надає привілейоване місце французькій, але з точки зору якісності шкільне навчання значно відстає від темпів демографічного зростання, про що попереджав Абду Діуф, колишній генеральний секретар МОФ (2003-2015). У своєму докладі «Франкофонія та франкофілія, двигуни сталого зростання», представленому у 2014 році Франсуа Олладу, економіст, письменник і політичний діяч Жак Атталі був ще категоричнішим: «За відсутності освітньої інфраструктури, яка б уможливлювала навчання більшості населення і викладання французької та французькою, майбутні покоління африканців більше не розмовлятимуть цією мовою» [7].

Загалом у світі французька мова може розвиватися лише за державної підтримки. Її майбутнє пов'язується перш за все з досягненням таких результатів:

1) сприйняття французької мови як запоруки соціального успіху;

Французька розвиватиметься за однієї умови: якщо люди вважатимуть, що вона відповідатиме їхнім реальним потребам, якщо вона вважатиметься ними корисною для отримання знань, творчості, торгівлі та загалом для всіх видів діяльності, які передбачають міжособистісні контакти.

2) переконання економічних гравців у важливості франкомовного економічного простору;

Прикладом інновацій у сучасному франкомовному економічному просторі можна вважати Форум FrancophoNice,

відкритий у червні 2019 року, який щорічно розглядатиме питання розвитку у середземноморському регіоні із залученням міжнародних та місцевих економічних гравців.

Китай розглядає французьку в якості одного зі шляхів проникнення на ринки африканського контитенту. Активізація викладання французької мови в Китаї пояснюється головним чином бажанням підготувати кадри задля виходу на ринки франкомовних країн. Отже, у тій частині світу, яка характеризується економічним зростанням, знання французької мови сприймається як перевага.

3) розв'язання серйозних проблем шкільного навчання у франкомовних країнах Африки;

Зобов'язання президента Еммануєля Макрона щодо Глобального партнерства в галузі освіти, головного оператора з питань освітньої співпраці на африканському континенті, відкривають широкі перспективи після років ігнорування Францією зазначених проблем за президентства Ніколя Саркозі та Франсуа Олланда.

4) подальшого захисту французької мови від невиправданого використання англійської у франкомовному просторі;

На жаль, у засобах масової інформації (у рекламі зокрема) активно використовується англійська. Навіть у повсякденному спілкуванні вживання англійських слів або франко-англійського «суржику» часто-густо вважається майже обов'язковим [3].

5) зміцнення позицій міжнародних франкомовних ЗМІ;

Французька мова присутня у міжнародних ЗМІ: канал TV5Monde, наприклад, переглядається у 200 країнах [6], проте кількість таких ЗМІ було б варто збільшити, а наповнення урізноманітнити задля відповіді на запити неоднорідної франкомовної аудиторії.

Отже, очевидно, що ефективна реалізація сучасної концепції франкофонії неможлива без виконання певних визначальних умов, серед яких найголовнішими є надання якісної освіти, розвиток економіки, доведення корисності володіння французькою мовою [8].

Французька мова є водночас ресурсом, який потрібно експлуатувати. Необхідно максимально активізувати усі форми співпраці, що здійснюється французькою мовою, та сприяти розповсюдженню французької у світі, фінансуючи політику мовного співробітництва, підготовку викладачів, розвиток культури й освіти. Формування франкофона – повільний процес, але рентабельність інвестицій у цю сферу вдесятеро більша, ніж витрати [9].

У якості висновків визначимо пріоритети для зміцнення позицій французької мови у світі:

1) консолідація франкомовного простору та МОФ;
2) популяризація французької мови як іноземної у світі;
3) посилення використання французької мови в європейських та світових установах;
4) активізація ролі французької мови в економічному житті світової свільноти;
5) поширення франкомовного контенту та захист французької мови в ЗМІ та Інтернеті.

Список використаних джерел та літератури

1. Francophonies du monde // Le français dans le monde. – 2020. – n°3. – 52 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.fdlm.org/wp-content/uploads/2020/03/fdm-3-032020.pdf

2. La promotion du français dans le monde // Politique culturelle et français [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/FR_la_promotion_du_francais_dans_le_monde_cle4136a1.pdf

3. Pilhion R. La langue française dans le monde // Mission laïque française [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mlfmonde.org/la-langue-francaise-dans-le-monde/

4. Semo M. Le français, cinquième langue la plus parlée dans le monde // Le Monde [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2018/10/11/le-francais-cinquieme-langue-la-plus-parlee-dans-le-monde_5367799_3212.html

5. Міжнародна організація Франкофонії // Міністерство закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: https://mfa.gov.ua/mizhnarodni-vidnosini/mizhnarodna-organizaciya-frankofoniyi

6. Gallorini M. Le français dans le monde se porte bien // Radio-Canada [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1325853/francais-francophonie-monde-progression-rayonnement

7. Mathieu T. Quelle place dans le monde pour la langue française en 2050? // Europe1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.europe1.fr/societe/quelle-place-dans-le-monde-pour-la-langue-francaise-en-2050-3604640

8. Develey A. La langue française n'appartient plus aux seuls Français // Le Figaro/ Langue française [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/francophonie/la-langue-francaise-n-appartient-plus-aux-seuls-francais-20190320

9. Kabacoff I. Montrer que la francophonie est partout // Le français dans le monde. – 2019. – n° 423. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.fdlm.org/blog/2019/03/21/montrer-francophonie-partout-2/

Д.О. Ржевська
(Національний авіаційний університет, м.Київ)
0000-0001-9455-4490

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРНІТОНІМІВ ДЛЯ ПЕРЕДАЧІ ПОЧУТТІВ У ХУДОЖНЬОМУ МОВЛЕННІ

Японська література загалом була майже невідома у світі. Головною причиною цього вважаємо труднощі з вивченням мови, наявність культурного бар'єру, відмінність у ментальній та художній традиціях, що не сприяло популяризації японської літератури. На території Східної Європи посилювалися процеси інтеграції, відчувалося тяжіння до східних елементів у культурі та філософії. Яскравим прибічником ідеї зближення Сходу і Заходу став японський письменник Харукі Муракамі, який ввів

філософські категорії цього процесу у літературну тканину своєї творчості [4: 128–131].

В український культурний простір Х. Муракамі зі своїми творами потрапляє завдяки перекладачеві І. Дзюбу. Українськомовні переклади текстів його творів було надруковано в журналах «Сучасність» та «Всесвіт». Проте літературознавче й історико-літературне осмислення творчості митця залишалося прерогативою винятково російських дослідників С. Єрмішко, Д. Коваленіна, Т. Касаткіної та Г. Чхартішвілі.

Харукі Муракамі – прозаїк, уподобання якого становили дві полярні художні форми: оповідання й роман. Майстерність письменника в кожній із них була підкреслено оригінальною. Творам Х. Муракамі притаманні основні риси поетики постмодернізму, а саме – інтертекстуальність (творення свого тексту з чужих); колаж і монтаж («склеювання» різнорідних фрагментів); використання алюзій; тяжіння до прози ускладненої форми, зокрема, з вільною композицією; бріколаж (непряме досягнення авторського задуму); насичення тексту іронією.

Вітчизняний лінгвіст І. А. Бехта зазначає, що для літератури постмодернізму, яка за своєю природою є фрагментарною, дискретною, еклектичною, характерна така ознака, як колаж, що в тексті роману проявляється у порушенні стабільності його структурування. А постмодерністський колаж є новою формою модерністського монтажу, що суттєво відрізняється від нього. Еволюція колажу в модернізмі супроводжується поглибленням такого фундаментального принципу його побудови, як принципу різнорідності та набуває форм бріколажу, як моделювання конструкцій із елементів, що належать до різнорідних сфер предметності, ряду вербальних та невербальних семантичних ігор в літературі постмодернізму [2: 571–573].

Основними ознаками творів сучасного постмодернізму в англійській літературі, ознаки якої притаманні творам Х. Муракамі є незавершеність, гра, іронія, травестія, пастиш, безліч цитат, відмова від строгої концептуальності. Відповідно, постмодернізм у літературі виявився пов’язаним із сучасним візуальним мистецтвом, через розмивання кордонів між різними видами

мистецтва, а, відтак, постмодернізм поєднав розповідь з показом. Цитатність, інтертекстуальність, властиві постмодернізму вкупі, виявилися в англомовному художньому тексті у різноманітних імітаціях, стилізаціях літературних попередників, іронічних колажах традиційних прийомів письма, що є також характерною рисою романів Х. Муракамі [3: 162].

Саме тому, на нашу думку, в своїх творах Х. Муракамі й прагне поєднати, взаємодоповнити істини (часом полярно протилежні) багатьох людей, націй, культур, релігій, філософій, прекрасно змальовуючи бачення повсякденного реального життя. Вражає зумисне химерне переплетення різних стилів оповіді, також у стиль художній нерідко долучено стилі науковий та публіцистичний.

Для творчості письменника характерні найрізноманітніші напрями міжкультурної комунікації. Автор часто акцентує увагу читача, використовуючи «музикалізацію текстового потоку» та значну кількість одиниць ономатопеїчної лексики, що надає особливого забарвлення тексту у вирішальних моментах життя головних героїв. Це передбачає часті посилання письменника на музичні групи, співаків, композиторів, музичні твори та пісні. За допомогою ономатопеїчної лексики Х. Муракамі вдало передає емоції та почуття своїх героїв, а також описує явища та звуки природи. Це дає можливість читачеві візуалізувати багатогранний світ письменника. Кожний рядок, кожне ономатопеїчне слово асоціюється з мінорними і мажорними акордами, залежно від ситуації, або звучання певних музичних інструментів – гітари, барабанів, скрипки чи піаніно. Герої Х. Муракамі живуть у ритмі, яку би дію вони не виконували, – працювали, їли, спали, готували їсти, – обов'язковим фоном є певна мелодія [1: 367].

Функція музики у творах Х. Муракамі є дуже різноманітною, але вона не має бути такою, що пом'якшує ситуацію, зменшує ступінь інтриги, знімає напругу, а навпаки – не повинна давати змогу автору і читачеві ухилятися від ритму і переходити до ліричних відступів. Право вибору стилю, образів та асоціативного ряду, пов'язаних з музикою, залишається за читачем.

Керуючись дослідженнями Б. Аболіна, ми можемо простежити три своєрідні джерела музики у романах Х. Муракамі. Перший – радіоприймачі та магнітофони у домі та машині (головний герой роману «Країна Чудес без гальм і Кінець Світу»), плеєри (дівчинка Юкі з роману «Танцюй, танцюй, танцюй». Другий – власне музичні інструменти, на яких грають герої безпосередньо в певний момент (Рейко і її гітара у «Норвезькому лісі»), і третій – свідомість героїв, їх мислення, здібності перетворювати власні думки і світосприйняття на музику, бачити конкретний предмет чи явище, шукаючи пісню чи мелодію, з якою вони можуть асоціюватися. Існує також нечітко окреслений четвертий тип, наприклад, таємничий Заводний Птах із однойменного роману, який за легендою заводиться і грає лише тоді, коли герой роману сам цього забажає. Його ніхто не бачив, його існування тяжко довести, але головні герої Тору Окада і Мей Касахара не просто вірять в існування Заводного Птаха, вони навіть самостійно намагаються відгадати момент, коли він співає, коли мовчить, а якщо співає, то з чим це може бути пов'язано [1: 368].

У продовження теми музики у романі «Хроніка заводного птаха» ми прослідкували цікаву закономірність автора давати назву кожній із трьох частин іменами відомих музичних творів, а саме – «Сорока-злодійка» (опера Дж. Россіні), «Віщий птах» (фортепіанний цикл Р. Шумана) і «Птахолов» (циганська народна пісня), що надає нам можливість стверджувати про наявність присутності музичного тла в романі.

Цікавими явищем у романі є центральний звукосимвол ПТАХ, який фігурує навіть у назві твору. На думку Дж. Рубіна, орнітоніми в творчості Х. Муракамі символізують незбагненний зв'язок між світом свідомого та світом підсвідомого. Орнітоніми дають змогу простежити зв'язок слова з життям народу, його історією та культурою, факти спадковості в мові, контакти з іншими народами [6: 202].

У тканині роману автор використовує образи різних птахів: на початку першої частини роману головний герой, Тору Окада, слухає увертюру до опери Дж. Россіні «Сорока-

злодійка», потім іде шукати зниклого кота, де в порожньому саду бачить кам'яну скульптуру птаха, прислухаючись до туркотіння одинокого голуба. У романі головний герой чує крик невідомого птаха, якого згодом дружина називає «заводним», асоціюючи його голос зі звучанням годинникового механізму. Коли нова знайома Тору, Мей Касахара, скаржиться, що не може вимовити його імені, головний герой обирає для себе кличку «Заводний Птах». Цей птах також фігуруватиме в переломних моментах інших героїв роману. У другій частині твору Тору Окада знову слухає музику – «Віщий птах», сьому п'єсу «Лісових сцен» Р. Шумана. Потім його дружина попросить розлучення заради іншого чоловіка. Крик заводного птаха чує також солдат, головний герой іншої «паралельної історії» в романі, події якої стануть причиною появи дару провидіння.

Тож, ми вважаємо, що орнітоніми, а саме звукосимвол ПТАХ, дають можливість встановити особливий зв'язок між реальним світом та світом підсвідомого, на межі яких і відбуватиметься історія героїв роману.

За допомогою ономатопеїчної лексики Х. Муракамі вдало передає фрейм САМОТНІСТЬ у почуттях та емоціях своїх героїв, а вже в п'ятому розділі першого тому роману вперше описує звуки природи через єдину одиницю звуконаслідування 擬音語 (giongo) – звук заводного птаха, який заводиться і грає лише тоді, коли герой роману цього забажає. Ми робимо припущення, що скрипучий звук ぎー(gi), вигаданого автором уявного абсурдного птаха, якого нікому з героїв не вдається побачити, належить живій істоті, і тому вважаємо, що ономатопея *ぎー(gi)* входить до класу звуконаслідування 擬音語 (giongo):

ねじまき鳥がどこかの木の上で鳴いているのが聞こえた。ギイイイイイ、とそれは鳴いた。隣の庭の松の木の方で、ギイイイイイイイという鳴き声だけだ [7: 125]。

Як завжди, на вершечку якогось дерева прокричав заводний птах: Крі-і-і-і!. Незабаром птах знову подав свій ***скрипучий голос*** *з верхів'я сусідської сосни* [5:75].

I heard the wind-up bird winding ***its spring*** *in a treetop somewhere…Soon the bird gave its* ***rasping cry*** *once more, a* ***long***

creaking sound *that came from the top of the neighbor's pine tree* [8: 57].

В українськомовному перекладі І. Дзюб відразу використовує український відповідник *Кр-и-и-и-и* для відтворення звуконаслідування ギイイイイイ***(giii),*** в іншому випадку звуконаслідування було передано прикметниковим виразом *скрипучий голос*, тобто через залучення перекладацької заміни, щоб відтворити якість та об'єм звуку.

У випадку з англійським перекладом Дж. Рубін упускає пряму передачу звуконаслідування ギイイイイイ***(giii)***, замість чого використовує опис звучання пружини під час заведення годинникового механізму – *rasping cry* , а *long creaking sound*.

Під час перекладу Дж. Рубін також звернув увагу на тривалість звуку заводного птаха. В іншому висловленні ми бачимо, що Х. Муракамі підкреслює протяжність звуку великою кількістю був [і] в звуконаслідуванні ぎー***(gi)***. В англійському варіанті це було передано прикметником ***long*** за допомогою перекладацької трансформації *висування/актуалізації (foregrounding)*, автором якої є Л. Талмі. Мета цього – виділити в тексті саме протяжність звучання заводного птаха, щоб передати приховане повідомлення про настання кардинальних змін у житті головних героїв.

Цю перекладацьку трансформацію запропонував американський лінгвіст Л. Талмі для перекладу ономатопей, щоб вибірково фокусувати увагу на певних сценах, де ключові моменти передаються ономатопеїчними словами.

У перекладі п'ятого розділу Дж. Рубін використав англійський відповідникギイイイイイ***(giii)*** – *creak*, щоб надати уявному птахові ефект природного звучання та компенсувати упущення, які перекладач зробив при передачі звуконаслідування. Дж. Рубін також підкреслив протяжність звуку великою кількістю був [е] в ономатопеї *creak*.

「毎朝木の上で世界のねじを巻くんだ。ギイイイイイって」

隣の木の上でギイイイイイって鳴くんだ。[7:126].

"It winds the world's spring. ***Creeeak****".*

The bird comes over to my place every day and goes ***Creeeak*** *in the neighbor's tree* [8:62].

Проте, коли Х. Муракамі ввів звуконаслідування ギイイイイ ***(giii)*** в першому розділі роману, І. Дзюб та Дж. Рубін не перекладають його словниковим еквівалентом, а шляхом експлікації.

