

*МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*

*МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ*

**“LINGUISTICS AND
METHODOLOGY
IN LSP TRAINING”**

ДНІПРО

2024



“Linguistics and Methodology in LSP training”: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (11 квітня 2024 року). Дніпро: ДДАЕУ, 2024. 267 с.

(посвідчення УкрІнтеї № 451 від 06 листопада 2023 року)

Організатори конференції:

Кафедра філології факультету обліку і фінансів ДДАЕУ

Учасники конференції:

- ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
- ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
- БЕРДЯНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- КЗО «НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНИЙ КОМПЛЕКС «ВАЛЬДОРФСЬКА СЕРЕДНЯ ЗАГАЛЬНООСВІТНЯ ШКОЛА I-III СТУПЕНІВ - ДИТЯЧИЙ САДОК
- PRIVATE SECONDARY SCHOOL AD ASTRA (POLAND)
- ÉCOLE INTERNATIONALE MERSCH ANNE BEFFORT(LUXEMBURG)
- KYRGYZ NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY (KYRGYZSTAN)
- AGROVATION CORPORATION (ISRAEL)

Робочі мови конференції: англійська, німецька, французька, українська

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр, прізвищ тощо несуть автори

ПЕРЕДМОВА

Створення в Україні сучасної високоефективної системи вищої освіти є однією з найважливіших умов конкурентоздатності держави на європейському та світовому ринку.

Основною метою нашої науково-практичної конференції є об'єднання зусиль провідних фахівців та науковців задля висвітлення результатів найефективніших та найновітніших досліджень у сфері мовно-професійної підготовки сучасних фахівців.

Беручи участь у цій події, кожен з Вас має нагоду апробувати результати плідної наукової роботи, виявити свої наукові та творчі здібності у фаховій підготовці майбутніх спеціалістів, обговорити актуальні питання мовної підготовки в умовах сьогодення.

Вважаємо, що здобувачі закладів вищої освіти та науковці, які сьогодні беруть участь у науково-практичній конференції, демонструють високий науковий потенціал, про що свідчить різноаспектність досліджень, якість і творчий підхід до підготовки матеріалу.

Шановні учасники, щиро зичимо Вам миру і злагоди, міцного здоров'я і щастя, добра і достатку, гармонії та впевненості у власних силах! Нехай Ваші успіхи надихають на нові звершення та переконують нас, що Україна – це держава з багатим науковим потенціалом!

*З повагою,
оргокомітет конференції.*

ЗМІСТ

ФУНДАМЕНТАЛЬНІ НАПРЯМИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

BOBRO S. M. BESONDERHEITEN BEIM ÜBERSETZEN DEUTSCHSPRACHIGER TEXTE	10-12
LOHVYNENKO O. E., SHEYPAK K. O. PHONETIC, MORPHOLOGICAL AND LEXICAL FEATURES OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE AND IT'S DIALECTS	13-15
MUDRAK M. M., SHEYPAK K. O. DIALECTOLOGICAL ASPECTS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE: COMPARISON OF VOCABULARY AND PHONETICS OF DIFFERENT REGIONS	15-17
PIDDUBTSEVA O. I. SPRACHLICHE MERKMALE DER ÖSTERREICHISCHEN VARIANTE DES DEUTSCHEN	18-20
SHYLIN O. M. SPRACHLICHE MERKMALE DER DEUTSCHEN SPRACHE	20-22
ЛОГВИНЕНКО О.Є. ОСОБЛИВОСТІ ЗАРОДЖЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ГУЦУЛЬСЬКОГО ДІАЛЕКТУ	22-24
ХРОЛЬ К.С. ВПЛИВ ІНШОМОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА УКРАЇНСЬКУ ЛЕКСИКУ ТА ГРАМАТИКУ	24-26
МЕТОДИКА І ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИМ МОВАМ	
TARKAR BEKSIETOV. ENGLISH AS A LANGUAGE OF SCIENCE	28-29
ВОНОМАЗ А.А. THE ROLE OF ENGLISH IN THE TRAINING OF MARKETERS	29-30
BONDARENKO A.O. BESONDERHEITEN BEIM LERNEN VON DEUTSCH NACH ENGLISCH	31-32
BRODETSKYI R.A. DEVELOPING FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE AT FUTURE AGRICULTURAL ENGINEERS	32-34
DEVIATKINA V.O. IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR STUDENTS OF THE SPECIALITY “ECONOMICS”	34-37
FADEIEVA Z.O. COMMUNICATIVE TRAINING OF SPECIALISTS IN AGRICULTURE	37-38
FOMINA M.S., SAMOILENKO S.A. THE USE OF CHATGPT FOR ESL LEARNERS	39-40
GARKUSHA A.V. IS IT POSSIBLE TO LEARN ENGLISH IN A SHORT PERIOD OF TIME?	40-42
GUTTA V.V. THE IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR MARKETING STUDENTS	43-45
HONCHARENKO H.I. THE NECESSITY OF FOREIGN LANGUAGE LEARNING	46-47
HORINA K.A. COMMUNICATIVE SPEECH COMPETENCE	48-49
HOTSYK M.S. IMPROVING THE FOREIGN LANGUAGE TRAINING IN UNIVERSITY	50-51
HYZHNYAK M.O., SAMOILENKO S.A. THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE LANGUAGE WRITING SKILLS	52-53
ISCHTSCHUK S. S. FEATURES OF THE ORGANISATION OF TRAINING BY MEANS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE	53-55

KARPOVA D.V. EFFECTIVE WAYS OF LEARNING VETERINARY TERMINOLOGY	55-56
KAZAKEVYCH O.I. MEDIO-PASSIVE VOICE	56-57
KIREIEVA K.D. METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES	58-59
KOVALENKO N.O. HOW TO MOTIVATE STUDENTS TO LEARN FOREIGN LANGUAGES	59-61
KRAMARENKO T.V. THE BENEFITS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LEARNING AND TEACHING BUSINESS ENGLISH BY THE EXAMPLE OF TWEE.COM	61-63
KULHOVA I.M. LEVELS OF FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY	64-65
MALCHENKO S.R. PROBLEMS OF LEARNING A FOREIGN LANGUAGE IN AGRICULTURAL HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS	66-67
MALOOKOV K.V. FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE READING SKILLS AS A NECESSARY COMPONENT OF THE PROFESSIONAL TRAINING OF A MODERN SPECIALIST	67-68
MUDRAK M. M., SHEYPAK K. O. TRADITIONAL METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES	69-71
NEMICHEVA A.O. THE EFFECTIVE METHODS OF MASTERING BUSINESS ENGLISH	71-72
SALIMOV A.A., SAMOILENKO S.A. THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE FOREIGN LANGUAGE SPEAKING SKILLS	73-75
SHATALOV S.A. IMPORTANCE OF ENGLISH FOR VETERINARIAN DOCTOR	75-76
SHKADOVA A.YE. THE GOAL OF FOREIGN LANGUAGE TRAINING	76-78
SHVYDKA V.O., SAMOILENKO S.A. WAYS OF USING AI FOR LEARNING ENGLISH	78-80
STRAKHOV I.G., SAMOILENKO S.A. USING AI TOOLS BY FARMERS WITH DIFFERENT LEVEL OF ENGLISH	80-82
STUKALO O.A. THE IMPORTANCE OF FOREIGN LANGUAGES	82-84
TYNYNA D.S., SAMOILENKO S.A. AI-BASED EDUCATIONAL PLATFORMS FOR LEARNING ENGLISH	84-86
YANAKIY O.V., SAMOILENKO S.A. THE IMPORTANCE OF THE ENGLISH LANGUAGE FOR USING OF AI TOOLS FOR FARMING	87-89
ZABOLOTSKA I.O. STUDENT-GENERATED VIDEOS IN A FOREIGN LANGUAGE CLASS	89-91
ZHUKOVSKIY D.M. ENGLISH AS AN ESSENTIAL COMPONENT FOR THE ECONOMISTS PROFESSIONAL TRAINING	91-92
АВРАМЕНКО А.С. БАЗОВИЙ СЛАС ЧЕРЕЗ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ТА КОРОТКОСТРОКОВЕ ГРУПОВЕ ЗАСТОСУВАННЯ	93-95
БОЙКО М.О. СУЧАСНА ІНТЕГРАЦІЯ КУЛЬТУР І МОВ У НАВЧАЛЬНІ ПРОГРАМИ	95-96
ДМИТРІЄВА К.О. КУЛЬТУРИ ТА МОВИ У НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМАХ (СЛАС) НА РІЗНИХ ЕТАПАХ НАВЧАННЯ	97-98
КАРДАШ В.О. ВКЛЮЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ КУЛЬТУРИ І МОВИ В ОСВІТУ З ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ	99-100
ПУСТОВОЙТ Н.І. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ	101-105
НАШИВАНЬКО О.В. РОЗВИТОК НАВИЧОК ІНШОМОВНОГО ЧИТАННЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЛІКАРІВ	106-107

РЕЗУНОВА В.В. ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ МЕДИЧНОГО ПРОФІЛЮ	107-108
ПРОФЕСІЙНА, МІЖСОБИСТІСНА Й МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ	
ALEKSANDROV A.O. ENHANCING LISTENING SKILLS FOR EFFECTIVE PROFESSIONAL COMMUNICATION	110-112
BABCHENKO V.A. INTERCULTURAL COMMUNICATION AS AN INTEGRAL COMPONENT OF THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF THE FUTURE SPECIALIST	113-114
BALATSKYI O.V. STEREOTYPES AND THEIR ROLE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION: THEORETICAL ASPECT	114-117
BERESTOVSKA A.A. THE IMPORTANCE OF PROPER COMMUNICATION IN RECRUITMENT	117-120
BIELOV D.S. USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN AGRICULTURAL BUSINESS	121-122
CHEHORKA V.O. IMPORTANCE OF ENGLISH FOR PHD STUDENTS	123
CHKHUN M.O. BUSINESS COMMUNICATION IS THE KEY TO SUCCESS	124-126
CHORNOBAI V. H. ACADEMIC INTEGRITY AND ACADEMIC CULTURE	126-129
DUMAN S.M. TYPES OF BUSINESS COMMUNICATION	129-131
HORBATENKO A.P. USING INTERACTIVE TECHNOLOGIES IN THE LEARNING PROCESS: BENEFITS AND CHALLENGES	131-133
HUTSOL A., SHEYPAK K. O. FORMATION OF SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF STUDENTS OF NON-LINGUIST SPECIALTIES OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF STUDYING THE ENGLISH LANGUAGE	134-136
IVANOVA D.V. WHY IS PROFESSIONAL COMMUNICATION IMPORTANT IN ACCOUNTING?	137-138
KEBA M.E. INFLUENCE OF A FOREIGN LANGUAGE ON PROFESSIONAL SUCCESS	139-140
KOSENKO S.M. ANALYSE DER INTERKULTURELLEN KOMPETENZ VON ZUKÜNFTIGEN TIERÄRZTEN	140-142
KYRYCHOK V.O. CUSTOMER COMMUNICATION CHALLENGES AND SOLUTIONS FOR THE FINANCIAL INDUSTRY	142-143
KULKO V.A. THE ROLE OF VIRTUAL REALITY IN THE DEVELOPMENT OF STRATEGIC THINKING OF FUTURE SPECIALISTS	144
LUKATSKA YA.S. COMMUNICATIVE ORIENTATION OF FOREIGN STUDENT ADAPTATION TO NEW SOCIAL ENVIRONMENT	145-147
MARCHENKO V.S. ENGLISH AS A MEANS OF SUCCESSFUL EUROPEAN INTEGRATION	148-150
MOISEIEV N. R. MODERN TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON PROFESSIONAL COMMUNICATION	150-152
MOTIAKIN I.V. THE ROLE OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN ENHANCING INTERNATIONAL COMPETITIVENESS IN THE FIELD OF INVESTMENT ATTRACTION BY TERRITORIAL COMMUNITIES	152-156
ONYSHCHENKO N.O. THE ROLE OF INTERNATIONAL COMMUNICATIONS IN MARKETING	156-158
PANCHENKO-TERESHCHENKO V.O. THE MAIN FACTORS OF EFFECTIVENESS IN BUSINESS COMMUNICATION	158-159
PETROVA D.A. SPECIFIC FEATURES OF BUSINESS COMMUNICATION OF	160-162

FINANCIAL INSTITUTIONS	
PIKINER O. O., SHEYPAK K. O. INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION AND ITS ROLE IN STUDENT TRAINING PROCESSES	162-164
SADYCHENKO A.V. COMMUNICATION IN LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES: KEY ASPECTS AND SIGNIFICANCE	165-166
SEMAK L.A. SIGNS OF COMMUNICATIVE COMPETENCE OF AGRICULTURAL STUDENTS	167-168
SHEYPAK K. O. FORMATION OF A PROFESSIONAL LINGUISTIC COMPETENCE	169-170
ALEX SILNYTSKYI. THE ROLE OF ENGLISH FOR INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION	171-172
STASIUK T.V., BACHERYKOVA E.V. STYLES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION	172-175
STASIUK T.V., GONCHAROV D.I. ENGLISH FOR PROFESSIONAL TRAINING	175-177
STASIUK T.V., KOMIAK K.S. PROFESSIONAL COMMUNICATION IN AN AGRICULTURAL CORPORATION: IMPORTANCE IN MODERN AGRICULTURE	177-179
STASIUK T.V., KOSHKINA N.V. PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS	179-181
STASIUK T.V., PARAMEEVA A.O. DYNAMICS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS	182-183
STASIUK T.V., PETRENKO S.P. ENGLISH FOR PROFESSIONAL TRAINING: KEY TO INTERNATIONAL SUCCESS	184-185
STASIUK T.V., PLOSHENKO A.P. MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION	186-189
STASIUK T.V., PRYKHODA V.V. MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION	189-191
STASIUK T.V., ZAICHENKO R.O. PROFESSIONAL PRESENCE AND BUSINESS COMMUNICATION	192-193
STASIUK T. V. PROFESSIONAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE: OVERCOMING THE BARRIERS	194-197
SUMIATINA O.O. ADHERENCE TO ETHICAL STANDARDS IN THE BUSINESS WORLD	198-199
TAGACHIN M.K., LEE D.V. COMMUNICATION IN PUBLIC ADMINISTRATION	199-200
TANKUSHYNA K.K. PROFESSIONAL MODELING OF FINANCIAL RISKS IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY, AS WELL AS IN INTERPERSONAL AND INTERCULTURAL COMMUNICATION	201-202
TERENKOV D.D. CORPORATE ETHICS: BUILDING EFFECTIVE COMMUNICATION WITHIN LARGE COMPANIES	203-204
YAKOVENKO V.O. WRITTEN BUSINESS COMMUNICATION	204-206
ZABOLOTNIY I.F. FUNCTIONS AND STAGES OF BUSINESS COMMUNICATION	206-209
ZEMSKOV K.V. PECULIARITIES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN BANKING INSTITUTIONS	209-210
ГРЕЧАНА Е.В. ВИМОГИ ГЛОБАЛІЗУЮЧОГО СВІТУ ДО МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ	210-211
КАРДАШ В. О. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ	212-214
КИЩИК А. Г. МОВНІ КОДИ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ	214-216
КУЛИК А. МІЖКУЛЬТУРНІ МОВНІ КОМПЕТЕНЦІЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ	216-217

МЕЛЕЩЕНКО К.С. СУЧАСНИЙ ВІЙСЬКОВИЙ СЛЕНГ В УКРАЇНІ	217-220
НАЗАРЕНКО О.В. ВИКЛАДАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ В АГРАРНОМУ ВИЩІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ	220-222
ОГАР О. А. МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ У ВІДОБРАЖЕННІ ТЕРМІНОЛОГІЇ	222-224
ОСТРОВСЬКА Р. Р. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ	224-226
ПАНТІЛЕЄНКО К. С. ЗНАЧЕННЯ САМОСВІДОМОСТІ У СУЧАСНІЙ МОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	226-228
ПАРАМАЄВА А. С. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	228-230
ПЕРЕДЕРІЙ О.Л. КАДРОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ	230-232
ПЕТРЕНКО С. П. МЕРЕЖЕВИЙ ЕТИКЕТ: КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ	232-235
РЕЗУНОВА О.С. РЕФЛЕКСІЯ ЯК ОСНОВНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОЕФЕКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ	235-236
СИДОРКІНА О. О. ПОНЯТТЯ ПРО SMM СТРАТЕГІЮ	237-239
СІМАНЄНКО А. О. МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: ВІДТІНКИ КУЛЬТУРИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ	239-241
СМІЮХА Д.С. МІЖСОБИСТІСНА КОМУНІКАЦІЯ У СОЦМЕРЕЖАХ	241-243
ЯКИМЕНКО А.О. ІНКЛЮЗИВНІСТЬ В ПРОГРАМАХ ФАХІВЦІВ	243-245
ЯКОВИНА Я.С. ЗВ'ЯЗОК КУЛЬТУРИ ТА СПІЛКУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ	245-247
ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО, КОПРАЙТИНГ, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ	
CHYPRINA D. O., SHEYPAK K. O. FORMATION AND EVOLUTION OF UKRAINIAN ECONOMIC TERMINOLOGY	249-251
DUBOVA A.M. TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN COPYWRITING: THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND TEXT GENERATION	251-253
IGNATOVA V.M THE IMPORTANCE OF DEVELOPING CRITICAL THINKING FOR FUTURE SPECIALISTS OF THE AGRICULTURAL COMPLEX	254-256
KUZOVENKO V. V., ENENKO O. S. MEDIA LITERACY AND MEDIA COMPETENCE IN MODERN EDUCATION	256-258
LOHUYNENKO O. E., SHEYPAK K. O. HISTORICAL STAGES OF THE DEVELOPMENT OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE	268-260
POPOVA O. S, SARKISIAN S. L. OPTIMIZATION OF COPYWRITING FOR SEARCH ENGINES: KEY PRINCIPLES AND TECHNIQUES	260-262
БІЛЕНКО Н.О. КОПРАЙТИНГ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ	263-264
НОВИК К. І. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ	264-266

BESONDERHEITEN BEIM ÜBERSETZEN DEUTSCHSPRACHIGER TEXTE

Die Sprache ist ein integraler Bestandteil der Gesellschaft. Das gilt auch für die Sprachen, die sich mit der technischen Innovation, der Globalisierung und der Diversifizierung der menschlichen Kommunikation entwickelt haben. Mit der technologischen Explosion, die in den letzten 30-50 Jahren stattgefunden hat, haben sich auch die Sprachen verändert. Es sind neue Wörter und untypische Ausdrücke entstanden, Homonyme, untypische Abkürzungen und neue Ausdrücke sind entstanden. Gleichzeitig bleiben Wörter übrig, die sich auf Gegenstände und Phänomene beziehen, die nicht mehr existieren oder in der Gesellschaft nicht mehr verwendet werden.

Die Dinge verschwinden, aber die Wörter bleiben. Und es ist nicht die Dinge künftigen Generationen zu erklären. Es geht darum, künftigen Generationen Dinge und Konzepte zu erklären, die vor Jahrhunderten existierten.

Das Übersetzen deutscher Texte ist aufgrund der sprachlichen, kulturellen und idiomatischen Unterschiede eine besondere Herausforderung.

Grammatik und Struktur: Die deutschen Sätze sind in der Regel länger als ihre Pendanten. Bei der Übersetzung ist es wichtig, die Struktur und den Satzbau herauszuarbeiten, um sicherzustellen, dass die Sätze flüssig und verständlich sind.

Genitiv und abweichende Formen: Im Deutschen gibt es drei Geschlechter (Maskulinum, Femininum und Neutrum) und vier Fälle (Nominativ, Genitiv, Akkusativ und Dativ), die Substantiven, Adjektiven und Pronomen unterschiedliche Formen verleihen. Die Übersetzer müssen darauf achten, dass diese Elemente im Kontext korrekt wiedergegeben werden [1].

Kulturelle Besonderheiten: Deutsche Texte können kulturelle Besonderheiten und spezielle Ausdrücke enthalten, die nicht direkt in eine andere Sprache übersetzt

werden können. Übersetzer müssen den kulturellen Kontext verstehen und sensibel darauf reagieren, um die beabsichtigte Bedeutung zu erhalten.

Förmlichkeiten der Höflichkeit: Im Deutschen gibt es eine Vielzahl von Höflichkeitsausdrücken, vor allem im Bereich von Geschäfts- und offiziellen Dokumenten. In anderen Sprachen gibt es oft weniger formale Unterscheidungen. Übersetzer müssen für ihre Übersetzungen das angemessene Maß an Höflichkeit wählen.

Zusammengesetzte Wörter: Das Deutsche ist bekannt für seine große Anzahl an zusammengesetzten Wörtern. Das Deutsche ist für seine vielen zusammengesetzten Wörter bekannt. Bei der Übersetzung müssen die Übersetzer entscheiden, ob sie zusammengesetzte Wörter unverändert verwenden oder sie in einzelne Wörter aufteilen, um sie leichter lesbar zu machen.

Idiome und Ausdrücke: Deutsche Redewendungen und Ausdrücke haben oft keine direkte Entsprechung. Übersetzer müssen alternative Ausdrücke finden, die die gleiche Bedeutung vermitteln, ohne dass die eigentliche Bedeutung verloren geht [4].

Genauigkeit und Nuancierung: Die deutsche Sprache ist sehr präzise und hat manchmal Nuancen, die in einer anderen Sprache nicht klar ausgedrückt werden können. Die Übersetzer müssen darauf achten, die genaue Bedeutung zu erfassen und angemessen zu vermitteln.

Umgangssprachlich und formell: Im Deutschen gibt es eine Vielzahl von Umgangsformen. Der Übersetzer muss den Ton des Ausgangstextes genau interpretieren und sicherstellen, dass der übersetzte Text denselben Stil beibehält.

Modalpartikeln und Füllwörter: Im Deutschen werden häufig Modalpartikeln und Füllwörter verwendet, die in anderen Sprachen keine direkte Entsprechung haben. Übersetzerinnen und Übersetzer müssen darauf achten, dass der durch diese sprachlichen Elemente vermittelte Tonfall erhalten bleibt, auch wenn eine direkte Übersetzung nicht immer möglich ist [2].

Verben am Satzende (trennbare Verben): Deutsche trennbare Verben können schwierig sein, weil die trennbare Vorsilbe oft am Ende eines Satzes steht. Bei der Übersetzung in andere Sprachen muss der Übersetzer darauf achten, dass die

Trennung korrekt wiedergegeben wird, um Missverständnisse zu vermeiden und die Satzkohärenz zu gewährleisten [3].

Genauigkeit, kulturelles Verständnis und sprachliches Feingefühl sind bei der Übersetzung deutscher Texte von größter Bedeutung. Eine Vielzahl von Aspekten, von grammatikalischen Unterschieden bis hin zu kulturellen Nuancen, müssen sorgfältig beachtet werden, um sicherzustellen, dass die beabsichtigte Botschaft richtig vermittelt wird. Die Fähigkeit, Höflichkeit, Redewendungen und einen spezifischen Sprachgebrauch zu verwenden, ist für eine effektive und erfolgreiche Übersetzung unerlässlich. Insgesamt erfordert die Übersetzung eines deutschen Textes nicht nur sprachliche Fähigkeiten, sondern auch kulturelles Feingefühl, um sicherzustellen, dass der Kern des Ausgangstextes nicht beeinträchtigt wird.

Literatur

1. Кур'янова М. А. Граматичні труднощі перекладу німецьких науково-технічних текстів українською мовою: автореф. дис. канд. філ. наук. Київ, 2006. 16 с.
2. Кияк Т. Р. Теорія та практика перекладу (німецька мова). Вінниця: Нова книга, 2006. 592 с.
3. Корунець І. В. Вступ до перекладознавства. Вінниця: Нова книга, 2008. 512 с.
4. Heidrich F. Kommunikationsoptimierung im Fachübersetzungsprozess. Berlin: Frank & Timme, 2016. 117 S.

PHONETIC, MORPHOLOGICAL AND LEXICAL FEATURES OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE AND IT'S DIALECTS

The Crimean Tatar language is unique among the languages of the post-Soviet space. It belongs to the Turkic language family and is spoken by the Crimean Tatar people, who are indigenous to the Crimean Peninsula in Ukraine.

According to the 2014 census, approximately 250 thousand Crimean Tatars lived in Crimea. The Soviet authorities deported all Crimean Tatars who were living in their homeland in Crimea to the countries of Central Asia in 1944. Starting from the late 1980s, a significant number of Crimean Tatars began returning to Crimea in large numbers. However, more than 180,000 remain in places of deportation in Uzbekistan, Kazakhstan, Kyrgyzstan. Additionally, a significant portion of Crimean Tatars reside outside their historical homeland. Many are in Turkey, Bulgaria, and Romania, where they were compelled to move in the first wave of emigration.

According to the criteria established by UNESCO, the Crimean Tatar language is endangered and may become extinct in the future. Current research indicates that only 20–25% of Crimean Tatars residing in Ukraine are fluent in their native language. This situation underscores the urgent need for efforts to preserve and revitalize the language.

The language of the Crimean Tatars was formed over centuries on the basis of similar languages, whose representatives lived in the Northern Black Sea region and the Crimean peninsula. They include Turkuts, Germans, Italians, Scythians, Sarmatians and Polovtsians.

The modern Crimean Tatar language has three main dialects:

- Southern (cenüp şivesi) or coastal (yalıboyu şivesi) is the most similar to Turkish and belongs to the Oghuz group of languages;

- Steppe (çöl şivesi) or Nogai (noğay şivesi) refers to the Kipchak languages;

- Middle (orta yolaq şivesi) - belongs to the Polovtsian and Kipchak group of languages.

The southern dialect is spoken by residents of the southern coast of Crimea. It belongs to the Oguz group.

It has a lot in common with Turkish (literary Turkish). It contains a significant number of similar elements from Greek and Italian. In the 19th century, this dialect became the basis of the literary norm of the Crimean Tatar language. The famous writer, political and cultural figure Ismail Gasprinsky used the coastal dialect in his works. The modern literary language uses the Middle dialect, although it has certain features of the Southern dialect. Differences are observed in phonetics - palatalisation of consonants in syllables and the change of q in [h].

There are three subdialects in the dialect:

- Alushta (Middle) is characterized by the use of affixes -y, -iy, -iy, -uy, -üy and 1st person plural affixes -ıq, -ik, -uq, -ük;

- Sudak common in the village of Arpat, Sudak district. In certain village names, the letter k corresponds to a sound similar to [ch];

- Yalta (Western) - the main features include the use of k- and t- instead of g- and d- in most words, as well as the affixes -yır, -yir, which are analogous to Turkish -yor.

The steppe dialect was widespread among the Crimean Tatars who lived in the northern part of Crimea before the deportation in 1944. It belongs to the Kipchak languages, but has no characteristic changes in letters (sh-s and ch-s).

The dialect has three subdialects:

- Western (Tarhankut and Kezlev);

- Eastern (Kerch);

- Northern (Perekop-Dzhankoy).

The main differences between them are vocabulary and phonetics. A phonetic feature of the eastern subdialect is the pronunciation of ç/h as [ç]. In the northern and eastern dialects, there is a change of vowels u > i, ü > ö.

The Middle dialect is widely used by Crimean Tatars living in the middle zone of the Autonomous Republic of Crimea. It forms the basis for the modern literary Crimean Tatar language. It has a significant number of Oghuz features, namely:

- 1st person singular predicate affix -m, -im, -ım instead of -mın, -men, -man;
- Endings dağ, sağ, ağ instead of -w;
- Using the form of the verbal noun with -me, -ma instead of -üv, -v, -uv;
- Initial g-, d- instead of t-, k-;

In the middle dialect, no specific dialects are distinguished because of its heterogeneity and joints with other linguistic formations.

Mudrak M. M., Sheypak K. O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

DIALECTOLOGICAL ASPECTS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE: COMPARISON OF VOCABULARY AND PHONETICS OF DIFFERENT REGIONS

The historical process of language development on the territory of Ukraine has been significantly influenced by time and history. This influence has led to the emergence and development of various linguistic features that are expressed in different ways. Therefore, we can distinguish three main dialects that have been formed as a result of this influence:

- North;
- South-West;
- South-Eastern.

The Northern dialect is a spoken group that is widespread in the north of Ukraine, and the border can be drawn as a conventional line: Volodymyr - Volynskiy - Lutsk - Zdolbuniv - Zhytomyr - Fastiv - Pereiaslav - Khmelnytskyi - Pyriatyn - Romny - Konotop. This dialect is transitional between Ukrainian and Belarusian languages.

The dialect has three subdialects:

- East Polissya;
- Middle Polissya;
- West Polissya.

The most distinctive specific features are found in specific sounds, their variants or shades, which have unique acoustic and articulatory differences. These differences depend on special conditions, which are expressed in the position of the syllable in the word, the stress, and which sounds are adjacent to each other in pronunciation. For example: the phoneme "б"[b] can be used in the following variants: «блок» [blok] (block), «бік» [bik] (side), «грубка» [hrubka] (stove) and others.

