

МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«НАУКА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ
ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА»**

(26-27 серпня 2022 р.)

Полтава
2022

УДК 001.3(063)
Н 34

Наука в контексті глобальної трансформації суспільства. Н 34 Матеріали науково-практичної конференції (м. Полтава, 26-27 серпня 2022 р.). – Одеса: Видавництво «Молодий вчений», 2022. – 140 с. ISBN 978-617-8074-19-7

У збірнику представлені матеріали науково-практичної конференції «Наука в контексті глобальної трансформації суспільства». Розглядаються загальні питання архітектури, біологічних наук, державного управління, історичних, географічних, політичних наук та інші.

Збірник призначений для науковців, викладачів, аспірантів та студентів, а також для широкого кола читачів.

УДК 001.3(063)

ЗМІСТ

АРХІТЕКТУРА ТА МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

Бутрей Д.І.

МУЗИЧНА ШЕВЧЕНКІАНА ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ 7

Гірний О.О.

АРХІТЕКТУРА ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ
У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ.....11

Клівак В.С.

МИСТЕЦТВО У ДОПОВНЕНІЙ РЕАЛЬНОСТІ.....14

Міщинська Л.М.

СИМВОЛІКА ТРАДИЦІЙНИХ ОРНАМЕНТАЛЬНИХ МОТИВІВ
ПОДІЛЛЯ В НАРОДНОМУ ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ.....17

Ян Чжеюй

КИТАЙСЬКО-ЄВРОПЕЙСЬКІ ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
У РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ КРАЇНИ21

БІОЛОГІЧНІ НАУКИ

Жук Н.М., Лупак О.М.

ЗМІНИ У ХАРЧУВАННІ СТУДЕНТІВ
ЗА УМОВ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ.....24

ВІЙСЬКОВІ НАУКИ

Гудзь В.В.

ЗАНЯТТЯ З РУКОПАШНОГО БОЮ
ЯК МЕТОД РОЗВИТКУ ОСНОВНИХ
ФІЗИЧНИХ ЯКОСТЕЙ У СИСТЕМІ
ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ27

Гудзь В.В.

РУКОПАШНИЙ БІЙ У СИСТЕМІ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ
ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ: ІСТОРИОГРАФІЧНИЙ ЕКСКУРС30

ГЕОЛОГІЧНІ НАУКИ

Цибух А.С.

ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ32

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ

Волошка Є.М.

ОГЛЯД ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ
УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ОСВІТИ.....35

Данильченко О.Є.

МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІКТ
В ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ.....38

Драпогуз М.А.

СТРУКТУРНО-ДІЙОВИЙ АСПЕКТ ПОБУДОВИ
ЦІННІСНИХ СИСТЕМ СУСПІЛЬСТВА41

Мельник О.О.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ PR-СТРАТЕГІЇ ТА ФОРМУВАННЯ
ІМІДЖУ ПУБЛІЧНОГО ДІЯЧА В УМОВАХ ВІЙНИ.....45

Міклуха Ю.О.

СУЧАСНИЙ СТАН КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ
ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ48

Харакоз М.О.

СУЧАСНА МОДЕЛЬ САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ52

ІСТОРИЧНІ НАУКИ

Власова В.С.

ІНТЕГРАЦІЯ ЖІНОК У ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ
ЧАСІВ УКРАЇНСЬКОЇ РЕВОЛЮЦІЇ 1917–1921 РОКІВ56

Кузьмич О.М.

ІСТОРИКО-ПОШУКОВА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ЗАКЛАДАХ
ФАХОВОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ КРАЄЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ
«ВОЛИНСЬКИМИ СТЕЖКАМИ ЄВИ ФЕЛІНСЬКОЇ»).....61

Маркіна Л.А.

СУСПІЛЬСТВО ВІД ПРЕІСТОРІЇ ДО СЬОГОДЕННЯ
В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ІСТОРИКО-
АРХЕОЛОГІЧНОГО КОМПЛЕКСУ ЧЖОУКОУДЯНЬ, КИТАЙ).....65

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

Водяхін Є.В.

МІФОЛОГІЗАЦІЯ СИМВОЛІВ
В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕАТРІ РАДЯНСЬКОЇ ДОБИ.....68

Данник К.О.

ВИЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА В ІСТОРІЇ МИСТЕЦТВ
(АСПЕКТ КОЛЬОРУ).....71

МЕДИЧНІ НАУКИ

Макієвська Н.Р., Воронкова Ю.С., Воронкова О.С.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ СЕРОЛОГІЧНИХ
МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ В ЛАБОРАТОРІЇ74

Огороднік Н.А.

КОНЦЕПЦІЯ ТЛЮЧОГО ЗАПАЛЕННЯ
ЯК ДОМІНУЮЧИЙ ЕЛЕМЕНТ У ПАТОГЕНЕЗІ
ПОСТКОВІДНОГО СИНДРОМУ (LONG COVID)79

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

Балінська Я.О.

РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЄВРОСКЕПТИЧНОГО ДИСКУРСУ84

Бринюк К.В.

СПЕЦИФІКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ
ПРИ УПРАВЛІНСЬКИХ КОМУНІКАЦІЯХ
В ОРГАНАХ СУДОВОЇ ВЛАДИ.....88

Кирпичник Р.І.

КІНЕЦЬ ЕПОХИ «ФІНЛЯНДИЗАЦІЇ» – НОВА СТОРІНКА
В КУЛЬТУРНО-ПОЛІТИЧНІЙ ІСТОРІЇ СКАНДИНАВІЇ
ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....91

ТЕХНІЧНІ НАУКИ

Варганова Д.О.

НАЙБІЛЬШ ПОПУЛЯРНІ ДОДАТКИ GOOGLE 202294

Дорофєєв О.А.

ВПЛИВ КУЛОНОВОГО ТЕРТЯ НА ДЕФОРМУВАННЯ
МАТЕРІАЛІВ В ДОГРАНИЧНІЙ ТА ГРАНИЧНІЙ СТАДІЯХ 101

ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ

Борисенко М.Ю., Лобов В.Р., Міхрін Е.О.

ЧИСЕЛЬНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ЧАСТОТ ВІЛЬНИХ КОЛИВАНЬ
ГОФРОВАНИХ ПЛАСТИН РІЗНОЇ ТОВЩИНИ 105

Бохонов Ю.Є.

УЗАГАЛЬНЕННЯ НЕРІВНОСТЕЙ
КОШІ-БУНЯКОВСЬКОГО ТА ГЕЛДЕРА 109

Пилипіва О.В., Тимошкевич Л.М.

ВІДНОВЛЮЮЧЕ СПЕКТРАЛЬНЕ ЧИСЛО
ЗВАЖЕНИХ ГРАФІВ-ЦИКЛІВ 113

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ

Іванова А.М.

ЗДОРОВ'Я ЯК КОНСТИТУЦІЙНА ЦІННІСТЬ:
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ 117

Іванова А.М.

ЗМІСТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ КУРСАНТІВ
ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ СИСТЕМИ МВС УКРАЇНИ 121

Парна О.М.

ІГРИ З М'ЯЧЕМ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ВЛУЧНОСТІ
У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ 125

Підгайна В.О.

ВИКОРИСТАННЯ ЗАНЯТЬ З ПЛАВАННЯ
ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ ЗДОРОВ'Я ТА ФІЗИЧНОГО РОЗВИТКУ
ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ 129

ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ

Терещенко О.В.

ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МІГРАНТІВ 133

ХІМІЧНІ НАУКИ

Мельник А.С., Чигиринець О.Е.

ЗАСТОСУВАННЯ ГАЛУАЗИТУ ЯК НАНОКОНТЕЙНЕРА
ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ 136

Мельник О.О.

студентка,

Київський національний університет будівництва і архітектури

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ PR-СТРАТЕГІЇ ТА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПУБЛІЧНОГО ДІЯЧА В УМОВАХ ВІЙНИ

Чи замислюємось ми над тим, як часто потрапляємо під вплив на прийняття наших рішень? Який придбати товар, який зробити вибір, яке ухвалити рішення? Насправді щодня. Потенційно кожного дня людина в соціумі потрапляє під вплив на її свідомість з боку інших людей. Прямий та прихований, сформований та абстрактний, персональний та масовий. Чому це трапляється? Насамперед тому що поведінку людей можна читати, аналізувати та прогнозувати. А відтак, можемо сказати, що завдяки конкретним механізмам, ми можемо її і контролювати. Саме на цьому базуються основні принципи реклами, менеджменту, PR, і так працює управління. Як влучно сказав Блез Паскаль: «Передбачити – означає керувати».

