



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА**

МАТЕРІАЛИ

ХІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

МИКОЛАЇВЩИНА І ПІВНІЧНЕ ПРИЧОРНОМОР'Я: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

До 30-річчя Незалежності України

8 жовтня 2021 р.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ І НАУКИ
МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОДА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА
МИКОЛАЇВСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ІНСТИТУТ
ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ
НАЦІОНАЛЬНА СПІЛКА КРАЄЗНАВЦІВ УКРАЇНИ
(МИКОЛАЇВСЬКА ОБЛАСНА ОРГАНІЗАЦІЯ)

МИКОЛАЇВЩИНА І ПІВНІЧНЕ ПРИЧОРНОМОР'Я: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної
конференції, приуроченої до 30-річчя
Незалежності України

8 жовтня 2021 року

МИКОЛАЇВ
2021

УДК 908(477.7)

Науковий редактор: Філатова О. С., д-р філол. наук, професор

**Редакційна колегія: Бобіна О. В., канд. іст. наук, доцент;
Гінкевич О. В., канд. пед. наук, доцент;
Клименко Н. Г., викладач;
Патлайчук О. В., канд. філос. наук, доцент;
Чугуєва І. Є., канд. психол. наук, доцент.**

Миколаївщина і Північне Причорномор'я: історія та сучасність : матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції, приуроченої до 30-річчя Незалежності України. 8 жовтня 2021 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2021. 364 с.

У матеріалах XI Всеукраїнської науково-практичної конференції подано аналіз історії та перспектив розвитку Півдня України, розглянуто соціокультурні можливості краю, розвиток галузі психології та медіа, освіти і науки. Конференція приурочена до 30-річчя Незалежності України.

Матеріали конференції стануть у пригоді науковцям, працівникам освітньої сфери та здобувачам освіти.

УДК 908(477.7)

© Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, 2021

ЗМІСТ

Історія і перспективи розвитку Миколаївщини та Північного Причорномор'я

Березовська Т. В. Історичні студії Миколи Миколайовича Аркаса.....	7
Бобіна О. В. НУК в системі в системі вищої освіти незалежної України і вікові традиції академічної культури.....	12
Булгакова Т. М., Жукова Г. В. Морально-естетичне виховання Миколаївщини у другій половині століття ХХ.....	17
Галунець Н. І. Місцевий економічний розвиток територіальних громад Південного регіону.....	21
Дем'яненко Ю. Н. Григорьев Валентин Иванович – священник и хирург.....	25
Золотухін А. І. Кіммерійський цар Таргітай – засновник давньогрецької культури й скіфської держави!.....	33
Іванова Г. А. З історії діяльності Новобузького освітнього товариства (1908-1920 роки).....	48
Коваль Г. П. Декілька моментів з історії Маріуполя в 1885 році.....	52
Коваль Г. П. Крим: історична мозаїка в січні-березні 1885 року.....	57
Коваль Г. П. Продаж жінок із Одеси в Константинополь в 1885 році.....	62
Крикалова І. В. Утворення Ландауського (Карл-Лібхнєтського) німецького національного району на Миколаївщині у 1925 році.....	66
Ляшенко В. В. Пріоритетні напрями розвитку малого та середнього підприємництва на рівні регіону.....	70
Макушина Г. І. Видатні особистості історії Миколаєва ХІХ – першої чверті ХХ ст. в скульптурній спадщині родини Макушиних.....	74
Матвієнко Л. В. Вплив поліетнічного фактору на реалізацію процесу децентралізації на Миколаївщині.....	78
Мельник М. О. З історії діяльності Миколаївського музичного училища (1935-1941 рр.).....	82
Панченко Г. О. Впровадження принципів електронного урядування як перспективний напрямок розвитку Миколаївського регіону.....	87
Пятницькова І. В. Історія першого споживчого кооперативу Миколаєва.....	91
Савченко В. А. Південь України як фронтір визвольних змагань 1917-1922 рр.	95
Сугацька Н. В. Табори військовополонених на Миколаївщині.....	99
Федоренко М. О. Науково-методичний семінар «Україна і Білорусь: історія і сучасність», сторінки історії.....	103
Харламов М. І. Пожежна команда міста Миколаїв у першій половині 1920-х років.....	109
Циватий В. Г. Інституціональна історія транспортної інфраструктури Миколаївщини і Північного Причорномор'я в системі транспортних зв'язків українських земель: Огюстен де Бетанкур (1758-1824) у публічному просторі комунікативно-культурної пам'яті сьогодення.....	112