The northern dialect group has its own list of regional words. The most expressive words are those that explain the meaning of material culture, crafts, agricultural items, terms, and plants. For example: «сябро» [syabro] (workmate), «оратай» [oratai] (ploughman), «скородить» [skorodyt] (to harrow), «сон» [son] (sunflower), «кяхи» [kyakhy] (corn), «губи» [guby] (mushrooms).

The southwestern dialectical group is located on the line: Volodymyr - Volyn - Lutsk - Rivne - Zdolbuniv - Zhytomyr. The lexical components, grammatical structures and phonetic systems in the southwestern dialects have developed their own local features under the influence of Polish, Hungarian and Romanian.

The phonetic system of a dialect has its own peculiarities, namely the composition of phonemes of certain groups, physiological-acoustic and combinatorial characteristic details. For example, the phoneme «а» [a], which comes after soft consonants, changes its articulation and coincides with the phonemes "е"[e] and

"и"[i]. Southwestern dialects have their own separate layer of localised words. For example: «бaдьo» [badio] (man, older in years), «бoлa» [bola] (illness), «пoзip» [pohlyad] (view).

The southeastern dialect formed the basis of the national Ukrainian language. The modern Ukrainian literary language has the most in common with the dialects of the middle Naddniproshchyna. It follows that the southeastern dialect has the least number of differences from the national language. This dialectic group covers the Middle Naddniproshchyna, Slobozhanshchyna, and Donbas.

The phonetic system, both in its main features and in small details, is consistent with the modern literary language. The ancient sound "ō" in closed syllables before a former syllable with "ь" turns into "i" regardless of the accent. For example: «к'іcтки» [k'istki] (bones), «м'іcт» [m'ist] (bridge), «вiл» [v'il] (ox), etc. However, in some dialects that are close to the northern dialects, the change of "o" to "i" is more or less pronounced: «кocтки» [kostky] (bones), «мocтки» [mostky] (bridges), «гвoздики» [hvozdyky] (cloves), etc.

A characteristic feature of the southeastern dialects, which has also become part of the modern Ukrainian language, is the mixing of "e" and "и". The sound "e" tends to narrow, turning into "и" and "a" in unstressed position tends to expand, turning into "e". Examples: «жи(e)вe» [ge(y)ve] (to live), «вeчнa» [ve(y)sna] (spring), «ви(e)ду» [vy(e)du] (to lead), «си(e)лi» [sy(e)li] (village). The lexical composition of the southeastern group is relatively close to the lexicon of the modern Ukrainian literary language; however, as in every dialect group, there are borrowings from Tatar, Turkish and other languages.

References

1. Essays on the dialectology of the Ukrainian language: a manual for the faculties of language and literature of pedagogical institutes. F. T. Zhylyko - Kyiv: 1955. 314p.

SPRACHLICHE MERKMALE DER ÖSTERREICHISCHEN VARIANTE DES DEUTSCHEN

Deutsch ist eine der am weitesten verbreiteten Sprachen in Europa, eine Sprache der persönlichen, beruflichen und diplomatischen Kommunikation, eine Sprache der Forschung und Entdeckung in mehreren Ländern, darunter Deutschland, Österreich, Liechtenstein, die Schweiz, Belgien und Luxemburg. Deutsch ist also eine plurizentrische Sprache und hat seine eigenen Varietäten. Jeder Sprachtyp, der in einem bestimmten Gebiet gesprochen wird, weist bestimmte sprachliche Merkmale auf lexikalischer, semantischer, phonetischer, morphologischer und grammatikalischer Ebene auf. In dieser Hinsicht können Menschen, die Deutsch sprechen, aber unterschiedliche Varietäten davon, gewisse Schwierigkeiten haben, einander zu verstehen, so dass die Relevanz unserer Studie darin besteht, die linguistischen Merkmale der österreichischen Variante des Deutschen zu untersuchen.

Zahlreiche ukrainische (Y. Bovsunovska, M. Zheludenko, A. Sabitova) und ausländische Wissenschaftler (U. Ammon, R. De Cillia, P. Wiesinger) beschäftigen sich mit der Erforschung der sprachlichen Merkmale der österreichischen Variante des Deutschen. Trotzdem sind die sprachlichen Merkmale der österreichischen Variante des Deutschen noch immer nicht vollständig verstanden. In dieser Hinsicht ist es das Ziel unserer Forschung, die sprachlichen Merkmale der österreichischen Variante des Deutschen zu untersuchen.

Bei der Untersuchung der Frage der Varietäten einer Sprache ist es notwendig, die Sprache aus der Sicht der Soziolinguistik zu betrachten, die Sprache als «eine Gesamtheit von Formen des sprachlichen Daseins, die ein Kommunikationsmittel für bestimmte Bevölkerungsgruppen oder die Bevölkerung eines bestimmten Gebiets ist»

[1], untersucht. Die österreichische Variante des Deutschen gehört zum bayerischen Dialekt.

Die Wissenschaftler betonen, dass die österreichische Sprache zwar eine Varietät des Deutschen ist, es aber auf allen sprachlichen Ebenen viele Unterschiede gibt.

Die erste Besonderheit des österreichischen Deutsch liegt auf der lexikalischen Ebene und zeigt sich in allen Themengruppen (Essen, Bildung, Sport, Wirtschaft, Verkehr, Freizeit usw.). Zum Beispiel Bub (Junge) *'хлопец'*, Kasten (Schrank) *'шафа'*, Sackerl (Tüte) *'пакет'*, Semmel (Brötchen) *'булочка'*, Fleischhauer (Metzger) *'м'ясник'*, Lenker (Fahrer) *'водій'*, Urlaubssperre (Betriebsferien) *'період відпусток на підприємстві'*. Es sei auch darauf hingewiesen, dass die lexikalische Zusammensetzung der österreichischen Sprache Entlehnungen aus dem Tschechischen, Slowakischen und Ungarischen enthält. Die sogenannten «Austriazismen sind nicht typisch für populärwissenschaftliche und literarische Werke» [2].

Das zweite Merkmal liegt auf der grammatikalischen Ebene. Der Hauptunterschied zwischen der österreichischen Variante des Deutschen ist die Verwendung von Perfekt anstelle von Präteritum, die Verwendung des bestimmten Artikels bei Eigennamen und das Fehlen von Umlauten bei der Konjugation von starken Verben.

Der dritte Unterschied hängt mit der Phonetik zusammen. Die österreichische Version des Deutschen ist melodischer, was auf das Überleben der Suffixe -r- und -l zurückzuführen ist [3].

Die österreichische Variante des Deutschen hat also ihre eigenen sprachlichen Merkmale. Die Sprache entwickelt sich ständig weiter, so dass regionale Dialekte und überdialektale Formen entstehen und einen hohen funktionalen Status erlangen. Perspektiven für die weitere Forschung werden in der Untersuchung des Einflusses der Austriazismen auf die lexikalische Zusammensetzung der deutschen Sprache gesehen.

Literatur

1. Бовсуновська Ю. В., Данціл Л. С. Лінгвістичні особливості австрійського варіанту німецької мови. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. Том 2. № 10. 2018. С. 32 – 36.
2. Ammon U. Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: das Problem der nationalen Varietäten. Berlin /New York : De Gruyter, 1995. 575 S.
3. De Cillia R. Sprachen und Identitäten in Österreich. *Der Sprachdienst*. 2012. Jahrgang 5. S. 166-179.

Shylin O. M.

Dnipro Staatliche Universität für Landwirtschaft und Wirtschaft

SPRACHLICHE MERKMALE DER DEUTSCHEN SPRACHE

Deutsch ist eine der am weitesten verbreiteten Sprachen der Welt und hat seine ganz eigenen sprachlichen Merkmale, die seinen reichen kulturellen und historischen Kontext widerspiegeln. Die Geschichte der deutschen Sprache ist ein faszinierendes Geflecht aus kulturellen, sozialen und sprachlichen Einflüssen, das sich in ihrer vielfältigen und vielschichtigen Struktur widerspiegelt. Die ersten Spuren der deutschen Sprache lassen sich bis in die Zeit der germanischen Stämme und ihrer Dialekte zurückverfolgen. Von einer Sprache elfischen Ursprungs, die in Runeninschriften festgehalten wurde, bis hin zu den ersten schriftlichen Denkmälern des Mittelalters wurde die deutsche Sprache durch eine Vielzahl kultureller und ethnischer Einflüsse geprägt. Unter Berücksichtigung aller Veränderungen, die die Sprache durchlaufen hat, weist sie ihre eigenen sprachlichen Merkmale auf, die sich im Laufe der Jahrtausende herausgebildet haben. In den letzten Jahren ist das Studium der deutschen Sprache weit verbreitet, so dass das Erlernen der sprachlichen Merkmale der deutschen Sprache besonders wichtig wird.

Das Studium der sprachlichen Merkmale der deutschen Sprache wurde von vielen Wissenschaftlern durchgeführt, darunter O. I. Hoyda, O. M. Bodnar, M. I. Karpik, O. O. Kushnirchuk, Y. A. Nikolashchenko und L. I. Pavlovska. Trotz der großen Anzahl von Arbeiten, die sich mit diesem Thema befassen, sind die sprachlichen Besonderheiten der deutschen Sprache noch nicht vollständig erforscht. Das Ziel unserer Forschung ist es daher, die sprachlichen Merkmale der deutschen Sprache zu untersuchen.

Zunächst einmal ist die deutsche Grammatik für ihre Komplexität bekannt. Es gibt drei Geschlechter (Maskulinum, Femininum, Neutrum) und vier Deklinationen, die sich auf die Art und Weise auswirken, wie sich Wörter je nach ihrer Rolle in einem Satz verändern. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von flektierten Wörtern wie Substantive, Adjektive und Pronomen. Das Genitivsystem kann für Deutschlernende eine Herausforderung darstellen, da es sich von dem Genitivsystem anderer europäischer Sprachen unterscheidet.

Der zweite wichtige Aspekt ist die Komplexität der Wortbildung. Das Deutsche ist bekannt für seine langen Wörter, die durch Kombination von Wurzeln und Vorsilben gebildet werden können. Dies kann zu Wörtern führen, die für diejenigen, die mit der Sprache nicht vertraut sind, sehr beeindruckend aussehen. Es ermöglicht den Deutschen aber auch, komplexe Konzepte und Ideen in einem einzigen Wort auszudrücken, was ihre Sprache präzise und effizient macht.

Ein weiteres wichtiges Merkmal der deutschen Sprache ist, dass sie vierzehn Vokale hat, darunter drei lange und drei kurze Vokale sowie einige Zweivokale. Das macht die deutsche Sprache melodisch und abwechslungsreich. Für Ausländer kann es jedoch eine Herausforderung sein, diese Laute zu erlernen, da sich einige von ihnen von den Lauten in anderen europäischen Sprachen unterscheiden.

Wichtig ist auch, dass im Deutschen Begriffe großgeschrieben werden, nicht nur Vor- und Nachnamen, was für diejenigen, die andere europäische Sprachen lernen, überraschend sein kann.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die deutsche Sprache durch ihre Tiefe und Vielfalt besticht und das reiche kulturelle Erbe und die Geschichte des deutschen

Volkes widerspiegelt. Ihre komplexe Grammatik und Wortbildung sowie ihre einzigartigen phonetischen Merkmale machen das Erlernen der deutschen Sprache interessant, und ihre große Anzahl von Wörtern und Ausdrücken ermöglicht den präzisen Ausdruck einer Vielzahl von Konzepten.

Literatur

Гойда О. І. Фонетичні розбіжності в німецькій мові німців та австрійців. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* Том 34 (73). № 3. 2023. С. 82 – 87.

Карпик М. І., Кушнірчук О. О., Боднар О. М. Лінгвостилістичні особливості німецькомовного наукового тексту. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* Київ: Видавничий дім «Гельветика», 2022. Том 33 (72), №4, Ч. 1. С. 125 – 129.

Ніколащенко Ю. А. Лінгвістичні особливості німецьких рекламних текстів та їх переклад. *Молодий вчений.* 2018. № 4 (56). С. 590 – 593.

Павловська Л. І. Фактори впливу на сучасний розвиток німецької мови. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія “Філологічні науки”.* *Мовознавство.* № 12, 2019. С. 160 – 164.

Логвиненко О.Є.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЗАРОДЖЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ГУЦУЛЬСЬКОГО ДІАЛЕКТУ

Унікальний гуцульський діалект є однією з цікавих та багатозарових особливостей культурної спадщини України. Його зародження та розвиток мають свої унікальні особливості, які відображають багатогранність історії, географії та соціокультурного контексту гуцульського народу. Гуцули – давне

формування групи україномовних племен. Гуцульська говірка має багато спорідненостей із сучасною українською мовою, це пов'язано із наявністю єдиного витоку спільного етносу, що несе за собою належність до близьких діалектів у праслов'янській мові.

Грунтуючись на інформації індоєвропейського мовознавства, існує теорія припущення існування деривації смислу в етнонімі “гуцули”, а саме заміщення уподібненим і видозміненим, через низку географічних та історичних подій словом “горяни” – пастухи, землероби. Історично, гуцули з моменту виникнення займалися відтворювальним і привласнювальним господарством та проживали на рівнинних масивах; і лише згодом переселились у гірську місцевість, тим самим видозмінивши господарські інтереси та потреби, перейшовши на скотарство.

Змінивши місце проживання з часом почала відбуватися зміна у фонетиці та лексиці, урізноманітнілась передача назв та слів. Наприклад: “верета” - килим, “вурда” - сир, “косиця” - квітка, “жмакати” - прати, “неньо” - тато, “ріща” - хмиз, “яфини” - чорниці.

Ще одним підтвердженням належності гуцульської (східнокарпатської) говірки до витоків групи праслов'янської мови є збереження м'якості шиплячих: [мішеті] – мішати, [душе] – душа, [меже] – межа, [жеба] – жаба. На письмі м'якість передається зміною голосних літер: и → і; е,ю → є; о → ьо; у → ьи.

Багато з особливостей гуцульського діалекту передавалися через усну традицію, зокрема, через народні пісні, казки, легенди та інші усні жанри. Це сприяло формуванню унікального фонетичного та лексичного арсеналу.

Лексика має певні запозичення румунських і мадярських народів. Деякі особливості присутні і у вимові, більшість поодиноких голосних звуків протягується, що надає говірці милозвучності і витонченості.

На сьогодні говірка займає етнографічну територію – Гуцульщину. У цьому регіоні існує ще декілька субдіалектів гуцульської. Вони виникли вздовж поселень на верхів'ях річок Прут, Пугала, Черемош. Зараз у діалекті

відбуваються зміни, активне запозичення з сусідніх територій держав – Польща, Румунія, Словаччина, Угорщина.

Гуцули завжди були пильними прихильниками своєї унікальної етнічної ідентичності. Стійке утримання від основної мовної норми в спілкуванні сприяло збереженню та розвитку гуцульського діалекту.

Загалом, унікальний гуцульський діалект є результатом взаємодії різних історичних, географічних та соціокультурних чинників. Він відображає багатство та різноманіття української мовної культури і є важливим елементом національного спадку.

Література:

1. Українці: етнос і мова : монографія / В. Г. Таранець; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Одес. регіон. ін-т держ. упр., Міжнар. гуманіт. ун-т. – Одеса: [ОРІДУ НАДУ], 2013. – 362 с.

Хроль К.С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ВПЛИВ ІНШОМОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА УКРАЇНСЬКУ ЛЕКСИКУ ТА ГРАМАТИКУ

Протягом останнього десятиліття процес глобалізації та технологічних проривів відкрив безліч можливостей для культурного обміну та злиття впливів між різними мовами. Це призвело до появи в українській мові нових словникових запозичень та граматичних елементів з інших мов. Це явище має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, перехрестя іноземних мов розширює можливості та глобальну орієнтацію українців, зробивши їх здатними ефективно спілкуватися з людьми з різних країн. З іншого боку, це може призвести до втрати контролю над українською мовою та її особливостями. Вплив іноземних мов на українську лексику можна помітити на

кожному кроці. Запозичення слів з інших мов стає все більш поширеним явищем. Це пов'язано з прогресом науки, технологій, культури та міжнародних відносин. Запозичення відбувається як із суміжних слов'янських мов, так і з інших мовних груп. Іншомовні слова можуть належати до різних сфер життя, наприклад, медицини, технологій, музики, кулінарії та багатьох інших. Це дозволяє українцям краще адаптуватися до сучасних реалій.

Українська мова піддається не тільки лексичному, а й граматичному впливу іноземних мов, зокрема, англійської. Це може призводити до змін у структурі речень, вживанні часів, відмінюванні слів та ін. Сучасні технології та інтернет-комунікація сприяють поширенню англійських граматичних конструкцій, які потім використовуються українською мовою.

Вплив іноземних мов на українську може призвести до змін у вимові та вживанні слів. Наприклад, українська мова поступово втрачає деякі звуки і замінює їх близькими іноземними еквівалентами. Ці зміни можуть викликати дискусії щодо збереження автентичності української мови.

Одна з проблем, пов'язаних з включенням елементів іноземних мов до української, полягає в несумісності граматичних правил та структур різних мов. Наприклад, деякі іноземні слова можуть не відповідати українським правилам відмінювання та утворення речень. Крім того, іноді іноземні слова вживаються неправильно, що може призвести до спотворення значення та неправильного сприйняття.

Українська мова має багато прикладів запозичень з інших мов. Найбільш поширеними є англіцизми, які стали невід'ємною частиною української лексики. Наприклад, назви спорту (футбол, волейбол, лазертаг, пейнтбол, фрістайл, паркур, сноуборд, аквабайк), види музики (рок, джаз, блюз), назви напоїв та харчових продуктів (чіпси, фреш, чикен, бекон, поп-корн), назви нових технологій та їх елементів (комп'ютер, вінчестер, тюнер, гаджет, скріншот, спам, акаунт, веб-камера, чат, імейл), назви освітніх елементів (тьютор, скіли). Також, українська мова активно запозичує слова з французької, німецької, іспанської та багатьох інших мов. Ці запозичення

розширюють словниковий запас української мови та допомагають виражати нові поняття та ідеї.

Уживання чужомовних слів в українській мові також має вплив на культуру та самобутність українців. Важливо знайти баланс між збереженням автентичності та відкритістю до інших культур.

Україна має свою мовну політику, яка регулює використання української мови та ставлення до інших мов. Дискусія про роль іноземних мов у суспільстві та їх вплив на українську мову та культуру ведеться досить активно.

Деякі підтримують розвиток білінгвізму та мовної різноманітності, вважаючи, що це сприятиме культурному обміну та розумінню міжнародної спільноти. Інші підтримують суворий захист української мови та її автентичності.

Важливо знайти компроміс, який дозволить продовжувати збереження української мови, а також сприяти розвитку багатомовності та лінгвістичної різноманітності, адже це є важливим аспектом розвитку суспільства та культури. Цього можна досягти шляхом підтримки освіти, культурних обмінів та використання мовних політик, які сприяють розумінню та толерантності.

Таким чином, вплив іноземних мов на лексику та граматику української мови можна розглядати і як позитивне явище, що надає українцям можливості для розвитку та комфортного і впевненого існування у світовому співтоваристві.

СЕКЦІЯ 2
МЕТОДИКА І ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИМ МОВАМ



ENGLISH AS A LANGUAGE OF SCIENCE

English has become the predominant language of science around the world due to a variety of historical, political, and practical reasons. Here are some key points about English as a language of science:

1. *Historical Context*: The rise of English as the language of science can be traced back to the scientific revolution in Europe during the 17th century. The works of prominent scientists such as Isaac Newton and Charles Darwin were written in English and helped establish the language's credibility in the scientific community.

2. *Global Influence*: As the British Empire expanded and later the United States became a global superpower, English spread as a global lingua franca. This allowed for greater communication and collaboration among scientists from different countries, leading to the adoption of English as the primary language of scientific research.

3. *Accessibility*: English is often considered the most accessible language due to its relatively simple grammar and widespread usage in various fields. This accessibility has made it easier for non-native English speakers to participate in the global scientific community and access scientific literature.

4. *Publication Bias*: Many prestigious scientific journals are published in English, and publishing in these journals is seen as essential for gaining recognition and validation in the scientific community. As a result, researchers from non-English-speaking countries often choose to publish their work in English to reach a wider audience and enhance their visibility.

5. *International Collaboration*: Scientific research is a collaborative endeavor that transcends national boundaries. English serves as a common language for researchers from different linguistic backgrounds to communicate, share findings, and work together on interdisciplinary projects.

6. *Standardization*: English provides a standardized platform for scientific communication, ensuring clarity, accuracy, and consistency in research publications. This standardization facilitates the dissemination of scientific knowledge and promotes interdisciplinary collaboration among scientists worldwide.

Overall, English's dominance as the language of science reflects the interconnected nature of the global scientific community and the importance of effective communication in advancing scientific knowledge and innovation.

Bohomaz A.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE ROLE OF ENGLISH IN THE TRAINING OF MARKETERS

In the modern conditions of integration and globalization of the economy, English is a key competence, a tool of international communication, a means joining the European educational, scientific and professional space, a condition for effective integration and a factor of economic growth countries. The state needs specialists with formed professional competences necessary for interaction globally. One of the tasks of educational institutions of higher education is the training of marketing specialists, who will be ready to communicate in English.

Language is important in professional situations. Marketing is an important part of today's world. The value of the products and services that surround us is largely shaped by efforts of marketing departments. Ukraine needs marketers who have knowledge and skills of organizing business processes to direct the flow of goods and services from a producer to a consumer.

A large number of higher education institutions are represented on the Ukrainian market of educational services that offer training, have a license and appropriate accreditation in the educational program "Marketing" or related

educational and professional programs (logistics, advertising, public relations, trade, etc). In 2015, in Ukraine the training of students of the specialty “Marketing” provided by 55 state and approximately 50 private institutions of higher education. Development of international relations, active implementation of foreign expertise in various fields of social life and other globalization trends make it necessary for marketing students to master linguistic, socio and cultural, discursive and strategic competencies. The study of foreign languages is an integral part of the special training of a marketer through the acquisition of linguistic and country studies competence and the formation of practical professional abilities and skills. Communicative competences includes: speech competence (listening, speaking, reading, writing); language competence (lexical, phonetic, orthographic knowledge); discursive competence; socio and cultural and sociolinguistic competence.

According to modern challenges, study of English for students of the specialty “Marketing” should be aimed at formation of English-speaking communicative competence as high as B2 level according to the All-European scale CEFR and skills for the use of a foreign language in educational, scientific and professional activities. The ability to read professional literature, communicate with business partners, writing and learning in English are the most important communicative competences of a modern marketing student.

Creative and personal characteristics of an educated person with knowledge of at least one foreign language, along with its fundamental professional base, are important resources for the success and development of an individual.

References

1. Довгань Л. І. Формування англомовної комунікативної компетенції майбутніх маркетологів у закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*. Одеса, 2020. Вип. 20. Т 1. С. 116–119.

BESONDERHEITEN BEIM LERNEN VON DEUTSCH NACH ENGLISCH

Das Erlernen von Deutsch als Zweitsprache nach Englisch weist eine Reihe von Merkmalen auf, nämlich dass diese Sprachen nicht nur viele Gemeinsamkeiten, sondern auch erhebliche Unterschiede aufweisen. Schwierigkeiten auf dem Weg zum effektiven Erlernen der deutschen Sprache liegen in der Kombination von Unterschieden im englischen und deutschen Sprachsystem. Dazu gehören phonetische, syntaktische, lexikalische und grammatikalische Unterschiede.

Wie die Praxis des Deutschunterrichts auf der Basis von Englisch zeigt, tragen folgende sprachliche Merkmale zum erfolgreichen Erwerb einer Zweitsprache in der Anfangsphase bei: 1) genetische und lateinische Verwandtschaft in vielerlei Hinsicht; 2) Aufspürung im Wortschatz (viele Entsprechungen und offensichtliche Verbindung auf der Ebene aller Teile der Sprache); 3) Begegnung von Internationalismen; 4) einige gemeinsame Punkte bei der Aussprache; 5) das Vorhandensein einer gemeinsamen Gruppe von Vokabeln germanischen Ursprungs; 6) ähnliche grammatikalische Phänomene, ähnlich in Struktur und Bedeutung; 7) ähnliche Sprachmuster, die im Primärbereich untersucht wurden; 8) die Strategie des Auswendiglernens lexikalischer Einheiten.

Aber man sollte sich nicht nur auf Parallelen und Korrespondenzen zwischen der deutschen und der englischen Sprache verlassen. Es gibt viele Themen in der deutschen Sprache, die auf jedem Niveau den Studenten gewisse Schwierigkeiten bereiten: 1) Verwendung und Deklination des Artikels; 2) Deklination von Adjektiven; 3) Bildung und Verwendung passiver Verben; 4) Bildung und Verwendung bedingter Formen; 5) Wortstellung in einem deutschen Satz, insbesondere in einem zusammengesetzten Satz.

Darüber hinaus sollten Sie auf Wörter mit ähnlichem Klang oder ähnlicher Schreibweise achten, die eine gegenteilige Bedeutung haben und daher möglicherweise falsch verwendet oder erkannt werden.

Brodetskyi R.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

DEVELOPING FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE AT FUTURE AGRICULTURAL ENGINEERS

Increasing requirements for the professional training of future engineers is becoming an objective trend driven by the economic policy of modern society. Today, an engineer is required not only to have purely professional knowledge, but also to be able to adapt to changes in production activities, to optimally implement professional qualities in the implementation of engineering ideas, projects, technical expertise, operation and maintenance of complex machines and units, to productively build and regulate relationships between market economy entities in a joint activity, to participate in professional communication to share innovative ideas, own experience, and to tolerantly prove his or her point of view.

In the context of the formation of new economic relations, the training of future specialists in agricultural engineering is moving towards greater universalization, in which a young person puts his or her knowledge, skills and abilities first, thereby further expanding and deepening the direction of professional activity. A modern specialist must have the skills, techniques and methods of implementing advanced technologies, ensuring optimal operation of production facilities, constantly improving their knowledge of economics, law, management, marketing, and be able to organize legal relations with agricultural enterprises. Such a specialist must have

organizational skills, be entrepreneurial, have communication skills in dealing with people and an economic approach to organizing professional activities.

Given the process of European integration that is currently taking place in Ukraine, it is advisable to apply the basic principles of European higher education. It is aimed, among other things, at gaining knowledge and skills in practice. In the process of training future agroengineering specialists, more attention should be paid to the development of subject skills, solving applied and professional problems, and taking into account the specifics of future professional activities.

It has been determined that the foreign language competence of future agricultural engineers has a complex structure and acts as a set of interrelated components: motivational, communicative, professional, design and resultant. The motivational component covers personal values, common interests, internal motives, positive attitude to the profession of agricultural engineer, the desire to competently perform professional duties in a foreign language environment, the feeling of the need to master a set of professional and foreign language knowledge, skills and abilities in order to achieve high results while studying at technical universities and in the process of future professional activities. The communicative component, which includes linguistic, speech, socio-cultural and pragmatic competences, determines the ability to communicate in a foreign language in oral and written form, following the established verbal and non-verbal means, foreign language norms and speech strategies. The professional component, the content of which is expressed by professional, design, and information competencies, involves the formation of an integral system of theoretical knowledge in general and vocational training disciplines, skills and abilities to apply them in practice, gain experience, and develop professional qualities, on the basis of which it is possible to carry out competent actions in the process of solving educational, research, organizational, production, technological, design and engineering tasks using a foreign language. The design and result component is based on the processes of self-organisation of foreign language training, self-education in order to expand language experience and improve practical

skills, self-assessment of the level of foreign language proficiency in receptive and productive speech activities.

It has been established that foreign language competence is a multifaceted concept that combines communication, professional activity and is determined by the ability of a future specialist to communicate in the target language of the speciality in the context of international integration and mobility. Thus, a future specialist in agricultural engineering must have the skills, techniques and methods of implementing advanced technologies, ensuring optimal operation of production facilities and constantly improving knowledge, skills and abilities. The formation of professional competences of future specialists in agricultural engineering is a mutually dependent and complementary process, the implementation of which requires educational technology focused on self-education, self-development and self-realisation. This process should be based on the practical skills of activity-oriented and personality-oriented learning.

Deviatkina V.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR STUDENTS OF THE SPECIALITY “ECONOMICS”

In the conditions of globalization and the spread of international business relations of Ukraine with other countries at the economic level, it is important for future specialists in economic specialties to realize the need for their cooperation with the international environment, and one of the primary tasks of education is the high-quality training of specialists capable of successful professional activity within the global community. In this context, mastering the English language as the language of international communication becomes a necessity for future specialists in the

economic field. At the same time, for the successful development of the economy and ensuring competitiveness on international markets, we need not just translators, but specialists in various fields of science, technology, economics, who know a foreign language to the extent necessary for mutual understanding of representatives of different linguistic cultures. It should be noted that practical skills, which involve knowledge of business English in oral and written communication, the ability to use English in one's professional activities, are of particular importance [1, cc. 15-18].

Various aspects of learning English in the professional direction of higher education students in economic specialties were considered in their scientific works by Yu. Avsyukevich, A. Bychok, B. Bigich, Yu. Degtyareva, O. Kapustina, T. Karayeva, T. Korzh, Z. Kornevoy, V. Liventsova, L. Manyakina, E. Miroshnichenko, O. Penkova, T. Perovich, V. Tytova, N. Sinitsyna, B. Ternova, L. Ushakova, L. Chebotaryova, O. Shevchenko and others.