На нашу думку, незважаючи на те, що за результатами дослідження та обрахунків на графіках можна побачити майже 90 % японських ономатопей, збережених в українськомовному перекладі та, відповідно, 75 % – в англомовному, не можна стверджувати, що всі японські ономатопеїчні слова, в тому числі звуконаслідування, можуть бути перекладені без експлікацій. В основі значення звуконаслідувальних слів лежить звуковий образ, створений уявою мовця на ґрунті реально почутих звукових виявів істот, явищ, речей.

Специфічність цих слів полягає у фонемній будові, яка ґрунтується на принципі звукового символізму. Проте на формування більшості звуконаслідувань значний вплив мають не тільки мовні, а також культурні та історичні особливості. Певні звуки через свої артикуляційно-акустичні ознаки стають основою, ядром звукового комплексу, який набуває певного значення і сприймається носіями конкретної мови як засіб вираження звукових ознак дійсності.

Ми вважаємо, що звуконаслідування у більшості випадків потребують словникового еквіваленту та/або експлікації при перекладі, і тому І. Дзюб та Дж. Рубін для того, щоб пояснити специфіку звуку птаха японською мовою, не вдаються до перекладу за допомогою словникового відповідника, а надто до експлікації:

近所の木からまるでねじでも巻くようなギイイイッという規則的な鳥の声が聞こえた [7: 19]。

По сусідству виднілося кілька дерев, і звідти долинав ***скрипучий крик*** *якогось птаха, схожий на скрегіт накручуваної пружини* [5: 14].

There was a small stand of trees nearby, and from it you could hear the ***mechanical cry*** *of a bird that sounded as if were winding a spring* [8: 9].

У цьому випадку такі трансформації є найбільш адекватними при перекладі звуконаслідування ギイイイイイ ***(giii)*** у цьому висловленні.

Отже, враховуючи культурні та історичні особливості ономатопей та музикалізацію текстового потоку роману Х. Муракамі, звуконаслідування ギイイイイイ ***(giii)*** заводного птаха роману І. Дзюб та Дж. Рубін перекладають шляхом експлікації, словниковими еквівалентами, повтором голосної букви [і] для виділення протяжності звучання, а також за допомогою перекладацької трансформації *висування/актуалізації* (foregrounding) для подовження звуку птаха в англомовному варіанті.

Для візуалізуалізації свого внутрішнього світу Х. Муракамі використав ономатопеї, які передають емоції та почуття героїв, а також описують явища та звуки природи. Саме наявність ономатопеїчної лексики дає можливість Х. Муракамі створити складну фреймову сітку, що переплітає головні сюжетні лінії за допомогою перманентного повтору певних ономатопей.

Список використаних джерел та літератури

1. Аболин Б. И. Музыкальный фон романов Харуки Мураками. Дергачевские чтения – 2004. Русская литература: национальное развитие и региональные особенности: материалы VII Всерос. науч. конф., 2–3 окт. 2004 г. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2006. С. 367–368.
2. Бехта І. А. Текст і лінгвістика тексту. Вісник Львівського університету. Сер. Міжнародні відносини. 2000. С. 570–583.
3. Бехта І. А. Художньо-естетичні концепти англомовного літературно-художнього твору постмодернізму: зб. наук. праць Луганського національного університету. Лінгвістика. 2008. № 2 (14). С. 161–169.
4. Ковалевин Д. М. Занимательное мураками Едение. СУСИ-НУАР, 2004. 432 с.
5. Муракамі Х. Хроніка заводного птаха / пер. з яп. І. П. Дзюб. Харків: Фоліо, 2009. 762 с.

6. Рубин Дж. Харуки Мураками и музыка слов. Москва: Амфора, 2004. 342 с.
7. Murakami H. Nejimakidori kuronikuru (Dai 1 bu) Dorobō kasasagi hen ねじまき鳥クロニクル〈第 1 部〉泥棒かささぎ編. Shinchōsha, 1994. 373 p.
8. Murakami H. The Wind-Up Bird Chronicle. Trans. Jay Rubin. New York: Vintage, 2003. 609 p.

УДК: 37.01/.09

Т.С.Скирда, ст.викладач
(Національний авіаційний університет, Київ),
0000-0002-0281-824

A RAPID DECLINE OF INTERNATIONAL ACADEMIC MOBILITY 2020
ШВИДКА РЕЦЕСІЯ МІЖНАРОДНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ 2020

Abstract. The purpose of the paper is to emphasize on the fact that academic mobility is inextricably linked with the unpredictable changes in the world. Ukraine high education system also responds to all world changes concerning student mobility. Regression analysis confirms that factors associated with the economic crisis and world pandemic have a bearing upon mobility ban, the most significant predictor being negative impact on personal development.

Moreover, the given article outlines the principles of academic mobility, its main types and outlines the obstacles towards student internationalism. Methodology. The deep scientific investigation presents modern factors that have sufficient impact as well as implications on the preparation of student mobility in the frame of high education system through innovative technologies.

Key words: academic mobility, types of mobility, crisis, obstacles towards dual form of education, distant learning, training mobility, virtual mobility.

Introduction.

Academic student mobility is not a new phenomenon

nowadays. Since universities began to flourish in Medieval Europe, academics have moved across institutions, acquiring new knowledge and social connections and bringing and diffusing their knowledge to new colleagues and students. In recent years student mobility has increased significantly and has been associated with major changes in research systems. Academic mobility is one of the priority activities of the Institute, which provides the opportunity to the participants of the educational process to learn, to teach, to train or to carry out research activities, etc. in another institution of higher education within the territory of Ukraine or abroad.

Basic types and forms of academic mobility, organizational support, recognition of the results of the program of academic mobility, the mechanism of credit transfer of received credits of the European Credit Transfer System (ECTS) and other provisions are governed by the following documents:

On 12 August 2015, the Cabinet of Ministers of Ukraine approved Resolution No. 579 «On Approval of Regulation on the Procedure for Exercising the Academic Mobility Right». Key aspects of the new regulation include the right to participate in academic mobility programmes to all participants of the educational process; clear determination of types and forms of academic mobility; the entrenchment of the credits transfer principle in accordance of the European Credit Transfer System (ECTS), in particular through the comparison of training module content rather than titles of courses; preservation of the studying seat and continued payment of the educational grant for students and the job for academic staff participating in the academic mobility programmes. The procedure followed by all participants of the educational process in terms of academic mobility is an important step in the implementation of the Law of Ukraine «On Higher Education» and creation of an effective tool for Ukrainian higher education institutions to become international.[2]

Academic Mobility Sector of Center for Technology Transfer of the Institute of Innovative Technologies and Leadership is subdivision of National Aviation University. Sector functions as a coordinating and advisory structure dealing with academic mobility participants in the educational process, obtain educational degrees junior's degree,

bachelor's, master's, Ph.D., Ph.D., scientific, educational, scientific and teaching staff and other members of the educational process at the University, and provides for their education, training, including language, following the training and work practice, research, academic training and professional Qualification ies in higher education in Ukraine and abroad.[8]

Development of academic mobility for students, professors and administrative staff became especially important after the principles of the Bologna process have been accepted.

The goal is integration into European and international educational environment. The Bologna documentation always includes postulates concerning the importance of academic mobility. Magna Charta Universitatum states: as in the earliest years of their history, they [universities] encourage mobility among teachers and students. This principle was developed in the Sorbonne Joint Declaration signed by the four Ministers in charge for France, Germany, Italy and the United Kingdom (Sorbonne, 1998): «An open European area for higher learning carries a wealth of positive perspectives, of course respecting our diversities, but requires on the other hand continuous efforts to remove barriers and to develop a framework for teaching and learning, which would enhance mobility and an evercloser cooperation". It also emphasizes that "At both undergraduate and graduate level, students would be encouraged to spend at least one semester in universities outside their own country. At the same time, more teaching and research staff should be working in European countries other than their own".[12]

Academic mobility is a possibility for students, postgraduate students and young scientists to continue education and to acquire academic experience abroad by means of participation in short-term educational and research program. Academic mobility is one of the priority directions of international activity of all foreign and during the last years of Ukrainian institutions of higher education.

Mobility in its broaden meaning is manifested inside its own categories.

There are external (international) and internal (national) academic mobility, Under external academic mobility is understood

the training of students in foreign universities, as well as the work of academic researchers in foreign educational or scientific institutions.

Under internal academic mobility is understood the training of students, as well as the work of lecturers and researchers in leading Ukrainian universities. Mobility is divided into full degree and intercycle. Credit mobility has its subdivisions: unstructured (self organized, individual mobility) and short organized (group mobility); semi-structured and structured.

Academic mobility differs from traditional foreign internships, first of all, by the fact that, firstly, students go to study abroad, although for limited but long terms - from semester to academic year, and, secondly, during such internships, they learn fully, not only learn the language and individual disciplines, but undergo a full semester or one-year course, which is credited to them upon return to the basic university. «The basic university» we call the university where the student entered, and whose diploma he originally wanted to receive.

This means that any student who meets the eligibility criteria has the opportunity to go for 1 semester or 1 year under the program of academic mobility.

To achieve mobility, courses need to be internationalised and allow all students, even those not moving between countries, to acquire international and intercultural competences. Thus, higher education institutions employ targeted measures such as teaching in a foreign language, joint study programmes, summer schools and more to ensure that learning, teaching and research take place in an international environment.

There are a plenty of international programes supporting student mobility but the most popular is Erasmus+ Key Action 1 (Mobility of Individuals) where opportunities are provided for students to undertake a study period abroad at a Higher Education Institution awarded with an Erasmus Charter for Higher Education and having signed an inter-institutional agreement with CEU before the mobility takes place. The receiving institution must be located in an Erasmus+ Program Country.[1]

However, there are some barriers towards the development and expanding of Internationalism and academic student mobility in

the whole world. Against the background of the mobility goal, the factors that may be deterring students from pursuing a study period abroad have been of interest to researchers and policy-makers in the past. Cross-nationally, research has consistently identified financial concerns, world pandemic, a reluctance to leave the social network in the home country, and a lack of general motivation as the main obstacles keeping students from studying abroad.

The two largest obstacles for students who want to study abroad rate most highly are the additional financial burden and world pandemic. The recent spread of COVID-19 and its effects on student mobility captures the complexities of an increasingly transnational field of higher education.

One of the world's most successful student exchange programmes Erasmus + found itself under fire at a recent conference on international curricula in Brussels. Erasmus, which is responsible for placing some 230,000 students abroad each year, was said to be reaching its limits and the supply of applicants has stopped growing.

The mobility of students, teachers and researchers has become a touchstone for innovation in European universities, which are increasingly dependent on the professionalisation of international recruitment and selection efforts.

Meanwhile, the budget allocated to Erasmus, by both the European Union (EU) and national agencies, had not increased in proportion to the number of participants. This implies that the individual Erasmus grant on average has been decreasing over the years.

The mobility of international students could take up to five years to recover from the coronavirus pandemic across the world, as universities continue to grapple with the "extraordinary set of challenges. As the world faces an economic recession – losing up to 10% of GDP worldwide – the middle classes which have sustained the growth of international education will temporarily shrink. While health factors associated with the Covid-19 pandemic will impact the sector in the next 12 months, the following economic recession will create a very long recovery period. Commentators agreed that enrolment for the next academic year will look different, with

universities grappling with how to deliver programs virtually and market them internationally.

Combined with the financial hardships that will inevitably follow the virus, pressures associated with climate change may also lead to reduced international tertiary mobility.

As professionals, the teaching staff will all be so used to working remotely and via online platforms that in some cases we will never go back to old habits. The impressive shift to online delivery has created a question of quality. Online provision systems need to be ramped up in the northern hemisphere to prepare for an academic year that will be predominantly or wholly online that is likely to persist into 2021.

However, online provision will not replace face-to-face education in the long term, Marginson predicted. Students will continue to seek immersive experiences in other countries, and perceived status benefits attached to face-to-face education will continue. We are heading towards a future scenario where global learning experiences will be out of the reach of many aspiring international students. This is a wake-up call to action for researchers, policymakers, practitioners, and leaders to focus on finding solutions to this affordability crisis, which threatens the future of international student mobility.

However, each problamatic aspect has its own way out. The vital solution is distant virtual online learning. It is overviewed that quality higher education (HE) undergoes a continuous transformation process, and at present there is no educational offer which does not fully or partly include virtual resources. Virtual campuses, open digital objects, free online courses, or massive open online courses, are revolutionizing the way of working and teaching at universities. Yet, has this evolution alsoextended to academic mobility of students? Academic mobility is a reality that has always existed. The possibility of studying at host universities has been a constant concern of HE. However, mobility has traditionally focused on an on-campus stay at a host institution, where an entire degree or a large amount of academic credits were completed. Training mobility, i.e. transnational mobility to acquire new skills, is one of the main ways of improving future employability and personal development, particularly in the case of young people. Studies confirm that training mobility is positive for

human capital, as students obtain new knowledge and develop new linguistic and inter-cultural skills. Virtual Mobility appears at a time when new structural teaching models are being developed through virtual campuses of HE all over the world, as for family, professional or personal reasons, not everyone can join an on-campus mobility programme. There are innovations focusing on the exchange and sharing of mobility programmes, based on the already existing cooperation in HE that contributes from a virtual perspective to the necessary mobility tools (credit transfer, quality assurance processes, etc.). These sets of proposals seek to provide a virtual focus for European initiatives in the field of HE. Nevertheless, virtual and physical mobility are two different sides of the same coin, although they were both conceived as different educational methods, and they both have their own future. However, neither one is less important than the other. Each one has its own characteristics and legitimacy.

The Net-Active project started with the aim of promoting the mobility of students in distance HE institutions. While most universities are currently promoting mobility programmes, there are, nevertheless, significant differences between each region, and each one of them has features that cannot be ignored. We needed to know the situation of these institutions in all regions, and this posed complexity given the huge range of institutions involved. Measures need to be defined to remove the obstacles to a permanent flow of students among them, and to obtain measurable and realistic mobility targets, improved monitoring tools and strategies for information and promotion. The Net-Active project aims to prove the feasibility of distance university student mobility, and also mobility between different virtual HE institutions in the European Union. Evaluation through virtual mobility may pose some problems: one of the risks might be that tests and examination exercises were not well adjusted to the students' real competence level. In relation to this, studies on virtual mobility suggest the implementation of resources with potential to improve evaluation, as blogs, e-coaching (sessions can be online instant messaging), or e-portfolios (a virtual version of the traditional portfolio, that includes evaluations by supervisors from partner universities).

Institutions are improving their training and education, and the quality of distant learning is fast growing. Both educators and students are increasingly integrating technology with education. Consequently, institutions are using the power of modern technology to make learning and training more comfortable through the use of best practices. The quality of distant learning is high, and learning institutions are discarding inferior programs by accrediting new ones that have better reception and offer more quality.

We suggest the list of useful programmes for distant learning: ezTalks Cloud Meeting (this is video communication for learning and training. The system uses cloud technology to create new conference communication mode that makes online learning smoother and easier. Effective communication is important as it reduces operating costs; WeVideo (the software allows students to put together their videos in a group. This enables students to have an atmosphere of togetherness that bridges the distance gap experienced in distance learning. WeVideo approaches free distance learning with a tutorial like an approach which is considered sufficient in working environments; Scrible (this is a software that uses various tools to allow students to share notes, project progress and compare ideas. Students can share their resources during research and plan on ways of creating an open forum to enable them to build on their ideas. This tool provides an opportunity to bring together the best resources in one community and develop great plans). [14]

Conclusion. The slow pace of change in academic institutions globally is lamentable, with centuries-old, lecture-based approaches to teaching, entrenched institutional biases, and outmoded classrooms. However, COVID-19 has become a catalyst for educational institutions worldwide to search for innovative solutions in a relatively short period of time.

These risk-control decisions have led millions of students into temporary ‘home-schooling’ situations, especially in some of the most heavily impacted countries. These changes have certainly caused a degree of inconvenience, but they have also prompted new examples of educational innovation. Although it is too early to judge how reactions to COVID-19 will affect education systems around the

world, there are signs suggesting that it could have a lasting impact on the trajectory of learning innovation and digitization.