Соціокультурний розвиток Миколаївщини та Північного Причорномор'я

Гаврилова О. В. ІТ-квест – інновація в екскурсійній діяльності.....	119
Гончаренко І. В. Перспективи інноваційного розвитку Миколаївської області.....	121
Гончарова О. О. Темпоральність в умовах сучасного інформаційного суспільства.....	125
Гусенко А. А. Судові установи як одна з форм цивільної влади Північного Причорномор'я.....	131
Кивлюк О. П. Інтернет-бідність в умовах smart-суспільства.....	135

Кобиліук О. В. Закриття культових закладів Бірзули в 1920-1930-х роках ХХ ст. на фоні антирелігійної політики СРСР.....	139
Кравчук О. Ю. Роль політичної еліти в процесі розвитку Причорноморського регіону.....	149
Кравчук О. Ю., Гостєва Д. В. Тенденції забезпечення регіональної безпеки Української держави.....	153
Кудлай І. В. Соціокультурний розвиток сьогодення: проблеми та перспективи.....	156
Кузнецова І. В. Роль бібліотеки в соціокультурній діяльності університету.....	158
Назрієва З. Т., Гончарова О. О., Темірбулатов А. Р. Порівняння норм Шаріату та трактування Шаріату в Афганістані в контексті прав жінок.....	163
Ніколайчук Т. О. Послуги вражень як інструмент економіко-екологічного розвитку Миколаївщини: основні теоретичні аспекти.....	170
Патлайчук О. В., Ступак О. П., Худяєв О. В., Матвєєва А. П. Античні філософські вчення на Півдні України (VI-III ст. до Р. Х.).....	174
Піхтар О. А., Ключєва С. В. Розвиток музичного мислення майбутніх диригентів хору в умовах дистанційної освіти (на прикладі Миколаївського філії КНУКіМ).....	180
Побережець Г. С. Переформування екологічної асоціації «Зелений світ» у Народних рух України на Миколаївщині.....	185
Сонечко О. С., Калініченко І. В. Розвиток локального туризму в Миколаївській області.....	189
Чиаурелі О. В. Внесок художника О. М. Корнєєва в історію образотворчого мистецтва Миколаївщини.....	193
Шаповалова І. В. Вплив музейних установ Півдня України на соціокультурний розвиток регіону.....	200
Шпачинський І. Л. Філософія творчості (евристика) як нагальна необхідність сучасності.....	205

Розвиток психологічної думки на Півдні України

Буй Д. В. Сучасні ігрові технології як ефективний психологічний інструмент розвитку soft skills у студентській молоді.....	209
Діанова О. О., Ляшко А. В. Гендерні стереотипи в розумінні сучасної молоді.....	213
Долгополов С. Ю., Калениченко Р. А. Впровадження системи штучного інтелекту для моніторингу та підтримки психологічного здоров'я особистості під час навчального процесу в учбових закладах півдня України.....	217
Коренєва Ю. П. Футурреальний підхід в психології як спосіб саморозвитку особистості та опори на майбутнє.....	221
Коренюк Т. О., Калениченко Р. А. Ланге Микола Миколайович як один з основоположників психологічної думки на півдні України.....	224
Lykhoshvai K. The ability of students of the higher educational institutions to cope with stress during COVID-19.....	227
Ляшко А. В. Архетипічний квадрат Т. Четвінда: аналітичне переосмислення миколаївських фахівців у галузі НЛП.....	231
Мухіна Л. М. Сучасні психологічні школи півдня України.....	234
Отрошко П. О., Калениченко Р. А. Розвиток психологічної думки на півдні України.....	237
Прасол Д. В. Корекційно-розвитковий потенціал музейної педагогіки у роботі з дітьми з особливими освітніми потребами.....	240
Прасол Д. В. Модифікація навчальних програм у роботі з дітьми з особливими освітніми потребами.....	243
Рурик Г. Л. Використання арт-терапевтичних технік у роботі психолога закладу освіти.....	246