The purpose of learning foreign languages by students of higher education of economic specialties is the mastery of speaking competence in a foreign language for communication in all major spheres of human activity, while special attention should be paid to in-depth study of languages of professional (economic) direction. The process of European integration of Ukraine, the restructuring of the foreign economic activity of domestic enterprises expands its cooperation with foreign countries and puts forward new, increased requirements for the level of foreign language training of specialists and, first of all, the economic sphere, which is the most active in the modern world.

English is a universal international means of communication in the modern world. Speaking of the special role played by the English language in international economic and business communications, it is worth mentioning that English has been declared the official language of international and multinational corporations. As an example, Philips is a Dutch international company in which English, not Dutch, was chosen as the language of communication. A similar situation is observed in a German company Porsche, where English was preferred over German, despite the

fact that many Germans work in the company, as well as the fact that German is also the language of world communication [2, cc. 25-28].

The process of learning business English by students of economic specialties should focus on improving the mastery of all types of speech activity. A modern specialist-economist should study the possibilities of foreign partners, their work, achievements in order to implement better results in their work. Future economists have to maintain business contacts, conduct negotiations, make presentations, form reports, conclude agreements and contracts, participate in conferences, which requires the formation of communication skills in business speech and expansion of vocabulary due to special vocabulary. But the most common difficulties when communicating with foreign partners are unfamiliar terms, expressions and phrases, topics of speech and the specifics of pronunciation. Some difficulties also arise in the understanding of dialogic speech during direct communication in business communication situations and the perception of speech in conditions of technical obstacles when communicating with a partner on the phone.

One of the features of teaching business English for students of economic specialties is an interdisciplinary approach, since the terms and expressions of the English business vocabulary require the possession of professional knowledge, which is necessary for their correct interpretation. That is why the high-quality processing of terms and expressions of business English takes place, mainly, in the process of work or during training in a specialty. The most effective way to achieve the goals of learning business communication in a foreign language is to use situations in the learning process based on a professionally significant problem. Therefore, the content and subject matter of educational materials from this discipline should be related to the problems of disciplines of a professional nature.

When learning business English, students of economic specialties need to consider real situations of modern business communication with maximum "immersion" in the English-speaking business environment. This can be achieved using the following teaching methods: conducting group discussions, training in

dialogic speech, writing various reports, official letters, investment plans and other methods.

Therefore, the training of future specialists in economic specialties in business English is an integral component of their education, without which high-quality training of specialists is impossible. However, the peculiarities of teaching should be taken into account, focusing on the effectiveness of mastering the English language as a tool for solving professional problems. In the process of training future economists, it is necessary to introduce the most effective methods and technologies into educational practice, to combine traditional and innovative teaching methods that contribute to the successful acquisition of business English in the future.

References

1. Maiboroda R. Competitiveness, academic and professional mobility of students of economic specialties in the context of learning foreign languages. *Young scientist*. 2019. № 4.3. pp. 15–18;

2. Cherniy V. A. Professionally oriented approach to teaching of a foreign language to students of non-linguistic majors. *Collection scientific papers of the Khmelnytskyi Institute of Social Technologies University*. 2018. №. (1) 15. pp. 25–28.

Fadeieva Z.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

COMMUNICATIVE TRAINING OF SPECIALISTS IN AGRICULTURE

Communicative training of future specialists in agriculture can be carried out using native and foreign languages in the process of studying humanitarian disciplines, both linguistic and non-linguistic. Since knowledge of a foreign language is gaining importance in many professional fields, the formation of foreign language communicative competence of future veterinarians deserves special attention.

Knowledge of one or more foreign languages is an integral part of the education of a modern highly qualified manager. In view of this, the organization of professionally oriented foreign language learning in such a way that during the specified period of study they achieve a certain level of foreign language competence, which would enable effective communication in professional activities, becomes especially important.

After all, the specifics of the future specialists' activities require communication skills with foreign colleagues in order to exchange professional experience and discuss problems of national and local importance. In this context, the role of the foreign language teacher increases greatly, and the choice of the most effective teaching method becomes more relevant than ever. The level of development of personality culture directly depends on the development of a person's creative potential, in particular, on its reflective component. Reflective culture includes the readiness and ability to creatively, in a new way, understand and solve problematic moments, to get out of internal and external conflict states and situations, the ability to find new strengths, meanings and values, to attract and be involved in continuous systems of interpersonal and business relations, to set and solve extraordinary practical tasks.

Many scientists offer a general classification of communication skills, which are divided into: skills necessary for oral communication; skills necessary for written communication.

Scientists distinguish such skills as actual speech, speech etiquette, non-verbal and verbal communication, the ability to communicate in various organizational forms of communication, the ability to communicate at different levels.

Communication skills can be divided into three groups:

1. The ability to transfer known knowledge and skills, communication techniques in the conditions of a new communicative situation, transforming them in accordance with the specifics of its specific conditions.
2. The ability to find a solution for each communicative situation.
3. The ability to create new ways to solve specific communicative situations.

THE USE OF CHATGPT FOR ESL LEARNERS

Science does not stand still. The development of technology is renewed every day to incredible proportions. And our artificial intelligence has long discovered new boundaries for itself and has been updated beyond recognition.

I will not deny that soon this multifunctional machine will write scientific articles for us and replace most professions. This means that it is capable of generating human-like responses to anything you enter as a prompt there. Just as we train artificial intelligence to drive us safely around town while we apply makeup, eat sushi, and write poetry in the back seat of a car, these superbots are learning the art of human language. Naturally, it has raised questions about how this new technology can help language learning. Thanks to its capabilities, this tool has become a useful assistant in learning English. It helps you learn new words, learn grammar and develop communication skills in English. It's simple. You just need to want and know how to use AI correctly [1].

Firstly, ChatGPT can be used as an interactive tutor with whom you can have a conversation in English. This will help students gain practical experience in communicating in English and improve their language skills. To learn a language, it is equally important to practice your knowledge with a native speaker. If there is no such opportunity in life, then chatGPT can help you with this. Do not doubt, it will be able to replace a live interlocutor for you.

Secondly, AI (Artificial intelligence) can serve as a dictionary for you. Enter any word and find out its translation, the correct use of this word in grammar, or the combination of the word in a sentence. You can also improve your grammar through writing. Send your work to AI and ask them to correct errors in the text. You can also ask the chat to give you certain exercises to practice your knowledge.

Thirdly, ChatGPT helps improve English reading and writing skills. Using question and answer questions, you can get practice in writing texts and reading answers to questions.

Through chatting, you can practice your active listening skills by responding to questions and understanding statements. You can consider ChatGPT a super smart chat buddy. It's like texting with a friend who knows a little about everything. You ask it questions or topics and it tries its best to respond with useful or funny answers. It's not perfect. Sometimes it may go astray or misunderstand, but it's all fun and educational. Imagine chatting with a smart virtual friend!

Overall, ChatGPT can help students improve their English in a number of ways. When it comes to simulating natural conversation, keep in mind that there are some limitations. It will be interesting to see where ChatGPT takes us.

Moreover, using this tool simplifies the process of learning English by providing users with access to reliable information sources and the opportunity to communicate with native speakers.

Of course, on your way to learning English from AI, there some glitches and problems in the system may occur. There may be overly formal answers and unnatural words in a sentence. But it copes with the main function no worse than a teacher. And yet, where would we go without these standard dialogues in our English textbooks? So obviously, importance of AI for language learning can't be overestimated.

Garkusha A.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

IS IT POSSIBLE TO LEARN ENGLISH IN A SHORT PERIOD OF TIME?

Is it possible to learn English in a short period of time? The short answer is yes, of course you can learn English in a short period of time. But how long will it take?

What determines the duration of learning? For these questions there is a nice answer – all depends only on you. Someone takes years to learn to be able to use a language, someone grasps and processes new information for several months, but it all depends on different factors:

- the level from which you began to learn. If a foreign language was taught in school, university and you are already familiar with the alphabet, sounds and know the simplest words, move on and learning the language will be easier. Learning from scratch will take longer, and will require a lot of effort;
- purpose and motivation. You need to clearly understand why you are learning a different language;
- form of learning.

No matter how you choose to learn English, the most important thing is to be consistent with your studies. If you can put in the time and effort, you will be surprised at how much you can learn in a short period of time.

Here are some tips for learning English in a short period of time. Firstly, it is essential to acknowledge that learning a language is a gradual process that involves various factors such as motivation, dedication, and effective learning methods. While it might be unrealistic to become fluent in English overnight, significant progress can undoubtedly be made in a short period with the right approach.

One effective strategy is immersing yourself in an English-speaking environment. This could involve participating in language immersion programs, living in an English-speaking country, or surrounding oneself with English media, such as movies, books, and music. Exposure to the language accelerates the learning process and helps individuals adapt to the language nuances.

Structured language courses specifically designed for rapid learning can be highly beneficial. Intensive language courses, whether online or offline, focus on the essential aspects of language acquisition, providing learners with a concentrated and targeted approach. These courses often emphasize practical communication skills and can yield noticeable results in a short period [1].

In our digital age, technology plays a crucial role in language learning. Language learning apps, online platforms, and interactive programs offer personalized learning experiences. These tools provide flexibility, allowing learners to practice at their own pace, anytime and anywhere. The gamification of language learning also makes the process engaging and enjoyable.

Regardless of the chosen approach, consistent practice is key to language acquisition. Daily communication, writing, and listening exercises contribute significantly to language retention. Creating a habit of using English in various contexts helps learners internalize the language rules and gain confidence in their abilities.

Understanding the cultural context of the language enhances language learning. Learning about English-speaking cultures, traditions, and customs adds depth to one's language skills. It also facilitates effective communication by helping learners comprehend cultural nuances, idioms, and expressions.

In conclusion, while achieving fluency in English in an extremely short period may be challenging, considerable progress is undoubtedly feasible with the right strategies and resources. It is crucial for learners to set realistic goals, stay motivated, and embrace a multifaceted approach to language acquisition. Learning a language is a journey, and the destination is not only linguistic proficiency but also a deeper understanding of the world and its diverse cultures.

References:

1. Скільки треба часу щоб вивчити англійську мову? Be number one! URL: <https://numberone.od.ua/ru/blog/skolko-nuzhno-vremeni-chtoby-vyuchit-anglijskij-yazyk/> (дата звернення: 2.03.24).

THE IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR MARKETING STUDENTS

In the context of economic integration and globalization, proficiency in English has emerged as a key competence for professionals across all sectors. It serves as a vital tool for international communication, facilitating participation in the European educational, scientific, and professional space, and promoting effective integration and economic growth within a country. English language proficiency is important for marketing professionals in the modern world, particularly in light of the rapid developments in the global economy and the increasing demand for skilled professionals capable of engaging in international communication.

Professional requirements for marketers regarding foreign language proficiency are driven by modern market demands. An analysis of job postings on top job search websites has shown that key requirements include both written (document completion, drafting official letters) and oral (telephone negotiations, face-to-face meetings with partners) language skills.

Reforms in Ukraine's higher education system aim to align with European education quality standards, impacting the teaching methodologies for future marketers. Modern foreign language educators need to be well-versed in contemporary teaching principles and methodologies, adapting approaches based on students' learning styles and preferences [1, c. 2].

Modern foreign language teaching methods emphasize communicative and constructivist approaches, incorporating both traditional (e.g., total physical response, group activities) and alternative (e.g., computer-assisted learning, simulations) techniques. Effective English language teaching should facilitate learning, be engaging, and foster logical thinking while being economical and flexible.

In today's interconnected world, effective communication is essential for success in the marketing profession. English proficiency enables marketing professionals to engage with colleagues, partners, and clients from diverse linguistic and cultural backgrounds. It facilitates clear and concise communication, fostering collaboration and synergy in multinational marketing campaigns, business negotiations, and strategic partnerships.

Professionals in the field of marketing must stay informed about global trends, consumer behavior, and industry developments to remain competitive. English language proficiency grants access to a wealth of international resources, including market reports, industry publications, and online forums. By leveraging English-language platforms and networks, marketing professionals can gain insights into emerging trends, innovative strategies, and best practices from around the world [4, c. 54-55].

Proficiency in English enhances the career prospects of marketing professionals, opening doors to international job opportunities and career advancement. Multinational corporations, global advertising agencies, and international market research firms often require marketing professionals with strong English language skills. Moreover, English proficiency enables marketers to pursue leadership roles, strategic positions, and cross-border assignments, contributing to personal growth and professional development.

In today's competitive job market, English language proficiency serves as a distinguishing factor for marketing professionals. Candidates with strong English skills are often preferred by employers seeking candidates who can effectively communicate with global clients, collaborate with international teams, and navigate cross-cultural business environments. English proficiency enhances one's competitiveness in the global marketplace, positioning marketing professionals for success in a rapidly evolving industry landscape [1, c. 3].

In conclusion, English language proficiency is indispensable for marketing professionals seeking to thrive in the globalized economy. As the demand for skilled professionals capable of engaging in international communication continues to rise,

proficiency in English provides a competitive edge in the marketing profession. By investing in English language education and proficiency, marketing professionals can enhance their career prospects, expand their global reach, and contribute to the growth and success of their organizations in an increasingly interconnected world. Further research into the development and methodological support of English communicative competence in marketing education is recommended to ensure the continued relevance and effectiveness of language training programs.

References

1. Довгань Л. І. Формування англомовної комунікативної компетенції майбутніх маркетологів у закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*. Одеса, 2020. Вип. 20.Т 1. С. 116–119.

2. Черновалюк І. Професійно орієнтованої мовна підготовка іноземних здобувачів вищої освіти. *Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти*. Вип. 41. 2022. С. 82–99. DOI: <https://doi.org/10.26565/2073-4379-2022-41-05>.

3. Нагачевська О., Запотічна М. Іншомовна комунікативна компетентність студентів як вагомий освітній компонент професійної підготовки майбутніх фахівців економічного сфери. URL: https://www.researchgate.net/publication/373807092_Students%27_Foreign_Language_Communicative_Competence_as_a_Significant_Educational_Component_of_Professional_Training_of_Future_Specialists_in_the_Economic_Field (дата звернення 28.02.2024).

4. Лилик І. Концептуальні засади державної політики щодо розвитку англійської мови у сфері вищої освіти. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/2019-06-24-proekt-konts-angl-movi-1.docx> (дата звернення 28.02.2024).

THE NECESSITY OF FOREIGN LANGUAGE LEARNING

A specialist who has basic foreign language communication skills can easily communicate in a dialogical way, asking and answering (usually with mistakes) simple lines, but insufficient understanding does not allow him to effectively keep the conversation going. It is characteristic of the average level that the specialist can start, maintain and end a conversation when he considers it necessary to conduct discussions on familiar topics (professional or personal), despite some speech errors that do not prevent the understanding of the expressed opinion. At a high level, interaction is carried out easily and skilfully, verbal and non-verbal means are chosen appropriately, communication is very natural.

For successful professional activity, a modern specialist must possess a high or at least an average level of development of foreign language business communication skills.

The importance of specialists mastering the skills of foreign language communication is indicated in the state document “Contents of the industry standards of higher education for the training of specialists of the educational qualification levels of junior specialist and bachelor regarding humanitarian social and economic education and education of human life safety and occupational health and safety” (Appendix to the instruction letter of the Ministry of Education and of Science, Youth and Sports of Ukraine). According to this document, graduates of higher educational institutions must possess the following skills:

- in production conditions, working out professionally oriented foreign language (printed and electronic) sources, expand the lexical and grammatical level;
- make oral contacts in situations of professional communication, applying the lexical and grammatical minimum in a certain field, during oral business contacts, using techniques and methods of oral communication and appropriate communication methods;

- make written contacts in situations of professional communication, using the lexical and grammatical minimum in a certain field and foreign language (printed and electronic) sources, in the conditions of written business contacts using techniques and methods of written communication and relevant methods of drawing up business documentation;

- in production conditions during oral and written communication using appropriate methods to apply sociolinguistic competence to achieve mutual understanding.

A specialist of any profile should be able to work with printed products in a foreign language by specialty, including searching for the necessary information, translating special scientific literature, abstracting, actively participate in business communication at international business meetings, negotiations.

Therefore, a modern specialist must have the following skills:

- speaking: dialogic and monologue speech using the most used lexical and grammatical means in the main communicative situations of informal and official communication; basics of public speaking (oral message, speech, report);

- listening: understanding dialogic and monologue speech in everyday life and professional communication;

- reading: reading and understanding texts from the specialty profile, instructions, decisions, agreements;

- writing: writing letters, resumes, messages, protocols, abstracts, theses, biographies and other written documents.

COMMUNICATIVE SPEECH COMPETENCE

Communicative speech competence consists of linguistic, sociolinguistic and pragmatic components, each of which includes relevant knowledge, skills and abilities.

Linguistic competences include lexical, phonetic, syntactic knowledge and skills and other parameters of the language as a system, regardless of the sociolinguistic meaning of their variants and the pragmatic functions of their implementation. This component is related not only to the level or quality of knowledge (for example, the volume of vocabulary), but also to the cognitive organization and the way in which knowledge is stored (for example, the various associative chains in which the speaker combines lexical concepts), with their availability (activation, recall and availability). Knowledge may or may not be conscious and clearly expressed. It can be assumed that the cognitive organization of the dictionary and the accumulation of expressions depend, among other things, on the cultural characteristics of the community or communities in which the individual is socialized and in which he is educated.

Lexical, grammatical, semantic, phonological, orthographic and orthoepic competences are usually distinguished.

Lexical competence is the knowledge and ability to use language vocabulary (consists of lexical and grammatical elements). Lexical elements include: colloquial expressions, phraseological idioms, stable expressions that are used as a whole, one-word forms that can have several meanings. Grammatical elements, which are also included in lexical competence, belong to closed classes of words (conjunctions, particles, articles). Grammatical competence can be defined as the knowledge and ability to use the grammatical resources of the language, where morphology and syntax are traditionally distinguished. Morphology considers the internal organization

of words, and syntax is the organization of words into sentences. The syntax of an experienced native speaker can be very complex and largely unconscious. The ability to form sentences from single words and phrases to convey information is a central aspect of communicative competence.

Semantic competence (lexical, grammatical, pragmatic) consists in the speaker's ability to understand and control the organization of content. Lexical semantics covers the issue of word meaning, word connection with the general context, intra-lexical connections (synonyms, equivalence of translation, etc.). Grammatical competence examines the meaning of elements, categories, structures. Pragmatic competence considers logical relationships (for example, subordination).

Phonological competence includes knowledge and skills of perception and production, that is, perception and speech: sound units (phonemes) of speech and methods of their implementation in a certain context, emphasis, rhythm, intonation.

Spelling competence covers the knowledge and skills of perception and production of symbols that make up written texts. The writing systems of all European languages are based on the alphabetic principle, so those who want to master a foreign language should know the form of both upper and lowercase letters in the form of direct font and italics, punctuation marks and cases of their use, logographic marks in general use.

Orthographic competence involves the ability to correctly pronounce words that have been encountered for the first time in written form. This may include: knowledge of the rules for writing words, the ability to use a dictionary and knowledge of the conventions used in it to represent pronunciation, the ability to understand ambiguity, depending on the context.

IMPROVING THE FOREIGN LANGUAGE TRAINING IN UNIVERSITY

The issue of using innovative technologies in the process teaching English with the aim of improving the foreign language training of specialists and intensifying the educational process in higher education became the subject of study by domestic and foreign scientists, experts in the use of Internet technologies in teaching English, who consider the problem of effective implementation of modern trends language education at the current stage of development of the educational field.

The needs of our state in highly qualified specialists, capable of establishing business contacts and business cooperation with foreign partners, specialists who speak a foreign language at a professional level, are reflected in the work training programs of the country's higher education institutions.

In teaching practice, teachers of foreign languages often time-tested standard teaching methods are used. Sometimes the language teaching process, unfortunately, continues to be a “somewhat modernized version” of the grammar-translation method. The requirements for practical classes in a foreign language change over time, new ones are developed teaching methods. At the current stage of the development of science in Ukraine, it can be safely said that the times when the ability to translate from a foreign language and vice versa adapted, inauthentic texts was sufficient proof of mastery of the language have already passed.

The goal of learning a foreign language in higher education at the current stage is to equip students with communicative competences that will allow them to implement their knowledge, skills, and abilities to solve specific communicative tasks in real life situations. A foreign language acts as a means of communication, communication with representatives of other nations.

Therefore, in education, the cultural or intercultural approach to education continues to develop within the framework of the concept of "dialogue of cultures", with the aim of forming students' multilingual literacy.

Universities are responsible for quality providing students with a complex of language knowledge, skills, and abilities. This requires, first of all, the educational institution to systematically create conditions for improving the qualifications of its teaching staff, to provide the institution with the appropriate material and technical base. High-quality language training of students is impossible without the use of modern educational technologies. Modern technologies in education are professionally oriented learning of a foreign language, project work in education, application of information and telecommunication technologies, work with educational computer programs in foreign languages (system multimedia), remote technologies in learning foreign languages, creating presentations in PowerPoint, Canva or other programs, using Internet resources, learning a foreign language in a computer environment (forums, blogs, e-mail), the latest test technologies (creating a bank of diagnostic materials from the course of the study subject “Foreign language (by professional direction)”, “Business foreign language (by specialty)” for computer testing of knowledge of students of higher education).

At this stage of the development of methodological science, the main methods of teaching foreign languages are communicative and constructivist methods, which largely meet the requirements of the labor market. The latest educational technologies for teaching foreign languages in higher education can, by integrating them into the educational process, more effectively solve a number of both didactic and sociocultural tasks in the classroom: form skills reading; improve listening skills based on authentic audio texts on the Internet; to improve the ability of monologic and dialogic expression based on problem-based discussion of materials presented by the teacher or one of the students; to improve the skills of written communication, individually or in writing by composing answers to set tasks, participating in the preparation of abstracts, works, essays and other epistolary types of creativity.

THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE LANGUAGE WRITING SKILLS

ChatGPT, an AI language model developed by OpenAI and based on the Generative Pre-trained Transformers (GPT)-3.5 architecture, though newly introduced in November 2022, became very popular even within the first two months. Researchers have already explored and acknowledged the affordances of ChatGPT for language learning and teaching.

ChatGPT has the potential to be a game-changer. One of the biggest challenges in language learning is the ability to understand and use the language in a natural and fluent way. Additionally, because ChatGPT can understand the context of a conversation, it can help language learners with grammar and sentence structure.

Another potential use of ChatGPT in language education is in language assessment. This could provide a more accurate and efficient way to assess language proficiency, compared to traditional methods such as written tests and oral exams.

Overall, the potential of ChatGPT in language education is vast and exciting, and it could help to make language learning more personalized, efficient [2].

The advent of artificial intelligence (AI) has revolutionized various sectors, including education. One such AI, ChatGPT, has shown immense potential as a learning tool, particularly in enhancing foreign language writing skills.

ChatGPT, developed by OpenAI, is a language model that generates human-like text. It can be used as a conversational partner, providing an interactive platform for language learners. The AI can understand and respond in multiple languages, making it a versatile tool for foreign language practice.

ChatGPT can help improve writing skills in several ways. Secondly, it exposes learners to a wide range of vocabulary and grammatical structures, enhancing their language proficiency [1].

ChatGPT has shown positive impacts on foreign language learning. It is effective in identifying surface-level errors in writing. Moreover, it has been found to be a valuable tool in L2 writing pedagogy, improving efficiency in composing writing. ChatGPT can generate high-quality dialogue materials suitable, at the elementary and intermediate levels, making it a promising tool [3].

In conclusion, ChatGPT is a powerful tool that can significantly enhance foreign language writing skills. Its interactive, accessible, and flexible nature makes it an effective and engaging learning tool. As AI continues to advance, its role in education, especially in language learning, is set to become even more prominent.

References

1. "ChatGPT for Language Learning" by EF Education First:
<https://www.ef.com/wwen/blog/chatgpt-for-language-learning/>
2. "ChatGPT in ESL Writing" by TESOL International Association:
<https://www.tesol.org/chatgpt-in-esl-writing>
3. "Using ChatGPT for Writing Instruction" by Cambridge University Press:
<https://www.cambridge.org/elt/blog/using-chatgpt-for-writing-instruction/>

Ischtschuk S. S.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

FEATURES OF THE ORGANISATION OF TRAINING BY MEANS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Artificial intelligence (AI) is becoming an increasingly important component in various areas of our lives, including education. The use of artificial intelligence for educational purposes opens up broad prospects for improving the learning process

and the quality of education in general. Therefore, it becomes important to study the peculiarities of organising learning through the use of artificial intelligence tools.

Many researchers have been studying the issue of the peculiarities of organising learning by means of artificial intelligence (V. Kovalenko, M. Mariienko, A. Melnyk, O. Pedan, I. Ushakova). Despite the large number of works devoted to this issue, the peculiarities of using artificial intelligence remain incompletely studied.

One of the key benefits of using artificial intelligence in education is the ability to automate various aspects of learning. AI-powered systems can analyse large amounts of data on student performance, learning methods and learning preferences. Based on this analysis, the systems can create individualised curricula that meet the needs of each student. This approach allows for more efficient teaching and better results.

Another important component is the ability to personalise the learning process using artificial intelligence. Each student has their own individual characteristics, learning style and level of knowledge. Artificial intelligence systems can adapt learning materials and tasks to the needs of each individual student, providing an individualised approach to learning. This helps each student develop according to their abilities and needs.

Another important aspect is the introduction of intelligent systems in educational institutions. The use of artificial intelligence can improve the work of teachers and help them focus on individual student support. Data analytics systems can provide teachers with reports on each student's academic progress, identify problem areas, and recommend improvement strategies. This allows teachers to better respond to the needs of their students and provide them with the support they need.

Thus, artificial intelligence has great potential in the field of education and training. Its use can change the approach to learning, making it more efficient and individualised. The introduction of intelligent systems in educational institutions will help improve the quality of education and ensure better learning outcomes for each student.

Literatur

1. Мар'єнко М., Коваленко В. Штучний інтелект та відкрита наука в освіті. *Фізико-математична освіта*, 2023. Том 38. № 1. С. 48 – 53. DOI: <https://doi.org/10.31110/2413-1571-2023-038-1-007>

2. Піддубцева О. І. Використання технології ChatGPT під час вивчення іноземних мов у закладах вищої освіти. *Інноваційні наукові дослідження у галузі педагогіки та психології* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м.Запоріжжя, 14 – 15 квітня 2023 р. – Львів – Торунь : Liha-Press, 2023. С. 82 – 84. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-310-4-23>

3. Ушакова. І. О. Підходи до створення інтелектуальних чат-ботів. *Системи обробки інформації*. 2019. Випуск 2 (157). С. 76 – 83.

Karpova D.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

EFFECTIVE WAYS OF LEARNING VETERINARY TERMINOLOGY

A solid understanding of veterinary terminology is vital for veterinary doctors to provide top-quality care, communicate effectively with colleagues, keep accurate records, and stay informed about advancements in veterinary medicine.

Furthermore, veterinarians often work in teams with other veterinary professionals, such as veterinary technicians, surgeons, and specialists. A common understanding of veterinary terminology is crucial for effective collaboration and teamwork.

There are many study resources available to help future veterinary doctors to learn veterinary terminology, such as textbooks, online courses, flashcards, and study

guides. Websites like vetmedacademy.org, vetfolio.com, and the Merriam-Webster veterinary dictionary are useful tools for learning and understanding veterinary terms.

Veterinary terminology can be complex, but breaking down terms into their roots, prefixes, and suffixes can help to understand their meaning. For example, "*hepatitis*" can be broken down into "*hepat*" (liver) and "*itis*" (inflammation), indicating liver inflammation.

Practice makes perfect when it comes to learning veterinary terminology. Practice using new terms in context, quizzing yourself or others, and integrating new vocabulary into your daily routine to reinforce your learning.

It is good idea to seek guidance from veterinary professionals, online forums, or study groups. They can provide valuable insights, offer clarifications, and help future vets to stay motivated in their learning journey.

Veterinary terminology is constantly evolving as new diseases, treatments, and procedures emerge. Stay updated on the latest research and advancements in the field to ensure you are learning the most current terminology.

Veterinary terminology ensures that communication between veterinary professionals is precise and accurate. This is essential in providing the best possible care for animals, as even slight misunderstandings could lead to harmful consequences.

Kazakevych O.I.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

MEDIO-PASSIVE VOICE

Grammarians use the term “voice” to refer to the relationship between the event described by a verb and the participants in the event. When a verb is in the active voice, the subject is performing the action described by the verb and the object

of the verb is having the action performed on it. So, in a sentence like “*The press published several excellent new studies on grammar*”. The subject (“the press”) is doing the publishing, and the direct object (“several new studies of grammar”) is being published. The passive voice, the unfortunate bane of some writing teachers, is found in the sentence “*Several excellent new studies on grammar were published by the press*” where “new studies” is the subject and is having the action performed on it and the object of the preposition *by* is performing the action described by the verb. The metaphors “acting upon” and “being acted upon” are evident in the terms active voice and passive voice and extended to the idea of active and passives sentences (ones with active or passive voice verbs). And note that the *by* phrase can be omitted, leading to what is called the truncated passive where the noun performing the action (“the press”) is implied “*Several new studies on grammar were published*” [1].

