

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**



**Міжнародна науково-практична онлайн-конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРАВА, ПСИХОЛОГІЇ ТА
ПЕДАГОГІКИ В УМОВАХ ВІЙНИ»
13-14 квітня 2023 року**

Біла Церква
2023

ЗМІСТ

Секція 1 Теоретичні, історичні, філософські, соціологічні аспекти права

Бровко Н.І. Проблемні питання становлення і розвитку громадянського суспільства в Україні під час збройної агресії РФ.....	6
Мельник Л.М., Грек І.М. Трансформація цінностей українців під час російсько-української війни	8
Росавіцький О.О. Злочин та злочинність як філософська категорія соціально-правового явища.....	10
Лісний І.А. Історико-правовий аспект становлення фондових ринків.....	12
Терещук М.М. Фінансова відповідальність в європейських країнах.....	15
Самойлович А.А. Окремі аспекти безпеки навчального процесу в умовах воєнного стану.....	17

Секція 2 Сучасні проблеми правового регулювання в галузі конституційного, адміністративного, інформаційного, фінансового, кримінального, кримінально-процесуального, кримінально-виконавчого та міжнародного права в умовах війни

Ковальчук І.В. Проблемні юрисдикційні аспекти в галузі кіберправа.....	19
Тимошук О.Г. Окремі аспекти державного регулювання організації нотаріальної діяльності в Україні в умовах воєнного стану.....	23
Сімакова С.І. Особливості відбування покарання у виді позбавлення волі засудженими жінками.....	26
Димитрієва Т.В. Особливості внесення змін до статті 69 Кримінального кодексу України під час воєнного стану.....	29
Ясінська М.Г., Кучак О.Є. Фіксування воєнних злочинів проти довкілля України.....	31
Отрадна М.О., Кучак О.Є. Презумпція невинуватості як головний принцип кримінального процесу.....	35
Богданович О.В., Кучак О.Є. Особливості кримінального процесу в умовах воєнного стану.....	37
Дуфенюк О.М. Баланс між юридичною освітою та вимогами практики кримінального провадження.....	40
Гутник А.В. Колабораційна діяльність у закладах освіти: спосіб вчинення злочину.....	43
Павленко Т.А. Обмеження права на свободу пересування в умовах правового режиму воєнного стану: деякі аспекти.....	46
Голіна В.В. Безпека дорожнього руху в Україні: залишається невирішеність проблеми запобігання їй.....	49
Поляруш-Сафроненко С.О. Принцип конституційності та законності добровільного об'єднання територіальних громад.....	52
Коршак В.С., Сушицька Ю.О. Доступ до публічної інформації в умовах війни	56
Ярошевська Т.В. Актуальні питання розвитку в умовах війни сфери трансферу інноваційних технологій.....	60
Макарчук В.В. Удосконалення адміністративно-правового регулювання діяльності правоохоронних органів як суб'єктів формування та реалізації державної політики у сфері національної безпеки і оборони.....	64
Нікітенко О.І. Деякі питання адміністративно-правової легітиматії поліцейської діяльності.....	66

додавання (3%), заміні слова однієї частини мови на слово іншої, а саме – номіналізації (4,4%), адвербалізації (4,6%), вербалізації (2,2%) та лексичній заміні (2,8%), генералізації (1,2%), значно менше засвідчено смислового розвитку (0,8%), перестановки або пермутації (0,6%), антонімічного перекладу (0,6%), описового перекладу (0,4%) та конкретизації (0,2%), зовсім не використано стилістичних трансформацій.

Список використаних джерел:

1. Зарицький М. С. Переклад: створення та редагування : Посібник / М. С. Зарицький. К. : Парлам. Вид-во, 2004. 120 с.
2. Карабан В. І., Мейс Дж. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову / В. І. Карабан. В. : Нова Книга, 2003. 608 с.
3. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Частина 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі / В. : Нова Книга, 2001. 303 с.
4. Сімонок В. П. Мовна картина світу. Взаємодія мов / Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. К. : Основа, 1998. 171 с.

УДК 811.111'04'23:22.04

COMMUNICATIVE EFFECTIVENESS OF NATIVE SUGGESTIVE TEXTS

Тарасюк А.М.,

старший викладач кафедри романо-германської філології та перекладу

Білоцерківський національний аграрний університет

м. Біла Церква, Україна

Language performs two main functions: communicative, as the most important means of human communication, and cognitive (cognitive, epistemological), as a means of externalizing mental searches.

Linguist V. M. Manakin also emphasizes the importance of suggestion as a pragmalinguistic phenomenon that forms a pragmatic-affective dimension in which a person reflects the world of his feelings [2, с. 196]. The influence of suggestors is aimed at interpreting the communication partner's knowledge and his/her value system. Taking into account the processes of interaction inherent in this phenomenon, suggestive linguistics brings to the question of the communicative plan and means of ensuring successful communication. To understand the communicative effectiveness of the suggestive text of native advertising and the further interpretation of the suggestion, it is worth considering the typology of influences as a whole.