References

1. Academic cooperation and research support office. Central European university. Retrieved from https://acro.ceu.edu/erasmus-bilateral-agreements-department

2. Academic mobility. Retrieved from https://mon.gov.ua/eng/osvita/visha-osvita/osvita-za-kordonom/akademichna-mobilnist

3. Bijnens, H., Boussemaere, M., Rajagopal, K., Op de Beeck, I. Van Petegem, W. (2006) European Cooperation in Education through Virtual Mobility: a best practices manual. Retrieved from http://www.eurashe.eu/wpcontent/uploads/2011/10/Virtual-Mob-Best-practice.pdf

4. Doktryna rozvytku Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu na 2015-2024 roky, Retrieved from https://nau.edu.ua/ua/menu/un%D1%96versitet/doktryna-rozvytku.html

5. Entsyklopediia osvity / holov. red. V.H. Kremen. Kyiv: Yurinkom Inter, 2008, 1040 s.

6. European Association Distance Teaching Universities (EADTU) (2013) Virtual Mobility. Retrieved from http://www.eadtu.eu/virtualmobility-about-virtual-mobility.html

7. Mobility for Better Learning: mobility strategy 2020 for the European Higher Education Area. Bucharest Communiqué. Retrieved from http://www.ehea.info/Uploads/(1)/2012%20EHEA%20Mobility%20Strategy.pdf

8. Natsionalnyi aviatsiinyi universytet: Ofitsiinyi veb-sait, Retrieved from https://nau.edu.ua/

9. Pro vyschu osvitu: Zakon Ukrainy № 1556-VII vid 01.07.2014. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). 2014, № 37-38, st. 2004, Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18

10. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro poriadok realizatsii prava na akademichnu mobilnist. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 2 serpnia 2015 roku. № 579, Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2015-%D0%BF

11. Schreurs, B., Verjans, S. & Van Petegem, V. (2006) Towards Sustainable Virtual Mobility in Higher Education Institutions. Retrieved from http://www.eadtu.nl/proceedings/2006/Full%20papers%20parallel%20sessions/Schreurs%20Verjans%

12. The Bologna Process in Higher Education in Europe: key indicators on the social dimension and mobility. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Retrieved from http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/KS-78-09-653-EN.pdf

13. Virtual University: a vehicle for development, cooperation and internationalisation in teaching and learning, European Journal of Engineering Education. 30(4), 439-446. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1080/03043790500213201

14. What is Distant Learning? Retrieved from https://www.eztalks.com/elearning/what-is-distance-learning.html

9. PR

УДК: 378.016:908

І.М.Дудник, д.геогр.н., професор
(Національний авіаційний університет, Київ)
О.А.Борисюк, к.геогр.н.
(Національний авіаційний університет, Київ),
ORCID 0000-0003-0387-0493

ПРО РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН.

Одним з виявів реформування вищої освіти в Україні стало затвердження Кабінетом Міністрів України у 2015 році переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. Ця надзвичайно важлива реформація була здійснена, на наш погляд, дещо поспішно, без ґрунтовного методологічного осмислення як її сутності, так і, особливо, наслідків. Новий перелік багато в чому нагадував результат механічного копіювання зарубіжних аналогів, без врахування усталених традицій та специфіки національної освітньої системи, структури виробництва тощо. Його поява викликала дуже неоднозначну реакцію науково-педагогічної спільноти – від подиву до категоричного несприйняття [1]. Формальним доказом недосконалості нового переліку можуть слугувати досить часті зміни до нього, які вносились відповідними постановами Кабінету Міністрів України (№ 674 від 27.09.2016 р. та № 53 від 01.02.2017 р.).

Зокрема, до 2015 року в галузі знань 0302 «Міжнародні відносини» існувало шість напрямів підготовки (міжнародні відносини, міжнародне право, міжнародні економічні відносини, міжнародна інформація, країнознавство, міжнародний бізнес), кожний з яких відігравав важливу функцію, як в змістовно-науковому забезпеченні даної галузі знань, так і в поглибленій підготовці фахівців за конкретним напрямом [1]. В результаті реформування цієї галузі знань в 2015-2017 роках утворено три спеціальності: «Міжнародні економічні відносини»,

«Міжнародне право», «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» [2]. Тобто, за формальною логікою можна припустити, що напрям «країнознавство» був «заміщений» терміном регіональні студії, який став не зовсім логічним придатком конгломеративної спеціальності.

Таким чином, з нашого погляду, така реформація поклала початок руйнуванню країнознавства як освітнього напряму, статус якого знижений до рівня спеціалізації. Також завдано вже помітної шкоди і відповідному напрямку наукових досліджень.

В умовах такої формально-механістичної інтеграції цілком очевидною постає проблема змістовної інтеграції освіти фахівців для створення передумов, які б забезпечили принаймні збереження, а в майбутньому і поглиблення ґрунтовної регіонально-аналітичної (країнознавчої) підготовки фахівців усіх спеціальностей даної галузі знань.

На зміну терміну «країнознавство» прийшов термін «регіональні студії», відповідно спеціалізація підготовки фахівців формально можлива на основі відповідної освітньо-професійної програми. Який же зміст вкладається в термін «регіональні студії»?

Слово «студія» походить від італійського: studio, від латинского: studium, від studere, що означає вивчати, досліджувати.

Серед великої кількості значень терміну «студія», які дає Вікіпедія (акторська, виробнича, комунікаційна, художня тощо), для нашої розвідки найбільш підходить термін навчальна (освітня) студія, де значна кількість студентів вчиться, розвиває навички. Студійне середовище передбачає: а) робочий (творчий) простір – візуальне сприйняття, взаємодія в процесі навчання; б) тип навчального приміщення, яке займає вказаний робочий простір. Термін «регіональний» походить від слова регіон, що означає район, цілісна територія, місцевість.

Тобто, сполучене застосування цих термінів у вигляді дефініції «регіональні студії» має означати буквально районне або територіальне дослідження, вивчення (дослідження) регіону або ж дослідження явища чи процесу в регіональному вимірі (аспекті, розрізі).

У 1954 р. під керівництвом американського економіста Уольтера Айзарда група економістів, географів і соціологів заснувала Асоціацію регіональної науки (англ. Regional Science Association International), яка сприяла розвитку регіональної науки, що представляє в основному синтез багатьох «старих» наук.

Треба відзначити, що регіональна наука стає «комплексною» (міжгалузевою) і що ефективний регіональний аналіз веде до кооперації багатьох учених, фахівців різних напрямків.

Слово «регіональна» в розумінні У. Айзарда та інших американських вчених, які співпрацюють з ним, вживається як синонім поняття «територіальна» [3]. Сам науковець визначає регіональну науку як нове міждисциплінарне поле всередині системи соціальних наук, яке спирається на теорію і досягнення інших соціальних наук. Її увага зосереджується на просторових вимірах людської діяльності і на значенні цих вимірів для розуміння соціального веління [3].

Після Другої світової війни у багатьох країнах світу, насамперед у США та Західній Європі, у підготовці фахівців із міжнародних відносин важливе місце посів цілісний блок навчальних дисциплін, який згодом назвали Regional Studies або Area Studies. В умовах тодішньої вітчизняної системи вищої освіти цей блок змістовно та функціонально відповідав такому напряму підготовки фахівців, як країнознавство, який згодом перейшов фактично в незмінному вигляді в систему вищої освіти незалежної України. Віднедавна і в Україні цей напрям все частіше іменують регіональними студіями, або ж регіонознавством, хоча використовують паралельно і традиційну назву [4].

Як зазначається в наукових дослідженнях І.Зінько, О. Федуня, в багатьох країнах регіональні студії вивчають як дисципліни спеціалізації у структурі «міжнародні відносини» на факультетах політології найвідоміших університетів. В той же час за кордоном також існують окремі спеціалізовані університетські та науково-дослідницькі центри, які займаються виключно регіональними дослідженнями. Зокрема, такими прикладами може бути Токійський університет іноземних досліджень в

Японії, у Великій Британії у структурі Лондонського університету успішно працює Школа Східних та Африканських студій, а в Оксфордському університеті Сент-Антоніо, які спеціалізуються на регіональних дослідженнях та проводять численні програми післядипломної освіти, реалізують дослідницькі проекти, що охоплюють різні регіони світу. Університет Джавахарлала Неру, штат Нью-Делі, – єдиний заклад, який робить величезний внесок у популяризацію міжнародних регіональних досліджень в Індії. У Німеччині створено Інститут GIGA (Німецький інститут глобальних регіональних досліджень), який займається виключно регіональними проектами. У Польщі успішно працює низка науково-дослідних інституцій, які займаються аналітичними та прогностичними дослідженнями міжнародних відносин, значною мірою орієнтуючись на регіональні особливості світової політики, зокрема: Польський інститут міжнародних справ, Центр східних досліджень, Центр міжнародних відносин, Центр соціальних і економічних досліджень, Інститут Центрально-Східної Європи, Фундація імені Стефана Баторія та інші. В університетах країни провадять підготовку спеціалістів із міжнародних відносин з відчутним акцентом на країнознавчі дослідження (Варшава, Краків, Вроцлав, Люблін, Познань, Ополе та ін.). Провідним вузом підготовки студентів-міжнародників та проведення різнопланових регіональних наукових досліджень є Московський державний інститут міжнародних відносин; академічними центрами проведення різнопланових регіональних досліджень є Інститут США та Канади, Інститут Європи та інші [4].

Новий поштовх для пожвавлення дискусії навколо регіональних студій зумовили вищезгадані постанови Кабінету Міністрів України 2015-2017 років.

Однією з перших загострила увагу на питанні регіональних студій професор Елеонора Забарна, яка, зробивши акцент на специфічних рисах дефініції «регіональні студії», фактично підтримала її запровадження у науковий вжиток, та обґрунтовано зазначила таке: «Регіональні студії – це термін, який відповідає дослідженню та моніторингу процесів, що відбуваються в регіоні: історико-культурних, культурно-етичних, соціально-економічних,

політичних, економіко-географічних, еколого-природничих та ін. В загальному розумінні, такій підхід асоціюється з роботою аналітика широкого профілю, що передбачає, окрім іншого, роботу щодо розробки стратегій соціально-економічного розвитку, прогнозування бюджетів регіону, маркетингу територій тощо» [5; 6].

Загалом погоджуючись з наведеним твердженням, зауважимо, що, окрім вивчення процесів, які відбуваються в регіоні, сам регіон в якості об'єкта дослідження обов'язково потрібно розглядати як цілісне системне утворення. Також до предметної сфери регіональних студій варто долучити вивчення регіонального (геопросторового) прояву глобальних та міжнародних процесів. Тобто, достатньо очевидною є відповідність (синонімічність) порівняно нового терміну «регіональні студії» з такими традиційними термінами як «країнознавчі студії» (комплексне вивчення країни, регіону як геопросторової системи), «регіональні дослідження» (комплексне вивчення регіонів та регіонального вияву процесів і явищ, «регіоналістика» (теорія, методологія і методи регіональних досліджень).

Таким чином, регіональні студії – це сукупність наукових дисциплін, предметом яких є комплексне вивчення регіону (країни) та регіонального вияву різноманітних суспільних процесів. До складу регіональних студій як освітньо-наукової сфери доцільно включати такі компоненти як регіональні дослідження, країнознавчі студії, регіоналістику.

Регіональні дослідження як вияв регіонального підходу, набувають дедалі більшого поширення в сучасній науці та практиці управління. Зазвичай всі онтологічні об'єкти і процеси мають достатньо виражений геопросторовий характер, який знаходить відображення у відповідній предметній сфері багатьох наук.

В регіональних дослідженнях з достатньою мірою умовності можна виділити дві взаємозв'язані частини:

1) комплексне дослідження країни (регіону) як цілісної територіальної (геопросторової) системи;

2) аналіз внутрішніх структурно-динамічних та структурно-функціональних характеристик геопросторової системи з метою вивчення і вирішення суто регіональних проблем. Специфіка сфери міжнародних відносин, що виявляються як взаємодія між суб'єктами таких відносин, між суб'єктами та об'єктами, в межах регіональних міжнародних систем, в контексті глобальних систем, вимагає багатоаспектного аналізу такої взаємодії, в якому, зокрема, регіональний аналіз має стати одним з провідних.

Країнознавчі студії в контексті підготовки фахівців-міжнародників відіграють переважно пізнавально-інформаційну та світоглядну функції, завдяки яким у студентів формується комплексний країнознавчий образ суб'єктів міжнародних відносин, виробляються вміння та навички самостійно знаходити, обробляти, узагальнювати та застосовувати необхідну саме в контексті міжнародних відносин інформацію з географії, історії, економіки, культури, релігії, виявляти тенденції й актуальні проблеми розвитку країн і регіонів [5].

Особливого значення набуває міжнародне країнознавство, що передбачає комплексну оцінку різноманітних та різноякісних факторів, які формують саме те регіональне чи глобальне середовище, де безпосередньо здійснюються міжнародні відносини та під впливом якого формується зовнішня політика держав.

Країнознавча підготовка розглядається таким чином, як один з наріжних каменів інформаційно-аналітичних, комунікативних та прогностичних складових компетентності фахівця з міжнародних відносин. Однак практика свідчить, що впровадження країнознавства як обов'язкової (нормативної) синтетичної дисциплін до освітніх програм підготовки усього спектра фахівців з міжнародних відносин (міжнародних відносин та суспільних комунікацій, журналістів-міжнародників, політологів-міжнародників, міжнародних економічних відносин, міжнародної інформації, міжнародного права тощо) в багатьох ЗВО України далеко не відповідає сучасному науковому розумінню ролі цієї дисципліни в формуванні універсального фахівця-міжнародника з дійсно університетським світоглядом.

Регіоналістика розглядається як сукупність методологічних принципів та специфічних методів, наукових напрямів та навчальних дисциплін, інтегральним об'єктом дослідження яких є регіон.

Як частина регіональної науки регіоналістика вивчає процеси регіональної диференціації географічної, економічної, культурної, політичної сфер діяльності суспільства в глобальному або національному (державному) середовищах. Регіоналістика в сучасному розумінні уявляється як сукупність наукових дисциплін і напрямків, які базуються на спільних методологічних підвалинах, та мають спільний інваріантний об'єкт дослідження – регіон, як складна різноякісна геопросторова система. Серед таких дисциплін варто назвати, насамперед, теорію районування та районістику, які є здобутком географічної науки; районологію, яка досліджує розвиток конкретних регіонів; районознавство – частина країнознавства, яка вивчає райони певної країни; регіональна економіка, регіональна демографія, регіональна соціологія тощо – досліджують відповідні аспекти розвитку часткових підсистем інтегральної геопросторової системи.

Значне місце в регіоналістиці посідає політична регіоналістика, яка вивчає геопросторовий розвиток політичних явищ і процесів, зокрема досліджує процеси регіоналізації міжнародних відносин в умовах поглиблення глобалізації. Такі особливості з усією очевидністю свідчить на користь доцільності широкого застосування методів і результатів регіоналістики для формування аналітично-прогностичних компетентностей фахівців-міжнародників.

Фахівець з міжнародних відносин має задовольняти таким критеріям, як володіння широким спектром професійних компетентностей, інформаційно-аналітичне мислення, ерудованість, комунікабельність тощо. Поряд з цим, на думку проф. Крижанівського В. П., неодмінно важливою умовою високопрофесійної діяльності фахівця-міжнародника є його належна країнознавча підготовка. Без такої підготовки не може бути достатньо ефективною ані інформаційно-аналітична та прогностична, ані комунікативна його діяльність [7].

Навчальні дисципліни, які об'єднуються сферою регіональних студій, виконують цілий спектр взаємопов'язаних функцій, насамперед таких як пізнавальної, інформаційної, аналітичної, прикладної, систематизаційної, прогностичної та світоглядної. Зокрема, пізнавальна функція покликана допомогти студентам з'ясувати та засвоїти відомості про країни, їхнє геопросторове розташування, природні умови та ресурси, населення, господарство, культуру та соціальну організацію [4]. Повнота базових знань визначається рівнем вивчення та володіння матеріалом, що передбачений навчальними програмами. Завдяки успішному засвоєнню системи країнознавчих знань, студенти можуть сформувати певні вміння, навички та компетенції. У контексті розуміння країнознавства як комплексної, синтезуючої науки з'ясовується суспільне значення іншої важливої функції країнознавчих дисциплін – інформаційної. Як зазначає Крижанівський В.П., вона полягає у формуванні у студентів вміння самостійно знаходити, обробляти, узагальнювати, запам'ятовувати та використовувати широкий спектр інформаційних даних про країни і регіони, зокрема, географію, історію, економіку, культуру, релігію, тенденції й актуальні проблеми їхнього розвитку. Адже найголовніше на сучасному етапі – навчити студентів добре орієнтуватися в інформаційних потоках, ефективно використовувати різноманітні інформаційні ресурси [7]. Країнознавчі дисципліни мають велике прикладне значення, оскільки у навчальному процесі студенти самостійно використовують набуті знання, вміння і навички у конкретних тематичних дослідженнях країн та регіонів. Наприклад, характеризують політико-географічне чи економіко-географічне положення обраної держави, прогнозують трансформацію політичної системи країни та зміни у пріоритетах її зовнішньої політики тощо.