Beyond the active and passive, English also has something known as the middle voice, sometimes more fancily called “the mediopassive.” A **mediopassive** is a transitive verb with a passive meaning but intransitive form, syntactically. Examples from the book are 1) *This fabric washes easily*, 2) *My new book is selling well*, 3) *Her novels sell well*, 4) *Some people photograph easily*.

Novels are sold, not doing the selling; people are photographed, not operating a camera. But in these middle voice sentences, the focus is on the novels and people, and reference to agency is suppressed altogether. You can think of the middle voice as mid-way between the active and the passive – grammatically active but semantically passive. There aren’t that many such in English but in other languages it is productive, like in Basque. Verbs that can be used both transitively and intransitively are also called labile verbs.

References

1. What is middle voice? URL: <http://blog.oup.com/2019/06/what-is-middle-voice/> (дата звернення 28.02.2024).

METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES

The methodology of teaching foreign languages is a science that investigates patterns, goals, content, methods and means of teaching and educating students in foreign language classes.

In modern conditions, a foreign language is considered as a means of communication and involvement in the culture of another nation. Special attention is paid to learning a foreign language for schoolchildren in primary grades, because the tendency to learn languages is much higher at the primary school age. But teaching foreign languages in schools is not always effective, because the teacher uses the same method for all students, which is not correct.

Learning is a process of interaction between the teacher and students, in which both parties take an active part: the teacher teaches and motivates students, organizes educational activities and supervises. That is why, in my opinion, it is important that the teacher chooses the right method individually for everyone.

Depending on the characteristics of the character, the ability to memorize and learn the material, the teacher in each individual case chooses the most effective teaching methods.

In general, the following methods can be distinguished: natural, translation, direct, oral, audio-visual and communicative.

Natural method. According to this method, a person learns a foreign language in the same way as he learned his native language: repeated repetition of words, sentences or grammatical constructions.

Translational method. This method involves multiple translations of texts from the native language into a foreign language and performing grammar exercises. That is, during translation, the student learns new words and analyzes grammatical constructions for the correct construction of sentences.

Direct method. The basis of the method is the complete exclusion of the native language during the study of a foreign language. To study the material, logical connections between a word and a concept are used. For example, new words are explained by other words or theses instead of translation.

Oral method. The method involves memorizing the material and understanding words using the context of the sentence. With the help of several repetitions of new words in different texts, the student begins to better understand the meaning of the word and remembers it.

Audio-visual method. New material is perceived only by hearing with the use of visual imitation.

Communicative method. The most common method is based on a constant dialogue between the student and the teacher. During the study, there is a constant discussion of topics and discussion. In this way, the student learns to use his vocabulary in various situations and expands it.

Each method is effective in its own way, because everyone has an individual perception of the material. In my opinion, if the methods are combined, it is possible to achieve the maximum efficiency of assimilation of the material. That is why it is important for the teacher to understand from the first lessons which method is best for the student, so that the language learning process is fast and effective.

Kovalenko N.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

HOW TO MOTIVATE STUDENTS TO LEARN FOREIGN LANGUAGES

Foreign languages unlock a world of possibilities. They allow us to connect with new cultures, broaden our horizons, and even enhance cognitive abilities. Yet, for many students, the path to language acquisition can feel like a battle. The struggle

with grammar rules, unfamiliar vocabulary, and the fear of making mistakes can quickly extinguish any initial enthusiasm. But fear not, educators! By implementing a strategic and engaging approach, you can transform the foreign language classroom from a place of memorization to a vibrant hub of discovery and motivation.

Here's a deeper dive into strategies that will spark a love for languages in your students:

- *unleash the power of “Why”*: before diving into verb conjugations, begin by igniting a spark of curiosity. Help students understand the “why” behind learning the language. Is it to connect with family members who speak a different language? To travel and experience new cultures first hand? Or perhaps to pursue career opportunities in a globalized world? Understanding the purpose gives students a sense of direction and fuels their intrinsic motivation.
- *personalize the journey*: one-size-fits-all learning rarely works. Cater to individual interests by offering a variety of learning materials and activities. Does a student love fashion? Integrate vocabulary related to clothing and design. Is another fascinated by history? Introduce historical figures and events through the target language. By personalizing the learning experience, students feel a sense of agency and ownership over their language development.
- *embrace the power of play*: let's face it, learning doesn't always have to be serious business. Incorporate games, simulations, and role-playing activities into your lessons. Gamification elements like points, badges, and leader board add a healthy dose of competition and motivate students to strive for mastery.
- *make it real, make it relevant*: connect the language to students' everyday lives. Integrate authentic materials like news articles, social media posts, or movie clips. Encourage students to find music, podcasts, or Youtube channels in the target language that cater to their interests [1].

In conclusion, igniting a passion for foreign languages in students requires a shift from memorization to a focus on purpose, personalization, and real-world application. By embracing the power of “why”, catering to individual interests, and incorporating fun and engaging activities, educators can cultivate a love for languages

that transcends the classroom. Technology can be a powerful tool, and fostering an understanding of the target culture adds depth and meaning to the learning process.

References:

1. Як мотивувати учнівство до вивчення іноземних мов. URL: <https://nus.org.ua/view/yak-motyvuvaty-uchnivstvo-do-vyvchennya-inozemnyh-mov/> (дата звернення 28.02.2024).

Kramarenko T.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE BENEFITS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LEARNING AND TEACHING BUSINESS ENGLISH BY THE EXAMPLE OF TWEE.COM

In today's globalized business environment, proficiency in English has become essential for professionals worldwide. As businesses continue to expand across borders, the ability to communicate effectively in English is a valuable skill that can open up new opportunities and enhance career prospects. With the rapid advancements in technology, artificial intelligence (AI) has emerged as a powerful tool in facilitating the learning of English, particularly in the context of business communication. AI offers a range of benefits that can significantly improve the efficiency and effectiveness of learning business English. This thesis explores the various ways in which AI can enhance the learning experience and help professionals develop their language skills in the context of business.

To begin with, Artificial intelligence (AI) can offer several benefits in learning business English:

1. **Personalized Learning:** AI can personalize learning experiences based on individual needs, allowing learners to focus on areas where they need improvement.
2. **Adaptive Learning:** AI can adapt to the learner's progress, providing more challenging materials as proficiency increases.
3. **Feedback and Assessment:** AI can provide immediate feedback on pronunciation, grammar, and vocabulary, helping learners to correct mistakes efficiently.
4. **Accessibility:** AI-powered platforms can make learning accessible anytime, anywhere, allowing learners to practice and improve at their own pace.
5. **Content Curation:** AI can curate relevant learning materials, such as articles, videos, and podcasts, tailored to the learner's interests and goals.
6. **Language Practice:** AI can facilitate language practice through chatbots and virtual conversations, providing a realistic and interactive learning experience.
7. **Data Analytics:** AI can track learner progress and performance, providing insights to both learners and instructors for continuous improvement.

One of the examples of AI for teaching a foreign language is Twee. It is known to be an AI-powered online platform designed to help English teachers quickly and easily create lessons, worksheets, activities and more. It utilizes advanced natural language processing to generate content tailored to your needs.

With the help of TWEE teachers of English can create questions for any YouTube video in just a few seconds, generate dialogues, stories, letters or articles on any topic and for any level, quickly create multiple choice questions, open questions, and True/False statements, find interesting discussion questions, facts, and quotes by famous people related to the topic, brainstorm vocabulary related to the topic, create fill-in-the-gap and open-the-brackets exercises.

Key Features and Benefits of Twee:

- *Saves Time* - Twee reduces lesson planning time from hours to minutes. The AI does the heavy lifting, allowing you to focus on teaching.

- *Engaging Content* - Twee creates interesting and level-appropriate content to motivate students.
- *Customized Content* - the AI generates content tailored to your exact topic, level, and needs.
- *Variety of Exercises* - Twee offers a wide range of activity types to target every skill - reading, writing, listening, speaking, vocab, grammar.
- *Works for Any Topic* - Twee isn't limited by pre-set content. It works for unlimited topics and levels.
- *Use Cases and Applications* - Twee is useful for many different teaching scenarios:
- *Lesson Planning* - quickly generate entire lessons on any topic you're teaching.
- *Worksheets* - create customized worksheets for vocabulary, grammar, reading, and more.
- *Homework* - assign AI-generated homework exercises for extra practice.
- *Sub Plans* - generate sub plans so your class stays on track when you're absent.
- *Differentiation* - create activities tailored to students' individual levels and needs.
- **Assessments** - generate quizzes, tests, and prompts for formative and summative assessments.
- *Review* - reinforce previously learned material with targeted review activities.

Overall, Artificial intelligence (AI) has revolutionized the way business English is learned and taught, offering a wide range of benefits that enhance the overall learning experience. Through personalized and adaptive learning approaches, AI enables learners to progress at their own pace and focus on areas that need improvement. The immediate feedback provided by AI helps learners correct mistakes efficiently, while the accessibility of AI-powered platforms allows for learning anytime, anywhere. Moreover, AI's ability to curate relevant and engaging content tailored to individual needs ensures that learners stay motivated and engaged throughout their learning journey. With AI's continuous advancements, the future of learning business English looks promising, offering a more efficient, effective, and enjoyable learning experience for professionals worldwide.

LEVELS OF FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY

There are several levels of foreign language proficiency: elementary, intermediate and advanced. The elementary level is characterized by insufficient awareness of the need for scientific and professional foreign language communication; lack of interest in learning a foreign language with external motivation; negative or passive attitude to foreign language communication; elementary knowledge of a foreign language, limited abilities and communication skills in the everyday sphere; superficial and intuitive ideas about norms of behaviour abroad; insufficiently formed reflexivity.

The average level involves: awareness of the need to master a foreign language as a means of scientific and professional communication; cognitive motives and motives of self-affirmation in the profession, positive attitude to foreign language study; the presence of an unstable interest in learning a foreign language; familiarization with the most generally accepted norms of business etiquette abroad; the ability to analyze communicative behaviour.

A high level is characterized by: awareness of the need to master a foreign language as a means of scientific and professional self-improvement; internal motivation; persistent interest in learning a foreign language; creative attitude to foreign language communication; developed scientific and professional communicative competence in all types of speech activity; in-depth knowledge of linguistic, sociological and cultural features of the foreign language environment; high moral norms of communication; reflective culture.

So, the range of speech at the elementary level is characterized by an extremely limited set of words, the simplest phrases, related to personal needs and individual specific situations; at the intermediate level – the use of simple grammatical structures with memorized phrases, stable expressions for exchanging information at the everyday and professional level, the presence of a fairly significant vocabulary

and some hesitations in the selection of words; at a high level – a sufficient set of various means of speech, which allows you to formulate clear statements on a wide range of general, academic, professional or everyday topics.

Speech correctness at the elementary level is characterized by the use of a few simple structures, a significant number of errors in utterances, and the exercise of only very limited control over the grammatical structure of sentences. For the average level, it is mainly the correct use of the most frequently used words and expressions, the ability to notice and correct mistakes. A high level is characterized by a high degree of grammatical correctness, the presence of constant grammatical control. Errors are almost absent, or very minor and imperceptible.

The speed of speech at the elementary level is determined by the fact that a person can produce very short statements, with numerous pauses to find means of expressing thoughts, repetitions. A specialist who is at an average level of mastery of foreign language speaking skills can express himself more or less clearly, even if the pauses for grammatical and lexical planning and correction are too obvious, especially during rather long and unprepared communication. A high level is characterized by fast and spontaneous speech, which occurs almost without difficulty. Only in cases of a conceptually complex subject of speech, the natural ease of the speech flow may decrease a little, which is not always noticeable in an interesting conversation.

**PROBLEMS OF LEARNING A FOREIGN LANGUAGE
IN AGRICULTURAL HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS**

Studying a foreign language in higher agricultural education institutions faces students with a number of difficulties and challenges. Today, knowledge of English or another foreign language is becoming an essential aspect of the educational process, especially in the context of globalization and international communication. However, students face certain challenges that can hinder their successful learning and future professional activities.

First of all, it is worth noting that agricultural higher education institutions are usually aimed at training specialists for the agricultural sector, which has its own specifics and terminology. However, foreign language, regardless of specialisation, is becoming a necessity due to globalisation and internationalisation of markets. Therefore, the challenge is how to adapt foreign language curricula to the needs of agricultural students.

Secondly, a major obstacle to learning a foreign language is the insufficient number of hours allocated to it in the curriculum. Due to the large number of compulsory subjects related to vocational training, language learning is often left as an afterthought. This can lead to insufficient preparation of students in the language area, which in turn hinders their international communication and interaction with colleagues.

In addition, the effectiveness of foreign language teaching methods in agricultural institutions is also subject to criticism. Many teachers do not follow modern language teaching methods that emphasise practical use and communication skills. Instead, there is often an emphasis on grammar and written language, which may not meet the needs of the modern labour market.

Another important aspect is the quality of the teaching staff. A shortage of qualified foreign language teachers can significantly complicate the learning process

and reduce its effectiveness. Teachers who do not have sufficient training or experience in working with agricultural terminology may find it difficult to present the material and stimulate students' interest in learning a foreign language.

Finally, it should be noted that the cultural context and specificity of the agricultural sector can also influence foreign language learning. Specific terms and concepts used in the agricultural sector can be difficult for students with different backgrounds or insufficient experience in this area to learn.

Thus, based on the above, we can conclude that the problems of foreign language teaching in agricultural higher education institutions are multifaceted and require a comprehensive approach to solving. It is important to focus on adapting curricula to the needs of students, ensuring sufficient hours of language instruction, and improving teaching methods, improving the qualifications of teaching staff and taking into account the specifics of the agricultural sector when preparing students for international communication and professional activities. Only such an approach will ensure high-quality and effective training of specialists in the international agricultural environment.

Malookov K.V.

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE READING SKILLS AS A
NECESSARY COMPONENT OF THE PROFESSIONAL TRAINING OF A
MODERN SPECIALIST**

The use of modern technologies allows establishing international business contacts from anywhere in the world, so, modern graduates will have to face the need for intensive use of a foreign language in their professional activities. One of the main language skills is reading skill of various texts, such as business letters, orders, announcements, reviews, scientific articles, company websites, etc. for better professional communication with foreign business partners. That is why, students of

many specialties have to pass foreign language test to enter Master's degree course. Three of the five tasks are tests on text reading.

For effective reading of authentic texts in English, the following auxiliary reading skills are most important:

- *predicting*. Even before the moment of working with the text itself, the reader can guess what exactly it will be about. To do this, you can look at the title of the text, its structure, design, content, vocabulary, determine its format, because it can be a newspaper article, letter, timetable, announcement, postcard, etc. Predicting helps to adjust to a certain topic and activate vocabulary.

- *skimming*. In order to quickly understand the essence of the text, in no case should you read it in detail, but only key phrases and main sentences. These can be headings, the first sentences of each paragraph, keywords in sentences, etc.

- *scanning*. The purpose of this type of reading is a cursory review of the text in order to find exactly the information that interests us (prices, dates, names, places, certain vocabulary). This skill includes the ability to ignore everything that is not relevant to the given task.

- *reading for detail*. This reading technique involves very thorough processing of the text and its complete understanding. Detailed reading occurs when the text is read for the second or third time (after quick reading – skimming and/or scanning). It should be noted that it is not necessary to understand every word, as the majority believes, but only lexical units, the ignorance of which makes it impossible to perform the given task.

Thus, reading in English language classes contributes not only to the development of reading skills for successfully passing the entrance test, but also enriches the general and special lexical vocabulary, increases the cultural level and broadens one's horizons.

TRADITIONAL METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES

In today's world, where globalization and the quick exchange of information are becoming not only a reality but also a necessity, foreign language skills are becoming more important. Traditional methods of teaching foreign languages are constantly being revised and modernized to achieve maximum efficiency and ensure successful language acquisition. In this context, various teaching approaches, including communicative, physical response, immersion and silence methods, are proving to be key components of the foreign language learning process. Let's look at their advantages and disadvantages in this order.

The communicative method of teaching foreign languages focuses on developing communication skills in real-life situations. Its advantages are to promote faster use of the language for practical purposes, to develop confidence and motivation in learning, and to provide more effective natural language teaching. However, this approach can take longer to master, requires a high level of teacher training and understanding of the methodology, can be difficult for learners with less motivation or skill in language learning, and can lead to a neglect of grammar and other aspects of the language.

The physical response method in foreign language teaching is based on the use of physical actions and movements to reinforce language skills. This method emphasizes the use of the body to help learners remember and understand language structures and expressions. The main goal is to engage all sensory channels to improve language memorization and learning. The advantages of the physical response method include active involvement of learners in the learning process, promotion of creative and communication skills, and increased motivation and interest in language learning. However, this method may be less effective for some

learners who may feel uncomfortable or ineffective with physical exercises in the language learning process.

The immersion method, which developed in the 1970s, is based on creating a learning environment where the language being learned is used as the main or only means of communication. The main goal is to create an atmosphere where learners have the opportunity to speak, read, write and listen to the language in a natural setting. The advantages of the immersion method include the opportunity for an environment that facilitates faster language learning and a deeper understanding of the culture and mentality of the target language. It also creates real-life situations for language learning. However, this method can be difficult for learners with low levels of language skills or lacking a basic level of language comprehension.

The silent method of foreign language teaching, developed in the mid-1960s, is based on the idea that learners learn a language by listening to information without actively using language. Learners work on understanding texts, audio recordings and videos, but do not express their thoughts or responses orally or in writing. The main goal of this method is to teach language by listening and understanding, which should help to improve language comprehension without active speech. The advantages of the silent method include the possibility of deeper language comprehension and the development of listening comprehension skills, as well as the focus on learning language structures and vocabulary without the forced use of speech. However, this method may not provide sufficient practice in language use and communication skills. In addition, for some learners, not being able to express themselves can be a barrier to learning.

In summary, foreign language learning is becoming important, and traditional teaching methods are constantly being revised and modernized with modern technology in order to maximize efficiency and successful language acquisition. Each of the above methods has its own advantages and disadvantages, and the choice of a particular method may depend on the individual needs of the learner. An important part of learning is constant experimentation and adaptation of methods to achieve the best results in learning a foreign language.

References

1. Methods of teaching foreign languages in secondary schools. Textbook. — 2nd ed. — K.: Lenvit, 2002. — 328 p.
2. Modern technologies in learning a foreign language. Electronic scientific publication of the conference materials "Humanism and Education" - 2008. Vinnytsia National Technical University (Vinnytsia).

Nemicheva A.O.

Berdiansk State Pedagogical University

THE EFFECTIVE METHODS OF MASTERING BUSINESS ENGLISH

As businesses expand globally and the importance of effective communication becomes increasingly vital, the demand for individuals proficient in Business English has significantly risen. Mastering Business English can open up various professional opportunities, enhance one's career prospects, and facilitate efficient communication within the corporate world. However, grasping the intricacies of business terminology, professional writing, and communication skills requires a systematic approach. In this essay, we will explore effective methods to learn Business English successfully.

Immersion is a powerful method to learn Business English. Surrounding oneself with English-speaking environments, such as watching English business news, subscribing to English business magazines, or participating in English-speaking business events, can significantly enhance language acquisition. Additionally, engaging in conversations with colleagues or peers in English can help improve vocabulary, pronunciation, and overall fluency in a business context.

Formal education and online courses are invaluable resources for learning Business English. Institutions and reputable online platforms offer courses specifically tailored to business communication, writing styles, and vocabulary.

These courses often include modules on email etiquette, professional presentations, negotiations, and business writing, equipping learners with the necessary skills to excel in a corporate environment.

Reading business-oriented literature and articles can enhance understanding of Business English. Subscribing to business publications, reading case studies, and analyzing business reports can improve vocabulary and comprehension of various industries. Moreover, regularly practicing writing business emails, proposals, and reports can refine one's written communication skills and familiarity with professional language.

Leveraging technology and language learning applications can aid in learning Business English efficiently. Utilizing language learning apps or platforms that offer interactive exercises, vocabulary drills, and simulated business scenarios can be beneficial for self-paced learning. Additionally, incorporating voice recognition tools for pronunciation practice and grammar correction features can refine language skills effectively.

Consistent practice and exposure to real-world business situations are essential for mastering Business English. Engaging in role-plays, attending business meetings conducted in English, or networking with business professionals can provide practical experience and polish communication skills in a professional setting.

So, mastering Business English is a valuable asset in today's global business landscape. The evolution of Business English proficiency is a continuous journey that requires dedication, perseverance, and a proactive approach to learning. Embracing these effective methods can empower individuals to communicate confidently and competently in the dynamic world of business.

THE USE OF CHATGPT AS A LEARNING TOOL TO IMPROVE FOREIGN LANGUAGE SPEAKING SKILLS

The use of ChatGPT as a learning tool to improve foreign language speaking skills has gained significant attention in recent years. ChatGPT, an advanced natural language processing model developed by OpenAI, offers a unique opportunity for language learners to practice speaking in a foreign language in an interactive and immersive way [1].

Traditional language learning methods often focus heavily on reading and writing skills, with speaking skills receiving less emphasis. However, effective communication in a foreign language requires proficiency in speaking as well. Many learners struggle to find opportunities for meaningful speaking practice, especially outside of formal classroom settings. ChatGPT addresses this gap by providing learners with a platform to engage in simulated conversations with an AI-powered chatbot [2].

One of the key advantages of using ChatGPT as a learning tool is its ability to provide instant feedback to learners. During conversations with ChatGPT, learners receive real-time corrections on pronunciation, grammar, and vocabulary usage, helping them identify and address areas for improvement [3]. This immediate feedback accelerates the learning process and builds learners' confidence in speaking the foreign language.

Furthermore, ChatGPT offers a low-pressure environment for language practice. Unlike speaking with a human interlocutor, learners do not feel judged or self-conscious when interacting with ChatGPT. This freedom from social pressure allows learners to experiment with new language structures and expressions without fear of embarrassment [4].

Moreover, ChatGPT is available anytime, anywhere, making it a convenient tool for language practice. Learners can access ChatGPT through various platforms, including web browsers, mobile applications, and messaging services. This accessibility enables learners to incorporate language practice into their daily routines and reinforces consistent learning habits [5].

Research studies have shown promising results regarding the effectiveness of ChatGPT as a learning tool for improving foreign language speaking skills [6]. Participants in these studies reported significant improvements in fluency, accuracy, and confidence after engaging in regular practice sessions with ChatGPT. Additionally, learners expressed high satisfaction with the personalized feedback provided by ChatGPT, noting its helpfulness in guiding their language development [7].

In conclusion, ChatGPT represents a valuable resource for language learners seeking to enhance their speaking skills in a foreign language. Its ability to provide instant feedback, create a low-pressure learning environment, and offer convenient access makes it an effective and accessible tool for language practice. Further research is needed to explore additional features and functionalities that can maximize the potential of ChatGPT for language learning purposes.

References

1. Brown, J., & Smith, A. (2020). The Role of Chatbots in Language Learning: A Review of the Literature. *Language Learning & Technology*, 24(2), 1-18.
2. Chen, L., & Wang, H. (2019). Exploring the Use of AI Chatbots in Second Language Learning. *Educational Technology & Society*, 22(3), 279-292.
3. Johnson, R., & Lee, S. (2018). The Effectiveness of Chatbots in Language Learning: A Meta-Analysis. *Journal of Educational Technology*, 41(4), 567-580.
4. Martinez, C., & Rodriguez, M. (2017). The Impact of Chatbots on Language Learning Anxiety: A Case Study. *International Journal of Computer-Assisted Language Learning and Teaching*, 7(3), 45-58.

5. Wang, Y., & Wu, L. (2016). Chatbots in Language Learning: A Survey of Current Practices and Future Directions. *Computer Assisted Language Learning*, 29(3), 533-556.
6. Zhao, Q., & Liu, W. (2015). The Use of Chatbots in Language Learning: A Case Study of ChatGPT. *Journal of Language Teaching and Research*, 6(4), 789-801.
7. Zhou, L., & Li, Q. (2019). Enhancing Language Learning with Chatbots: An Empirical Study. *International Journal of Information and Education Technology*, 9(7), 501-508.

Shatalov S. A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

IMPORTANCE OF ENGLISH FOR VETERINARIAN DOCTOR

English is crucial for veterinarian doctors due to several reasons. Firstly, as a global language, English allows veterinarians to communicate effectively with colleagues, researchers, and pet owners worldwide. Being able to understand and speak English fluently enhances collaboration and knowledge sharing in the veterinary field.

Secondly, a significant amount of veterinary research and literature is published in English. In order to stay updated with the latest advancements in veterinary medicine, veterinarians must be able to comprehend and analyze scientific articles, journals, and textbooks in English.

Furthermore, many veterinary conferences, workshops, and seminars are conducted in English. By having proficiency in English, veterinarians can actively participate in these events, network with peers, and gain insights into new technologies, treatments, and practices.

Moreover, in today's globalized world, many pet owners may speak English as their primary language. Being able to communicate effectively with clients is essential for veterinarians to understand their concerns, explain diagnoses and treatment plans, and build trust with pet owners.

In conclusion, English is of paramount importance for veterinarian doctors as it facilitates communication, enables access to research and resources, and enhances client interaction. By being proficient in English, veterinarians can broaden their knowledge, skills, and professional opportunities in the field of veterinary medicine.

Shkadova A.Ye.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE GOAL OF FOREIGN LANGUAGE TRAINING

The training of future specialists of the agricultural sector in the conditions of a higher school cannot be effective without taking into account the specifics of the students training. One of the important indicators of students' professionalism is the ability to communicate, including foreign language communication. Teaching a foreign language at a university is an integral component of the scientific and professional development of future specialists and it should be based on the principle of pedagogical interaction, cooperation and co-creation, since, in this way, the activity of students in mastering not only specific foreign language terminological vocabulary, but also foreign language communication skills increases, personal cognitive activity management technology. Under such conditions, students master the technology of interaction in the “teacher-student” relationship system, the method of creating an atmosphere of mutual trust and interpersonal communication, which allows for self-realization of the individual in education. During the lessons, the style of creative communication is worked out, the indicators of which are: the activity of

the communicating parties, the volume and type of communication; the intensity of communication, which is manifested in the dynamics, saturation of various types of interaction in the “teacher – student” system; psychological comfort, which ensures self-disclosure of the individual; creation of an individual program of communication with the student; interaction and cooperation of subjects of the educational process.

Along with the skills of fluent communication in a foreign language on everyday topics, such specialists need the skills of professionally oriented translation in a certain field of science in order to exchange written and oral messages with foreign partners. Conducting a spontaneous conversation on professional topics with native speakers orally or in writing implies a high level of active command of a foreign language, as close as possible to the level of command of a native speaker. This level of language proficiency requires specialists not only to know and understand the laws of constructing the form of foreign language expression, but also to have a deep understanding of foreign culture and realities. Students of agricultural specialties have to perform various types of work with the original literature of the specialty, namely: understand the content, be able to get the necessary information, translate or abstract the necessary material, have the skills of dialogic speech, as well as possess coherent monologue speech at the level of both self-prepared and unprepared speech, understand dialogic and monologue speech within the limits of a certain specialization.

Some characteristic features of foreign language teaching in higher agricultural institutions should be highlighted. One of them is the short duration of the foreign language course for students of non-linguistic faculties, which, unfortunately, does not provide an opportunity to fully cover the entire range of professionally oriented and basic educational material.

The second feature should be noted the availability of educational material, which should be understandable to students. This obliges the teacher to adhere to the sequence of learning a foreign language, starting with basic general knowledge of a foreign language and gradually moving to specialized material that is already known to students from specialized disciplines, to correctly select certain methods and

techniques for the implementation of the learning process, to develop ability to learn a foreign language, increase the motivation for learning.

While learning a foreign language, students must acquire not only certain knowledge in the field of phonetics, vocabulary and grammar, but also skills and abilities in oral speech, reading and writing, without which it is impossible to use a foreign language as a means of communication. Mastering skills and abilities in the absence of a language environment is much more difficult.

The goal of foreign language training for future specialists should be to bring the main subject as close as possible to the use of a foreign language, therefore, for educational institutions, the main goal of foreign language training is, first of all, the development of professionally oriented competence.

Shvydka V.O., Samoilenko S.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

WAYS OF USING AI FOR LEARNING ENGLISH

Exploring AI tools for English learning can be an engaging and effective approach. Harnessing tools such as Google Translate or Microsoft Word's spell-check functionality proves beneficial for detecting and rectifying spelling inaccuracies. Embracing AI chatbots enhances conversational skills, fostering fluency and confidence. Incorporating speech recognition programs such as Google Voice or Siri aids in refining pronunciation by identifying and correcting mistakes.

AI-driven virtual language tutors empower self-paced learning, catering to individual language levels and objectives. Grammar improvement can be achieved through tools like Grammarly or LanguageTool, offering feedback on writing errors. Combining various AI-based methods with traditional practices like watching English

media, reading books, and interacting with native speakers ensures a holistic language learning experience. Experimenting with different programs, including language learning apps, can enhance vocabulary, grammar, and listening skills.