Рябчун О. В., Калениченко Р. А. Зміст і ознаки психологічних наукових шкіл Півдня України ХХ ст.	251
Саковська В. В., Олексюк О. М. Особливості прояву психологічних маркерів хікікоморі в осіб юнацького віку в умовах дистанційної освіти	253
Чугуєва І. Є., Трофимчук Н. С., Шепотило А. О. Психологічні особливості джоб-хоперів.....	260
Чугуєва І. Є., Мадик М. О., Фучило Д. С. Психологічні особливості прекарної молоді.....	265
Трибулькевич К. Г. Психологічні засади формування антикорупційної поведінки у співробітників.....	269
Шевченко В. В., Кузьміна М. О., Ніколіна О. Т. Психологічні аспекти життєвої філософії «slow life» в умовах нової реальності	273

Медіа, освіта і наука Миколаївщини та Північного Причорномор'я

Артеменко М. І. РЛП «Приінгульський» як засіб формування краєзнавчої компетентності при вивченні шкільних ресурсів географії	279
Байлема Т. М. Сучасні тенденції розвитку освіти та цифрової реальності.....	282
Болгов В. Є., Ахновська І. О. Розвиток освіти півдня України II половина ХІХ - I половини ХХ століття.....	285
Гінкевич О. В. Розвиток аналітико-синтетичних умінь студентів під час навчання в університеті.....	289
Гладышев В. В., Кузнецова А. Н. Очередной этап изучения творческого наследия Дмитрия Кремина	293
Гузенко С. В. Блогосфера як новий феномен у соціальній комунікації.....	298
Єропкина Ю. О. Рекламний копірайтинг	302
Іванісік Д. В., Гогерчак А. В. Миколаївщина – полігон для комплексних практик з фізичної географії.....	306
Клименко Н. Г. Інфотаймент як нова методика подачі інформації в українських теленовинах	311
Костирко Т. М. Використання онлайн-інструментів в процесі формування інфомедійної грамотності	315
Купцова В. В. Системний підхід до реалізації краєзнавчої соціокультурної лінії на уроках української мови й літератури шляхом створення навчально-дидактичного комплекту	319
Мхитарян О. Д. Педагогічні ідеї А. М. Топорова в контексті реформування сучасної літературної освіти.....	321
Негода О. А. Створення ілюзії дійсності в освітньому процесі за допомогою комп'ютерних програм для відновлення та підтримки психічного стану суб'єктів навчання.....	325
Петрович Л. І. Країнознавчий та краєзнавчий аспекти навчання української мови як іноземної	328
Прогонюк Л. Ю. Становлення й розвиток вчення про трудовий договір	331
Сапак Н. В. Розвиток та становлення дизайн-освіти на Миколаївщині	335
Сахарова О. М. Аплікація як засіб естетичного виховання дітей дошкільного віку	340
Філатова О. С. Імідж країни та національний бренд: специфіка формування.....	344
Цепкало Т. О. Гендерна проблематика та перспективи її викладання студентам-журналістам	348
Бондар Л. О. Основні принципи формування інформаційних потоків та простору підприємства кораблебудівної галузі: досвід ДП «ДПЦК»	351
Sharata N. G. Humanitarian aspect of the sustainable development in the context of university education.....	355

Філатова О. С.