Фахівець-міжнародник за умови достатньо високого рівня компетентностей з регіональних студій здатний оцінити та передбачити можливі суспільні зміни у певній державі чи регіоні, осмислити позиції держав у сучасних міжнародних відносинах. У цьому контексті важливо більше уваги приділяти країнознавчій

підготовці фахівців із міжнародних відносин, враховуючи не лише новітні тенденції наукових досліджень, а й сучасні вимоги національної системи університетської освіти, країни та регіони, навчитися їх систематизувати та узагальнювати, сформувати комплексне світоглядне мислення, виважено аналізувати історичні та сучасні суспільно-політичні й економічні трансформації як у світі загалом, так і в окремих країнах і регіонах.

Головний висновок полягає в тому, що одним з інноваційно перспективних напрямків вдосконалення змісту освіти фахівців-міжнародників має стати посилення та розширення регіональних студій як невід'ємного її компонента.

1. Одним з напрямків підвищення якості освіти факультету міжнародних відносин НАУ має стати посилення та розширення регіональних студій як невід'ємного компонента підготовки всього спектру фахівців-міжнародників.

2. Для забезпечення належної регіонально-аналітичної підготовки фахівців доцільно створити спеціалізовану кафедру регіональних студій та геополітики, яка б вирішувала такі головні завдання:

- здійснення фундаментальної загальноосвітньої підготовки всіх спеціальностей і спеціалізацій факультету міжнародних відносин;
- викладання відповідних навчальних дисциплін (наприклад, регіональний аналіз в міжнародних відносинах, політичне регіонознавство, основи геополітики, регіональні геополітичні системи тощо);
- забезпечення спеціалізації на основі освітньої програми «Регіональні студії»;
- підготовка популярних серед абітурієнтів споріднених спеціалізацій або й нових спеціальностей.

Освітньою місією такої кафедри має стати наукове та навчальне відображення таких об'єктивних, принаймні, двох обставин, без врахування яких освіта в сфері міжнародних відносин втрачає будь-який сенс.

По-перше, міжнародні відносини формуються в середовищі глобальних систем, які об'єктивно є територіально

диференційованими та структурно складаються з регіональних систем різного ієрархічного рівня. Саме зв'язки між такими регіональними системами значною мірою лежать в основі міжнародних відносин. Сучасний фахівець повинен уявляти регіон як складну геопросторову систему, розуміти механізми його функціонування для забезпечення наукового аналізу та адекватних управлінських рішень.

По-друге, глобалізація і як чинник, і як середовище, і як певний результат міжнародних відносин, породжує геополітичні та геоекономічні процеси, які в значній мірі мають геопросторово диференційований характер. Наукове розуміння та фаховий аналіз складної діалектики такого роду процесів – необхідна складова освіти. Життя неодноразово доводило, що ігнорування такої діалектики приводить до істотних суперечностей, які нерідко виливаються в сепаратизм.

По-третє, навіть поверхневе ознайомлення з вітчизняним досвідом підготовки фахівців свідчить про те, що з одного боку країнознавчі та регіонально-аналітичні дисципліни символічно присутні в освітніх програмах, а з іншого боку такі дисципліни виглядають епізодичними, вони не утворюють змістовно-логічну цілісність, а, отже, не можуть забезпечити належну регіонально-аналітичну підготовку фахівця-міжнародника, який би володів достатніми навичками інформаційно-аналітичної та експертної діяльності в регіональному аспекті.

По-четверте, для забезпечення належної країнознавчої та регіонально-аналітичної підготовки фахівців доцільно сформувати логічно впорядковану та цілісну систему (цикл) регіонально-аналітичних, країнознавчих та регіонознавчих навчальних дисциплін, що буде сприяти якості освітнього процесу у відповідності з сучасними науковими підходами та вимогами реформування вищої освіти.

Список використаних джерел та літератури

1. Про перелік напрямів, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра - Постанова кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 р. № 1719. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – https://zakon.rada.gov.ua/go/ 1719-2006-п

2. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти – Постанова кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – https://zakon.rada.gov.ua/go/266-2015-п

3. Айзард У. Методи регіонального аналізу: введення в науку про регіони / У. Айзард. – М., 1966. – 382 с.

4. Зінько І., Федунь О. Країнознавчі дисципліни у системі підготовки фахівців з міжнародних відносин / Ігор Зінько, Олександра Федунь // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2017. Вип. 42.– С. 45–55.

5. Забарна Е. Специфіка дефініції «регіональні студії» та її прикладне використання. - Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів: матеріали Міжнар. наук.- практ. Інтернет-конференції присвяченої 35-річчю створення кафедри економічної та соціальної географії у Східноєвропейському національному університеті імені Лесі Українки (м. Луцьк, 6–7 квітня 2017 р.) – Луцьк : ПП Іванюк В. П., 2017. – С.191-193.

6. Дудник І.М., Борисюк О.А. Регіональні студії: зміст терміну та імплементація в освітній процес. – Міжнародні та регіональні системи: актуальні питання міжнародних відносин і регіональних студій: зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 17 травня 2019 р.). –Луцьк: Вежа-Друк, 2019. – С.26-29.

7. Крижанівський В. П. Країнознавча підготовка міжнародника / В. П. Крижанівський // Географія і туризм. – 2010. – Вип. 5. – С. 97–103.

УДК 330.342(045)

Беркова О.П. к.е.н.
(НАУ, Київ)
ORCID : 0000-0002-4803-466X

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

В умовах конкуренції та швидко мінливого зовнішнього середовища необхідно шукати свій шлях розвитку відповідно

до вимог ринку та можливостей туристичного підприємства, передбачати картину розвитку підприємства в майбутньому. Це бачення формується завдяки розробці економічної стратегії, що дозволяє організації адаптуватися до змін.

У сучасних умовах кожне підприємство, керуючись чинними законодавчими актами загальнодержавного характеру, що регламентують правила ведення господарської діяльності, а також виходячи із кон'юнктури відповідного ринку, самостійно приймає основні стратегічні рішення. Але аналіз господарської практики свідчить, що питання пов'язані з розробкою ефективної стратегії в даний час є їх проблемами. Процес вироблення стратегії ґрунтується на ретельному вивченні можливих напрямків розвитку діяльності туристичного підприємства та полягає у виборі загального напрямку, потреб, освоюваних ринків, залучених ресурсів, методів конкуренції та ведення бізнесу.

На жаль, в умовах сьогодення , існує той факт, що переважна більшість вітчизняних підприємств туристичного сектору з об'єктивних причин недостатньо займаються питаннями власного стратегічного розвитку, хоча б на методологічному рівні. Вітчизняні туристичні підприємства не мають ґрунтовного досвіду і відповідної методологічної та інформаційної баз для розробки економічної стратегії власного розвитку.

Десята Гаазька декларація з туризму проголосила: «Туризм повинен плануватися державною владою, а також владою туристичної індустрії на комплексній і послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього феномена». Результатом такого планування туристичного бізнесу в Україні є Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, яка для суб'єктів туристичної діяльності має рекомендаційний характер [1].

В умовах ринку успіху домагаються лише ті підприємці, які здатні розробляти і виконувати на відповідному організаційному рівні довгострокові стратегії.

Теорія стратегічного планування і управління на сучасному етапі розвитку економіки досить глибоко розроблена для первинної ланки – туристичного підприємства. Питання стратегічного розвитку дестинацій як специфічних інституційних

одиниць та об'єктів управління в туристичному бізнесі розглянуті недостатньо через відсутність теоретичних і методичних підходів. Основними перевагами стратегічного планування та управління для суб'єктів туристичного бізнесу є те, що стратегія: 1) дає змогу визначити основні напрями та шляхи досягнення цілей щодо активізації розвитку і забезпечення виживання в довгостроковій перспективі, концентруючи зусилля на очевидних пріоритетах; 2) є способом встановлення взаємодії з зовнішнімсередовищем.

Ефективність стратегії залежить від того, наскільки правильно буде організований процес її розроблення, реалізації, контролю за її виконанням [3]. Стратегічні плани сталого розвитку туризму в країні повинні реалізуватися суб'єктами господарської діяльності, тому їх стратегічний вибір є головним складником ефективного розвитку всієї економіки. Як зазначають О.П. Савіцька, Н.В. Савіцька, «міжнародні стратегії розвитку туристичної індустрії спрямовані на захист культурно-історичної спадщини, боротьбу з бідністю, наслідками змін клімату, попередження подальших кліматичних змін та деградації довкілля, зменшення негативного впливу на довкілля» [3]. Стратегічне планування – особливий вид управлінської діяльності, що полягає в розробленні стратегічних рішень, які передбачають постановку цілей і стратегій розвитку територій на довгострокову перспективу, реалізація яких забезпечує ефективне функціонування економіки та швидку адаптацію до змін умов зовнішнього середовища.

Стратегічне планування в туризмі базується, з одного боку, на цілях і завданнях, поставлених у процесі розроблення стратегії, а з іншого боку – на прогнозах у різних напрямах туристичної діяльності, а також різних сфер суспільного розвитку (економіка, наука, техніка і технологія, демографія, екологія тощо).

Сьогодні для вітчизняної практики стратегічного планування характерне розроблення загальнодержавних стратегій та регіональних стратегій розвитку. В Україні було розроблено низку стратегій національного рівня, а саме: «Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2002–2011 роки», «Стратегія економічного та соціального розвитку України

до 2011 року», «Стратегія економічного та соціального розвитку України (2004–2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції», «Стратегія комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018–2021 роки», «Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Перший програмний документ стосовно розвитку туризму – Указ Президента України «Про основн напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року» було розроблено у 1999 році. Його ціллю було створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку молодої туристичної галузі України, формування конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту на основі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу країни, забезпечення її соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки.

У 2013 році була схвалена Державна цільова програма розвитку туризму та курортів на період до 2022 року, в якій передбачалося створення умов для збільшення потоку туристів, створення конкурентоспроможної розвинутої туристичної інфраструктури шляхом раціонального використання туристичних ресурсів, що сприятиме збільшенню обсягу надходжень до бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності. Ця програма передбачала розвиток туризму та курортів на умовах державно-приватного партнерства, забезпечення раціонального використання, охорони та відтворення туристичних ресурсів, детінізацію туристичної діяльності, збалансування державних та приватних інтересів у сфері туризму та курортів, збереження та ефективне використання природних територій курортів і природних лікувальних ресурсів, забезпечення доступності та прозорості інформації про туристичні ресурси і суб'єктів туристичної діяльності. Однак за політичних змін в Україні в 2013–2015 роках дію програми було припинено.

16 березня 2017 року Кабінет Міністрів України ухвалив «Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року», яку підготувало на той час ще існуюче Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Документ розроблено з метою створення умов для забезпеченнятприскореного розвитку сфери туризму

і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямами, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни, привабливої для туризму. Стратегія передбачає, що до 2026 року в Україні: кількість іноземних туристів збільшиться у 2,5 рази; кількість внутрішніх туристів збільшиться в 5 разів; кількість робочих місць у сфері туризму збільшиться в 5 разів; наповнення бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності збільшиться в 10 разів; кількість суб'єктів туристичної діяльності зросте в 5 разів; туристи витрачатимуть під час подорожей в Україні до 80 млрд грн; буде створено позитивний імідж України як країни, привабливої для туризму [1].

Практика створення стратегій розвитку також присутня і на регіональному рівні. Вже розроблено стратегії розвитку практично усіх областей України. Підхід до стратегічного планування у більшості областей України є здебільшого формальний, проте це свідчить про наявність європейського підходу до розвитку регіонів.

Відповідні стратегії економічного та соціального, регіонального розвитку, розроблені сьогодні у Львівській, Івано-Франківській, Рівненській, Чернігівській, Вінницькій, Хмельницькій, Сумській, Одеській, Запорізькій, Дніпропетровській та інших областях України, демонструють чіткий методичний підхід, визначений у документі «Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку». До основних проблем забезпечення стратегічного планування розвитку туризму відносяться:

- проблема науково-методичного забезпечення, яка пов'язана насамперед із відсутністю методичних рекомендацій з розроблення і реалізації концепцій розвитку туризму в регіонах;

- проблеми організаційного, інформаційно-технічного та фінансового характеру у сфері інформаційного забезпечення процесу стратегічного регіонального планування розвитку туризму;
- недостатній професіоналізм кадрів регіонального управління туризмом, що зумовлює проблему неготовності значної частини управлінців вирішувати нові й досить складні завдання у сфері стратегічного планування розвитку туризму в регіонах;
- проблема створення цілісних наукових основ стратегічного планування розвитку туризму як системи теоретичних, методологічних і методичних положень, які розкривають сутність, принципи, цілі, завдання та організацію стратегічного регіонального планування туризму, порядок формування стратегій і механізм їх реалізації;
- проблема дослідження, аналізу та оцінки величини регіонального туристичного потенціалу та ефективності його використання; та інші [5].

Таким чином, актуальність Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, так як ця програма розвитку туризму є одним із інструментів економічного менеджменту, а саме стратегічним плануванням на даному етапі не викликає сумніву. Необхідність впровадження даних програм, так як і реалізація даної стратегії дасть змогу підвищити конкурентоспроможність туристичного продукту України, створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

Отже, обґрунтування та реалізація економічної стратегії підприємства охоплює організацію стратегічного передбачення, яке вимагає систематичного удосконалення методів розробки нових та ефективного коригування діючих стратегій, що потребує підвищення професіоналізму як розробників, так і виконавців стратегічних рішень.

Список використаних джерел та літератури:

1. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501.
2. Економіка туризму: теорія та практика [текст] :підручник. 1 21 / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. - К. : «Центр учбовоїлітератури», 2014. - 544 с.
3. Савіцька О. П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти / О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька, 2013. -342с.
4. Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями: підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця: ПП ТД Едельвейс і К, 2017. – 322 с.
5. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник / В. Ф.Семенов, В. Г. Герасименко, Г. П. Горбань, Л. М. Богадьорова. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. – 225 с.

УДК 911.3:331.5:338.48

Svitlana Markhonos
Ph.D. in Geography, assistant professor
National Aviation University
Natalia Turlo
Ph.D. in Economics, assistant professor
Academy of Labour, Social Relations and Tourism

HEALTH RESORT COMPLEX AS A COMPONENT OF DEVELOPMENT OF MEDICAL TOURISM IN UKRAINE

Formulation of the problem. Recently, medical tourism, not only in the world, but also in Ukraine, is gaining significant development. The most attractive destinations for foreign tourists are dentistry, plastic surgery and spa treatment. Ukraine has considerable potential for the development of medical tourism, so it can attract tourists from different parts of the world and become a source of investment. Medical tourism will also contribute to the development of the medical industry and the sanatorium and resort economy of Ukraine.

Analysis of recent research and publications. Nowadays, medical tourism is just beginning to develop, so there are few works that thoroughly cover its features. Among the scientists who study the problems of medical tourism development are V. Yanishevskaya, E. Chakmak, O. Koval. The issue requires comprehensive research at various levels.

Problem statement. The purpose of this study is to evaluate the impact of the health resort complex on the development of medical tourism in Ukraine.

The main material research. The average check for a foreigner at a Ukrainian clinic in 2018 was nearly $ 2.5 thousand. It is not difficult to calculate that the leading domestic medical institutions in 2018 earned inbound medical tourism in the medical segment of about $ 150 million. cost of services The volume of the health tourism tourism market in Ukraine is slightly less than the medical one - about $ 100 million a year. As a result, inbound medical tourism revenue is a quarter of a billion US dollars a year [1].

In order to promote the development of medical tourism in Ukraine, the Ukrainian Medical Tourism Association was established, headed by the Global Healthcare Travel Council. The main objectives of this association include the promotion and development of medical tourism, research on the features of its development, advertising, development of standards, etc.

One of the popular destinations of medical tourism in Ukraine is spa treatment. The current state of development and dynamics of the health resort complex of Ukraine is shown in Fig. 1.

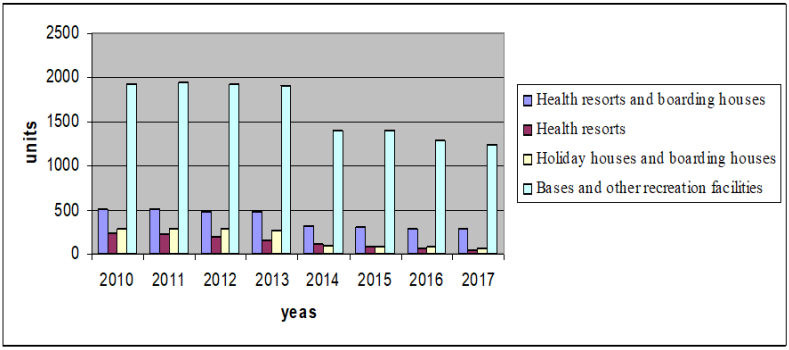

Figure 1. Health resort complex of Ukraine: tendency of development

Source: data compiled [2]

The above official data characterize the overall reduction in the number of health resorts and resorts. This trend has been observed since 2010, but in 2014 there was a sharp decrease in the number of sanatorium and health resorts of Ukraine, which is due to a number of political, social and economic reasons. In comparison with 2010 in 2017, the number of sanatorium and health resorts in Ukraine decreased by 26%, and compared to 2013 by 24%, compared to 2016 in 2017 decreased by 2%. The downward trend has been observed in recent years, but not at such a rapid pace.