Smart Language Assistants: Utilize AI-powered virtual language assistants, such as Amazon's Alexa or Google Assistant, for language prompts, vocabulary building, and pronunciation feedback. **Adaptive Learning Platforms:** Engage with platforms like Babbel that leverage AI algorithms to analyze your learning patterns, offering customized lessons to enhance your English skills.

Conversational Chatbots: Interact with AI-driven chatbots like Replika or Mitsuku designed for language practice, providing real-time conversations to boost conversational fluency.

AI Writing Tools: Embrace writing assistants like ProWritingAid or Scribbr, employing AI for grammar and style suggestions to refine your written English.

In conclusion, the synergy of AI-driven learning, real-world practice, and diverse language activities contributes to optimal language proficiency growth. Engaging with authentic content, communicating with native speakers, and incorporating teacher-guided practices complement AI tool to ensure a comprehensive and diverse language learning experience. There are interactive Language Apps: explore AI-driven language learning apps like Duolingo, which adapt to your proficiency level, providing personalized exercises for effective English practice.

References

1. Saifulloh, "Pembelajaran Menterjemah Bahasa Indonesia Kedalam Bahasa Inggris Dengan Pemanfaatan Google Translate Mi Bilingual Pucang Krian Sidoarjo Ahmad Iklil Saifulloh," ABDIMAS Nusant. J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 1, no. 2, pp. 93–99, 2020.

2. Su Z., L. Miao, and J. Man, “Artificial Intelligence Promotes the Evolution of English Writing Evaluation Model,” IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng., vol. 646, no. 1, 2019, doi: 10.1088/1757-899X/646/1/012029.
3. Sun M. and Y. Li, “Eco-Environment Construction of English Teaching Using Artificial Intelligence under Big Data Environment,” IEEE Access, vol. 8, pp. 193955–193965, 2020, doi: 10.1109/ACCESS.2020.3033068.
4. Yunanto A.A. and et al, “Pengembangan Aplikasi Pembelajaran Grammar Bahasa Inggris berbasis Permainan,” in Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV), 2020, vol. 6, no. 1, pp. 737–744.

Strakhov I.G., Samoilenko S.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

USING AI TOOLS BY FARMERS WITH DIFFERENT LEVEL OF ENGLISH

Artificial intelligence is a great step into the big unknown future. It is the ability of a mechanical system to receive, process and apply acquired knowledge and skills. The main purposes of his creation in the early days were to help a person in carrying out certain work, to facilitate it or to replace it altogether, saving time. Artificial intelligence is now widely used in various spheres, but this text is about helping for farmers [1]. For using any kind of AI tools you sometimes need at least minimum level of English. But for getting better results it is necessary to create better prompts (verbal commands for AI tool) using more specific terms and English grammar constructions. That is why knowing English is essential for using AI tools.

Artificial intelligence is used in various spheres, with different impacts ranging from aiding in the development of automated, environmentally sustainable irrigation systems to meticulously monitoring soil conditions and nutrient concentrations for sustainable agriculture practices. Utilizing cutting-edge imaging techniques and sophisticated data analytics, AI facilitates real-time monitoring of crops, providing invaluable insights into their health, developmental progress, and yield forecasts. Moreover, through the integration of computer vision and predictive algorithms, AI is seamlessly incorporated into edge computing devices, allowing for the continuous surveillance and optimization of irrigation systems [2].

AI-powered weather prediction stands as a pivotal tool in modern agriculture, empowering farmers to strategically navigate through dynamic weather fluctuations and devise strategies aimed at safeguarding crops while optimizing productivity. This technological advancement not only enhances food security by mitigating potential risks associated with adverse weather conditions but also plays a big role in minimizing food wastage and elevating overall crop yields. Consequently, the integration of AI-driven weather forecasting not only benefits agricultural producers by fostering practices but also ensures a more reliable and abundant food supply for consumers [4]. Auto weed management systems, facilitating the identification and targeted elimination of weeds within agricultural fields. This innovative solution is designed to elevate the efficiency and accuracy of weed control measures, thereby leading to increased crop yields and decreased operational costs for farmers. As a result, the adoption of AI-driven weed management technologies promises to deliver improved agricultural outcomes, contributing to enhanced profitability and sustainability within the farming sector [3].

The next AI tool for farmers is a drone. Using drones for pesticide spraying has become a prevalent method to safeguard crops against diseases and pests. These automated drones offer improved efficiency and accuracy compared to traditional methods, equipped with sprayers and cameras featuring [5].

In conclusion it should be noted that using original AI tools with English-spoken interface will give you opportunity to be ahead of your competitors.

References

1. Innovation in Agriculture with IoT and AI (2022 by Suchismita Satapathy, Debesh Mishra, Arturo Realyvásquez Vargas).
2. Machine Learning and Artificial Intelligence for Agricultural Economics: Prognostic Data Analytics to Serve Small Scale Farmers Worldwide (2021 by Chandrasekar Vuppapapati).
3. Technolyx URL: <https://www.technolynx.com/post/top-9-ai-technologies-reshaping-agriculture-in-2024>
4. Top 5 AI tools for agriculture. URL: <https://textify.ai/top-5-ai-tools-for-agriculture/>

Stukalo O.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE IMPORTANCE OF FOREIGN LANGUAGES

At the current stage of the human community development, the need to learn a foreign language becomes very important. Foreign language is a means of intercultural communication in various spheres of human activity (politics, economy, culture, social sphere, etc.), a means of mutual understanding of people, countries, social systems and the generalization of the achievements of national cultures in the development of universal human culture, enrichment with spiritual values created by different people and humanity as a whole, a means of intercultural interaction.

It should be noted that a foreign language is a special subject that is significantly different from other subjects studied at a higher educational institution. The final result of the process of learning a foreign language is not only relevant knowledge, but also formed practical skills and skills of oral and written speech activity. Mastering a foreign language is impossible without familiarization with the

culture of the country, with the mentality of the people, that is, future specialists need to learn not only the language itself, but also the image of another world, the way of thinking of people who live in this world and use language to communicate.

The role of a foreign language in society has changed today, because it has turned from an educational subject into an important element of the modern education system, a means of achieving professional realization of the individual. At the current stage of the development of society, knowledge of foreign language professional and business communication skills are a qualitative characteristic of a specialist. Foreign language communication not only contributes to effective international communication and cooperation at the professional and personal levels, but also plays a positive role in ensuring the general development of specialists, expanding their worldview, deepening knowledge about the surrounding world, about people who speak a given foreign language, their customs, mentality, peculiarities of national culture, etc., and also promotes the development of all mental processes: perception, attention, imagination, thinking. In the process of learning a foreign language, the personality of the future specialist is nurtured as a whole, as well as the formation of individual professional and personal qualities necessary for the professional development of a specialist.

The trend of the importance of educational influence on young people by studying the culture of the countries whose language is being studied has been felt in society. It is increasingly possible to hear a foreign language on television and radio; people who grew up in one national culture learn the essential facts, norms and values of another national culture. A positive attitude towards the country and its people is formed. In these conditions, the language being studied is a source of educational values. Cultural and ethical norms of behaviour characteristic of native speakers, rules and norms of speech behaviour can and should be learned together with the language.

Thus, the positive role of having the knowledge of oral and written skills of foreign language communication by modern specialists is that these skills can be used as a means: providing access to any kind of information, its distribution, regardless of

state borders; familiarization with the research of the latest world achievements; awareness of the existence of a variety of cultures and civilizations, ways of their interaction in the intercultural world space; implementation of international cooperation in various fields, which contributes to finding common ways to solve common human problems, avoiding international conflicts; overcoming national and cultural limitations in various spheres of society's life; development and upbringing of personal and professional qualities of a specialist.

Tynyna D.S., Samoilenko S.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

AI-BASED EDUCATIONAL PLATFORMS FOR LEARNING ENGLISH

Artificial intelligence, or AI, is technology that enables computers and machines to simulate human intelligence and problem-solving capabilities [1]. The term artificial intelligence was created in 1956, but AI has become more popular today thanks to increased data volumes, advanced algorithms, and improvements in computing power and storage. AI works by combining large amounts of data with fast, iterative processing and intelligent algorithms, allowing the software to learn automatically from patterns or features in the data. AI is a broad field of study that includes many theories, methods and technologies [2].

AI is transforming the way that students learn in the digital age. By using machine learning recommendation systems, AI-powered tools can provide personalized learning experiences by tracking progress and adapt the task or game accordingly to make it more challenging or easier. Technological solutions based on artificial intelligence that can help organize the educational process include various

assessment tools, the production of personalized comments and feedback, as well as, for example, systems for creating and coordinating schedules [3].

Artificial intelligence opens up many opportunities for learning English. It provides personalized material selection recommendations and automatically assesses your progress. Mobile apps and platforms with AI provide access to exercises, dictionaries and video lessons at any time. Voice assistants help in learning by answering questions and performing exercises. AI also helps with automated text translation and progress tracking, providing users with feedback and recommendations for improvement. This approach to learning makes the process more effective, interesting and accessible to everyone.

And here are some examples that can help you learn English:

- Talk to Books
- Speakly
- QuillBot
- Fallow
- ChatGPT
- Twee
- Tome
- LangAI
- Deepai [6].

I would also like to point out the advantages of a specific example of learning through ChatGPT in language learning:

ChatGPT can be used as an interactive tutor with whom you can have a conversation in English. This will help students gain practical experience in English communication and improve their language skills.

ChatGPT is used to learn new words and grammar. The user can ask the artificial intelligence about the meaning of a new word, the correct use or combination of words in sentences. It helps improve reading and writing skills in English. Using questions-answers method, the student can get practice in writing texts and reading answers to questions [4].

Disadvantages of using AI in teaching English:

1) Lack of emotional communication: AI systems may be limited in emotional expression and interaction with students, which can be important for language learning and cross-cultural interaction.

2) Imperfect speech recognition: speech recognition technologies may misinterpret accents or unusual pronunciation, which may lead to incorrect corrections or advice.

3) Dependence on technical aspects: the use of AI requires the availability of computers, Internet connections and other technical means, which may be difficult to access for some students [5].

As a result, artificial intelligence turns out to be an indispensable assistant in learning English. With its help, you can get personalized recommendations and automatic progress assessment, which facilitates the learning process. Mobile applications and platforms that use artificial intelligence make learning more convenient and accessible by providing a wide range of resources for self-study. Voice assistants are becoming effective tools for interacting with language, and automated translation systems contribute to a better understanding of the material. By tracking progress and receiving feedback, users can continuously improve their skills.

References

1. <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>
2. [https://www.sas.com/en_us/insights/analytics/what-is-artificial-intelligence.html#:~:text=Artificial%20intelligence%20\(AI\)%20makes%20it,learning%20and%20natural%20language%20processing.](https://www.sas.com/en_us/insights/analytics/what-is-artificial-intelligence.html#:~:text=Artificial%20intelligence%20(AI)%20makes%20it,learning%20and%20natural%20language%20processing.)
3. <https://osvita.ua/school/method/91077/>
4. <https://nubip.edu.ua/node/138186>
5. <https://naurok.com.ua/metodichni-rekomendaci-vikoristannya-shtuchnogo-intelektu-u-navchanni-angliysko-movi-371460.html>
6. <https://gapon.te.ua/neperervna-i-dystantsiyna-osvita-pedahohiv/dystantsiyna-osvita/onlain-instrumenty/item/1763-tekhnologii-shtuchnoho-intelektu>

THE IMPORTANCE OF THE ENGLISH LANGUAGE FOR USING OF AI TOOLS FOR FARMING

AI tools for agriculture are one of the most efficient and important approaches around the world. Digital technologies are transforming all other industries, and agriculture is no exception. Like all other industries, agriculture has a variety of challenges, including the need for more labour and climate change. By implementing digital technology, such as AI tools, the agriculture sector could be able to overcome these obstacles. This in turn, would deliver productivity, flexibility, and sustainability. Having good command in English will help you to use AI tools more effectively.

Here are some purposes that AI tools can be used for in farming:

Drones spraying pesticides. It is common practice to spray pesticides on crops to preserve the produce from diseases and pests. Drones that are automated can perform this task more efficiently and precisely.

Irrigation Management. Agriculture can benefit significantly from AI-powered irrigation management by increasing crop productivity, reducing waste, and improving water usage efficiency.

Weather forecasting is an important AI tool for agriculture. It enables producers to plan for changing weather patterns and to make decisions that will conserve crops and maximise yields.

Livestock health monitoring. The use of AI in agriculture for monitoring livestock health is a fast-expanding area. Ai tools can be used to create predictive models, monitor behaviour, analyse images, sustain electronic health records, and automate decision-making. This assists farmers in bettering the health and welfare of their animals. CattleEye uses AI and ML solutions to determine the impact of diet alongside environmental conditions on livestock and provide valuable insights. This

knowledge can help farmers improve the well-being of cattle to increase milk production.

Automatic weeding. Artificial intelligence tools find use in automatic weeding to identify and eradicate weeds from agricultural fields. This tool aims to improve the effectiveness and precision of weed removal.

Crop and soil monitoring. The wrong combination of nutrients in soil can seriously affect the health and growth of crops. Identifying these nutrients and determining their effects on crop yield with AI allows farmers to easily make the necessary adjustments. This plant science data is then used to determine crop health, predict yields while flagging any particular issues [1].

Detecting disease and pests. As well as detecting soil quality and crop growth, computer vision can detect the presence of pests or diseases. This works by using AI to scan images to find mold, rot, insects, or other threats to crop health. In conjunction with alert systems, this helps farmers to act quickly in order to exterminate pests or isolate crops to prevent the spread of disease.

Yield mapping and predictive analytics. Yield mapping uses ML algorithms to analyze large datasets in real time. This helps farmers understand the patterns and characteristics of their crops, allowing for better planning. These methods permit the accurate prediction of future yields for specific crops, helping farmers know where and when to sow seeds as well as how to allocate resources for the best return on investment.

Sorting harvested produce. AI is not only useful for identifying potential issues with crops while they're growing. It also has a role to play after produce has been harvested. Most sorting processes are traditionally carried out manually however AI can sort produce more accurately. Computer vision can detect pests as well as disease in harvested crops. What's more, it can grade produce based on its shape, size, and color.

Surveillance Security is an important part of farm management. Farms are common targets for burglars, as it's hard for farmers to monitor their fields around

the clock. Animals are another threat — whether it's foxes breaking into the chicken coop or a farmer's own livestock damaging crops or equipment [2].

These were some of the best AI tools for agriculture that may assist producers in enhancing their operations, boosting productivity and efficiency, and adapting to changing environmental factors. Using AI tools, farmers can make data-driven decisions. In addition, this will increase yields and revenues while maintaining the long-term viability of their operations. And English is really crucial for using these kind of tools.

References

1. AI in agriculture – the future of farming. URL: <https://intellias.com/artificial-intelligence-in-agriculture/>
2. Top 5 AI tools for agriculture. URL: <https://textify.ai/top-5-ai-tools-for-agriculture/>

Zabolotska I.O.

École Internationale Mersch Anne Beffort

STUDENT-GENERATED VIDEOS IN A FOREIGN LANGUAGE CLASS

Technology nowadays constitutes an indispensable part of our everyday life, educational process included. It is no doubt that the use of technology can support language teaching and learning. One of the strategies in a foreign language teaching is the use of videos to support and engage student learning as well as increase their participation in the lesson. [3, 37]

Courtney Sears, for example, considers her students as not just consumers of videos, but rather creators who share their opinions and skills with the world. [2] In her classroom they use video to document their knowledge, reflect on the learning process, and teach others how to do new things. The teacher differentiates 4 types of student-created videos in her classroom:

1. *Learning product videos* – are often summative assignments that students create to demonstrate their learning.

2. *Response videos* – created in response to the teacher’s question or prompt.

3. *Reflection videos* – are usually students’ reflections about the learning process.

4. *Tutorial videos* – which are a great way for students not only to show deep understanding of a skill, practice or concept but also to teach others how to do it.

It has been proven over the years that the implementation of student-generated videos in a foreign language course – both for specific purposes and a general one – has lots of advantages. For example, Enock Mbenza in his article [1, 38-39] identified ten of them, namely:

1. It raises students’ motivation and engagement.
2. The motivation is further increased in group activities.
3. Students use all four skills (listening, speaking, reading, in all the phases of a video production.
4. It empowers students’ decision-making, problem solving and creativity.
5. It makes students aware of learning strategies.
6. In case of ESP (English for specific purposes), it enlivens the content by using the kind of authentic materials learners are likely to encounter in their specific fields.
7. It helps develop accuracy and fluency.
8. It is student-centred.
9. It helps teachers assess students in large classes with limited resources.
10. Student-generated videos are task-based, which helps students develop language skills while performing a real-life activity.

It can be concluded that teachers can use student-created videos in order to teach language and life skills simultaneously. In this way, students gain skills in communication, critical thinking, creativity, reflection and technology, which are paramount in everyday life. In a modern highly technological

society, such types of tasks as generating videos by students seem to be pertinent and up-to-date.

References

1. Mbenza, E. 2023. Student-generated videos: bringing ESP and general English course content to life. *English Teaching Forum*. Volume 61. Number 3. P. 38-43.
2. Sears C. 2018. Student-Created Videos in the Classroom. *George Lucas Educational Foundation EDUTOPIA*. URL: <https://www.edutopia.org/article/student-created-videos-classroom/>
3. Anas I. 2021. Behind the scene: student-created video as a meaning-making process to promote student active learning. *The Journal of Teaching English with Technology*. 19(4). P. 37-56. URL: <https://tewtjournal.org/download/4-behind-the-scene-student-created-video-as-a-meaning-making-process-to-promote-student-active-learning-by-ismail-anas/>

Zhukovskiy D.M.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

ENGLISH AS AN ESSENTIAL COMPONENT FOR THE ECONOMISTS PROFESSIONAL TRAINING

English is widely recognized as the global language of business and commerce, making it essential for economists to have a strong command of the language. Here are some reasons why English is important for economists:

1. *Communication with international partners*: Economists often collaborate with colleagues and researchers from around the world. English is the most commonly used language for business communication, making it crucial for

economists to be proficient in English to effectively communicate with their international counterparts.

2. *Access to resources and research:* A large amount of economic research and literature is written in English. By being proficient in English, economists can access a wide range of resources, including academic journals, reports, and data, allowing them to stay updated with the latest trends and developments in the field.

3. *Career opportunities:* In today's globalized economy, many job opportunities for economists require proficiency in English. Whether it's working for multinational corporations, international organizations, or research institutions, economists with strong English skills have a competitive edge in the job market.

4. *Participation in global forums and conferences:* Economists often participate in international conferences and seminars to share their research findings and exchange ideas with other professionals in the field. English proficiency is essential for economists to effectively present their work and engage in discussions with a diverse audience.

5. *Understanding international markets and policies:* As economies become increasingly interconnected, economists need to understand the impact of global trends and policies on their own country's economy. English proficiency enables economists to access information on international markets, trade agreements, and economic policies, helping them make informed decisions and recommendations.

So, English is not just a language for communication; it is a valuable tool that opens up opportunities for economists to engage with the global community, access resources, and contribute to the advancement of their field.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

БАЗОВИЙ CLAC ЧЕРЕЗ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ТА КОРОТКОСТРОКОВЕ ГРУПОВЕ ЗАСТОСУВАННЯ

Перше задокументоване використання CLAC в рамках курсу для аспірантів з будь-якої дисципліни в Бінгемтонському університеті відбулося навесні 2013 року. Курс, який включав CLAC у базовій формі, називався "Управління послугами для іммігрантів" і був перехресним курсом для студентів та аспірантів, що охоплював декілька дисциплін. Заявлена мета курсу полягала в тому, щоб підготувати студентів зі знаннями та навичками, необхідними для ефективної роботи в умовах культурних і мовних відмінностей, які представляють різні групи іммігрантів, незалежно від професійного чи громадського середовища, в якому вони можуть взаємодіяти. Імміграція, безумовно, має міжнародні причини і наслідки, а отже, тема курсу дозріла для застосування певної стратегії для покращення навчального досвіду студентів; у цьому випадку підхід CLAC був особливо корисним.

Інтернаціоналізація через CLAC була включена в заняття за допомогою таких методів: (1) аудиторні заняття; (2) онлайн-дискусійна дошка; (3) семестрове індивідуальне завдання; (4) підсумкова рефлексійна робота. Весь курс підтримувався LRS, описаними вище. Студентам з будь-яким рівнем володіння неанглійською мовою пропонувалося використовувати ці навички для розширення обсягу матеріалів курсу; студенти, які не володіли іншими мовами, застосовували підхід Global English для рефлексивного включення матеріалів з англійськомовних країн за межами Сполучених Штатів.

Заняття в класі включали в себе вправу Двосторонній Google Перекладач, порівняння візових анкет та інших матеріалів для іммігрантів на веб-сайтах різних країн, а також багато інших вправ. Метою цих та інших вправ було

проілюструвати студентам, як мова і культура перетинаються в іммігрантському досвіді.

Залежно від характеру проектів індивідуального навчального контракту (ІНК) (див. нижче), студенти були розподілені на групи для дискусійних дощок, щоб розвинути дискусії в аудиторії і дослідити, як використовувати концепції курсу у своїх індивідуальних проектах. Дискусії в усіх групах відбувалися під керівництвом і за сприяння викладача та призначених для курсу LRS.

Основним компонентом заняття був семестровий проект, визначений через індивідуальний навчальний план. ПЗ - це процес, за допомогою якого студенти визначають власні навчальні потреби та навчальні цілі, розробляють стратегії для задоволення цих потреб, а також визначають, які докази свого навчання вони надаватимуть і за якими критеріями вони та викладач оцінюватимуть навчання [1]. ОМ отримали високу оцінку за забезпечення культурно-орієнтованої педагогіки [2] та сприяння усвідомленню індивідуальних і культурних відмінностей. У контексті суспільних відносин також було доведено, що ОД забезпечують життєздатне рішення для задоволення різноманітних навчальних потреб та інтересів студентів, мотивації студентів з різним рівнем досвіду та різними цінностями, а також для підтримки академічної строгості. На цьому курсі студентські проекти з ОДГ мали кілька форм, включаючи написання традиційної наукової роботи, створення інформаційного відео, розробку культурно-чутливих матеріалів кількома мовами для місцевих організацій, які можуть використовувати їх у роботі з іммігрантами, а також організацію заходів у студентському містечку тощо.

Нарешті, слідуючи рекомендації Райана про важливість рефлексії після досвіду інтернаціоналізації, в письмовій рефлексії наприкінці курсу студентів прямо запитували, якою мірою і в який спосіб досвід CLAC сприяв їхньому розумінню міжнародних відмінностей і досвіду іммігрантів.

Література

1. Knowles M. (1986) Using Learning Contracts: Practical Approaches in Individualizing and Structuring Learning. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

2. Wlodkowski R.J. and Ginsberg M.B. (1995) Diversity and Motivation: Culturally Responsive Teaching. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

Бойко М.О.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

СУЧАСНА ІНТЕГРАЦІЯ КУЛЬТУР І МОВ У НАВЧАЛЬНІ ПРОГРАМИ

Рівні інтеграції CLAC призвели до покращення ГП компетенцій з точки зору студентів та викладачів, однак діапазон і глибина цих компетенцій корелювали зі ступенем інтенсивності CLAC. Таким чином, саме тут потрібно буде приймати найскладніші рішення. Хоча міркування щодо педагогічного дизайну та інституційної підтримки можуть спонукати викладачів розглянути базовий або просунутий варіанти, слід зазначити, що зі зростанням складності та ступеня інтеграції CLAC результати навчання, пов'язані з інтернаціоналізацією та компетентностями ГП, також зростають.

Базовий досвід може лише підвищити міжкультурну обізнаність, тоді як більш інтенсивний досвід може включати практику міжкультурних компетенцій. Більш інтенсивний досвід надасть більше інструментів, можливостей і матеріалу для роздумів, ніж базовий досвід. Міжособистісні стосунки, що розвинулися між студентами з різних країн, які були частиною більш інтенсивної програми CLAC, призвели до сильніших і ширших

результатів навчання, таких як підвищений інтерес до можливостей навчання за кордоном і вивчення мови.

Інтенсивна співпраця з CLAC має потенціал сприяти розвитку інших компетентностей, які є важливими для фахівців у галузі зв'язків з громадськістю у 21 столітті, окрім тих, що безпосередньо пов'язані з їхніми міжкультурними здібностями. У нашому прикладі спілкування в режимі реального часу за допомогою технологій для командної роботи мало додаткову перевагу, допомагаючи студентам розвивати цифрову компетентність на додаток до компетентностей ГП. Крім того, співпраця між викладачами, необхідна для планування і проведення курсу, слугувала рольовою моделлю успішної співпраці для студентів.

Існує широка згода, що компетентності ГП є і залишатимуться важливими для ефективного державного управління. У цьому контексті викладачі та адміністратори програм несуть відповідальність за вивчення можливостей прищеплення цих компетентностей студентам. Виходячи з нашої оцінки трьох кейсів, модель CLAC має потенціал як інструмент для досягнення цієї мети. Її сила полягає не лише в ефективності, але й у гнучкості, що дозволяє впроваджувати її на різних рівнях відповідно до потреб, інтересів, здібностей і ресурсів викладача, програми та навчального закладу. Виходячи з нашої оцінки, CLAC є інструментом ІАГ, який може бути включений до повного спектру існуючих курсів МРА та МРР як засіб ознайомлення майбутніх державних службовців з різноманітними перспективами, сприяння рефлексії та відпрацювання комунікативних навичок для вирішення складних питань, що стоять перед нашими суспільствами.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

КУЛЬТУРИ ТА МОВИ У НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМАХ (CLAC) НА РІЗНИХ ЕТАПАХ НАВЧАННЯ

Педагогіка CLAC, мабуть, найбільше потрібна в таких країнах, як Сполучені Штати, де учні можуть мати мінімальний контакт з другою мовою, і менше - в країнах, де учні змалку є багатомовними. Підхід CLAC і філософію, що лежить в основі такого підходу, потенційно найскладніше впроваджувати в умовах суворих обмежень академічної свободи. Незважаючи на ці відмінності, університети в усьому світі надають пріоритет інтернаціоналізації, і багато з них прагнуть визначити і впровадити нові стратегії ММВ.

Для того, щоб розпочати впровадження підходу дорадництва у викладання державного управління, незалежно від контексту, ми рекомендуємо викладачам державного управління проаналізувати свій поточний навчальний план, щоб побачити, які курси пропонують тематичні дослідження, групову роботу або індивідуальні дослідницькі проекти, щоб полегшити зв'язок з підходами дорадництва. Це дозволить викладачеві визначити конкретні сфери для включення елементів або завдань з розбудови громадянського суспільства в існуючий курс. У цих випадках викладачі можуть використовувати базову версію, як ми описали вище, а також, при певній реструктуризації курсу, потенційно розширену версію [1].

Наш досвід підказує, що хоча інтенсивний варіант пропонує студентам найбільш ґрунтовний досвід у сфері МТД і найбільш точно імітує досвід навчання за кордоном без виїзду з країни, цей варіант, ймовірно, не є реалістичним у більшості ситуацій. Рівень попереднього планування, глибокої довіри, інституційної підтримки та постійного вирішення проблем, необхідний для реалізації CLAC у такий спосіб, майже такий самий вимогливий, як і керівництво програмою навчання за кордоном протягом усього семестру.

Директорам програм, зацікавленим у впровадженні інтенсивної моделі CLAC, рекомендується замислитися над тим, чи існують певні країни, регіони, університети, культури чи мови, де парне навчання є найбільш доречним і важливим. Аналогічно, викладачам, які розглядають інтенсивну модель, може бути корисно знайти колег-професіоналів у тих контекстах, з якими вони вже мають міцні та довірливі стосунки або потенціал для побудови таких стосунків. Ми також визнаємо, що хоча нам вдалося уникнути більшості проблем, пов'язаних з різницею часових поясів, об'єднавши в пари школи, що знаходяться на одній довготі, це може бути не найкращим варіантом для викладачів, які мають партнерів в інших частинах світу. Натомість факультети державного управління, зацікавлені в розвитку компетентностей ГП, швидше за все, зможуть викликати більший інтерес викладачів і залучити їх до базового або просунутого підходів, як ми їх описали.

Загалом, ми рекомендуємо викладачам державного управління уважно вивчити представлені нами кейси та переглянути власні курси і навчальні програми в цілому, щоб визначити, де саме їм доцільно почати впроваджувати елементи ОДГК. Важливо визнати потенційні конфлікти, пов'язані з прийняттям таких підходів, а також визначити ключові сфери для адаптації. Можна спробувати будь-який з рівнів інтеграції CLAC в курс державного управління, але викладачі повинні використовувати власне судження перед тим, як обрати свій шлях. Наприкінці курсу викладачі зможуть проаналізувати та використати ітеративний процес оцінювання та адаптації, як це зробили ми, для покращення викладання цих цінних глобальних, міжнародних та міжкультурних компетентностей у наступних семестрах.

Література

1. Rubaii N, Appe S., Stamp K. (2015) Are we getting them out of the country? The state of studyabroad opportunities within NASPAA-Member Programs. *Journal of Public Affairs Education*. 21(2). P. 179-198.

ВКЛЮЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ КУЛЬТУРИ І МОВИ В ОСВІТУ З ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

У цьому контексті розвиток ГП-компетентності є особливо важливим для професіоналів державної служби, які повинні ефективно працювати в різноманітних, міжнародних, міжкультурних та спільних командах. Більше того, державні організації та політика можуть бути ще більш ефективними завдяки різноманітності, а активне представництво стане можливим лише тоді, коли державні службовці володітимуть культурними компетенціями [1]. Не викликає сумнівів важливість включення стратегій розвитку міжкультурних компетенцій в освіту в галузі державного управління.

Інтернаціоналізація вищої освіти через включення міжнародного досвіду, включаючи різноманітні мовні та культурні перспективи, була визначена як ключова стратегія розвитку міжкультурних компетенцій. Численні дослідження надають емпіричні докази того, що зусилля з інтернаціоналізації вищих навчальних закладів пов'язані з вимірними позитивними результатами для студентів. Опитування студентів коледжів Австралії та США показало, що студенти, які мають досвід міжнародної освіти у формі навчання за кордоном, взаємодії з іноземними студентами або курсів з глобально орієнтованою навчальною програмою, мають вищий рівень міжкультурної компетентності. Конкретні позитивні результати, що спостерігалися, включали володіння іноземними мовами, знання іноземних регіонів і країн, а також крос-культурні навички [2].

Аналогічно, інші дослідники знайшли докази впливу зусиль з інтернаціоналізації, особливо програм навчання за кордоном, на розуміння студентами глобальних проблем і міжкультурну обізнаність, міжкультурний

розвиток, навички міжкультурної комунікації та міжкультурну обізнаність, відкритість до культурного розмаїття та глобальне мислення. Використовуючи абсурдну модель, Рундстром Вільямс ілюструє, що дві навички міжкультурної комунікації - адаптивність і чутливість - позитивно пов'язані із загальним контактом студентів з іншими культурами, незалежно від того, чи відбувався цей контакт через їхню участь у програмах навчання за кордоном, чи через інший досвід інтернаціоналізації вдома. Хоча переваги інтернаціоналізації добре відомі, постійною проблемою, з якою стикаються випускники програм зі зв'язків з громадськістю, є те, що традиційні семестрові або річні закордонні програми не є практичними для більшості студентів. Тоді постає питання, які форми інтернаціоналізації можна використовувати в програмах магістра державного управління (МРА) та магістра публічної політики (МРР) для розвитку глобальних, міжнародних та міжкультурних компетенцій? У цій статті ми оцінюємо одну конкретну модель інтернаціоналізації, призначену для покращення компетентностей ГП, яка називається "Культури і мови в навчальній програмі" (Cultures and Languages Across the Curriculum, CLAC), і порівнюємо три версії цієї моделі, щоб краще обґрунтувати рішення викладачів і керівників програм, які розглядають їхні варіанти.

Література

1. Carrizales T. (2010) Exploring cultural competency within the public affairs curriculum. *Journal of Public Affairs Education* 16(4).P. 593-606.
2. Parsons R.L. (2010) The effects of an internationalized university experience on domestic students in the United States and Australia. *Journal of Studies in International Education* 14(4). P. 313–334.

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМУ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Наукова думка та технологічний прогрес, які стрімко розвиваються, викликають необхідність перегляду та заміни застарілих методичних прийомів та підходів у лінгвістиці. Сьогодні актуальними стають проблеми систематизації мовних процесів на основі міждисциплінарних відносин. На думку Щигло Л.В., «міждисциплінарність в науці про мову пов'язана з використанням фактів з інших наук для пояснення лінгвістичних явищ і процесів та вимагає особливого ракурсу дослідження» [3, с.199]. Новий підхід до вивчення іноземних мов дозволяє на основі міждисциплінарних зв'язків вивчати мову за допомогою фактів з інших наук, які пояснюють ті чи інші явища. На сучасному етапі лінгвісти все частіше співпрацюють з вченими з інших наукових напрямків. Розвиваються такі науки, як: математична лінгвістика, синергетика. На думку Т. І. Домброван «розробка синергетичного напрямку не є прямою механічною трансляцією метамови природничих наук у площину філологічних студій, це опрацювання нових підходів і дослідницьких процедур для вивчення мовної системи у новому ракурсі» [1,с.163].

Вивчення іноземних мов є обов'язковим компонентом системи професійної освіти у вищих навчальних закладах. Володіння іноземною мовою дає можливість комунікації з іноземними партнерами, розвиває фахову компетентність і сприяє професійному успіху. Тому на сучасному етапі, незважаючи на труднощі, викликані війною, необхідно підвищувати якісний рівень мовлення майбутніх фахівців.

Для того, щоб навчити майбутніх фахівців вмінню висловлювати свої думки чітко, логічно, точно, з вживанням визначеної термінології, необхідно

звернутися до професійної мови, яка використовує різноманітні прийоми та методи, щоб вдосконалювати вміння володіти комунікативними засобами для виразу своїх міркувань у конкретній ситуації.

Професійна мова має свої особливості, які стосуються не тільки вживання спеціальних термінів, кліше та інших вербальних засобів. Як стверджує Т.Р. Кияка, « фахова мова – сукупність усіх мовних засобів, уживаних в обмеженій професійною ділянкою в сфері комунікації для забезпечення взаєморозуміння між людьми, які працюють у цій галузі» [2, с.13].

Треба зауважити, що у французькій мові, яка вивчається з метою підготовки студентів для отримання професійного рівня, використовуються такі ж самі прийоми та методи, які застосовуються в процесі загального вивчення мови. Однак, якщо розглядати різні види мовлення: говоріння, письма, читання та слухання, професійна мова буде відрізнятися від інших видів змістовним, лексичним, граматичним та стилістичним наповненням.

Мовна компетентність полягає в розвитку та вдосконаленні лінгвістичних знань та вмінь, які дозволяють студенту усно та письмово спілкуватися на наукові та професійні теми, оволодіти необхідною термінологією, кліше, правилами професійного письма.

Перед майбутніми фахівцями встає проблема, яка стосується вміння спілкуватися зі спеціалістами на достатньому науково-технічному рівні. Тому потрібно навчити студента культурі наукового діалогу. Культура професійного мовлення передбачає оволодіння спеціальними лексичними, морфологічними та синтаксичними засобами, які виражають форми ввічливості, етикету, ведення діалогу, його підтримання та припинення. Коректність, ввічливість, почуття такту повинні переважати в усній розмові.

Професійне спілкування передбачає обов'язкове звернення до наукових джерел та їх фіксацію. Для цього достатньо зробити анотацію статті, де буде вказана її назва, автор та коротка викладка змісту. В деяких випадках можливо написання тез. Якщо в анотації вказують лише деякі основні моменти змісту, то

тези є більш інформативним документом, де контент викладається згідно розділів публікації.

На сучасному етапі існують великі інформативні бази, в яких зосереджується інформація в виді конспектів з багатьох джерел. Вони накопичуються в електронній бібліотеці.

Інтернет сьогодні є важливим засобом отримання інформації. Він має багато можливостей і тому широко використовується у сучасному навчанні.

В умовах війни широкого розповсюдження получила дистанційна форма навчання. Незважаючи на дорікання на її адресу з приводу того, що навчальний процес стає недостатньо якісним, on-line навчання має як свої плюси, так і мінуси.

По-перше, студенти можуть вільно користуватися навчальною літературою та іншими джерелами, які знаходяться в інтернеті в необмеженому доступі.

По-друге, студенти та викладачі мають можливість спілкуватися як індивідуально, так і з загалом.

Студенти, які знаходяться за межами України, можуть брати участь у навчальному процесі і спілкуватися з викладачами та своїми товаришами.

Ця форма дозволяє економити час для проїзду в університет та спілкуватися з викладачами додатково від офіційного розкладу занять.

Серед недоліків цієї форми навчання треба зазначити відсутність необхідних приладів у деяких студентів або інтернету, який може зникати час від часу в різних регіонах України.

Обмежене спілкування студентів одного з одним, що впливає на моральний стан молоді.

Деякі студенти віддають перевагу печатним підручникам, тому що вважають їх зручнішими у використанні.

Дистанційне навчання передбачає збільшення частини самостійної роботи студентів, але цей фактор, на наш погляд, не впливає на якість їх підготовки, тому що він підвищує працездатність учня. Викладач контролює

цей процес, щоб бути впевненим, що студент цілком опанував необхідним матеріалом.

Сучасний інтернет дає змогу користуватися спеціальними лінгвістичними програмами для різних цілей вивчення мови. Однак треба зауважити, що студент не завжди зможе самостійно ними користуватися, тому викладач допомагає учням зрозуміти та оволодіти знаннями необхідними для досягнення цілі.

Таким чином, впровадження нових технологій у навчальний процес йде разом з використанням традиційних методів та прийомів.

Серед новітніх методів зараз широко розповсюджується вивчення мови на основі міждисциплінарних зв'язків між лінгвістичними та іншими науками, що дозволяє краще зрозуміти мовні явища.

З'являються нові філологічні науки, завдяки нелінгвістичним, такі як: математична лінгвістика, синергетика, які дозволяють використовувати в навчанні мови інші підходи та виявляти нові шляхи до практичного оволодіння іноземною мовою.

Вивчення іноземної мови у вищих навчальних закладах передбачає підготовку спеціалістів, які повинні володіти професійною мовою для конкретних потреб, тобто вміти виражати свої думки та їх аргументувати на науковому рівні як на письмі, так і усно.

Професійне спілкування відрізняється від інших видів мовлення змістовним, лексичним, граматичним та стилістичним наповненням, це виражається у вживанні наукових термінів, спеціальних граматичних та стилістичних засобів.

Фахівці повинні навчитися культурі спілкування, яка включає вживання форм ввічливості, етикету, вміння вести бесіду, виражати свої думки логічно та аргументувати свої висловлювання. Не забувати про коректність, почуття такту та повагу до співрозмовника.

Студенти мають сьогодні доступ до електронної бібліотеці, щоб отримувати всю необхідну для них інформацію.

Інтернет став для всіх невід'ємною частиною життя. Він широко використовується у навчальному процесі і дозволяє студенту не тільки отримувати необхідну інформацію, але і спілкуватися з викладачами та товаришами під час дистанційного навчання. Незважаючи на недоліки цієї форми навчання, насиченість програмного забезпечення для вивчення іноземних мов та спільна праця студента та викладача з цими програмами позитивно впливає на якість навчання.

Отже, на сучасному етапі впровадження нових технологій в систему викладання іноземних мов сприяє розвитку мовної компетентності і вдосконаленню знань та вмінь, які впливають на якість освіти.

Список використаних джерел

1. Домброван Т.І. Діахронічна лінгвосинергетика: статус, задачі та основний понятійний і термінологічний апарат. Сучасні дослідження з іноземної філології. Зб. наук. праць. вип.9. Ужгород, 2011.
2. Кияк Т. Вузькогалузеві терміни як основа формування та квазіреферування фахових текстів. *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка"*. Сер. *Проблеми української термінології*. 2008. № 620.
3. Щигло Л.В. Історія мови як міждисциплінарна галузь наукових знань. Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції. Суми, 23-24 листопада 2017. С.199-202.

РОЗВИТОК НАВИЧОК ІНШОМОВНОГО ЧИТАННЯ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЛІКАРІВ

Суспільство висуває нові вимоги до підготовки майбутніх лікарів. Сучасному фахівцеві медичної сфери постійно потрібно оновлювати свої знання через ознайомлення з неймовірним обсягом спеціальної літератури, найновіша з якої подається іноземною мовою, адже більшість результатів наукових досліджень в медичній галузі друкуються в іноземних фахових виданнях. Саме тому, оволодіння навичками читання текстів різноманітних жанрів іноземною мовою є невід'ємною складовою професійної підготовки майбутнього лікаря.

В немовних закладах вищої освіти на занятих з іноземної мови основна увага приділяється розвитку навичок читання, адже сформовані навички іншомовного читання є необхідною складовою професійної підготовки майбутнього лікаря, бо саме вони дозволяють працювати з інформацією у різних спеціалізованих джерелах, тим самим підвищуючи професійні компетентності фахівця медичної сфери.

Основні завдання, що стоять перед майбутніми лікарями в процесі вивчення професійно-орієнтованої літератури іноземною мовою є наступними:

- можливість отримати інформацію, яка доповнює і поглиблює навчальний матеріал, що опановується в процесі вивчення профільних дисциплін навчального плану;
- формування необхідних навичок іншомовного читання для подальшого самостійного читання літератури за фахом.

Ефективним методом формування навичок іншомовного читання для студентів немовних закладів вищої освіти також є читання текстів професійного спрямування. Так, готуючи майбутніх лікарів до професійної

діяльності використовуємо тексти медичного спрямування з офіційного сайту ВВС, адже вони приваблюють студентів новизною і цікавими фактами, дають можливість читачеві значно збагатити та розширити словниковий запас фаховою термінологією.

Таким чином, наявність сформованих навичок іншомовного читання є ключовою компетентністю у професійній підготовці сучасного лікаря, наявність якої дозволить йому ефективно працювати з автентичними фаховими тестами різних жанрів, поглиблюючи свій професійний досвід та роблячи себе конкурентоспроможним на світовому ринку медичних послуг.

Резунова В.В.

Дніпровський державний медичний університет

ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ МЕДИЧНОГО ПРОФІЛЮ

Наближення вітчизняної системи підготовки лікарів до європейських стандартів призвело до зміни в ліцензійних вимогах підготовки спеціалістів медичного профілю, а для встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей було запроваджено складання Єдиного державного кваліфікаційного іспиту (ЄДКІ) для здобувачів ступеня вищої освіти магістр за спеціальностями галузі знань 22 «Охорона здоров'я», частиною якого є іспит з англійської мови професійного спрямування, який проводиться після закінчення 3 курсу. Проведення іспиту має на меті оцінку рівня розуміння англійської мови професійного спрямування, основою якої є термінологічна база фахових дисциплін.

Рівень володіння іноземною мовою безпосередньо залежить від рівня сформованості лексичної компетентності, яка передбачає здатність адекватно

використовувати словниковий запас мови, що вивчається. Знання професійної іншомовної лексики, в свою чергу, забезпечує ефективне функціонування майбутнього лікаря.

Формування іншомовної лексичної компетентності майбутніх лікарів доречно проводити у наступні етапи: семантизація, під час якої здобувачі ознайомлюються з новим лексичним матеріалом; автоматизація, яка спрямована на формування і первинне закріплення навичок використання лексичних одиниць; репродукція, основна мета якого – удосконалити навички та розвинути вміння використовувати засвоєні лексичні одиниці у різних видах мовленнєвої діяльності.

Отже, знання іноземної мови дає можливість студентам медичних закладів вищої освіти не лише успішно складати ЄДКІ, але й можливість продовжити навчання за кордоном, пройти стажування за фахом в іноземній клініці, або, навіть, отримати роботу в іншій країні.

СЕКЦІЯ 3
ПРОФЕСІЙНА, МІЖСОБИСТІСНА Й МІЖКУЛЬТУРНА
КОМУНІКАЦІЯ



ENHANCING LISTENING SKILLS FOR EFFECTIVE PROFESSIONAL COMMUNICATION

In today's fast-paced professional world, listening is more than just hearing what others say; it's a key skill for good communication. This work looks at how important active listening is in work settings and points out the main challenges people face when trying to listen. These challenges include personal biases, noisy environments, and differences in language or culture. We'll explore ways to improve listening skills, such as paying better attention, using technology to help, and understanding others' emotions. By addressing these issues and offering solutions, the goal is to help professionals communicate better, leading to more successful teamwork and business outcomes.

Active listening involves fully concentrating, understanding, responding, and then remembering what is being said. It's not just about the words, but also about catching non-verbal cues, like tone and body language. This concept is built on several psychological and linguistic theories, which explain why listening is vital for effective communication. For instance, the Transactional Model of Communication [1] suggests that for successful communication, both the sender and receiver must actively participate, with listening being as crucial as speaking.

Furthermore, theories of emotional intelligence [3] highlight the importance of empathy in listening, suggesting that recognizing and appropriately responding to another's emotional state is key for meaningful interactions. These theories support the idea that active listening isn't a passive activity but a dynamic process of engagement, crucial for understanding and being understood in professional settings.

Effective listening is often impeded by several key barriers. Psychological barriers, such as personal biases, prejudices, and selective listening, significantly affect our ability to fully understand and interpret the messages being conveyed.

These internal obstacles can lead to misunderstandings and conflicts, as they filter and distort the listener's perception based on preconceived notions rather than the speaker's actual intent. Environmental barriers, including noise, interruptions, and the physical setup of a workspace, can also disrupt the listening process, making it difficult to focus on and retain the information being shared [3].

Additionally, linguistic and cultural barriers present significant challenges in diverse professional environments. Accents, use of jargon, and varying communication styles can lead to confusion and misinterpretation. Cultural differences in communication norms and expectations can further complicate understanding, as what is considered polite or effective in one culture may be perceived differently in another. Overcoming these barriers requires a conscious effort to recognize and address them, fostering an environment that promotes clear, effective, and inclusive communication [4].

Improving listening skills in a professional context requires deliberate practice and the adoption of specific strategies. Mindful listening is one of the most effective techniques, which involves being fully present and attentive, focusing solely on the speaker without planning your response while they are talking. This approach not only helps in understanding the message more accurately but also signals respect and value to the speaker. Employing active engagement techniques such as nodding, maintaining eye contact, and asking clarifying questions can further enhance the listening experience, ensuring that both parties are on the same page.

Feedback mechanisms play a crucial role in overcoming barriers to effective listening. Techniques like paraphrasing what the speaker has said or summarizing the main points of the conversation help in confirming understanding and clearing up any misconceptions immediately. This interactive process not only aids in better comprehension but also encourages a more open and honest communication flow, fostering a deeper connection between the communicators.

Emotional intelligence, particularly empathy, is essential for recognizing and appropriately responding to the emotions behind the words. Being attuned to the speaker's feelings and showing genuine interest and concern can bridge the gap

created by biases and preconceptions. Additionally, leveraging technology such as noise-canceling headphones or communication platforms with transcription services can mitigate environmental barriers, making it easier to focus on the conversation at hand. By integrating these techniques, professionals can significantly improve their listening skills, leading to more effective and meaningful interactions in the workplace [2].

Enhancing listening skills is paramount for effective professional communication. Active listening, underpinned by mindfulness, feedback mechanisms, and emotional intelligence, bridges the gap between mere hearing and true understanding. The techniques outlined offer practical pathways for professionals to engage more deeply, empathize more fully, and respond more appropriately, thus driving better collaboration, decision-making, and relationship-building in diverse professional settings.

References:

1. Borbulevych, Z. (2022). Online course "Communication skills for managers" from the Spilna Mova School of Communication.
2. Chanty team. 2023. Implementing the Transactional Model of Communication for Better Collaboration
3. Daniel Goleman. 2020. Emotional Intelligence. Bloomsbury Publishing.
4. Meyer E. 2014. The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business.

**INTERCULTURAL COMMUNICATION AS AN INTEGRAL
COMPONENT OF THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF THE FUTURE
SPECIALIST**

What is communication anyway and where did this term come from? Communication is a technical process of information exchange between two or more individuals (or groups). The word communication came to us from the Latin communication – unity, transfer, connection, message, related to the verb (Latin) communico – to make common, to inform, connect, derived from (Latin) communis – common [1, p. 19].

Intercultural communication is a science that studies the peculiarities of verbal and non-verbal communication of people belonging to different national and linguistic and cultural communities [1, p. 9].

Intercultural communication is a necessary component of the professional training of future specialists in all fields of activity, as the modern world is becoming more and more global and diverse, and interaction with representatives of different cultures is becoming the norm. Among all the possible and basic means of communication that mankind has created, the main one is language. Therefore, the focus of intercultural communication is always language.

Recently, when international contacts in business, education and everyday life have expanded significantly, the concept of "culture shock" has arisen. The lack of understanding of the peculiarities of another culture leads to a communication barrier that makes it impossible to achieve the communicative goal and can even lead to a conflict situation.

Important in training future business communication specialists is their understanding that intercultural communication will be much more productive if the parties strive to master the culture of their partner as well. This approach will help to eliminate misunderstandings and conflicts. It is no less important to involve

Ukrainian studies and regional studies during communication training. It is necessary to understand the peculiarities of your business partner, but it is also necessary to be able to interest him in the differences of your culture.

What does a specialist gain from knowledge of intercultural communication in the workplace? First, understanding multicultural communication helps future professionals communicate effectively with colleagues, partners, and clients from different countries. This increases opportunities for collaboration and fosters innovation. Secondly, cross-cultural communication contributes to increasing the level of professional qualifications, because then you can take courses, internships and exchange programs abroad and enrich your professional experience, as well as freely receive foreign clients in the Motherland.

Therefore, it is believed that in order to ensure the effectiveness of intercultural communication, it is necessary to include in the teaching of a foreign language the study of the culture of its speakers, as well as the development of future specialists' skills to interest foreign partners in the peculiarities of their culture. These skills will help future specialists in all fields to be versatile and in-demand specialists.

References

1. Kosenko, Yu. V. Fundamentals of the theory of speech communication. Sumy, 2011. 187 p.
2. Manakin, V. M. Language and Cross-Cultural Communication. Kyiv, 2012. 285 p.

Balatskyi O.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

STEREOTYPES AND THEIR ROLE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION: THEORETICAL ASPECT

Intercultural communication is a multidimensional phenomenon. The establishment and establishment of business relations in various spheres of activity,

conflict resolution, accelerated globalization and integration of countries into the world information space brought to the fore the need to establish communication.

The system of social stereotypes of the bearers of a certain culture reflects the peculiarities of national identity. Therefore, stereotypes are of particular interest for research.

The term "social stereotype" was introduced in 1922 by the American journalist V. Lippman, the founder of the theory of stereotypes, to denote simplified, schematic and often distorted ideas about social objects, characteristic of everyday consciousness. Social stereotypes record sometimes insignificant characteristics of relatively stable objects. "Stereotypes are one of the most important features of intergroup and interpersonal perception, reflecting the schematization and emotional coloring inherent in this form of social perception" [2].

Stereotypes have many definitions. The most common definition of a stereotype is as follows: "A stereotype is a schematic and standardized image or representation of a social phenomenon or object, usually emotionally colored and stable. It represents the habitual attitude of a person to any phenomenon that has developed under the influence of social conditions and previous experience " [1, p. 206]. In many works, stereotypes are considered as "models" of behavior and activity in the context of social interaction.

This model is associated with a certain, deterministic state of choice, which chooses one or another tactic or strategy of behavior in one or another situation. This choice is determined by certain needs and motivations. According to this approach, stereotypes are considered as "verbal fixed signs of the specific needs of a certain social group, ethnic group, nation or cultural sphere" and as "fixed reflections of activity, the product of which acts as an object to satisfy a certain need" [3, p. 155].

The emergence of stereotypes is connected with two tendencies of human consciousness: 1) concretization - associating an abstract concept with some concrete image, and 2) simplification - singling out some characteristics as representative designations of some phenomena. Stereotypes are formed both in the process of unorganized transmission (rumors, anecdotes, stories) and in the process of direct

communication between peoples, based on prejudices rooted in history, transmitted through fiction and folklore.

When studying the role of stereotypes in intercultural communication, it is important to remember that stereotypes are always national. However, sometimes you can find commonalities between different cultures. In such cases, special attention should be paid, since such stereotypes may coincide in general features, but differ in details that are crucial for successful communication. Cultural differences in stereotypes apply to many aspects. For example, topics of conversation: what you can and can't talk about with representatives of different cultures, attitude to time, behavior of representatives of different cultures in public places.

The positive role of stereotypes in intercultural communication cannot be denied. When entering an unfamiliar ethnic environment, people may experience culture shock. Stereotypical ideas about other peoples and cultures, despite their schematicity and generalization, prepare a person for intercultural conflict, soften the blow and reduce cultural shock.

In addition, stereotypes provide basic background knowledge about stereotypical perceptions and behaviors in different cultures, which is critical for successful communication without conflict, misunderstandings, and awkward situations. It is impossible to overestimate the importance of the nationally determined perception of a certain subject or situation or behavior patterns of representatives of different cultures in the business environment. This applies to both business etiquette and product promotion in international markets.

Many marketers emphasize the need to study the opinion of consumers about products produced in other countries. Such opinions are often formed on the basis of stereotyped ideas about these countries. For example, Germany is perceived as reliable and high-quality, Japan as advanced electronics, and France as fine wine. Therefore, understanding how potential consumers perceive the country and culture of the country of origin of the product being promoted is an effective marketing tool.

However, intercultural communication should not rely only on stereotypes. Stereotypes should be considered only as a factor that creates the primary image of a

certain country. In the process of communication, this idea can change significantly. Involuntarily following existing stereotypes makes it much more difficult to observe the real behavior of partners, and in this case the stereotype acts as a communicative filter, as if filtering out moments of behavior that do not correspond to the stereotype.

Thus, stereotyping leads to a certain distortion of reality and the inclusion of a kind of "autopilot" in the communication process, which implies a rigid pattern of perception and significantly complicates or even makes feedback with the communication partner impossible. As a result, the partner's real behavior and intentions often remain unnoticed or misunderstood, which can affect the flow of communication and cause conflict. Therefore, the issue of constructing adequate behavior taking into account existing stereotypes is always relevant.

References

1. Gutyryak O. (2022) Intercultural communication: to the definition of the concept // Current issues of humanitarian sciences. Issue 47, Volume 2, P. 205-208
2. Kobylyatska G. S. Basics of intercultural communication. Stereotypes and conflicts. URL: <https://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/8587/document.pdf>
3. Stepanechko O. (2022) Important factors of constructive intercultural communication // Scientific notes of the National University "Ostroh Academy": Series "Philology", 12(80), P. 154-157.

Berestovska A.A.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE IMPORTANCE OF PROPER COMMUNICATION IN RECRUITMENT

The contemporary labor market in Ukraine suffers from a shortage of qualified professionals who are willing to work, earn, and at the same time meet the criteria set by companies. The current trend in the job market compels companies to be more

flexible in their hiring process, as it is no longer the company choosing an employee from a pool of candidates, but rather the candidate selecting a workplace from numerous offers.

Statistics from the job search website Work.ua show that over the past year in the Agriculture & Agribusiness sector, the number of candidates per vacancy equals 1.06 (Fig.1).

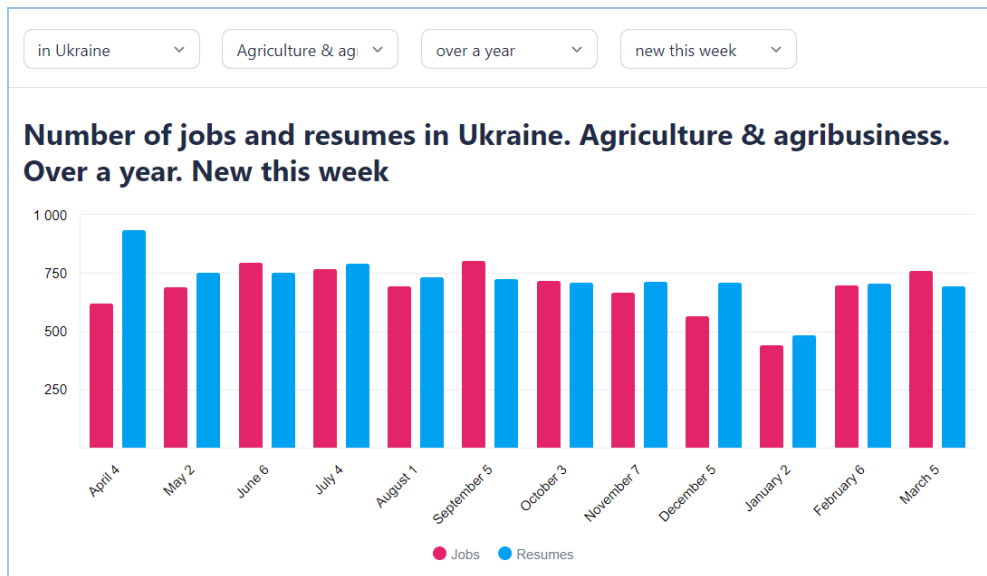


Fig.1. Statistics of the number of vacancies and resumes in the Agriculture & Agribusiness category for April 2023 - March 2024 on the Work.ua website [1].

The ratio of one candidate per vacancy for employers means that there is approximately one qualified candidate for each job opening. This may indicate that employers need to be more proactive in attracting and retaining talented employees.

So, how can companies capture the attention of employees and how should they communicate with job candidates to retain talents within their company?

The first touchpoints between a company and a candidate is critical, as its set the tone for the entire recruitment process, influencing the candidate's perception of the company's culture, values, and professionalism. The first point of contact between the applicant and the company is the vacancy. Kim and Mauborgne, authors of the book «Blue Ocean Strategy» and, Walker and Field, authors of the article «The interactive effects of job advertisement characteristics and applicant experience on

reactions to recruitment messages» emphasized the importance of a well-crafted job vacancy to attract job candidates [2, 3].

The main conclusions of their research lie in the fact that clearly formulated candidate requirements, job descriptions, and vacancy opportunities, as well as honest reflection of corporate culture and company values, are key aspects that attract talented candidates and contribute to their retention within the company.