In our opinion, a comprehensive approach to the issue of differentiation of influence is offered in the study of T. Yu. Kovalevska, who emphasizes the blurring of the boundaries between suggestion, persuasion and actual suggestion, in particular distinguishing:

- 1) social influence, which is close to etiquette formulas;
- 2) expression of will as a type of directive speech acts;
- 3) emotional and evaluative impact, in which the suggestive causes associative images to facilitate the interpretation of the message;
- 4) informing as a type of representative speech act;
- 5) argumentation [1, c. 34].

Advertisers evaluate the effectiveness of advertising using such indicators as attitude to advertising, brand awareness and willingness to make a purchase [3, c. 12]. In the implementation of these factors, an important role is played by the text of the advertisement and the communicative effectiveness of the message.

Communicative effectiveness of native advertising, i.e. the ability to achieve the goal set by the speaker and maintain the balance of relations with the interlocutor [4, c. 51], is achieved by understanding the communicative behavior of message recipients. The starting concept of the research of communicative behavior is its structural unity, which is implemented at the cognitive, affective, and motivational-value levels.

Taking into account the approaches to the linguistic-communicative interpretation of the term “native advertising”, the native text should implement communicative (convey information to the target audience and indirectly form certain relationships with recipients), perlocutionary (change the behavior of addressees) and persuasive (encourage the purchase of a product or service) functions .

The implementation of a suggestion taking into account these functions can be influenced by the following factors: 1) the confidence of the suggestors when interpreting advertising information (applies to sponsored video content); 2) the authority of suggestors among suggesters (in particular, it is qualified by the number of subscribers, likes and comments); 3) an atmosphere of trust between suggestors and suggestees (refers to the individual level of trust of recipients, depends on age and gender) [5, c. 130].

We believe that all these factors are determined by the text, therefore, in the process of its formation, the preferences and experience of potential recipients are taken into account. Under this condition, the addressee of the native advertising text is not always a consumer of a product or service, but he can become one if the information meets his/her needs.

Strategically incorrect is native advertising, where communicative effectiveness is marked by insufficient or excessive attention to the needs of the suggesters and does not correlate with the beliefs of the suggesters. In view of the above, the native's communicative effectiveness can be facilitated by awareness of the specific needs of the suggesters and reference to the preferences of the suggesters. The authors of native advertising are endowed with a high social status, so if the suggester speaks from a position of personal experience, this native content is perceived by the suggester based on the level of trust in him/her. Native advertising requires a systematic approach to the formation of its text: it must adapt to the thesaurus of addressees and correspond to their system of individual values.

References

1. Ковалевська Т. Ю. Сугестія у сфері лінгвістичної проблематики. Слов'янський збірник. 2012. № 17. С. 32–38.
2. Манакін В. М. Сугестивна функція мови як прагмалінгвістичне явище. *Studia Linguistica*. 2011. № 5. С. 196–203.
3. Швачко С. О. Модельовані та немодельовані паттерни словотвору в англомовному дискурсі. *Філологічні трактати*. 2012. Т. 4, №3. С. 84–88.
4. Яненко Я. В. Комунікаційні особливості сучасної нативної реклами. *Інформаційне суспільство*. 2017. № 25. С. 49–57.
5. Campbell C. The Challenges Native Advertising Poses : Exploring Potential Federal Trade Commission Responses and Identifying Research Needs / Colin Campbell. *Journal of Public Policy and Marketing*. 2018. P. 123–136.

УДК 78.07:37

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИХ НАВИЧОК МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Жуков В.П.,

доктор філософії, доцент,

доцент кафедри музичного мистецтва

Харківський національний педагогічний

університет імені Г. С. Сковороди

м. Харків, Україна

Сун Цзянь,

магістрант кафедри музичного мистецтва

Харківський національний педагогічний

університет імені Г. С. Сковороди

м. Харків, Україна

Останнім часом українське суспільство отримує доленосні виклики, пов'язані з воєнним станом і бойовими діями у нашій країні. В освітньому колі постає дуже нагальна проблема підготовки здобувачів у складних умовах. Підготовка майбутніх фахівців, а саме, формування навичок (skills) майбутніх фахівців, у ситуації військового конфлікту стала серйозним випробуванням для багатьох українських закладів вищої освіти.

Якість сучасної професійної підготовки визначається не лише рівнем набутих майбутніми фахівцями навичок, але і їх змістом й здатністю до їх застосування у професійній діяльності, мобільністю, системністю та прикладними властивостями цих навичок. Зазначене окреслює необхідність пошуку перспективних шляхів