That is why completely new approaches to the development of the health resort complex as a component of medical tourism development are needed. The main efforts should be directed to the development of a competitive resort product that will meet all the needs of modern tourists. Nowadays, the innovative approach is of great importance for the formation of a spa product, so it is worth considering the various aspects of the spa product and exploring in detail all the possibilities of applying the innovation. Taking into account various innovative practices in the development of a spa product will help improve the process of service for medical tourists and expand the service offer.

The development of the health resort complex depends on the development and implementation of innovations aimed at improving the process of servicing medical tourists, expanding the service offer and finding new ideas for attracting new and retaining regular clients. Increasing the tourist flow to a certain tourist destination without the use of innovations will lead to a significant excess of demand over the supply or vice versa, due to the inconsistency of supply to the needs of modern tourists. Therefore, innovative approaches should be taken when planning and marketing a resort product to successfully promote, increase tourism demand, and improve the image of the entire area.

Based on the provisions of the General Agreement on Trade in Services (GATS), the tourism industry is developing innovative activities in three directions:

1. Introduction of innovations;

2. Marketing innovations that allow you to reach the needs of your target customers or reach customers who are not covered for a certain period of time.

3. Periodic innovations (product innovations) aimed at changing consumer properties of a tourist product, its positioning and giving competitive advantages [3].

Nowadays, the innovative approach is of great importance for the formation of a resort product of a destination, so it is worth considering the different approaches to its formation and exploring in detail all the possibilities of applying innovations in the tourism sphere. The basic innovative practices of spa product formation include the following:

1. Managerial innovation. Management innovations in the tourism sector arise because of the need to promptly solve certain problems or avoid the situation of threat and dissatisfaction of consumers of the spa product. Therefore, some modification and adjustment of management decisions in accordance with innovative needs and processes is necessary, first of all, it is necessary to define correctly the purpose for which the innovation is being developed. When deciding on the introduction of innovative technologies for resort product management, it is worthwhile to use innovative innovations that can be further adapted to your specific area of activity and save financial resources and time.

2. Technological innovation. Technological innovations are new knowledge and approaches to the creation of a spa product, which implies the introduction of new or improvement of existing spa products. The introduction of fundamentally new services or the improvement of existing ones by upgrading them by adding new features, components or features is a process that can be done based on the experience of other businesses and applying fundamentally new methods of spa product formation.

3. Product innovation. The product innovations of the resort's resort product are brand new or advanced resort products. For tourism, technological improvement of resort products is more inherent, since the specifics and methods of their formation are quite the same. Improvement of quality characteristics and changes of certain components according to innovative needs are characteristic for improvement.

4. Client-innovation. Innovations in the process of tourist service. These innovations include a number of additional services aimed at meeting non-standard or new tourist requests. In this context, consideration of innovation should pay attention to the possibility of

their development, diversification, complexity of implementation, interactivity and accessibility.

5. Logistic innovation. Logistics innovations are new methods of saving time and money when developing new and improving existing resort products. Logistics for the tourism industry is not yet sufficiently developed and is not often used in the development of resort products, since the creators do not have the special logistical knowledge and skills. Therefore, it is worth paying attention to foreign experience and implementing the new logistical principles of spa product formation.

6. Sale-innovation. A well-chosen resort product marketing strategy is a series of activities aimed at perfect research of the tourist services market, identifying specific features of end consumers, diagnosing the possibilities of the destination itself, researching the degree of competition of a new product and properly selected ways and methods of selling the resort product.

7. Cluster-innovation. Creation of innovative tourist clusters, which are associations of enterprises of different sphere that provide services to tourists. Their special feature is that much attention is paid to micro-level innovations that can be achieved through the creation of innovative structures that are geared to modern technologies and the needs of tourists and consumers of the resort product.

8. E-innovation. Information innovation for the formation, and especially the implementation of the resort product, is extremely important. E-innovations are modern technologies that significantly simplify and improve the process of creating and implementing a spa product - it is a variety of geoinformation systems, mobile applications, chatbots, etc.

Conclusion. Therefore, taking into account various innovative practices in the development of the resort product will improve the process of service for medical tourists, expand the service offer and search for new ideas to attract new and retain clients and will be another impetus for the development of medical tourism in Ukraine.

REFERENCES:

1. Medical Tourism in Ukraine: Innovation, Expertise and Availability / Destinations Magazine, winter 2020 issue. Electronic resource. Access mode: https://uamt.com.ua/UA/deyatelnost-uk/novini/387-medturyzm-v-ukraini-innovatsii-ekspertnist-i-dostupnist.html
2. Health resorts and wellness establishments of Ukraine. Electronic resource. Access mode: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/skz2006_u.htm
3. General Agreement on Trade in Services dated 15.04.1994 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_017

УДК: 338.48

В.Ю.Пестушко, кандидат географічних наук
(Національний авіаційний університет, м. Київ)
ORCID.ORG/0000-0001-8812-0557

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРСУ (COVID 2019) НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

Постановка проблеми. Туризм, як одна з форм міжнародних відносин, зазнає впливу дуже багатьох чинників. Особливе місце серед таких посідають ті, які можна віднести до форс-мажору – обставин непереборної сили, що об'єктивно унеможливлюють виконання зобов'язань, передбачених умовами договору. Передусім саме такі обставини завдають найбільших збитків туризму, оскільки спричинюють різкі зменшення туристичних потоків і, як наслідок, падіння доходів від міжнародного туризму, а також втрату численних робочих місць.

До форс-мажору соціального характеру належать зокрема епідемії та найгірша форма їх прояву – пандемії. Терміном «епідемія» зазвичай позначають не стільки рівень небезпечності хвороби, скільки масштаб її поширення. Натомість пандемія – це такий тип хвороб, що характеризується не лише величезним ареалом розповсюдження інфекційного захворювання (по території багатьох країн світу), але й відсутністю колективного

імунітету в людства та ефективних засобів профілактики і лікування. Як наслідок, пандемія в сучасному світі, де щорічно мільйони людей переміщуються з однієї країни до іншої, може стати великою проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лише у поточному столітті мали місце і епідемії і пандемія. Але особливо негативні наслідки у міжнародному туризмі виявилися у 2003 р., коли через спалах атипової пневмонії (SARS) кількість туристичних прибуттів у світі зменшилась порівняно з попереднім роком на 3 млн. (0,4%). Так само знизилися (майже на 11%) й доходи від міжнародного туризму. Зауважимо, що у 2003 р. через сильну девальвацію долара США проти багатьох інших валют і з метою отримання репрезентативних даних, Всесвітня туристична організація (UNWTO) рекомендувала орієнтуватися не на американську, а європейську валюту. Підсумки виявилися наступними: загальні доходи від іноземних туристів в 2003 р. порівняно з попереднім роком зменшилися на 45 млрд. євро. [1; 2].

Варто звернути увагу на той факт, що швидке поширення вірусу атипової пневмонії, яка спалахнула на півдні Китаю, спостерігалося більш як пів року – з листопада 2002 року по липень 2003 року у 37 країнах світу. Упродовж цього періоду загалом небезпечним вірусом заразилося понад 8 тисяч осіб, а його жертвами стали 774 людини у 17 країнах світу [3].

Метою даної публікації є звернення уваги на реальну загрозу світовому туризму з боку нової пандемії та аналіз прогнозних даних задля виявлення ймовірних наслідків поширення небезпечної хвороби для провідних туристичних дестинацій.

Виклад основного матеріалу. Нинішня чергова пандемія, яка так само зародилася в Китаї, одержала назву короновірус (Covid 2019). Перші випадки короновірусу були зареєстровані ще у грудні 2019 р. Однак офіційно про настання пандемії Всесвітня організація здоров'я (WHO) оголосила лише 11 березня 2020 року. За можливими наслідками цю пандемію фахівці ВОЗ порівнюють з епідемією 2003 року. Проте уже зараз очевидно, що короновірус

матиме масштабніший вплив на людство. Адже за станом на 28.04.20 ця хвороба встигла поширитися на 213 країн і територій. Загалом у світі зафіксовано понад 2,880 млн. інфікованих, а близько 199 тис. від цього вірусу померло. [4].

Попри заяви щодо початку спаду пандемії в її осередку – в Китаї, короновірус продовжує стрімко поширюватися і забирати життя в інших країнах та регіонах світу, створюючи реальну загрозу не лише місцевим жителям, але й мандрівникам. З огляду на це, у світі відбулося безпрецедентне глобальне обмеження на подорожі та закриття державних кордонів. Це безперечно не може не вплинути на індустрію туризму, яка за першими приблизними оцінками уже несе величезні втрати. Причому остаточна невизначеність ситуації з пандемією сильно впливає на можливість будь-якого передбачення.

До прикладу, лише упродовж березня 2020 року UNWTO суттєво змінила свої прогнози. Спочатку було припущено, що за результатами року кількість туристичних подорожей у світі зменшиться на 1-3%, що складатиме приблизно від 15 до 44 млн. Це у свою чергу може призвести до падіння обсягів доходів від міжнародного туризму на 30-50 млрд. дол. США. Крім того, із 320 млн. робочих місць, які забезпечує індустрія туризму, 50 млн. опиняються під загрозою зникнення [1; 5].

Наприкінці березня UNWTO оприлюднила свою оновлену оцінку можливого впливу COVID-19 на міжнародний туризм. Відповідно до нових розрахунків у поточному році міжнародні туристичні потоки можуть зменшитися приблизно на 280-420 млн., тобто на 20%-30% порівняно з показниками 2019 року. У свою чергу це може спричинити падіння світового експорту туристичних послуг на 350-450 млрд. дол. США, що складає 24-30% від обсягу попереднього року. [6].

Відомо, що 58% усіх міжнародних подорожей здійснюється за допомогою повітряного транспорту, де також прогнозуються величезні втрати. У лютому 2020 року обсяг міжнародних пасажирських перевезень зменшився на 8%, а уже в березні цього – на 32%. Як наслідок аеропорти несуть збитки, які за 2020 рік можуть скласти 46 млрд. дол. США (-25% проти попереднього

року). Найбільше втратить Європа (-15 млрд.) і Північна Америка (-14 млрд.). Третє місце посідає Азійсько-Тихоокеанський регіон (-12 млрд.). Ще по 2 млрд. не дорахуються Латинська Америка і Близький Схід. З найменшими втратами вийде з кризи Африка (-1 млрд.). [7].

На тлі глобального падіння туристичного попиту і споживання вирізнятимуться окремі країни та регіони, де ситуація буде найгіршою. Про це свідчить і минулий досвід. Атипова пневмонія, що розпочала свій згубний шлях з Китаю, нанесла помітний удар по індустрії туризму саме цієї країни. Якщо у 2002 році кількість подорожей до Китаю зросла на 11%, то через рік вона впала більш як на 10%. Якщо у 2002 році доходи Китаю від міжнародного туризму зросли проти попереднього року майже на 15%, то у 2003 році вони впали майже на 15%. Постраждав тоді міжнародний туризм і Азійсько-Тихоокеанського регіону в цілому – близько -9% туристичних прибуттів і майже -10% за доходами. [2].

COVID-19, що спалахнув також в Китаї безумовно вплине на туризм Азійсько-Тихоокеанського регіону в цілому. Уже зараз за попередніми оцінками UNWTO найбільше постраждає саме цей регіон. У 2020 році тут очікується падіння туристичних прибуттів на 9-12 %.

Прогнози щодо подальшої долі міжнародного туризму у Китаї поки що відсутні. Проте, варто пам'ятати, що після атипової пневмонії початку нашого століття Китай суттєво змінився. У 2003 року він був сьомою за величиною економікою у світі, на яку припадало 4% світового ВВП. При цьому частка витрат китайських туристів складала лише 3% від загальних витрат на міжнародний туризм. Натомість нинішній Китай є другої економікою світу – 16% світового ВВП. До того ж Китай грає дуже помітну роль не лише на регіональному, але й на світовому ринку туристичних послуг. На початок 2020 року Китай посідав 4-е місце у світі за кількістю туристичних прибуттів (63 млн.), а також 11-е місце за доходами від міжнародного туризму (40 млрд. дол. США). А витрати сучасних китайських туристів складали 20% від загальносвітових витрат у міжнародному

туризмі. Отже, можна припустити масштабні негативні наслідки COVID-19 в туризмі Китаю. Те саме можна сказати й про провідні туристичні дестинації світу, які сьогодні асоціюються із осередками небезпечної хвороби – США (понад 930 тис. хворих), Італія (майже 198 тис.), Китай (понад 84 тис.), Іспанія (понад 70 тис.), Німеччина (понад 50 тис.), Франція (понад 207 тис.), Великобританія (близько 153 тис.), Туреччина (понад 110 тис.). Усі вони входять до першої десятки найпопулярніших у міжнародних туристів країн світу [1; 4].

Звертає на себе увагу той факт, що попри традиційне ствердження про здатність туризму до швидкого відновлення, UNWTO припускає, що після закінчення пандемії потрібно буде від 5 до 7 років для повернення міжнародного туризму на втрачені позиції. Усвідомлюючи виклики сьогодення, Всесвітня туристична організація та Всесвітня Рада з подорожей і туризму усіляко прагнуть звернути увагу світової спільноти на економічні наслідки занепаду туристичного сектору світової економіки. Адже за обсягом експорту (близько 1,7 трлн. дол. або 5 млрд. дол. щодня) туристичні послуги посіли третє місце у світі серед інших видів продукції, поступившись лише експорту хімічної продукції та палива. При цьому експорт туристичних послуг є зокрема більшим, ніж експорт продуктів харчування або автомобільної продукції. [8].

Очікується, що найбільше постраждає малий та середній бізнес, на який припадає близько 80% усіх туристичних підприємств. Тому Всесвітня Рада з подорожей і туризму (WTTC) у своєму відкритому листі до урядів країн світу, наголошуючи на небезпеці, яку несе пандемія короновірусу туристичному бізнесу, закликала прийняти кардинальні та рішучі дії для збереження і захисту вкладу сектору подорожей і туризму. Адже від цього залежатиме доля понад 320 мільйонів людей, які працюють в індустрії туризму та їхніх родин. WTTC запропонувала три нагальних заходи. Передусім потрібно надати фінансову допомогу для захисту мільйонів працівників сектору, що стикаються з серйозними економічними труднощами. Друге, що потрібно зробити урядам – це надати необмежені безпроцентні позики як

глобальним туристичним компаніям, так і малому та середньому бізнесу для запобігання їх краху. І останнє – це негайне скасувати усі державні податки, збори та фінансові вимоги до туристичного сектору щонайменше протягом наступних 12 місяців. [5].

Варто зазначити, що уже сьогодні низка країн вдалася до рішучих заходів з метою підтримки туристичного сектору. Так, в Італії уряд виплачує 80% зарплати працівникам, які змушені припинити свою діяльність. Більше того, самозайняті або сезонні працівники можуть в березні подати заявку на спеціальну виплату в розмірі 600 євро. Сім'ї можуть подати заявку на дозвіл на призупинення своїх іпотечних платежів, якщо припинення бізнесу, викликане пандемією, загрожує їх життєдіяльності. Італія також створила фонд у розмірі 500 мільйонів євро для боротьби зі збитками, завданими авіаційній галузі.

Уряд Іспанії відкрив на чотири роки кредитну лінію у розмірі 400 млн. євро з фіксованою процентною ставкою (максимум 1,5%) для туристичних компаній країни, включаючи транспортні компанії, таксі, готелі, ресторани, компанії з оренди автомобілів, музеї тощо. 17 березня уряд також оголосив про створення пакету на суму 200 мільярдів євро для допомоги компаніям та захисту працівників, що постраждали від кризи.

В Німеччині, щоб уберегти свої компанії від банкрутства, уряд припиняє юридичні зобов'язання для підприємств, які стикаються з гострими проблемами ліквідності. Крім того, додатково держава забезпечує значне збільшення у даний період кредитів – з 460 млрд. до 550 млрд. євро.

У Франції створено Фонд солідарності на 2 млрд. євро, з якого кошти можуть отримати чимало підприємств туристичної індустрії. Це стосуватиметься підприємств, діяльність яких закрита (в основному це стосується підприємств громадського харчування, їх яких 160 тис.), непродовольчої торгівлі (140тис. підприємств), туризму (100 тис підприємств). Крім того, на допомогу мають право підприємства, оборот яких зменшився на 70% порівняно з березнем 2019 року, а також бізнес з оборотом менше ніж 1 млн. євро.