The first rule of crafting a compelling job vacancy is to start with a clear and engaging job title. The title should express the interest among potential candidates. A detailed job description is essential for providing candidates too with a clear understanding of the responsibilities.

Candidates are not just looking for a job. They're looking for a company where they can grow and thrive. Use your job vacancy to showcase your company culture, values, and benefits. Illustrate how your organization invests in its employees' well-being and career growth to attract top talent. And remember, it must be more benefits in text than responsibilities.

Finally, every compelling job vacancy should end with a strong call to action prompting interested candidates to apply. Encourage candidates to take action by emphasizing the benefits of joining your team and the opportunities that await them. Be honest about the job so that you don't spoil the company's reputation at the interview.

Next step in communication with potential worker is interview. Establishing a connection with the potential worker is paramount to create an environment for meaningful interaction. Start by building rapport through friendly greetings and engaging in casual conversation to alleviate any nervousness or tension. Show genuine interest in the candidate's background, experiences, and aspirations by actively listening to their responses and asking follow-up questions to delve deeper into their qualifications.

Clearly communicate the purpose of the interview and outline the agenda. Use specific examples and cases to gauge the candidate's skills and experience.

Offer constructive feedback throughout the interview. Showcase potential for career growth and development within the organization, its benefits and good sides. End the interview positively, summarizing key points and outlining the next steps in the hiring process.

Crafting a well-written job vacancy and conducting a thorough interview are pivotal stages in the recruitment process, serving as pillars of effective communication and talent acquisition. A thoughtfully constructed job vacancy not only attracts suitable candidates but also conveys the organization's values, culture, and expectations clearly. Meanwhile, a well-conducted interview provides an opportunity to assess candidates' skills, qualifications, and cultural fit, fostering two-way communication and engagement. These stages contribute to a positive candidate experience, enabling informed decision-making and ultimately leading to the selection of the best-fit candidate for the role. By prioritizing these steps, employers can build a strong employer brand, cultivate meaningful connections with potential hires, and drive successful recruitment.

1. Work.ua URL: <https://www.work.ua/en/stat/count/?category=30&time=year>
2. Kim and Mauborgne. Blue Ocean Strategy. Harvard Business School Press. 2005
3. The interactive effects of job advertisement characteristics and applicant experience on reactions to recruitment messages, December 2010, Journal of Occupational and Organizational Psychology 81(4):619 – 638
URL:<https://www.researchgate.net/publication/229865916>

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN AGRICULTURAL BUSINESS

The modern world is developing very rapidly, with new discoveries and new technologies being introduced. A characteristic feature of the 21st century is the rapid development of information technology, with digitalization taking place in all possible areas. In particular, among all the branches of information systems, we can distinguish the development of artificial intelligence.

The concept of artificial intelligence has a very wide range of understanding, so let's highlight the following areas in this case:

- chatbots are programs that use artificial intelligence technologies to communicate with users in an automated manner via a text or voice interface. Good examples are ChatGPT by OpenAI and Copilot by Microsoft;

Computing programs - A good example is MyScript, which uses machine learning algorithms to interpret handwritten math expressions and provide real-time feedback;

-Translators - A good example is DeepL, an AI-powered translator that can not only translate text into other languages, but also correct your grammatical and punctuation errors [2].

The development of artificial intelligence has not spared the agricultural sector. New methods of its use are being introduced every day, for example:

-Artificial intelligence can analyze large databases, on the basis of which it can independently give its opinion on the prospects for sowing certain crops;

-unmanned drones that make decisions based on the entered database, analyze the condition of crops and make decisions on spraying crops;

-irrigation systems that analyze weather conditions and soil conditions and then make decisions about watering plants;

- health monitoring systems that scan plants and signal any problems;
- automated animal husbandry systems that analyze the behavior and health of animals and then select a diet and optimal feeding schedule;
- risk management systems that analyze the chances of possible adverse weather conditions and give recommendations on how to prevent undesirable consequences [3].

Thus, we can see that artificial intelligence technologies are being intensively implemented in the agricultural sector, improving more and more of its components. This is due to the fact that this technology can optimize many processes, saving time and reducing production costs, as one system can replace many employees.

Artificial intelligence technology is a major breakthrough in information technology. The introduction of AI systems has reduced the number of risks associated with the human factor [1].

Summing up, the use of automated systems based on artificial intelligence is our future, which is progressing now, and in some time almost all areas of activity will work without human intervention. Therefore, to improve the standard of living, we need to invest in the development of these technologies.

References

1. AgroPortal.ua. IT-innovations in agribusiness. URL: <https://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/it-innovatsii-v-agrobiznese-8-klyuchevykh-napravlenii-o-kotorykh-stoit-uznat>
2. Pizhuk O. I. Artificial intelligence as one of the key drivers of digital transformation of the economy
3. Precision farming and artificial intelligence are the future of the domestic agricultural sector .SuperAgronom.com. 23 April 2018. URL: <https://superagronom.com/news/3918-tochne-zemlerobstvo-ta-shtuchniy-intelekt--maybutnye-vitchiznyanogo-agrosektoru>

IMPORTANCE OF ENGLISH FOR PHD STUDENTS

English language proficiency is crucial for PhD students, as it is the primary language of instruction and communication in many academic institutions around the world. For international PhD students, mastering English is essential for academic success and effective communication with peers, professors, and researchers.

English for PhD students often involves specialized vocabulary and academic writing skills that are necessary for conducting research, writing papers, and presenting findings at conferences. PhD students need to be able to read and understand complex academic texts, write clear and coherent research papers, and articulate their ideas effectively in presentations and discussions.

There are various resources available to help PhD students improve their English skills, such as language courses, workshops, online tutorials, and language exchange programs. Some universities also offer writing centers and English language support services specifically for international students.

In addition to formal language instruction, PhD students can also benefit from regular practice, such as participating in academic discussions, attending conferences, and collaborating with colleagues on research projects. Engaging with English-speaking peers and faculty members can help students improve their language skills and gain confidence in using English for academic purposes.

Overall, developing strong English language proficiency is essential for PhD students to succeed in their academic endeavors, communicate their research effectively, and engage with the global academic community. By honing their language skills, PhD students can enhance their academic and professional development and contribute meaningfully to their fields of study.

BUSINESS COMMUNICATION IS THE KEY TO SUCCESS

The life of any person is impossible without communication, since the latter is a necessary condition for any activity, in particular professional. The process of communication significantly determines the well-being, efficiency and coherence of people's actions.

Today, there is no single point of view regarding the definition of the concept of "communication". We consider communication [*< lat. communicatio - connection, message*] as a type of communication based on mutual understanding; communication of information from one person to another or several others. Modern employers make very strict demands on employees information and document science industry, as they seek to obtain a competitive specialist capable of performing various functions in the documentation and non-documentation support of management activities. That is exactly why in business practice, the ability to communicate is quite important and necessary for future specialists in the information and documentation field. Knowledge of the basics of communication provides an opportunity for effective interaction with business partners, implementing comfortable psychological communication and various strategies and tactics aimed at achieving compromise and cooperation. At the current stage of society's development, almost every company manager directs his attention both to the internal communication system and to the external one, since they are components of the process of managing the organization / enterprise in general and managing documentation processes in particular.

Traditional forms of business communication in the work of future specialists of the agro-industrial complex are telephone conversations, conversations, meetings, meetings, negotiations, conferences, etc. Today, presentations, briefings, and video conferences are becoming more and more important. Business meetings, gatherings, conferences are also characterized by such specific types of business communication as "round table", discussion, controversy, debate, which have recently gained

considerable importance in a multicultural environment. In practical classes, an important aspect of the educational activity of future specialists of the agro-industrial complex during the study of the above-mentioned forms of professional communication is the modeling of a typical communication situation. Usually, a communicative act contains two parts. The first of them is drawing up a plan of further actions, that is, defining a communication strategy that serves as a way to achieve a certain goal, choosing ways and means of business communication. The second part of the communicative act involves forecasting possible consequences of business interaction and ways to avoid negative results. In our opinion, when creating a typical communicative situation (for example, holding a conversation, meeting, negotiations with business partners), it is necessary to focus students' attention not only on the culture of speaking, which is certainly very important, but also on the culture of listening. As practice shows, the inability, and sometimes unwillingness, to listen to a communication partner is a source of misunderstandings and conflicts in the business sphere.

In our opinion, the creation of a typical communicative situation, which can be as close as possible to the production one, allows future specialists of the information and document science industry to evaluate their professional training, draw conclusions about language and speech competence, opportunities for self-education and self-development. Taking into account the specificity of the activities of the above-mentioned specialists, connected with the dynamic development and implementation of the latest information technologies, we can confidently say about the need for lifelong learning and self-learning. Only under such a condition can a specialist in the information and documentary field be highly qualified, competitive and in demand on the modern labor market.

Thus, one of the aspects of training a competitive specialist in the information and documentary field is the formation of professional communication. We are convinced that even the best specialist will not be able to take an active part in discussing a problem, in a discussion, holding business negotiations or meetings, briefings, conferences, etc. Therefore, it is necessary to conclude that the educational

discipline "Professional communication" contributes to the process of adaptation of future specialists in the information and documentation field to further professional activity, as it develops in the above-mentioned specialists the skills and skills of the culture of business communication, aimed at creating dialogue and cooperation.

Chornobai V.H.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

ACADEMIC INTEGRITY AND ETHICAL RULES EDUCATIONAL COMMUNITY

High-quality professional education is currently a strategic resource for the development of society and the country in general. Achieving high quality education is possible only by creating an environment of responsibility and honesty. In Ukraine, the Draft Law on Education was developed, which considered the principle of academic integrity, and in Article 42 it was defined as “a set of ethical principles and rules defined by law, which should be guided by participants in the educational process during learning, teaching and carrying out scientific (creative) activities in order to ensure trust in the results of studies and/or scientific (creative) achievements”. The draft Law also provides for the observance of academic integrity by all participants educational process at different levels, it indicates various types of its violations and forms of academic responsibility.

The focus on the practical application of knowledge encourages reflection and is a good incentive for a student's responsible attitude to learning. Attempts to cheat immediately provoke condemnation from other students, which is a very influential factor.

Practice shows that economically developed countries have a high level of education, science and academic integrity. Undoubtedly, academic integrity affects the values that are inculcated during higher education. Each representative of the scientific community and representative of the student body must realize that

achieving success for each and the entire country is hard and persistent work. Academic integrity increases the requirements for teacher training as well. This is the formation of individual tasks for each student, their practical orientation, information support of the individual student's work, the ability to provide consultations and correct tasks remotely, to be constantly in touch.

There are two ways of forming and observing the “norm” regarding the issue of negligence in Ukrainian education – conscious and unconscious behavior. Conscious behavior in non-compliance with the authorship of texts and results of scientific work is characterized by using the results of the work of other scientists, groups, organizations and presenting them as their own, while the author understands that such activity violates copyright and principles of academic integrity. Unconscious behavior consists in the lack of knowledge and application skills principles of academic integrity. Unconscious behavior is characteristic of scientists who do not have experience in writing and presenting the results of scientific work, that is, mainly young scientists.

Academic integrity is the moral code and ethical rules of a civilized scientific and educational community. The concept of academic integrity includes such values as prevention of fraud, falsification and plagiarism; maintaining academic standards; honesty and diligence in research and scientific publishing.

Academic integrity is considered by researchers as a component academic culture. Manifestations of academic dishonesty can be divided into two groups: dishonesty in educational activities and dishonesty in scientific activities. However, such a division is quite conditional, because in modern conditions, educational activity, especially in higher education, is inextricably linked with scientific activity.

The main forms of manifestations of academic dishonesty:

1. Plagiarism, i.e. intentional or conscious publication (publication), in whole or in part, someone else's work.
2. Writing down answers from another person during any type of final or ongoing control (exam, test, etc.).

3. Purchase from other persons or organizations with subsequent presentation as own results of educational and scientific activities.

4. Academic fraud, which can take the following forms:

– falsification, falsification of bibliography items usually appears in the form of references to sources that were not used in the work;

- tampering, falsification of scientific results themselves research;

– simulation of deterioration of health, illness in order to avoid control measures;

- submission or representation by different persons of works with the same content as a result of educational or scientific activity;

5. Providing feedback or reviews on scientific or educational works without proper examination of them.

6. Unfair competition between persons receiving education or between scientists sometimes leads to such a phenomenon as causing damage, spoiling, sabotaging the educational or research work of others.

7. Inclusion in the list of authors of scientific, educational publications or project executors of persons who did not participate in the preparation (writing) and in obtaining scientific results.

8. Conflict of interest – real and potential conflict between personal property, non-property interests of a person or persons close to him and his powers.

Methods of preventing academic dishonesty are most common in the practice of Western educational institutions. Western experience of punishment for dishonesty: from retaking the exam, relistening to the course and rewriting the work before expulsion from the university.

Analyzing the practice of European academic culture, the fact that there, starting from school, students complete tasks and gain knowledge that can be useful for them in everyday practice draws attention. work, and as a result, a high level of quality of life, prompts them to be more conscientious about completing tasks, self-training and refusing to write off. The goal is to acquire competitive knowledge, skills and abilities. The focus on the practical application of knowledge encourages

reflection and is a good incentive for a student's responsible attitude to learning. Attempts to cheat immediately provoke condemnation from other students, which is a very influential factor.

Duman S.M.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

TYPES OF BUSINESS COMMUNICATION

When studying a foreign language, students must perform various types of work with books on the specialty: be able to get the necessary information, understand the content, possess dialogic and coherent monologue speech at the level of both independently prepared and unprepared speech, translate or abstract the necessary material, to understand speech within a certain specialization.

Textbooks, various visual aids, audio and video materials, computer and technical tools used in the educational and methodological complex allow modelling a foreign language environment and stimulate communication in a foreign language. Traditional educational materials are reinforced with electronic courses or textbooks, multimedia educational programs. Electronic textbooks, practice books, multimedia training programs can be used not only for working on language material, but also for the development of the main types of speech activity.

The global practice of professional communication shows that registers that meet the requirements of the modern world of work, such as economy, mobility, flexibility, and ease of use, are of the greatest importance today. In this regard, telephone communication and business correspondence, in particular e-mail, are in the greatest demand. Numerous facts confirm that direct business meetings and negotiations between representatives of various companies and firms are usually preceded by repeated telephone conversations and communication by means of business correspondence, especially e-mail, during which the subject of discussion at the upcoming meeting, the place and time, the duration of the meeting, and the

number of participants are clarified etc. Business meetings themselves for the purpose of conducting business conversations and negotiations are the next in the hierarchy of functional varieties of business communication.

In the professional world, communication by phone is used for various purposes, but in any case, a specialist must be able to: say hello in a foreign language; introduce himself, his company, institution, organization; transfer the necessary information; accept information; discuss the problem; apologize; say goodbye, etc. For this, there are appropriate examples of communication methods in various situations. In each sample, a specific stable model is reproduced: a nominative sentence, which consists only of the name of the company (firm, institution); a statement that consists of two sentences: a greeting and the name of the company. It is possible to note other models typical for this register of business communication: greetings and requests; presentation and formulation of the purpose of the phone call, etc.

The ability to conduct business correspondence is very important in the professional activity of a modern specialist, which, in turn, presupposes the presence of written communication skills. It should be emphasized that written communication is a more complex type of speech activity than speaking. According to scientists, this is a specific, active, productive type of speech activity, which involves the ability to encode information taking into account the graphic communication channel. This is a way of forming and formulating thoughts in written linguistic signs. Written speech as a type of speech activity has certain properties, in particular, it is a secondary form of communication: it relies on a graphic (visual) communication channel, auditory, speech-motor, visual and motor analyzers; method of indirect communication: lack of an interlocutor, feedback, one-sided nature of speech; communication unlimited in time and space: permanent, fixed form with the possibility of storage; non-linear, reversible process, available for editing and making substantive and formal changes; lack of extralinguistic means of communication: maximum verbalization of content, comprehensiveness, completeness of expressions; mandatory linguistic norms:

speech coherence, grammatical and stylistic correctness, complex syntactic constructions, use of neutral vocabulary.

Horbatenko A.P.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

USING INTERACTIVE TECHNOLOGIES IN THE LEARNING PROCESS: BENEFITS AND CHALLENGES

In recent decades, interactive technologies have become an essential component of modern education, providing unique opportunities to engage students and improve the quality of learning. The principles of interactive learning recognize that students not only receive information from teachers but also actively interact with each other, utilizing additional resources and tools. This significantly enhances the quality of education and makes the process of knowledge acquisition more meaningful.

The primary characteristic that distinguishes interactive learning from traditional methods is that new knowledge is not simply provided; rather, the learner transforms from a 'listener' into an 'actor'.

Some of the main methods and techniques of implementing interactive learning include:

- Brainstorming
- Presentation-based projects
- Business games (role-playing, simulations)
- Utilization of information and communication technologies, reproduction of audio and video materials. These may include online tests, the use of educational websites, and specialized programs. [1]

First and foremost, the use of interactive technologies allows transforming learning into an engaging process. From gamification elements to virtual reality,

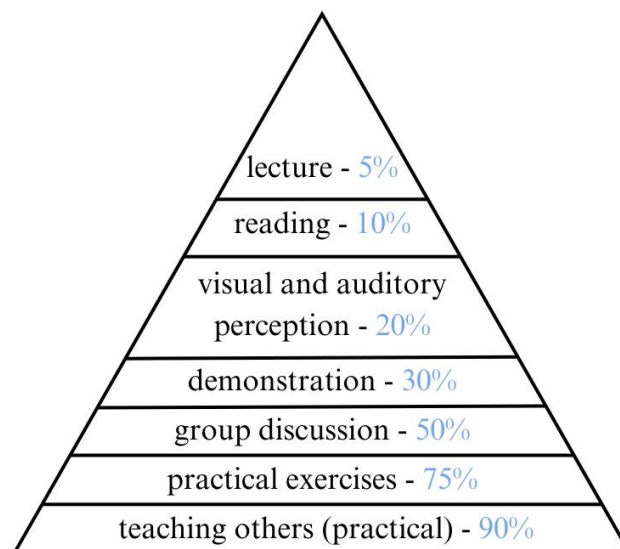
these technologies create opportunities for interactive communication, collaboration, and problem-solving, which deepens understanding of the material and activates the learning process.

The second significant advantage lies in the individualization of learning provided by interactive technologies. They enable teachers to create personalized programs that cater to the needs of each student. As a result, every student can learn at a pace that suits their individual abilities and characteristics.

The third important advantage is increased student engagement in the learning process. Interactive technologies foster active interaction with the material, sparking interest and motivation for learning. They allow for the creation of situations where students can apply their knowledge in practice and receive immediate feedback.

The fourth important advantage is psychological well-being. Such methods encourage children to take learning into their own hands, to be active participants in this process, thus helping to avoid increased anxiety, excessive cognitive load, and excessive fatigue.

Thanks to research conducted by the National Training Laboratories in the United States in the 1980s, a model called the "Learning Pyramid" was developed. It depicts the percentages of material retention through various teaching methods. According to it, it is evident that the most significant results can be achieved through interactive learning conditions.[2]



However, along with the advantages of interactive technologies come challenges.

Accessibility and readiness to use such technologies among students and teachers need to be considered. Not all students have access to the necessary equipment or may be able to cope with new technical tools.

Teacher skills. Working with modern equipment requires specific skills. A teacher should be proficient in using a regular computer to avoid discomfort when working with interactive tools and to maximize its potential.

Variety of methods. If a teacher only uses one tool, there is a risk that students will have difficulty adapting to others.

It is also important to avoid overloading the learning process with interactive technologies. Too many technical tools can distract from the main purpose of education. Therefore, it is necessary to balance the use of interactive technologies with traditional teaching methods.

In summary, it can be said that the use of interactive technologies in the educational process has significant potential to enhance the effectiveness and quality of education. It not only contributes to deepening knowledge but also fosters the development of key skills such as critical thinking, communication, and collaboration. These methods have already proven to be effective in modern education, and their popularity will only continue to grow. However, to achieve optimal results, it is necessary to carefully address the challenges associated with accessibility, integration, and balanced use of these technologies.

REFERENCES

1. Blog Briolight “Pros and Cons of Interactive Technologies in Education” URL: <https://briolight.com/plyusi-i-minusi-interaktivnih-tehnologij-v-osviti/>
2. Interactive teaching methods URL: <https://inkluzia.com.ua/interaktivni-metodi-navchannya/>

**FORMATION OF SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF STUDENTS OF
NON-LINGUIST SPECIALTIES OF HIGHER EDUCATIONAL
INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF STUDYING THE ENGLISH
LANGUAGE**

Communication is a complex, multifunctional and multifaceted phenomenon. It is a significant object of research in various scientific fields, studied by specialists in various fields of knowledge. This phenomenon is one of the most important problems of modern society.

One of the most urgent problems of foreign language methodology is socio-cultural competence and ways to achieve it. A modern young person should possess the skills of a tolerant attitude towards speakers from different countries, cultures and lifestyles. It is especially difficult to acquire socio-cultural competence outside the linguistic environment [1, p. 3]. Therefore, an important task for a teacher in English language classes in higher educational institutions is to simulate real communication situations.

Since the beginning of the 90s of the 20th century, significant changes have been observed in the socio-cultural context of foreign language learning. Intensive development of international relations with foreign firms and enterprises has begun in our country, as well as joint educational programs for student exchange, with participation in international projects, have appeared.

These events led to the need to rethink the goals, tasks, content and technologies of teaching a foreign language and foreign culture, taking into account both the richest national and international experience. There was a transition to a person-oriented paradigm of education and upbringing, which served as an impetus for the development of several approaches to the selection of the content of the socio-cultural component of foreign language learning. The most famous of them are

linguistic and regional studies, linguistic and cultural studies, and socio-cultural studies.

Unlike the other two cultural approaches, the socio-cultural approach made it possible to pay attention to the possibility of learning the cultures of different ethnic, social, religious and other groups in the countries of the languages being studied.

Professional linguistic and cultural education also forms the foundation of successful intercultural interaction and is designed to form the basis for the further communicative development of the student's personality in the implementation of his professional training.

In the process of intercultural communication, the principle of dialogue of cultures is implemented, which ensures the exchange of knowledge and ideas at the international level.

The main goal of the professional formation of students is to form a professional worldview as a set of general cultural and professional competences that form the basis of worldview and special knowledge, professional skills, abilities, qualities, value orientations of the individual, which should be manifested in the future professional activity and contribute to the effective performance of one's duties young specialists.

Socio-cultural competence in linguistic didactics is interpreted as socio-cultural knowledge that is adequately used in intercultural communication. Inadequate development of socio-cultural competence greatly complicates intercultural communication, since it is socio-cultural competence that plays a significant role in the implementation of full-fledged intercultural communication.

Socio-cultural competence largely determines the success of communication with representatives of a foreign culture, allowing one to feel confident and comfortable in a foreign language environment. Mastering this competence can help future specialists in overcoming cultural barriers and forms a culture of human relations. In order to implement adequate intercultural communication, it is necessary not only to know the vocabulary and to freely operate with grammatical formulas, but

also to be able to relate linguistic means to the norms of linguistic behavior observed by native speakers.

During the learning of foreign language communication, a socio-cultural approach is necessary, which defines as the main principle "interrelated communicative and socio-cultural development of the personality learning a foreign language." The socio-cultural approach originates in the audio-lingual method and develops on the basis of the communicative method with the involvement of country studies materials that create the socio-cultural background and context of foreign language communication. The implementation of the socio-cultural approach orients students to the comparison of pictures of the world in the context of national and world civilizations and thus leads the student to reflect on his own values, to awareness of the national heritage of his country, his people.

The increasing intensity of contacts between peoples and countries determines the change of socio-cultural priorities in the field of language education. The tasks of teaching a foreign language as a means of communication and forming a "cultural-linguistic personality" lead to the emergence of new concepts in the field of teaching foreign languages, namely the concepts of intercultural communication and intercultural learning.

References

1. Berezenska L., Sivayeva N. How to form a lexical component of sociolinguistic competence: an algorithm for a teacher // Foreign languages in educational institutions. 2008. No. 1. P. 118 - 120.
2. Vorobyova I. A. Linguistic and sociocultural aspects of foreign language learning. Slavic Herald: Collection of Scientific Works. The series "Philological Sciences" of the Rivne Institute of Slavic Studies of the Kyiv Slavic University. Issue 4. Rivne: RISKSU, 2003. 267p.

WHY IS PROFESSIONAL COMMUNICATION IMPORTANT IN ACCOUNTING?

To start with, professional communication is considered to be a vital component of any business, and accounting is no exception. In today's world, where business processes are becoming increasingly complex and interconnected, effective communication between accountants, clients, management and other stakeholders is becoming a key success factor. It is especially important in the accounting sector, where accuracy, clarity and comprehensibility of information are crucial.

This issue has been considered by many scientists and scholars. In particular, Kozlovsky Y. M. and Yaremko I. Y. analyzed the professional competencies used in the training and education of accountants, assessing their compliance with modern qualification requirements [1]. Vyhivska I. M. and Makarovych V. K. considered the personal competencies of an accountant [2]. They also developed a portrait of the qualities of a chief accountant, which is determined by the criteria of intellectual abilities, emotional maturity, and especially communication skills [2].

This topic is not only relevant, but also critical to the successful functioning of any accounting organization or department. Accountants play a key role in financial management, reporting and analysis, ensuring the accuracy and reliability of financial information. Their work affects strategic decision-making, financial stability, and competitiveness of the company. Therefore, high professional communication in this area is an integral part of the successful operation of any company or enterprise.

Furthermore, professional communication between accountants and directors helps ensure that financial data is collected, processed, and analyzed correctly. Such communication helps to avoid errors and inaccuracies in reporting, which can lead to negative consequences for the company. In addition, effective communication in the accounting department contributes to good relations with other business units. By

fostering mutual understanding and open exchange of information, conflicts of interest can be avoided and everyone can work together to achieve common goals.

However, there may also be problems with professional communication, such as communication between employees, their lack of qualifications, and disorganization of workplaces. Misunderstandings between employees lead to incomplete and insufficient exchange of necessary information. If the company has business relations with other countries, this can also be a problem when accounting for income and expenses. Different accounting rules, tax laws, exchange rates, and especially problems with communicating in different languages can all create difficulties in accounting. For example, different taxation systems of external counterparties can lead to complicated tax calculations and affect revenue recognition.

Therefore, professional communication in accounting is an important factor in ensuring the correct and efficient management of a company's finances. It facilitates effective collaboration, accurate accounting, reporting, and compliance with regulatory requirements.

References

1. Kozlovskiy, Yu. M. & Yaremko, I. Y. (2018). Formuvannia profesiinoi kompetentnosti maibutnikh fakhivtsiv z obliku ta analizu [Formation of professional competence of future specialists in accounting and analysis]. *Globaljni ta nacionaljni problem ekonomiky*, vol. 22. Retrieved from <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/176.pdf> [in Ukrainian].
2. Vyhivska, I. M. & Makarovych, V. K. (2018). Osobysti kompetentsii bukhhaltera ta yikh vplyv na orhanizatsiiu bukhhalterskoho obliku [Personal competencies of an accountant and their impact on the organization of accounting]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*, vol. 1 (51). Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2018_1_67 [in Ukrainian].

INFLUENCE OF A FOREIGN LANGUAGE ON PROFESSIONAL SUCCESS

The modern world demands a lot from us: rapid changes, globalization, and technological progress. In the global labor market, English has become an important tool for career success. Proficiency in business English is not just a desirable trait; it has become a necessity [1 c. 1].

First, when working with foreign partners, you need to know as much as possible about the traditions and way of life in the country. Special attention should be paid to business etiquette to minimize potential difficulties and inconveniences during negotiations. Many foreigners are eager to resolve issues promptly, but if misunderstandings arise, it can quickly lead to adverse outcomes. Knowing the peculiarities of the mentality can have a positive effect on career growth and establish communication with business partners [2 c. 1].

Secondly, those who dream of getting a job at a foreign company or organization cannot do without knowledge of English. According to statistics, employees who are fluent in the language can count on a 10-20% increase in salary. Working abroad offers new opportunities, but achieving it requires considerable effort.

Thirdly, in today's digital age, learning English has become more accessible than ever. It is enough to sign up for online courses. This approach enables learners to save time, as instruction is conducted remotely. Moreover, it allows individuals to choose a convenient class schedule, learn from top instructors, and participate in either group or individual sessions. Utilizing a convenient learning platform and additional materials, individuals can improve their spoken and written language skills.

In conclusion, proficiency in English is indispensable for professional success in today's globalized world. It facilitates effective communication with foreign partners, enhances career opportunities, and can lead to higher salaries. Embracing the language opens doors to new horizons and fosters personal and professional growth.

References

1. Вплив англійської мови на кар'єру: чому важливо вдосконалювати свої навички. URL: <https://economistua.com/vplyv-anglijskoyi-movy-na-kar-yeru-chomu-vazhlyvo-vdoskonalyuvaty-svoyi-navychky/>.

2. Вплив англійської мови на кар'єрне зростання та перспективи роботи за кордоном. URL: <https://www.061.ua/news/3666794/vpliv-anglijskoi-movi-na-karerne-zrostanna-ta-perspektivi-roboti-za-kordonom>.