Враховуючи те, що PR (public relations, піар) станом на сьогодні охоплює практично всі сфери суспільного життя. Опанування його методології дає можливість зрозуміти психологію та механізми спілкування з певними спільнотами громадян, а також навчитись їх застосовувати до персоналу державних та недержавних установ, політиків, працівників промислових та непромислових підприємств, бізнесових структур, окремих соціальних груп. Кваліфікований піарник використовує необхідну форму PR-звернення з метою донесення своїх ідей, цілей, постановки певних проблем тощо та управляє спочатку думками, а потім і діями персоналу, формує стратегії необхідних комунікацій, спілкується із засобами масової інформації (далі – ЗМІ) тощо [3, с. 43].

Основна мета процесу комунікації – формування довірливих відносин зацікавлених сторін, а також задоволення очікувань громадськості, напрацювання стабільних партнерських стосунків між суб'єктами комунікації. Водночас, PR – це стратегічна комунікація з аудиторією, щоб створити імідж та підвищити впізнаваність.

Імідж – це позитивний результат довгої спільної праці керівництва та підлеглих. Імідж складається із зовнішнього образу (одягу і речей, міміки, поз і жестів) та внутрішнього образу, який неможливо побачити, але який

відчувається і дуже впливає на сприйняття людини оточенням (вміння правильно будувати спілкування, позитивні якості особистості, вміння розуміти людей та здатність справляти враження) [4].

Формула іміджу публічної людини визначається таким чином: *особистість + образ + привабливість + харизма + комунікація = ім'я*. Фахівцям із зв'язків з громадськістю слід враховувати прості правила формування вдалого іміджу. Публічна особа має: 1) вміння створювати ілюзії, але остаточно їм не піддаватися; 2) грати, але не заграватися, не перегравати й не програвати; 3) бути сформованою особистістю, але водночас лишати щось недоговорене, незавершене; 4) постійно змінюватись, але завжди залишатися самим собою; 5) мати внутрішній стержень, але бути гнучким; 6) відповідати ситуації, але іноді виходити за межі правил, канонів, шаблонів [2, с. 258].

Розгляну одну з найактуальніших тему для кожного українця сьогодні – війну Росії проти України та події, що розвивалися й продовжують розвиватися на її тлі. Можемо вже проводити аналіз перших шести місяців протистояння та відслідковувати певні тенденції поведінки окремих персоналій, аналізувати їхні стратегії, значимість образів та їхній вплив на загальнонаціональному рівні.

На нашу думку, немає жодного громадянина України, хто б не чув про таких політичних діячів, як Арестович О.М. – позаштатний радник Офісу Президента України, який від 24 лютого 2022 року проводив щоденні брифінги щодо ситуації на фронті від імені Офісу Президента; Кім В.О. – голова Миколаївської обласної державної адміністрації. Хоча ми можемо говорити й про те, що ці персоналії працювали не лише на внутрішню аудиторію, а й на іноземного глядача.

Доволі суперечливий образ першого (Арестович О.М.), та практично досконалий другого (Кім В.О.) – одні з найяскравіших прикладів того, як за допомогою сформованого образу, авторитету та PR-технологій персоналії можуть впливати на громадськість. Згадати той кредит довіри, який отримали їхні відеозвернення одразу після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України. За досить короткий термін їхні відео стали вірусними, а рівень довіри населення, відповідно до соціологічних досліджень, постійно зростає.

Вислови політиків, що лунали із кожного телевізора та гаджета, ставали ледь не крилатими, отримували поширення користувачами на мільйонну аудиторію, а також, у подальшому, ставали основою для брендування найрізноманітніших предметів вжитку пересічного українця: від харчових продуктів до одягу.

Звичайно, відповідний алгоритм дій, визначені формулювання для подання інформації свого часу відіграли значущу роль в розвитку подій, адже, як результат, було стримано панічні настрої населення. Як відомо, паніка породжує хаос, а ухвалення рішень у невідконтрольному стані має високий ризик отримання небажаних результатів. Значно простіше стримувати паніку, коли населенню дають інформацію частково, наголошуючи на тому, що сприяє збереженню ментального здоров'я та ресурсів.