доктор філологічних наук, професор

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Україна, Миколаїв

filatovaoks07@gmail.com

Імідж країни та національний бренд: специфіка формування

У дослідженні подається тлумачення понять «імідж», «імідж країни». Окреслюються «іміджеві характеристики» та канали комунікації, що сприяють формуванню позитивного образу країни. Локально визначені основні фактори, інструменти та сучасні технології формування національного бренду.

Ключові слова: імідж, імідж країни, національний бренд, технології, комунікація.

В умовах глобальної трансформації соціально-економічного життя людства, перманентних політичних криз, що детермінують зміну політичної реальності багатьох країн, руйнування старих моделей комунікації імідж країни та національний бренд є надзвичайно важливими ресурсами для досягнення певних економічних, геополітичних, соціально-культурних та інших завдань. Більше того, потреба мати «індивідуальне обличчя для кожної країни стає актуальною та набуває ознак питання її національної безпеки та перспективності розвитку» [4, с. 220].

Попри вагомість і значимість, проблема іміджу, брендингу країни в науковій літературі осмислена недостатньо. Окремі аспекти питання територіальної індивідуальності розглядаються в економічних, політичних, культурологічних розвідках тощо. Прикметно, в слово «імідж» у перекладі з англійської означає образ, зображення, відображення. Спочатку цей термін вживався у сфері естетики та мистецтвознавства, згодом розширив межі використання: став категорією маркетингу, бізнесу, політики. Такий специфічний об'єкт, як територія, з часом також почав набувати певного іміджу.

Наразі дослідниками продукується різноманітні визначення терміну «імідж», в яких зацентрована увага на достатньо різноманітних аспектах цього складного та багатоаспектного поняття. Якщо Г. Почепцов називає іміджем – індивідуальний образ або ореол, створений ЗМІ, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привернення до себе уваги [6]; то О. Панасюк доводить, що імідж – це штучний образ, який формується у суспільній чи індивідуальній свідомості засобами масової комунікації та психологічного впливу з метою створення певного ставлення аудиторії до об'єкта [5].

На думку І. Важеніної [2], імідж території (або «територіальна індивідуальність») – це набір відчуттів та образних, емоційно забарвлених уявлень людей, що виникають з приводу її природно-кліматичних, історичних, етнографічних, соціально-економічних, політичних, морально-психологічних та інших особливостей. Це дуже різноплановий, іноді штучно створений образ об'єкта, який складається у свідомості людей, вважає авторка.

Акумулюючи визначення авторитетних дослідників, приходимо до висновку, що імідж країни – це стихійно сформований або штучно створений образ, міцно закорінений під впливом сукупності емоційних / раціональних характеристик, переконань та відчуттів із приводу певної території у масовій та індивідуальній свідомості. Серед основних характеристик іміджу як інформаційного явища варто виокремити динамічність, функціональність, пластичність та здатність до змін. Залежно від якісних характеристик імідж території може бути як позитивним, так і негативним. Хоча, зрозуміло, що в процесі аналізу іміджу не варто виокремлювати абсолютний позитив чи негатив.

Основу іміджу країни складають «офіційні» характеристики: назва країни, її історія та географія, прапор, герб, гімн тощо. Серед факторів, що впливають на імідж країни, виокремлюються специфічні «ресурсні» характеристики, як-то: природні, кліматичні умови (сировинні ресурси, флора, фауна), екологічна безпека, фінансово-економічні особливості (бізнес-клімат, економічна динаміка, кредитна і податкова політика та ін.), соціально-демографічний склад населення та соціокультурна специфіка (кількість мешканців, гендерний розподіл населення,

менталітет, якість життя та рівень освіти, звичаї, традиції та ін.), адміністративно-політичний імідж, політична ситуація (імідж влади, ефективність уряду, ступінь розвитку інститутів громадянського суспільства та ін.), міжнародні взаємовідносини (характер взаємозв'язків країни з державами-сусідами та іншими країнами світу, участь у міжнародних організаціях, заходах).