Велика програма розроблена у Великобританії, де так

само створено фінансовий пакет підтримки у розмірі 330 млрд. фунтів стерлінгів. Він спрямований на цілу низку запобіжних заходів, спрямованих на підтримку економіки та середнього й малого бізнесу країни. Це зокрема 12-місячні податкові канікули для всіх підприємств роздрібної торгівлі, гостинності та дозвілля в Англії. Передбачено також грантове фінансування в розмірі 25 тис. фунтів стерлінгів для низки підприємств роздрібної торгівлі, сфери гостинності та дозвілля. Крім того, заплановано грантове фінансування для малого бізнесу в розмірі 10 тис. фунтів стерлінгів для всіх підприємств, які отримують пільги щодо малого бізнесу. Додатково уряд країни створи в умови для отримання позики малому та середньому бізнесу на суму до 5 млн. фунтів стерлінгів. [9]

Висновки. Пандемія COVID-19 може стати однією з найбільших криз, яких зазнавав світовий туризм від початку своєї історії в середині 19 століття. Причиною є не лише власне небезпечна хвороба, а й безпрецедентні заходи безпеки, до яких змушені були вдаватися країни світу – закриття кордонів, обмеження пересування. Проблема загострюється тим, що у зоні реальної загрози з боку пандемії Covid-19 перебувають провідні туристичні дестинації світу, що визначають кон'юнктуру світового ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел та літератури

1. UNWTO. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. URL: https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism

2. UNWTO, Tourism Highlights Edition, 2004 Edition. URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407910

3. World Health Organization (WHO). URL: https://www.who.int/csr/sars/country/table2004_04_21/en/

4. World Health Organization (WHO). URL: https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019

5. WTTC. Open letter from WTTC to Governments URL: https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020/open-letter-from-wttc-to-governments/

6. UNWTO: International tourism arrivals could fall by 20-30% in 2020. URL: https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020

7. ICAO_Coronavirus_Econ_Impact. URL: https://www.icao.int/Search/pages/results.aspx?k=Coronavirus

8. UNWTO. World Tourism Barometer. Volume 18. Issue 1. January 2020. URL: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1

9. WTTC. Covid-19 Related Policy Shifts Supportive of Travel & Tourism Sector. URL: https://www.wttc.org/government-advice

УДК 338.48

Л.М. Ткачук, к.геогр.н., доцент
(Національний Авіаційний Університет)
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663
А.Д. Катаной, студентка
(Національний Авіаційний Університет)
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1602-3023

СТВОРЕННЯ БРЕНДУ МІСТА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЙОГО ПОЗИЦІЮВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Позиціонування міста на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках, створення бренда населеного пункту й уміле управління ним з метою приваблення відвідувачів стає дедалі актуальнішою бізнес стратегією. Створення позитивного іміджу міста завдяки підкресленню його позитивних сторін та розкриттю самобутності, а також діяльність, направлена на зменшення об'єктивних чи суб'єктивних негативних вражень, на їх перепрограмування, є відносно новим інструментарієм в арсеналі засобів просування туристської дестинації на світовій арені.

Інтенсивний розвиток туризму в Україні і світі стимулює державні органи та бізнесові структури використовувати усі

наявні засоби з метою збільшення кількості внутрішніх та зовнішніх туристів, що відвідують Україну. У міжнародній практиці для пропагування переваг туристських дестинацій широкого використання набув брендинг. Отже, дієвим способом заявити про конкурентні переваги міста на туристичному ринку, а також підвищити його привабливість для потенційних відвідувачів є створення його туристичного бренду.

Вивченню проблем підвищення конкурентоздатності і брендингу територій, присвятили свої роботи такі іноземні і вітчизняні вчені і практики як С. Анхольт, І. С. Важеніна, С. Девіс, О. Л. Житар, Н.А. Льовочкіна, Г.Ю. Никифорова, І. Предик, та ін. Однак для поширення практичного застосування інструментів брендингу запропонованих досліджень ще недостатньо. Сьогодні потрібно поглиблювати знання про бренд міста для того, щоб наукові розробки отримали практичне застосування і стали фундаментом для створення дієвих методик, що зможуть використовуватись на рівні будь-якого населеного пункту.

Стаття присвячена вивченню теоретико-методичних засад та практичного досвіду туристичного брендингу на прикладі формування бренда м. Києва. Це передбачає розв'язання наступних завдань: вивчити основні параметри формування та оцінювання бренду міста; розглянути чинники формування туристичного бренду м. Києва; виявити основні принципи візуалізації муніципального бренду; обґрунтувати сильні і слабкі сторони туристичного бренду м. Києва, розкрити перспективні напрями його розвитку.

Найбільш комплексне і водночас лаконічне визначення бренду міста наводить І. Предик. Бренд міста – це сума всіх матеріальних і нематеріальних його характеристик, емоцій, викликаних цим містом, а також репутація і спосіб його рекламування [1]. Брендинг, у свою чергу, можна визначити як стратегію та практику просування міста на світовій арені з метою його всебічного розвитку. Зокрема, важливою ціллю є направлена трансформація уявлень про місто для заохочення туристичних прибуттів, збільшення в'їзної міграції загалом, залучення інвестицій.

Завдання щодо брендингу населеного пункту неминуче перетинаються із завданнями, які вирішують на рівні розроблення комплексних програм соціально-економічного розвитку. Таким чином, брендинг міста є дуже важливою задачею регіональної політики, яку при цьому необхідно розв'язувати одночасно з рішенням традиційних завдань по створенню сприятливих умов життя для місцевого населення. Очевидно, що вкладення в бренд міста у випадках, коли не вирішено елементарні проблеми із забезпечення комфортних умов життя та господарювання місцевих мешканців, навряд чи будуть прибутковими. Однак, для багатьох українських міст момент, коли необхідно реалізовувати програми комплексного маркетингу і брендингу муніципальних територій вже настав.

Оцінка ефективності міського бренду являє собою складну багатопланову процедуру. Зокрема, методика оцінки повинна враховувати якісні та кількісні характеристики привабливості території для всіх її потенційних споживчих аудиторій, а також витрати міста на зміцнення і просування бренду на міжнародній арені. При аналізі ефективності брендингу слід оцінювати показники: стратегічної ефективності (рівень досягнення формалізованих цілей); комунікативної ефективності (динаміка пізнаваності бренду), поточної економічної ефективності (витрати на брендинг, доходи від реалізації цільових програм), символічного бренд-капіталу (здатність символу приносити дохід).

Актуалізуючи проблему аналізу ефективності процесу туристичного брендингу, виникла ідея модифікувати для цього модель бренду міста Сімона Анхольта (рис.1.). Зокрема в процесі аналізу туристичного бренду м. Києва було досліджено географічне положення міста, його соціально-економічне становище, комунально-побутові і соціально-культурні умови та ритм життя населення, людський капітал а також заходи направлені на позиціювання міста на міжнародній арені.

Рис.1.Модель бренду міста С. Анхольта [2: 78]

Туризм є одним з пріоритетних напрямків розвитку національної економіки, а туристичний бізнес щороку визнається експертами одним з найбільш високорентабельних і швидкоокупних. Кількість внутрішніх і іноземних туристів у м. Києві збільшується. У 2018 р. іноземних туристів було вже 1,85 млн. (для порівняння у 2015 р. аналогічна цифра у 1,77 млн. характеризувала загальну кількість відвідувачів). Географія туристичних потоків до м. Києва розширюється, 2018 р. суттєво збільшилися потоки з країн Європи та КНР (рис.2.). За даними КМДА 60% іноземців, які відвідують Київ, приїжджають сюди як туристи, а третина – заради бізнесу (рис.3).

У 2017 р. іноземні гості витратили у місті майже 18 млрд. грн. При цьому тривалість перебування в м. Києві в середньому становить 2-3 дні. Однак, попри позитивну динаміку, у порівнянні з столицями інших Європейських держав а також окремими туристичними центрами країн СНД, Київ все ще суттєво програє конкурентам.

Рис. 2. Розподіл туристичних потоків до м. Києва за напрямами у 2018 р., % від загального потоку [3]

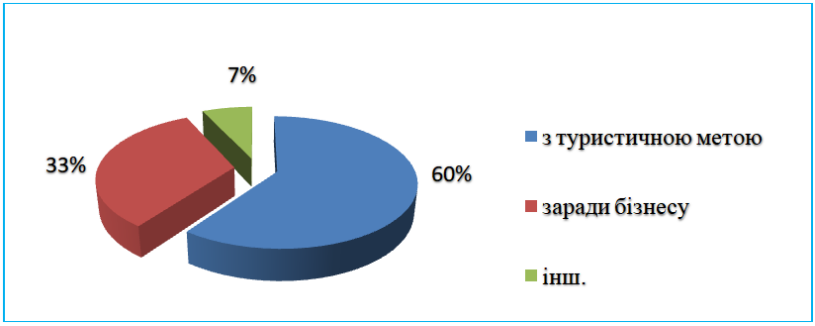

Рис.3. Мета подорожі іноземних туристів, за даними КМДА [3]

У той же час перетворення туризму на одну з найбільш прибуткових галузей економіки Києва дасть змогу збільшити дохідну частину міського бюджету за рахунок податкових та валютних надходжень, залучити інвестиції, збільшити кількість робочих місць, а також створити сприятливі умови для відпочинку та зміцнення здоров'я жителів і гостей міста за умов збереження і раціонального використання його культурно-історичної та природної спадщини. Саме тому завдання ефективного брендингу столиці набувають нині особливої актуальності. Ключовими напрямами є промоція та популяризації бренду

міста в Україні та закордоном. Зокрема реклама туристичних атракцій і одночасне спростування неправдивої та негативної інформації, забезпечення участі міста у глобальних ділових, культурних і спортивних подіях і проектах, розвиток туристичної інфраструктури.

Аналізуючи передумови формування туристичного бренду Києва, слід відзначити, що одним з головних чинником його туристичної привабливості є його вигідне географічне положення. Місто розташоване на півночі України, на межі Полісся і лісостепу по обидва береги Дніпра, має помірно континентальний клімат із м'якою зимою і теплим літом. Надзвичайно вдалим є транспортне положення на перетині шляхів, що з'єднують північні і південні, східні і західні райони Європи на Азії. Київ є крупним транспортним центром, має добре сполучення з зарубіжними країнами. Площа міста близько 90 тис. га, з яких 56 тис. га. припадає на зелена зону.

Київ має значний соціально-економічний потенціал. Це найбільший економічний центр України. У 2017 р. валовий регіональний продукт (ВРП) м. Києва склав 702,7 млрд. грн це 24% від загального показника по Україні. Частка доходів від туризму в ВРП міста у 2016 р. становила 1,4%, 2017 р. – 2,6%. Для туристів у м. Києві є 24 тис. місць у колективних закладах розміщення. У структурі закладів розміщення домінують апартаменти. Однак за кількістю номерів ситуація зворотна – номерний фонд 164 готелів міста становить 84,5% доступної пропозиції. Вартість проживання в готелях широко диверсифікована. Середнє медіанне значення – 1050 грн. за добу. Апартаменти коштують набагато дешевше. Загальна кількість закладів харчування 4.5 тис. Експерти USB банку провели дослідження, за результатами якого м. Київ визнано одним з найдешевших міст світу (75 місце з 77 за вартістю місячного споживчого кошика). У Києві розвинені сучасні форми автомобільних перевезень (Uber, Uklon), метрополітен, трамвай, тролейбус, працює фунікулер та міська електричка. Однак за рейтингом найкомфортніших міст у 2018 р. Київ посів лише 118 місце. Низькі оцінки Київ отримав за параметрами: безпека, інфраструктура та культура і екологія.

Іншим важливим чинником формування бренду є людський капітал. Чисельність населення в Києві станом на 1 лютого 2019 р. становить майже 3 млн. людей. Літописи описують як основну рису киян їхню волелюбність, з XV ст. жителі столиці мали магдебурзьке право. Це означало, що кияни самі обирали керівництво та здійснювати судочинство. Сучасний образ – неодружена людина до 30 років, без шкідливих звичок, яка підтримує себе у добрій фізичній формі, достатньо освічена, культурна, толерантна, привітна і гостинна.

Позиціювання міста на світовій арені є фундаментом для його реклами і просування на різних ринках. Київ відомий у світі як одне з найстаріших міст Європи, столиця впливових у різні історичні епохи держав. Це також важливий центр православного світу. Так до списку Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО віднесені київські православні святині: Києво-Печерська лавра, Софійський собор, Церква Спаса на Берестові. У різні роки місто прославляли видатні науковці, архітектори, лікарі, літератори, живописці, спортсмени. Для киян характерний динамічний ритм життя. Жителі столиці і гості міста мають змогу відвідувати виставки, кінотеатри, театри, цирк, спортивні змагання тощо. У місті проводяться численні щорічні фестивалі, марафони, свята. Наприклад: День Києва у останні вихідні травня; етносейшн «Ніч на Івана Купала» 14-16 червня; музичний фестиваль Atlas Weekend 9-14 липня; Wizz Air Kyiv City Marathon 6 жовтня. У Києві часто відбуваються масштабні міжнародні заходи, наприклад Євробачення 2005 р. та 2017 р., Фінал Ліги чемпіонів УЄФА 2017/2018. Також у місті двічі на рік проводять міжнародні туристичні виставки: навесні – виставку «Україна – Подорожі та Туризм» (UITT), восени – Міжнародний туристичний салон «Україна» (UITM).

На особливу увагу заслуговує питання візуалізації туристичного бренду Києва. Влада кілька років поспіль не могла визначитися з логотипом туристичного бренду. У конкурсі на фірмовий стиль для столиці перемогли відразу дві концепції. Після декількох років роздумів мерія віддала перевагу логотипу Андрія Федорова і слогану «місто де все починається», а варіант Віктора Коновалова залишився альтернативою (рис.4).

Рис.5. Логотипи м. Києва за Андрієм Федоровим та Віктором Коноваловим [4].

У логотипі «Київ – місто, де все починається» чотири графічних елемента, це символи Києва: синя «крапля» – Дніпро, легенда про створення міста на берегах річки; зелений «каштан» – величезна зелена зона, міські парки, любов та дбайливе ставлення киян до природи; жовтий «купол» – православні святині; червоне «серце» характеризує Київ як гармонійне і комфортне для життя місто, позбавлене урбаністичної агресії мегаполісів [4].

Для оцінки сильних та слабких рис туристичного бренду Києва було проведено SWOT-аналіз [5]. Сильними сторонами м. Києва як туристичної дестинації є:

- зручне розташування та гарна транспортна доступність;
- розмаїття ландшафтів (зелена зона, парки, ботанічні сади, схили Дніпра);
- динамічний розвиток бізнес-інфраструктури;
- багата культурна спадщина.

Водночас, є і слабкі сторони:

- хаотична забудова, прогресуюча втрата історичного обличчя міста;
- сильно зношена інженерна і транспортна інфраструктура;
- дефіцит акцентованого просування міста на міжнародній арені;
- брак пішохідних зон, нерозвиненість вело-

інфраструктури та відсутність інфраструктури для людей з обмеженими можливостями.

До основних загроз які можуть погіршити сприйняття Києва потенційними туристами відносяться:

- екологічні ризики;
- порушення цілісності архітектурного ансамблю історичного центру міста;
- корумпованість органів управління містобудуванням, недієвість генерального плану забудови міста;
- зростання густоти міського населення, загроза переповненості;
- розповсюдження «тіньового» туристичного бізнесу, який не сплачує податки в держбюджет;
- погіршення міжнародного іміджу України і Києва, зумовлене політичною нестабільністю в країні;
- поширення випадків вандалізму, інформаційного тероризму.

До основних можливостей розвитку туристичного бренду Києва можна віднести:

- ширше використання водних ресурсів Києва, що дають можливість урізноманітнювати туристичну пропозицію;
- впорядкування та підтримка сучасної міської культури;
- розвиток спортивної інфраструктури, просування спортивного бренду на основі харизми та популярності міського голови В.Кличка;
- активна діяльність Управління з туризму і промоції КМДА;
- реалізація потенціалу подієвого та бізнес туризму;
- розвиток цифрової інфраструктури міста в контексті активного прогресу ІТ сфери в Україні.

У Міській цільовій програмі розвитку туризму на 2019-2021 рр., що передбачає позиціювання Києва як туристичного центру глобального масштабу, сформульовані напрями розвитку міського бренду: «Київ – головний туристичний хаб Східної Європи» та «Київ – комфортне місто для далеко магістрального туриста». Існує стійке уявлення про Київ, як про місто для відвідування у

вихідні або святкові дні, зазначена ж ініціатива дозволить розширити пропозицію для туристів і подовжити час їхнього перебування в українській столиці. Стратегічним завданням є перетворення Києва на конкурентний туристичний центр, місто для обов'язкового відвідування подорожуючим Європою, а також «стартовий пункт» для далеко магістральних туристів з Азії, що прямують до Європи.