Свою чергою лідер може втрачати авторитетність із часом, коли його слова не відповідають діям та реальності, яка настає після ейфорії обіцяного. Що і прослідковується в різкій динаміці падіння рейтингу Олексія Арестовича. Народна прихильність змінилась несприйняттям та недовірою. Взяти до прикладу такі висловлювання як у червні 2022 року в етері «Фейгін Live» про те, що українська культура надто маленька. Це викликало великий шквал обурення у ЗМІ та соціальних мережах. Крім цього, 19 червня 2022 року О. Арестович назвав представників ЛГБТ-спільноти «людьми з девіацією» або «відхиленнями» від нормальної поведінки. Через це спалахнув скандал і спільнота ЛГБТ закликала президента Зеленського звільнити Арестовича О.М. з посади радника глави ОП. 20 червня 2022 року Арестович О.М. виклав допис у соцмережі Фейсбук, в якому розкритикував українських активістів. 21 червня 2022 року під час етеру на YouTube-каналі «Ісландія» Арестович О.М. заявив, що жінка в армії – це жах [1]. Ця його заява викликала обурення серед представниць жіночої статі, які перебувають у лавах Збройних сил України.

Однак, враховуючи те, що даний історичний період ще не завершився, війна триває, а кожен з визначених нами лідерів громадської думки продовжує свою діяльність, тримає власний фронт оборони, на нашу думку, робити безпосередні висновки про результати проведення PR-заходів щодо тих чи інших публічних осіб ще зарано. Ймовірно, динаміка розвитку національної прихильності ще варіюватиметься та вже не матиме такого однозначного характеру й визначеності.

У підсумку варто підкреслити, що вдало розроблена PR-кампанія, підібраний образ публічного діяча та забезпечення його інформаційної присутності можуть не лише підвищити його рейтинг та успішність з метою досягнення в подальшому особистих цілей, а й у критичний для суспільства момент можуть стати об'єднуючим чинником. Проте, як ми бачимо, на практиці втримати такі позиції доволі складно. Розробникам PR-стратегій слід пам'ятати, що через один необачний крок, слово чи вислів може змінитись загальнонаціональна прихильність на масову неприязнь.

Список використаних джерел:

1. «Женщина в армии – это просто ужас». Арестович снова влип в скандал. URL: <http://surl.li/cuicz> (дата звернення: 21.08.2022).

2. Телетов О. С. Паблік рилейшнз в менеджменті. Бізнес-адміністрування: магістерський курс : підручник / за заг. ред. Л. Г. Мельника, С. М. Ілляшенка, І. М. Сотник. Суми : Університетська книга, 2008. С. 253–284.

3. Телетов О. С., Телетова С. Г. PR та журналістика як форми масової комунікації у сучасному глобалізованому суспільстві. Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25–26 берез., 2020 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. С. 42–45.

4. Формування іміджу та репутації державного службовця. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/a62d11bcb6d6adc010befbc4d82773f9.pdf> (дата звернення: 23.08.2022).

Міклуха Ю.О.

студентка,

Київський національний університет будівництва і архітектури

СУЧАСНИЙ СТАН КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

На сьогодні публічне управління як суспільне явище потребує встановлення ефективних комунікативних зв'язків з громадськістю з метою забезпечення управлінського процесу та отримання зворотного зв'язку від громадян країни. Комунікація є необхідним складником публічного управління, оскільки сутність публічного управління полягає саме у здійсненні цілеспрямованого впливу для реалізації суспільно значимих завдань. Як зазначає В. Дрешпак, комунікація є процесом суспільної взаємодії шляхом повідомлень, сутність яких полягає у реалізації публічної влади і політики [1, с. 3]. Відтак сфера комунікації державної влади поширюється на соціальний простір, однак вона може бути зовнішньою (комунікація з громадянами) та внутрішньою (комунікація між державними структурами та посадовими особами).

Проблемі комунікативної взаємодії органів державної влади з громадськістю присвячено низку наукових праць. Зокрема, різні аспекти такої проблеми розкрито у працях В. Гошовської, Н. Драгомирецької, В. Дрешпака, І. Ігнат'євої, О. Каретної, Н. Ларіної, М. Лашкіної,

Наукове видання

НАУКА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

**МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Матеріали друкуються в авторській редакції

Дизайн обкладинки: А. Юдашкіна
Верстка: В. Удовиченко

Підписано до друку 30.08.2022. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 8,14. Тираж 100. Замовлення № 0822/24.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, м. Одеса, вул. Інглезі, буд. 6/1
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.