Не можна не відзначити такий важливий фактор, що характеризує імідж країни, як інформаційний ресурс. Серед каналів комунікації – традиційні ЗМІ (радіо, телебачення) та сучасні канали комунікації (Інтернет), спеціальні заходи та робота посередників (медіа-дипломатії, дипломатичних установ, туристичних агентств, іноземних компаній та ін.), власний досвід людей тощо.

Формування іміджу країни – систематичний та багатоплановий процес, клопітка аналітична робота, спрямована на досягнення конкретних цілей, основною з яких, як правило, є ідентифікація країни у світі, просування держави на зовнішньополітичному ринку. У рамках стратегічного управління іміджем країни реалізується такий спосіб його формування, як брендинг. Прикметно, що категорія «бренд», відповідно до брейдингового підходу одного з провідних світових спеціалістів в галузі брендингу С. Анхольта [7], набуває значення соціального / культурного елемента, а не товару чи послуги; поняття «імідж країни» прирівнюється до розуміння «бренд країни». Відтак, бренд країни стає її основним капіталом, який, на думку автора, постає як стратегічний підхід до реалізації стратегії національної безпеки та конкурентної ідентичності [1, с. 36].

Для перетворення іміджу країни на потенційний ресурс її розвитку важливо формувати позитивний національний бренд, який об'єднує націю спільним почуттям свідомості та національною гордістю, стимулює рух громадян до спільних ідеалів та цілей. Відповідно до концепції конкурентної ідентичності С. Анхольта національний бренд визначається сприйняттям країни за шістьма елементами (т.зв. шестикутник С. Анхольта): 1) туристична привабливість, 2) людський капітал, 3) якість експортованих товарів, 4) зовнішня і внутрішня політика, 5) культурна спадщина, 6) інвестиційна привабливість.

Загалом, національний бренд дозволяє залучити людей до формування успішного та ефективного іміджу країни шляхом їх ідентифікації з громадянами цієї країни; поширення національної ідентичності, почуття національної гордості.

Джерела та література

1. Анхольт С. Создание бренда страны. *Бренд-менеджер*. 2007. № 1. С. 36–44.
2. Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. №6 (56). С. 82–98.
3. Винсент Л. Легендарные бренды: Раскрученные рекламные мифы, в которые поверил весь мир. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2004. 336 с.
4. Нагорняк Т.Л. Країна як бренд. Національний бренд «Україна». *Стратегічні пріоритети*. №4(9). 2008 р. С. 220–228.
5. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники. Москва : Омега-Л, 2008. 266 с.
6. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия : теория и практика. Киев : Ваклер, 1997. 435 с.
7. Anholt S. Branding Places and Nations. *Clifton R., Simmons J. & Ahmad S. (eds). Brands and Branding*. Princeton. NJ: Bloomberg Press, 2004. Pp. 213–226.

Filatova O. S.

doctor of Philological Sciences, professor

National University of Shipbuilding after Admiral Makarov

Ukraine, Mykolaiv

filatovaoks07@gmail.com

Country image and national brand: specifics of formation

The study provides an interpretation of the concepts of «image», «image of the country». «Image characteristics» and communication channels that contribute to the formation of a positive image of the country. The main factors, tools and modern technologies of national brand formation are locally determined.

Key words: *image, country image, national brand, technologies, communication.*

Наукове видання

МИКОЛАЇВЩИНА І ПІВНІЧНЕ ПРИЧОРНОМОР'Я: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції,
приуроченої до 30-річчя Незалежності України

8 жовтня 2021 року

Відповідальність за достовірність фактів, цитат та інших відомостей несуть
автори публікацій

Науковий редактор: д-р філол. наук, професор О. С. Філатова