Особливо важливим аспектом ефективного брендингу нині стає використання сучасних інформаційних технологій. Цифрова інфраструктура Києва дуже активно розвивається останнім часом. Зокрема, необхідно відзначити успіх мобільного додатку Kyiv City Guide, який отримав визнання і оцінку «highly recommended» від журі конкурсу International Tourism and Travel awards на Міжнародній туристичній виставці World Travel Market 2018 р. у Лондоні. Також заслуговує на увагу система електронних сервісів KYIVSMARTCITY та спеціально розроблений для полегшення процесу її впровадження «Путівник розумного киянина».

Для позиціонування Києва у глобальній інформаційній мережі створено сайт www.visitkyiv.travel та сторінки у соціальних медіа (фейсбуці, інтаграмі). Окремо слід відзначити особистий ютуб канал Антона Тараненка (колишнього очільника Управління туризму і промоцій КМДА) VISIT KYIV, на якому розміщено відеозвіти про найцікавіші міські атракції, унікальні пам'ятки історії та культури, сучасне урбаністичне мистецтво, популярні заклади харчування, актуальні пропозиції засобів розміщення.

Київ – потужний історичний і культурний центр, на території нашого міста розташовано більше 2 тис. пам'яток історії та культури, із них 39 – світового значення. У Києві понад 100 музеїв, а туристичною діяльністю займаються більше 2500 підприємств – близько 24% від загальної кількості підприємств туристичної галузі в Україні. Ефективний менеджмент міського бренду дозволить розвивати і посилювати цей потенціал, сприятиме розвитку туристичної інфраструктури, поліпшенню іміджу міста, збільшенню туристичних потоків, зростанню середньої тривалості перебування туристів у місті та припливу інвестицій у туристичну галузь. Бренд відображає неповторні характеристики міста, його принади, що здобули суспільне визнання та мають стабільний

попит серед цільової аудиторії. Як свідчить досвід, успішні міські бренди обов'язково є динамічними, тому тематика територіального брендингу у наукових дослідженнях залишається актуальною та становить цікаве проблемне поле для експертів із різних сфер.

Список використаних джерел та літератури

1. Предик І. Особливості формування туристичного бренду міста / І. Предик [Електронний ресурс]. – Режим доступу : dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17179/1/133-136.pdf

2. Анхольт С. Создание бренда страны / С. Анхольт // Бренд-менеджмент. – 2007. – № 1. – С. 36–44.

3. Киев в 2018-м посетили больше выходцев из Европы, чем из стран СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://112.ua/kiev/kiev-v-2018-om-posetili-bolshe-vyhodcev-iz-evropy-chem-iz-stran-sng-kgga478555.html.

4. Брендбук. Основи візуальної комунікації бренда міста Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://old.kyivcity.gov.ua/done_img/f/Kyiv%20Brand%20book.pdf

5. Катаной А. Д. Брендинг міста як інструмент регіональної політики туризму (на прикладі туристичного бренду м. Києва) / А. Д. Катаной // Регіональна політика : політико-правові засади, урбаністика, просторове планування, архітектура : зб.наук.пр., вип.V., т.2. – Тернопіль, 2019. – С. 217-221.

УДК: 338.48 (4/8)

Г.Ш. Уварова, к.п.н.
(НАУ, м. Київ)
0000-0003-3742-1952

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Постановка проблеми і актуальність дослідження. Майже ніколи у науковців не спадає інтерес до дослідження міжнародного туризму, оскільки він перетворився на потужну індустрію, великий міжгалузевий комплекс, є важливим

елементом економічної стратегії й чинником суспільного розвитку. Міжнародний туризм відрізняють високі і стабільні темпи зростання основних показників протягом досить тривалого часу, формування глобального туристичного потоку, значні доходи. Це підтверджує актуальність обраної проблеми дослідження.

Кількість досліджень, які стосуються аналізу різних аспектів розвитку міжнародного туризму, є доволі значною. Зокрема, цій проблемі приділяли увагу такі українські вчені як О. Любіцева (2003), Л. Гонтаржевська (2008), В. Зайцева та О. Корнієнко (2012), А. Гряниło і Н. Мацур (2013), А. Парфіненко (2015),

В. Зайцева та О. Корнієнко підкреслюють, що міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації та інтеграції набуває швидкого розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення [1].

А. Грянило і Н. Мацур (2013) у своїх дослідженнях обґрунтували значні потенційні можливості міжнародного туризму для України в контексті додаткового валютного надходження та удосконалення туристичної сфери [2].

На думку А. Парфіненка, туризм – це своєрідна «призма» крізь яку можна розглядати загальні та регіональні особливості міжнародних відносин [3:13]. Таким чином автор підкреслює міжнародно-політичне значення міжнародного туризму.

Новизна і завдання дослідження. Незважаючи на достатню кількість публікацій щодо розвитку міжнародного туризму, повернення до цієї проблематики обумовлене насамперед чутливістю туризму до зовнішніх подій і ризиків – геополітичних, природних, медико-біологічних. Вчасна ідентифікація перспективних трендів розвитку міжнародного туризму, ймовірності настання ризиків, оцінка їх наслідків допомагає уникнути серйозних криз у сфері туризму. Тому завданням цього дослідження обрано комплексний аналіз та оцінка сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму, визначення перспективних напрямків його активізації і подальшого розвитку.

Виклад розв'язання поставленого завдання. За даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC) міжнародний туризм генерує 10,3 % світового ВВП, У 2019 р. темпи зростання міжнародного туризму становили 3,5 %, випереджаючи темпи світової економіки (2,5 %). На міжнародний туризм припадає 28,3 % світового експорту послуг і 4,3 % від загальних капітальних інвестицій. За останні п'ять років у сфері туризму створено кожне четверте робоче місце. усього понад 313 млн. робочих місць. [4].

Однією з основних тенденцій розвитку міжнародного туризму є постійне зростання світового туристичного потоку. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), число туристичних прибуттів у світі у 2018 р. досягло рекордних 1,4 млрд, що на 6% більше, ніж у попередньому році При цьому число прибуттів на Близький Схід зросло на 10%, в Африку - на 7%, Азію та Європу - на 6%. Країни Американського регіону туристи відвідували на 3% частіше, ніж роком раніше. За даними UNWTO, кількість міжнародних прибуттів до Європи у 2018 р. становила 713 млн. На 7% зріс туристичний потік у Південну Європу, на 6% - в Західну і Східну. На фоні Brexit не було покращення показників у Північній Європі. До країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону туристи здійснили 343 млн поїздок, а у Північну і Південну Америку - 217 млн. Дещо знизився туристичний потік (-2%) в Центральну Америку і на Карибські острови, що було спричинено несприятливими природними явищами. Країни Африки за підсумками року відвідували 67 млн раз, а Близький Схід - 64 млн. За попередніми експертними оцінками у 2019 р. туристичний потік у світі зріс ще на 3-4%. Спостерігається тенденція значного зростання числа туристичних прибуттів насамперед з країн, що розвиваються [5].

В Україні, після дворазового падіння показника туристичних прибуттів у 2014 р., в останні два роки спостерігається активізація туристичного потоку, зокрема зростає кількість в'їзних і виїзних туристів, проте виїзний потік значно більший. Перші місця серед країн, з яких туристи їдуть до України, належать Молдові і Білорусі. Збільшилася кількість туристів з Туреччини, а також з Ізраїлю.

Глобалізація і регіоналізація – складові єдиного процесу розвитку міжнародного туризму, що робить його унікальним економічним інструментом, здатним формувати виробничі системи інтернаціонального характеру і зберігати локальну значущість [1: 59]. Нині міжнародний туризм характеризується високим ступенем його концентрації у відносно невеликому за площею географічному просторі. За даними UNWTO лідерами міжнародного туризму є десять країн, на які припадає 40 % світового туристичного потоку та 50 % усіх надходжень [5]. Незважаючи на це, в туризмі часто з'являються нові напрямки і, навпаки, практично зупиняється потік туристів до відомих на ринку туристичних послуг країн і дестинацій. Найчастіше така тенденція розвитку міжнародного туризму пов'язана з економічною і геополітичною ситуацією на певній території. Так, приємною новиною 2019 р., стало оголошення Саудівською Аравією (вперше в історії цієї країни) отримання туристичних електронних віз для громадян 49 країн світу, у тому числі, й України. Цей історичний крок для ультраконсервативної щодо іноземців країни став частиною державної програми «Vision-2030». Класичний туризм в Саудівській Аравії вже отримав статус «білої нафти», що підкреслює його ключову роль у зменшенні залежності економіки країни від видобутку енергетичного ресурсу.

Протилежною Саудівській Аравії ситуацією на Близькому Сході є руйнація Сирії як туристичної країни, в якій упродовж останніх років відбувається збройний конфлікт, в якому беруть участь урядові війська, опозиційні формування, загони народної самооборони і формування повстанців, які називають себе «Ісламська Держава» (ІДІЛ), а також представники військових інших держав. Для іноземних туристів втрачена можливість відвідати всесвітньо відомі туристичні центри Дамаск, Пальміра, Алеппо, Латакія та ін., на території яких налічується безліч унікальних культурно-історичних об'єктів різних епох.

Серйозні проблеми у туристичній сфері в Україні у 2014-2015 рр. також були спричинені геополітичною ситуацією, яку спровокувала сусідня Росія. Проте завдяки державної політики,

місцевим органам влади і зусиллям асоціації туроператорів, ситуація суттєво поліпшилася.

До основних особливостей міжнародного туризму слід віднести системність розвитку, чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції туристичних послуг, постійне зростання асортименту послуг. З одного боку, ускладнення, а з іншого, диверсифікація міжнародного туризму сприяли виникненню великої кількості нових оригінальних туристичних продуктів. У міжнародному туризмі зростає популярність спеціалізованих (нішевих) видів туризму, орієнтованих на доволі вузькі сегменти туристів. За твердженнями Р. Лозинського та І. Кучинської, найважливішими ознаками, які дають змогу віднести певний вид туризму до спеціалізованого, є [6:178]:

– наявність чітко окресленої і відносно сталої цільової групи туристів;

– виділення ринкової ніші на основі сегментації ринку споживачів;

– достатність ніші для створення окремих туристичних продуктів;

– адресний, чітко визначений туристичний продукт, тісно підігнаний до специфічних вимог споживачів.

Узагальнення досвіду роботи суб'єктів туристичної діяльності показало, що тепер туристи усе частіше обирають спеціалізований туризм. Значна кількість потенційних туристів цікавляться можливістю полетіти не тільки у відпустку, а й на уїк-енд хоча б до сусідньої країни. І неможливо не звернути увагу на ту кількість авторських турів, які з'явились в останні роки та пропонують поїздки у найрізноманітніші куточки світу. Трендами є оздоровчий, спортивний, пригодницький, естетичний туризм, тематичні поїздки (фототури, поїздки у серфінг-кемпи чи в йога-тури, майстер-класи, тури по галереям та арт-об'єктам), подорожі з зануренням або із змістом.

Кардинальні зміни у міжнародному туризмі пов'язані зі швидким упровадженням онлайн технологій в обслуговуванні туристів, які носять глобальний характер. Наразі вже майже 50%

світових продажів туристичних послуг припадає на інтернет (у Китаї це майже 60 % туристичного ринку), невпинно зростає частка купівель послуг з мобільних пристроїв [7:7]. В таких умовах суб'єкти туристичної діяльності можуть опинитися у скрутному становищі, бо їх посередницькі послуги можуть бути незатребуваними. Як приклад, варто згадати банкрутство у 2019 р. найстарішого в світі туроператора Thomas Cook, який вчасно не відреагував на кардинальні зміни у туристичній сфері, продовжуючи працювати за старими стандартами.

Частка онлайн обслуговування у найближчі роки буде невпинно зростати. Тому учасникам ринку міжнародного туризму необхідно розвивати онлайн технології й адаптувати свої бізнес-моделі до реалій ринку, що продовжує трансформуватися. Це стосується насамперед тих туристичних фірм України, які, на жаль, працюють по-старому і можуть виявитися не готовими до стрімких змін. Зважаючи на тенденції щодо інновацій в обслуговуванні, туристичному агенту необхідно бути не продавцем пакет-туру, а незамінним для туриста тревел-консультантом

Важливою складовою міжнародного туризму є насамперед транспортне обслуговування подорожуючих. Значна роль при цьому належить авіаційному транспорту. В останні роки спостерігається стійка тенденція щодо використання лоукост-авіакомпаній у перевезенні туристів. Ці компанії склали серйозну конкуренцію як регулярним, чартерним авіаперевізникам, так і туроператорам. Найбільші лоукост-перевізники Європи – Ryanair, EasyJet, Norwegian, Wizzair та Vueling – протягом останніх п'яти років збільшують свої пропозиції щодо обсягів перевезень у середньому на 15% щороку.

Залучення лоукост-компаній до міжнародних туристичних перевезень у 2019 р. активізувалося й в Україні. Найбільш популярними, крім ірландської Ryanair та угорської Wizzair, був і перший український лоукостер Sky Up Airlines.

Важливою подією у міжнародному туризмі України стала реалізація проекту чартерного перевезення туристів України до кубинського курорту Варадеро. Авіакомпанія AZUR air Ukraine спільно з туроператором ANEX Tour з жовтня минулого

року. здійснюють рейси до карибських пляжів без проміжних пересадок.

Серйозним викликом для міжнародного туризму на початку 2020 р. стала коронавірусна інфекція COVID-19, яка охопила увесь світ. Зрозуміло, що на авіаційний та туристичний сектор очікують складні часи. За попередніми розрахунками експертів, туристичний потік між країнами світу може скоротитися до кінця року щонайменше удвічі [8:7]. Окрім авіаційного туризму, значно постраждає й круїзний сегмент міжнародних подорожей. Для іноземних туристів, прогнозують експерти, можливо до кінця року, будуть втрачені більшість популярних курортів і туристичних центрів світу. Також у зв'язку із скасуванням численних міжнародних виставок і подій, туристичний потік втратить мільйони відвідувачів з усього світу.

Висновки. Отже, проведений аналіз дозволяє говорити як про позитивні, так і негативні тенденції розвитку міжнародного туризму на сучасному етапі і на найближчу перспективу. Враховуючи світові події, зокрема, медико-біологічного характеру, слід очікувати значного спаду основних показників міжнародного туризму. Серед туристичних потреб споживачів на перший план виходить нішевий туризм, який не є масовим, проте вимагає від суб'єктів туристичної діяльності більш ретельного обґрунтування і підготовки туристичного продукту. Спеціалізований туризм може позитивно вплинути й на формування в'їзного туристичного потоку до України.

Для активізації міжнародного туризму в умовах, що склалися, дедалі популярнішими можуть стати віртуальні тури, зростатиме роль сільського туризму з гігантськими парками відпочинку і розваг, інтенсивніше розвиватимуться штучні зони відпочинку на зразок приморських,

Список використаних джерел та літератури

1. Зайцева В.М., Корнієнко О.М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі /В.М. Зайцева, О.М. Корнієнко //Вісник Запорізького національного університету. - 2012. - № 2(8). – С. 55-65.

2. Грянило А.В., Мацур Н.І. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні /А.В.Грянило, Н.І.Мацур // Фінансовий простір. 2013. -№4 (12). – С. 144-148.

3. Парфіненко А.Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища /А.Ю, Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. - Випуск 126 (частина 1). – С. 12-23.

4. Доповідь Всесвітньої ради з подорожей та туризму про економічний вплив туризму. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://wttc.org/Research/Economic-Impact .

5. ЮНВТО: Основні напрямки і показники міжнародного туризму . - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf.

6. Лозинський Р., Кучинська І. Спеціалізований (нішевий) туризм: розвиток концепції в українській і зарубіжній науковій літературі /Р. Лозинський, І. Кучинська //Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2018. - Випуск 52. - С. 170–182.

7. Onlinebistro навчає турагентів України. – Українська туристична газета. 2019 №1-2. – С.7.

8. Рік минулий – рік прийдешній. - Українська туристична газета. 2020 №1-2. – С.7.

УДК 911.9: 379.8

С. П. Фокін к. п. н,
(доцент ФМВ, НАУ, м. Київ)
ORCID 0000-0002-1522-7254

МІЖНАРОДНИЙ ГРАЛЬНИЙ БІЗНЕС ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Вступ. Світовий досвід свідчить, що діяльність у сфері грального бізнесу може бути серйозним джерелом поповнення державного бюджету, фінансування програм в галузі культури, охорони здоров'я і спорту, інших соціальних програм. Залучення коштів на підтримку таких проектів, є актуальною проблемою і для України.

Слід визнати, що в незалежній Україні не було створено ефективної системи державного регулювання діяльності у сфері грального бізнесу, що спричинило значним втратам державного бюджету і створило негативний імідж гральному бізнесу в суспільстві. Навпаки, існуюча в державі система грального бізнесу фактично є джерелом корупції, обману громадян, вимивання коштів з бюджету і традиційної видимістю «державного контролю», без такого контролю. Прийняття Верховною Радою 15 травня 2009 Закону України «Про заборону грального бізнесу в Україні» [1], фактично узаконило монополію нерезидентів на ринку України і легалізувало корупційні схеми вимивання коштів з бюджету. Передавши організацію і проведення державних лотерей приватним компаніям з офшорними засновниками, держава не змогла створити ефективну систему нормативного регулювання і контролю цієї діяльності. Тому звичними явищами в Україні стали поширення незаконних «державних лотерей» (лотереї-клони, лотерейні сурогати, лотереї операторів, у яких закінчився термін дії ліцензії тощо), зміна умов проведення лотерей в процесі проведення розіграшів, використання ігрових автоматів під виглядом лотерейних терміналів і систем обліку, вимоги до яких встановлює сам оператор (або навіть розповсюджувач), проведення букмекерської діяльності під виглядом державних лотерей. Участь держави в регулюванні цієї діяльності сьогодні звелася лише до видачі ліцензій і реєстрації умов проведення державних лотерей, тобто держава практично усунулася від контролю цього ринку. Розуміючи ситуацію, що склалася, уряд України в жовтні 2019 року вніс новий законопроект про легалізацію грального бізнесу, прийняття якого, сприятиме удосконаленню розвитку грального бізнесу.

Виклад основного матеріалу. У XX – поч. XXI ст. з посиленням процесів глобалізації, зі зміною економічних умов, розвитком принципово нових технологій, зміною соціальних потреб і підвищенням попиту на якісно нові послуги відпочинку, азартні ігри стали сприйматися як одна з форм дозвілля. Формування ринку азартних ігор супроводжувалося концентрацією капіталу, створенням нових робочих місць

безпосередньо в секторі грального бізнесу, а також пов'язаних з ним видах діяльності. Розвиток грального бізнесу, з одного боку привело до трансформації принципів, норм і правил регулювання і управління азартними іграми, з іншого боку, визначило зміну попиту на ігрові послуги, а також поведінку споживачів.

Попит на послуги в гральному бізнесі, у другій половині XX – початку XXI ст. характеризується динамічним розширенням і обумовлений кумулятивним впливом таких основних факторів:

- збільшенням дискреційних доходів населення при тенденції до зростання використання вільних коштів, для відпочинку і розваг;
- підвищенням готовності національних урядів і регіональних влад дозволити комерційні гральні послуги як частина рекреаційної сфери і туризму, з метою легалізації ринку азартних ігор і боротьби з незаконною діяльністю;
- загальною лібералізацією моральних і етичних поглядів на азартні ігри;
- посиленням інтеграції азартних ігор, що надаються в традиційному форматі гральними закладами, з іншими популярними видами діяльності (професійними спортивними подіями, автомобільними перегонами) з сучасними електронними засобами комунікацій;
- вибуховим зростанням інтерактивних гральних послуг на основі цифрових, телекомунікаційних технологій, а також широким спектром нових каналів надання гральних послуг і пов'язаної з ними діяльністю.

Для позначення азартних ігор в цілому, або участі в азартній грі використовується термін гемблінг (англ. Gambling – азартна гра). За даними H2 Gambling Capital, в структурі доходів світового гемблинга найбільша питома вага належить казино. За підсумками 2018 їх частка склала € 117,2 млрд, або 34,4% доходу, що на 2,6% менше, ніж роком раніше. На другому місці за сумою доходів – лотереї, дохід яких склав € 994,63 млрд (29,2% ринку). Трійку лідерів замикає ігрові автомати з часткою ринку 23,6%. Частка беттінга склала 10,7% або € 34,7 млрд [2].

Глобальний ринок азартних ігор кардинально змінюється

в результаті розвитку нового сегмента грального бізнесу в режимі онлайн. Цей сектор є найбільш проблемним з точки зору державного регулювання, так як дистанційні ігрові технології дозволяють обійти національні правила, і з позицій збільшення соціальних витрат, обумовлених зростаючими ризиками невідповідальної гри споживача [3].

За оцінками аналітиків, світовий ринок азартних ігор онлайн виріс з приблизно 65 млрд € в 2003 році до понад 45 млрд € в 2018 році. При цьому річне зростання склало близько 10%. Одночасно з цим збільшилася і частка онлайн казино в ігровій індустрії в цілому. Такий показник виріс з 3% у 2003 році до 12% в 2018 році [4].

Зростання кількості сайтів казино, як пояснюють аналітики, обумовлений простотою відкриття бізнесу, і в той же час можливостями онлайн ігор. Зараз багато країн легко видають ліцензію на відкриття казино в мережі, і це не тільки офшори, а й великі країни, такі як Канада, Індія, Австрія, Чехія, Австралія та інші.

З іншого боку, підвищилася якість ігор, значно збільшився їх асортимент. Тепер онлайн, зокрема в казино Вулкан, можна грати не тільки на гроші, а й безкоштовно, а ігри перетворилися в цілі історії і пригоди, з якими можна весело провести час. У Європейському союзі, де у багатьох країнах онлайн казино офіційно дозволені, багато місцевих жителів розглядають казино не як засіб заробітку, а як засіб проведення часу. Людям цікаво, вони роблять ставки на гроші, трохи виграють, трохи програють, вивчають нові ігри. Середній ігровий депозит тут, за оцінками аналітиків, становить 100 – 300 доларів. Європейський ринок онлайн гемблинга становить 53% світового. Це більше, ніж в Азії 26%, включаючи Близький Схід, 11% в Північній Америці і 7% в Океанії.

Ще однією тенденцією ринку азартних ігор є збільшення кількості легальних онлайн казино. Показник виріс з 45% в 2003 році до 60% у 2018 році і, за прогнозами, продовжить зростання. Це пояснюється тим, що організаторам простіше отримати ліцензію, ніж ховатися, постійно змінюючи сайти і створюючи дзеркала [5].

Динамічне зростання дистанційного ринку азартних ігор залежать виключно від регіону, і визначається наступними факторами:

- зростає частка населення, що має доступ до відповідних технологій;
- технології стають все більш зручними і інтегрованими;
- електронні платіжні системи підвищують зручність і легкість фінансових операцій;
- доросле населення все більше і більше складається з людей, які виросли з електронними іграми і використанням комп'ютерів в повсякденному житті;
- підвищується винахідливість існуючих і виникаючих технологічних компанії і віддалених операторів для забезпечення доступу до азартних ігор за допомогою нових технологій;
- зростають витрати на дозвілля і розваги, як поза домом, так і в домашніх умовах. Особливим видом ігор є беттінг (англ. Bet – ставка) – це укладення парі. Спортивний беттінг – це укладення парі на результат спортивної події. Першість за доходом від оффлайн-беттінга, утримує Азія. У 2018 році частка цього регіону на світовому ринку зросла з 18,3 млрд € до 203 млрд. € і склала 55,2%.

На другому місці розмістилася Європа, частка цього регіону зменшилася і в 2018 році склала 92 млрд €, або 26,5%. Це на 1,4% менше, ніж роком раніше. Третє місце займає Північна Америка з часткою ринку 6,7% і доходом 24 млрд €.

Протилежна ситуація склалася з онлайн-беттінга. У цьому сегменті лідерство завоювала Європа, дохід якої в 2018 році виріс до 86 млрд €. Темпи приросту склали 3,9%, до 42,9% від ринку послуг.

Азія, навпаки, скоротила частку на 2,4% до 39%, і опустилася на другу сходинку. Дохід азіатського континенту в 2018 році склав 78 млрд €. Частка інших регіонів за рік суттєво не змінилася.

Найбільшу частку в онлайн-беттінг займає Європа, де доходи від нього вже досягли 48,4% від загальної суми доходів від беттінга. У той час як в минулі роки лідирувала Австралія

та Океанія. Однак в 2018 році цей регіон посів друге місце. В Австралії та Океанії 47% доходів від беттінга – це онлайн. Частка доходу від онлайн-беттінга в Північній Америці становить 42,9%.

У 2018 році загальні доходи від беттінга випереджали зростання доходів від гемблинга, і склали 5,7%, зокрема, оффлайн-сегмент виріс на 4,1%, а онлайн-сегмент збільшився на 8,5%.

Загальні доходи від гемблинга в свою чергу зросли на 4,3%. Зокрема, на таке збільшення вплинули онлайн і оффлайн сегменти, що виросла на 7,6%, і 4,1% відповідно. В цілому онлайн-сегмент по темпу приросту доходів в 2018 році домінував над зростанням оффлайна.

У 2018 році доходи світової індустрії виросли на 3,3%. Частка онлайну в загальному доході продовжує зростати, і в 2018 році вона склала 10,7%. Надалі очікується нарощування онлайну до 11,3% [5].

У наш час, гральний бізнес активно розвивається, в тому числі і за рахунок туристів. У багатьох країнах існують центри ігрових розваг. Найбільші з них – в США (Лас-Вегас, Атлантик-Сіті) найбільш давні – в Європі (Монте-Карло, Баден-Баден). В системі світового туризму найбільш давній вид розваг, азартні ігри, часто виступають одним з головних мотивів подорожей.

Ситуація, з точки зору доступності гемблинга або можливої участі в азартній грі, значно варіює від країни, до країни. Заборона на гральний бізнес в одних країнах, при розважливому законодавчому регулюванні, стимулює його підйом в інших. Вона також призводить до виникнення туристичних поїздок (перш за все на суміжні території), які мають на меті відвідати заклади гемблинга. Ці поїздки, як правило є організованими. Так у країн-сусідів України таких, як Польща, Білорусь, Румунія, Молдова, Угорщина ігрова діяльність чітко регламентована і контролюється державою, казино є основою освоєння дестинації ігрового туризму. Міста з розвиненою пропозицією грального туризму в цих країнах, залучають значні потоки міжнародних і внутрішніх туристів, і є важливим джерелом надходження доходів від сфери грального туризму в національну економіку.

Ігровий туризм – це різновид туризму, в якому туристи-учасники, їх ще називають гравцями, керують ресурсами, даними і т.д. через ігрові символи, з метою досягнення мети (виграшу). Головний напрямок ігрового туризму – діяльність з розважальною, а іноді навчальною метою [6].

Joon Ho Kim, Kyung Ho Kang [7], а також Xinhua Gu, Guoqiang Li, Xiao Chang, Haizhen Guo [8], в своїх роботах досліджували, який вплив має розвиток грального бізнесу в Макао і містах США. Авторами проаналізовано позитивні (зростання економіки, підвищення туристичного попиту, поліпшення туристичної інфраструктури, формування бренду території) і негативні наслідки такого явища (зростання соціальної нерівності, некерованість процесу управління ігровими закладами, внутрішні проблеми в містах).

Туристичні поїздки з відвідуванням казино або ігрові тури, пов'язані з відвідуванням казино, зобов'язані своєю появою маркетинговим програмам казино.

Джанкет-тур (англ. Junket – розважальна поїздка на безоплатній основі) - культурно-розважальна програма з обов'язковим відвідуванням гральних закладів [9]. Іншими словами, це тури в ті країни, де азартний бізнес дозволений офіційно.

Саме слово «джанкет» походить від англійського «junket» і перекладається як гуляння, свято. Відмінною особливістю таких поїздок є той факт, що оплачуються вони за рахунок казино, при цьому туристи (гравці) зобов'язуються зіграти мінімальний час (в середньому від 2 до 5 годин на день) і зробити ставки на певну суму, обговорювану в договорі. Верхньої межі немає, головне – це наявність вільного часу у гравця і грошей на гру.

Джанкет-тури були створені спеціально для того, щоб азартні гравці могли пограти в реальних казино і не витрачали час, на такі нецікаві для них заняття, як бронювання і купівля квитків, пошук готелю і т.п. Все це робить за них туроператор. Зазвичай до переліку послуг, які надаються учасникам джанкет-турів безкоштовно, входять авіаперельоти, трансфери, проживання в готелі, харчування, відвідування казино, також можуть бути і деякі

інші послуги. Але, як правило, у всіх випадках передбачається внесення клієнтом депозиту, або страхової суми, яка вкладається на рахунок в казино. Депозит служить своєрідним підтвердженням платоспроможності клієнта, а також казино страхує себе від зайвих витрат в разі якщо клієнт розраховує тільки на «безкоштовну гру» і не виконує умов договору по джанкет-туру.

Якщо ж клієнт виконав умови договору, то по закінченню туру депозит йому повертається. Так що, по джанкет-туру можна безкоштовно з'їздити куди-небудь, також безкоштовно пожити, поїсти і розважитися, і навіть виграти грошей, якщо вдасться. Але якщо ж турист відмовився від гри або не приїхав – тоді відповідно до умов договору з нього можуть відібрати вартість авіаквитків, трансферу, готельних послуг.

Основною цільовою аудиторією джанкет-турів виступають, звичайно, азартні громадяни тих країн, де гральний бізнес знаходиться під забороною або обмежений. Група дослідників з Вашингтонського університету в Сент-Луїсі провела дослідження за ставками гравців в азартні ігри. Їх оптимістична оцінка становить, в середньому 1,6 мільярда людей, які грають в азартні ігри хоча б раз на рік [4]. Зі збільшенням доступу до азартних ігор в Інтернеті ці показники, ймовірно, будуть тільки зростати.

Туристичні поїздки з відвідуванням казино часто зустрічаються в юрисдикціях Північної і Південної Америки, країн Карибського басейну країн Азії, менш поширені вони в європейських казино. Кількість таких поїздок в казино Африки, Близького Сходу і Центральної Азії залишається невідомою [10].

Висновки. Стрімкий розвиток грального бізнесу, нових видів ігрової діяльності, поява нових центрів розваг, стимулюють і активізують потоки туристів в ігрові зони відпочинку. У той же час значно збільшуються доходи на соціальні відрахування від легального грального бізнесу. Безумовно внесений новий законопроект про легалізацію грального бізнесу в Україні, сприятиме розвитку грального туризму і джанкет-турів.

Список використаних джерел та літератури

1. Закон України «Про заборону грального бізнесу в Україні» – Верховна Рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua

2. Мировой гемблинг: итоги и прогнозы. Темпы развития и доходы сегментов игорного рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://bettingbusiness.ru/articles/0011798-mirovoj-gembling-itogi-i-prognozy

3. Гищук Р. М., Бойко І. Д. Особливості функціонування грального бізнесу в європейських країнах та їхній досвід у контексті розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2017/v1-2/NV-2017-v1-2_27.pdf

4. Gambling Statistics: Gambling Stats From Around the World [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.gambling.net/statistics.php

5. Gambling Laws Around the World [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.keytocasino.com/en/gambling-laws-around-the-world.html

6. Афанасьєв О. Є. Індустрія ігорного бізнесу як чинник туристської атракції для території України: світовий досвід і перспективи / О.Є. Афанасьєв // Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу: Зб. наук. праць IV Міжнар. наук.-прак. конф. – Донецьк: ДІТБ, 2006. – С. 54-59.

7. Joon Ho Kim, Kyung Ho Kang. The effect of promotion on gaming revenue: A study of the US casino industry. / Tourism Management. – Elsevier, 2018.

8. Xinhua Gu, Guoqiang Li, Xiao Chang, Haizhen Guo. Casino tourism, economic inequality, and housing bubbles./ Tourism Management. – Elsevier, 2017.

9. Джанкет-тур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://turotpysk.ru/archives/5424

10. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму [Електронний ресурс]: Навчальний посібник / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – Режим доступу: http://westudents.com.ua/knigi/615-suchasn-rznovidi-turizmu-klyap-mp.html

Наукове видання

СУЧАСНІ МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ:
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
Том IV

Випусковий редактор –
Лобода Світлана Миколаївна
Комп'ютерна верстка
та художнє оформлення – Олександр Голуб'ятников

Роботи опубліковані в авторській редакції. Оргкомітет не несе відповідальності за достовірність інформації та будь-яких відомостей, поданих у рукописах.
Papers are published in author's edition. Organizing Committee is not responsible for the accuracy of the information in the submitted manuscripts.

Підп. до друку 22.04.2020. Електронне видання.
Формат 60x84/16.
Видавець і виготівник
Національний авіаційний університет
03680. Київ – 58, проспект Космонавта Комарова, 1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру України
суб'єктів видавничої справи ДК № 977 від 05.07.2002