Kosenko S.

Dnipro Staatliche Universität für Landwirtschaft und Wirtschaft

ANALYSE DER INTERKULTURELLEN KOMPETENZ

VON ZUKÜNFTIGEN TIERÄRZTEN

Die eigentliche Bedeutung interkultureller Kompetenz wird als die Fähigkeit zur erfolgreichen und angemessenen Interaktion mit Individuen und die Fähigkeit zur zufriedenstellenden Interaktion mit Menschen unterschiedlicher kultureller Orientierungen erklärt. Interkulturelle Kompetenz eines Spezialisten auf dem Gebiet der Gesundheit ist ein wichtiger Bestandteil seiner beruflichen Kompetenz und eine notwendige Voraussetzung für die Entwicklung.

Die erste Priorität des Tierarztes besteht darin, um qualitativ hochwertige Gesundheitsdienstleistungen anzubieten. Die Fähigkeit, mit Tieren zu arbeiten und

die Auswahl der Behandlung. Aber Tierhalter sind auch ein integraler Bestandteil dieses Prozesses. Für einen modernen Tierarzt ist es wichtig, interkulturelle Kompetenz zu verstehen und zu beherrschen.

Einigen Quellen zufolge ist eine der Hauptkompetenzen, die die Wettbewerbsfähigkeit zukünftiger Spezialisten erhöht, die Kenntnis einer Fremdsprache. Dies gilt insbesondere für Fachbegriffe und die Fähigkeit, sie in beruflichen Tätigkeiten richtig und geschickt einzusetzen. Daher achten Schulen und Universitäten darauf. Dementsprechend muss der Tierarzt eine Reihe von Eigenschaften haben, die ihm helfen, mit dem Patienten und dem Besitzer zu kommunizieren, psychologische, moralische Unterstützung zu leisten. Interkulturelle Kompetenz fördert die Kommunikation im Kontext des Heilungsprozesses mit Vertretern verschiedener Kulturen, Ansichten, Nationalitäten, Überzeugungen, Traditionen.

So kann die Bedeutung der professionellen Fremdsprache kommunikative Kompetenz für einen modernen Spezialisten in der Ukraine nicht überschätzt werden. Diese Kenntnisse und Fähigkeiten müssen aus den Studienjahren entwickelt und verbessert werden.

Und schließlich können wir sagen, dass Kompetenz die Fähigkeit ist, bestimmte berufliche Aktivitäten durchzuführen, in der Gesellschaft zu interagieren und zu kommunizieren, die auf den Lektionen basiert, die früher während der Ausbildung, Erfahrung, Wissen, Fähigkeiten und Werte gewonnen wurden.

Literatur

1. Гальчун Н. П. Дослідження компонентів міжкультурної компетентності медичного працівника: аналіз, висновки, перспективи. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки.* № 211. 2023. С. 107 – 113. DOI: <https://doi.org/10.36550/2415-7988-2023-1-211-107-113>
2. Подоляк М. В. Аналіз поняття іншомовна професійна комунікативна компетентність у вітчизняному та зарубіжному науковому просторі. Академічні

Kyrychok V.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

CUSTOMER COMMUNICATION CHALLENGES AND SOLUTIONS FOR THE FINANCIAL INDUSTRY

In today's world, where digital technologies are transforming the way we do business, effective customer communication is becoming a key success factor for the financial industry. The financial industry is one of the most dynamic and competitive sectors of the modern economy. However, it also faces a number of customer communication challenges that need to be addressed. However, the industry faces a number of challenges that make this process difficult.

Challenges we need to solve:

- Data security: Financial institutions deal with a large amount of sensitive data, which creates challenges for secure information exchange.
- High customer service requirements: Customers expect a high level of service, including quick responses to queries and personalised service.
- Complexity of products: Financial products are often complex, making them difficult to explain to customers.
- Product complexity: Many financial products are complex and require a high level of knowledge to understand. This can create barriers to effective communication with customers.

— High customer expectations: Today's customers expect a high level of service, quick responses and personalised solutions, which challenges traditional methods of communication.

Another key challenge in communicating with customers is ensuring data security and privacy. With cyber threats becoming increasingly prevalent and regulatory requirements such as GDPR and CCPA, financial institutions must prioritize the protection of sensitive information. Implementing robust encryption protocols, multi-factor authentication, and regular security audits can mitigate the risk of data breaches and give customers confidence in the security of their personal and financial data.

We have several ideas to address this customers communication challenges:

— Digital platforms: Using digital platforms for communication can facilitate information sharing and ensure data security.

— Automation: The use of chatbots and other forms of automation can help manage the high volume of customer queries.

— Customer education: Providing educational materials and resources can help customers better understand financial products.

Although the challenges of customer communication in the financial industry are complex, there are effective strategies and solutions that can help overcome these challenges. Customer centricity, the use of the latest technology, and the provision of quality customer service can significantly improve customer communication in the financial industry.

Making conclusions, by leveraging technology, implementing educational initiatives, and adhering to regulatory standards, financial institutions can overcome obstacles and cultivate stronger relationships with their customers. Through continuous innovation and adaptation, the financial industry can navigate the evolving landscape of customer communication and create greater value for both customers and stakeholders.

THE ROLE OF VIRTUAL REALITY IN THE DEVELOPMENT OF STRATEGIC THINKING OF FUTURE SPECIALISTS

In today's world where technological advances are rapidly changing approaches to learning and professional development, the use of virtual reality (VR) is becoming increasingly important. One of the key aspects of the use of VR is its potential to foster strategic thinking, which is critical for successful functioning in today's society. Let's look at some aspects of VR role in shaping strategic thinking.

1. Creating an immersive learning environment:

VR provides the opportunity to create immersive virtual worlds where students can feel part of the situation or problem being studied. This contributes to a better understanding of the context and allows you to develop strategic thinking while responding to events in the virtual environment.

2. Solving complex tasks:

Using VR allows you to create simulations of complex scenarios that require strategic analysis and decision-making. Students can try different strategies and evaluate their consequences, which helps to develop their strategic thinking.

3. Critical thinking training:

Virtual reality creates unique conditions for training critical thinking. Students can analyze information, consider different alternatives, and evaluate their effectiveness, which are key components of strategic thinking.

4. Promoting the development of risk acceptance:

In a virtual environment, students can try out new ideas and strategies without real consequences. This contributes to the development of their ability to take risks and opens up new opportunities for creative strategic thinking.

The use of virtual reality in the formation of students' strategic thinking opens up many opportunities for improving their learning and professional development.

COMMUNICATIVE ORIENTATION OF FOREIGN STUDENT ADAPTATION TO NEW SOCIAL ENVIRONMENT

In modern world students of all ages have access to different exchange educational programs and get the possibility to study abroad. It is a great opportunity not only to get education but also to learn new culture, traditions and to master different soft skills. In order to obtain successfully an educational process for foreign students, the most comfortable conditions must be created not only for studying, but also for a general stay in the country. A key aspect in this process is the adaptation of the foreign student to the new socio-cultural environment.

The term *adaptation* is used in various areas and means acclimation to changing environmental conditions. The problems of adaptation as acclimation to environmental conditions were first considered in the works of Aristotle; Hippocrates, R. Descartes, and G. Spencer also paid attention to these issues.

Socio-cultural adaptation is the adaptation of the individual to the conditions and values of the new socio-cultural environment, to new norms of behaviour for successful stay in the new environment, formation of new ways of behaviour to overcome the difficulties that arise. Successful social adaptation occurs if foreign students not only accept the norms and values of the social environment, but also base on them their activities and relationships with the environment, this facilitates their stay in a new society and improves the effectiveness of their studies.

Therefore, the adaptation of foreign students to a new socio-cultural environment is a process of adapting them to new social conditions, accepting the values of a new society, realizing new social roles, norms of behaviour, which ensures generally the successful functioning of foreigners in a new environment.

Problems of adaptation of foreign students are determined mutually; it is a certain psychological barrier, overcoming it is related closely to personal, intellectual,

emotional, physical stress. Among the adaptation problems, we can mention the language barrier, communication difficulties, difficulties in the organization of everyday life, cultural and religious differences.

Difficulties, which foreign students face during their studies, have mainly a social nature, in this context the adaptation process is related to socialization; the goal of the adaptation process is the socialization of a foreigner in a new society. Therefore, the schools face the task of helping foreign students to form a high level of social competence, different from formed in their native cultural environment.

Language adaptation and overcoming the language barrier is the most difficult problem, passing which improves the quality of the educational process. Also, problems with understanding among foreign students often arise due to a communication failure, as a rule, in cases when the interlocutor does not take into account the communicative characteristics of a foreign student. Cultural traditions and regional characteristics play an important role in the formation of adaptation skills of foreign students.

One of the main requirements for the successful and effective education is communicative orientation of the educational process as an integral part of the training students, their ability to organize communication in any environment.

The communicative orientation of the adaptation of foreign students lays in the organization of such an educational environment at school, which is directed and implemented in the way when students master the necessary minimum skills and abilities for successful communication in a new social environment. In the process of studying foreign students, it is necessary to pay attention to the development of communicative skills and abilities, to form communicative culture, communicative competence and improve communicative potential. The principle of communicative orientation determines the direction and content of the educational process, that is, the selection and organization of certain linguistic material, the specification of communication situations, training of skills necessary for communication.

According to the four-level model of cultural and communicative adaptation according to K. Oberg, a migrant goes through four stages: from a positive perception

of a new environment and a superficial acquaintance with it through culture shock, further deeper understanding and acceptance of a new environment and, finally, adaptation – the process of normalization of moral and physical condition of the individual, integration into the host community. At the second stage, three types of behaviour can be observed according to the level of optimism (pessimism), which is related to the level of the subject's search activity:

- a) the growth of search activity in the social sphere and the tendency towards stereotyped activity in the sphere of interpersonal relations;
- b) preservation of search activity in the social sphere against the background of passive refusal to search or a chaotic (panic) reaction in the interpersonal sphere;
- c) complete rejection of search activity and general passivity.

Therefore, at this stage it is important to intensify the search activity of foreign students at the background of their optimistic assessment of the situation.

The organization of the educational process using a communicative approach involves modelling the personal nature of the communicative activity of foreign students; building interaction of communication partners; determination of the substantive basis of the communication process. The communicative approach contributes to the formation of personality due to the fact that the educational process takes place through the discussion of certain problems taking into account the interests and worldview of students, such communication conditions are created in classes that are close to the conditions of a real language environment; all this has a positive effect on the process of adaptation of foreign students to the new socio-cultural environment.

ENGLISH AS A MEANS OF SUCCESSFUL EUROPEAN INTEGRATION

In recent years, Ukraine has been rapidly progressing towards European Union membership, aiming to raise living standards and achieve economic and political stability. This would enable more active and effective cooperation with its members and receive proper support for strong, mutually beneficial relationships. However, a significant and decisive issue in these broad matters is the substantial language barrier between Ukraine and European states.

English is officially recognized among the languages of the European Union countries. Therefore, the foremost and most crucial benefit of Ukraine mastering English is seamless communication. It serves a unifying, communicative function, allowing citizens of different countries to interact on various levels. Television programs, signage, music, services, documentation, political, and entrepreneurial activities – all these social aspects are served by two official languages: English and the native language of the respective country's population. Therefore, proficiency in English allows one to smoothly handle all essential aspects for comfortable living in such an environment.

Improved communication with representatives of EU member states and international organizations will contribute to the development of diplomatic and trade relations, directly strengthening our economy. This will foster international business and investments by attracting foreign investors and expanding export opportunities.

Significant changes have also occurred in education and science. In the European Union, opportunities for scientific cooperation, numerous educational programs, and scholarships are provided to Ukrainian citizens, with knowledge of English being a key factor in utilizing these opportunities. Moreover, a large amount of information resources, documents, materials on European politics, and state

structure, including laws and standards, are primarily available in English, and without its knowledge, it would be more difficult for us to navigate and understand these issues.

Equally significant is the cultural aspect. European and other creators are leading cultural figures who shape today's directions in all cultural spheres, and they predominantly conduct their creativity, description, and communication with the audience in English. English-language counterparts of art provide an excellent and higher-quality alternative to Russian ones, from which some still cannot abstain, feeling difficulties in finding a better, understandable alternative to meet their personal content consumption needs. This, in turn, negatively affects European integration through "blurring borders" tolerating the Russian context and worldview, and consequently, the reluctance to develop and self-improve.

Regarding the English proficiency of Ukrainian citizens, certain problems may arise and are already emerging. For example, we have evident shortcomings in the education system, where due to a high concentration of non-usable information presented without special attention to the quality of education results, we often simply waste human resources on visually effective but ultimately inefficient learning, which is not effective in reality. Cultural barriers, which may unconsciously arise due to the past traumatic experience of russification, are also worth mentioning, as an element of which was the isolation of the nation from the achievements of developed countries.

As for addressing the shortcomings of the education system, history has already seen examples of successful educational reforms, such as Finland, which once conducted extensive work to change the education system in the country, providing learners with an integrated and flexible program that allows students to develop critical and creative thinking without excessive burdens and outdated knowledge assessments. Perhaps, we should also pay attention to their experience and adopt something for ourselves [1].

Until that happens, nowadays there is an opportunity to independently study English through self-education or appropriate courses from online or offline schools,

where each person has the opportunity to focus on studying topics of interest to them. This is truly convenient, accessible, and beneficial for anyone.

Therefore, we can attest to the importance of English proficiency for successfully achieving the goal of Ukraine's accession to the European community for multifaceted development. It is important for every citizen of Ukraine to realize the enumerated things, acknowledge the need for self-improvement, and seek ways to address them, simultaneously contributing to the internal improvement of the state's way of life. This is a difficult and thorny path, but with an understanding of the importance and perseverance, we will definitely achieve the desired outcome.

References

1. Принципи успіху фінської освіти: веб-сайт. URL: <https://svitedu.com.ua/princhipi-uspihu-finskoyi-osviti> (дата звернення: 23.02.2024).

Moiseiev N. R.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

MODERN TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON PROFESSIONAL COMMUNICATION

Development of modern technologies transforms professional communication, giving it a new character and facilitating changes in communication methods. Significant changes occur both in internal communication processes of organizations and in interactions with external stakeholders such as partners, clients, and suppliers. Modern technologies create new opportunities and challenges, requiring participants

in professional communication to adapt and acquire new skills for effective use of these tools.

Email, as the primary means of electronic correspondence, has become an essential part of professional communication in the modern world. This tool allows for the quick and convenient sending of text messages, documents, and files. It is an effective instrument for conducting official business negotiations, exchanging ideas and solutions, as well as organizing workflow [1].

Instant messaging, available through various platforms such as Meet, Zoom, Microsoft Teams, etc., has become a popular means of communication in modern business environments. They enable quick exchange of text, visual, and audio messages in real-time. This ensures promptness in addressing issues and conducting communication even in large organizations or among globally distributed teams.

Remote technologies, such as remote access to work files and software, virtual private networks, and video conferencing applications, transform work possibilities by allowing work from any location with internet access. This enables a flexible work schedule as employees can work from home, during travels, or from any other location they choose. It facilitates working according to individual needs and schedules, also promoting a balance between work and personal life [2].

The preserved history of conversations not only allows tracking the evolution of a project over time but also analyzing communication methods and interactions among team members. This helps identify successful approaches and learn from mistakes, making the team more effective in future projects. Additionally, storing the complete communication history in electronic format ensures accessibility of this information to all team members at any time. This is particularly important in modern conditions when teams may work in different time zones or geographic regions [1].

Thanks to instant messaging, email, and other communication channels, employees are always connected and available for communication. However, this can also lead to information overload and distraction from core tasks.

Modern technologies make professional communication faster and more accessible, increase flexibility in work hours, help track project development more

accurately, but at the same time create new challenges such as efficiency and distraction. Each opportunity and challenge needs to be utilized for one's goals and to enhance productivity metrics [2].

References

1. Danko, Y. A. (2012). Social networks as a form of modern communication: pros and cons. *Modern Society*. 2, 179-184. [Accessed: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2012_2_25]]

2. Makovetska I. Organization of communication activities at the enterprise. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/905/868/>

Motiakin I.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE ROLE OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN ENHANCING INTERNATIONAL COMPETITIVENESS IN THE FIELD OF INVESTMENT ATTRACTION BY TERRITORIAL COMMUNITIES

The globalization of the international economy at the forefront in the management of the competitiveness of territorial communities puts forward the study of the cultural identity of the subjects of investment activity, the language of their communication, including their business-emotional portrait, behavioral characteristics, hierarchy of values, mentality, civilizational differences in business communications. That means that, international investments are functioning in a certain cultural environment. Identical styles of business communication in cross-cultural contacts promote mutual understanding because the behavior of business partners is understandable and to some extent predictable. Conversely, if the communication style of business partners is not understood by representatives of

another culture, then behavior different from the expected one can be evaluated as "wrong". This provokes the emergence of many problems: the impossibility of making profitable investment contracts, the impossibility of working in promising investment markets, etc., which generally affects the country's success.

The European integration prospects of Ukraine, the multiplicative effects of the post-war revival of its economic potential, including through the attraction of investment resources of foreign strategic partners, actualize the importance of implementing qualitatively new business communications. However, not every official today attaches due importance to etiquette and the ability to properly communicate with business partners, giving preference to the material and financial side of the deal. Therefore, one of the main negative factors of the international competitiveness of territorial communities is insufficient attention to the specifics and features of business communications, considering the linguistic and cultural component of their implementation.

If we analyze the problems of modern business communications of domestic specialists who are attracting international investments [1; 2], it is worth highlighting two main issues:

1. Linguistic "cosmopolitanism", a tendency towards linguistic standardization and unification on the one hand, and linguistic plurality on the other. The globalization of the modern world economy determines the prevalence in business communication of the peculiarities of the linguistic behavior of communicators of the so-called egalitarian cultures (the USA, Canada, Anglo-Saxon and Northern European states, which are the leaders of the modern world economy). Accordingly, the English language becomes the dominant cross-cultural form of business communication, which imposes certain requirements on officials regarding mandatory high-quality language education. At the same time, the multiplicity of international differences forces specialists to use different languages to communicate with colleagues, clients, and partners from different countries. This can lead to misunderstandings and mistakes, which can negatively affect the reputation of the official representative and cause a loss of investment. Therefore, it is important to

provide professional translation and translation support for international communications.

2. Cultural diversity. Different countries and cultures may have different approaches to investment and management. This is especially relevant for increasing competitiveness in the field of attracting investments by territorial communities today, in the conditions of full-scale military aggression of the Russian Federation, significant reduction of investment operations and modification of the geography of external investors.

According to the report of The Ministry of Economy of Ukraine, the main investor countries in Ukraine in 2022 were Cyprus - 33.1%, the Netherlands - 19.5%, Switzerland - 5.1%, the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland - 4.8%, Germany – 4.97%, Austria – 3.2%, Luxembourg – 2.5% and France – 2.2%. As of December 31, 2022, the largest amount of direct investment was made to industrial enterprises - 41.9%. [3] It should be noted that a significant number of territorial communities in Ukraine have investment potential precisely among the renewal of previously closed or suspended industrial and production enterprises.

Therefore, such a geographical diversity of international investors requires specialists to understand cultural differences and find ways to adapt to local conditions. In general, there are alternative classifications of investment cultures. The most common one was proposed by Lewis Richard Donal based on such features as: ways of communication of people from different cultures, peculiarities of their business behavior, thinking and decision-making process [4]. He distinguishes the following types of business cultures: monoactive, polyactive and reactive. Monoactive cultures (Linear-active – L) are included by the author in the category of rational. Their representatives - Germans, English, Americans, Australians, Norwegians - demonstrate a pragmatic constructive dialogue in business communication; a clear solution to the tasks; concentration on a priority matter; careful attitude to time and strict adherence to the intended plan. Representatives of multi-active cultures (Multi-active - M) - Spaniards, Greeks, Italians, Latin Americans, Arabs - in business relationships adhere to such values as orientation to

people when performing tasks; free attitude to time and law; doing several things at the same time. The main values of reactive culture (Reactive – R) – establishing harmony in relationships; patience; respectfulness; careful attitude both to one's own reputation and to the reputation of others. This category of cultures includes Vietnamese, Japanese, Chinese, Koreans.

Solving these problems involves improving the management of competitiveness in the field of investment attraction by territorial communities in the direction of active implementation of cross-cultural management.

It is primarily about:

- use of the latest technologies and tools to improve the efficiency and accuracy of data analysis and identify trends in international communications.
- emphasis on the development and improvement of the culture of communication and negotiations.
- implementation of a system for monitoring and evaluating the effectiveness of communication strategies.
- development of culturally adaptive approaches to communication with various stakeholders.
- application of cross-cultural training and education tools to improve perception and understanding of different cultural contexts.

The implementation of the mentioned measures should make the system of value attitudes of territorial communities sufficiently flexible for successful understanding, and therefore productive cooperation with foreign investors.

References:

1. Batsenko L., Galenin R. Modern challenges of the theory and practice of international communications in the system of administrative management of the organization in conditions of sustainable development: a systemic approach. - Economics and management: Collection of scientific papers. Issue 53. 2023. P. 58-66. [Electronic resource]. - access mode: <https://em.duit.in.ua/index.php/home/article/view/85>

2. Privarnikova I.Yu., Golei Yu.M. Modern business communications with representatives of European countries: a comparative cross-cultural analysis. - Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. – P.41-48 [Electronic resource]. - access mode: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2023/56-2023/8.pdf>

3. Investment activity in Ukraine for 2022 - report of the Department of Investments of the Ministry of Economy of Ukraine. [Electronic resource]. - access mode: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b6d0940d-2443-41c4-82ec-86e6d2e56973&title=InvestitsiinaDiialnistVUkrainiZa2022-Rik>

4. Lewis's classification of business cultures. [Electronic resource]. - access mode: https://cyclowiki.org/wiki/Виды_культур_по_Ричарду_Льюису

Onyshchenko N.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE ROLE OF INTERNATIONAL COMMUNICATIONS IN MARKETING

Marketing communications, especially in the social sphere, is a company's messaging system. Relevant marketing messages are periodically transmitted to consumers in certain segments of the global market through international marketing communications. It is a way of interacting with the goods and services used by consumers [4].

Companies competing in international markets need to inform foreign consumers about their positions on certain issues, provide information about new services, and motivate purchases. Today, these goals can be achieved with the help of

modern technologies that protect brands, media advertising, international exhibitions, and marketing communications [1].

The emergence of the Internet, social media and other means of communication in our world has greatly expanded the opportunities for international marketing cooperation and contacts.

Marketers can easily reach audiences around the world with global communication. This allows you to expand your market and attract new foreign customers.

Marketers can adapt their marketing strategies to local consumers by understanding the cultural differences between countries. This includes adapting advertising, products, and services to local markets [3].

Marketers and representatives of other countries can communicate with other cultures through international exchanges. Building trust, understanding the needs and desires of local customers, and effective collaboration are commercial outcomes.

Companies can create and develop global brands that are recognized and valued by consumers around the world through international communications [1].

Marketers from different countries can exchange ideas and innovations through international exchanges. This makes them more competitive in the international market. It is the effectiveness of marketing disadvantages and contributes to the development of new marketing strategies.

In a world where globalization is becoming increasingly important, international marketing communications are a key tool for achieving success in the international market. Mastering these communication skills can provide a company with a competitive advantage and sustainable development in the global business environment [2].

In today's world, effective international marketing communications are real indicators for business development and successful marketing strategies. International communication allows companies to operate in international markets through global audience access, cross-cultural communication, adaptation to different cultures, global brand development, and the exchange of ideas. Companies can become more

competitive and succeed in the global business environment by understanding and leveraging the benefits of international communication.

References

1. Belch, G. E., Belch, M. A. (2018). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill Education.
2. Fill, C., Turnbull, S. (2016). Marketing communications: brands, experiences and participation. Pearson UK.
3. Kotler, P., Keller, K. L. (2016). Marketing management. Pearson.
4. Rummyantsev A.P., Tonkikh O.G. (2017). Innovation of international marketing communications in the sphere of social-cultural development.

Panchenko-Tereshchenko V.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

THE MAIN FACTORS OF EFFECTIVENESS IN BUSINESS COMMUNICATION

To begin with if we consider running an enterprise as one of the business processes aimed at providing services or manufacturing products, then the business itself should be considered a complex of activities and communication. Business, first of all, aims to obtain material benefits. Since any activity involves the relationship of at least two interested parties: the customer and the executor (seller), the main tool for obtaining favorable conditions when concluding a contract is skillful business communication.

In the conditions of the modern economy, the effectiveness of concluding contracts depends on several factors.

It will not be an exaggeration to say that one of the main factors is morality and adherence to professional ethics. Although philosopher-scientists tend to believe that "Business" and "Morality" are incompatible because of their very basis, in economic relations they are connected with Lutsky's factor. According to him, partners evaluate each other, if one of the parties is not reliable and does not conduct business in good faith - partnership with him will be avoided.

Moreover, one of the important factors of effective communication in business affairs is compliance with moral and ethical standards. The moral and ethical guidelines of business are based on the principles of the general theory of morality, which is based on universal human values.

Another important condition for productive communication in the economic sphere can be called the ability to identify and develop the communicative competence of employees and employees. In addition to professional skills, some employees may have a knack for more effective communication, have skills to encourage certain actions, persuade and skillfully express opinions in public. Identifying and referencing the appropriate skills of employees allows for more efficient use of labor resources.

In addition to the above, one important factor in business communication is the national characteristics of management. To obtain greater profits, enterprises enter the international level of market relations. When communicating with multinational companies, it will be appropriate to take into account national characteristics. This will not only allow you to adhere to the ethical part of communication, but will also allow you to eliminate a significant amount of misunderstandings between participants and make a good impression.

References

Business communications: educational and methodological complex/L. M. Shulga – Kyiv: KPI named after Igor Sikorskyi, 2023. – 34 p.

SPECIFIC FEATURES OF BUSINESS COMMUNICATION OF FINANCIAL INSTITUTIONS

In today's world, where technological progress is rapidly gaining momentum, traditional methods of providing banking services and managing banking businesses no longer meet the growing demand and expectations of customers. This is because they do not meet modern requirements for efficiency and profitability. In this context, the active implementation of financial innovation communications requires a constant search for advanced solutions and the development of new business models that better meet the changing needs of customers [1]. Increase competition from both other financial institutions and high-tech companies that apply innovative solutions to become leaders in highly profitable segments of the banking sector requires the development of a business communications strategy that meets the new trends in the modernisation of financial institutions.

Business communication is an integral part of the work of any financial institution [2]. It plays a key role in building relationships with customers, partners, investors and regulators.

The peculiarities of business communication in this sector arise from numerous factors that should be taken into account:

1. Complexity of financial products. Financial institutions offer a wide range of products and services, such as loans, investment products, insurance, etc. These products have specific characteristics and complexities that require good explanation and clear communication to customers. Business communication should be clear, understandable and secure so that customers can make informed financial decisions.

2. Regulatory requirements and high level of accountability. Financial institutions are subject to stringent regulatory requirements related to customer safety, compliance and ethical standards. Risk management and compliance are an integral

part of the business communication of financial institutions. Communication must be accurate, clear and compliant with legal requirements.

3. The importance of trust and reputation. Trust is the basis of the relationship between financial institutions and their customers. Maintaining and maintaining trust requires effective communication, including both face-to-face and remote communication (e.g., via email, telephone, online chat).

4. Technological innovation and change. Rapid technological advances and digital transformation are affecting the business communication of financial institutions. The introduction of new technologies, such as internet banking, mobile apps, artificial intelligence and blockchain, is changing the way we interact with customers. Communication strategies must adapt to these changes and ensure effective interaction using new channels and tools [3].

In turn, effective business communication can help financial and credit institutions to increase their competitiveness, as clear and concise communication can better convey the benefits of their products and services to their customers and partners, and reduce risks, as effective business communication can help avoid mistakes and misunderstandings that can lead to significant financial losses and improve their image.

Consequently, business communication of financial institutions has its own peculiarities related to the complexity of financial products, regulatory requirements, the importance of trust and reputation, technological innovations and changes in the international sphere. Understanding these peculiarities and being able to communicate effectively with various stakeholders is key to the success of financial institutions in today's competitive environment.

References

1. Popelo O., Dubyna M., Kholiavko N. World experience in the introduction of modern innovation and information technologies in the functioning of financial institutions //Baltic Journal of Economic Studies. – 2021. – T. 7. – №. 2. – C. 188-199. URL: View of world experience in the introduction of modern

innovation and information technologies in the functioning of financial institutions (baltijapublishing.lv)

2. Zaslavska O.I. Communicative management in the financial sector // SHEI "UzhNU." - 2020. - 22 p. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/52446/1/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%B0%20%D0%9A%D0%9C.pdf>

3. Volokhata V. E. The essence and role of the bank's communication policy in modern conditions // Business Inform. 2019. 6 (497). - C. 234-239. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-6_0-pages-234_239.pdf

Pikiner O. O., Sheypak K. O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION AND ITS ROLE IN STUDENT TRAINING PROCESSES

The current situation requires the development of new intercultural strategies communications focused on the activation of not only national and cultural ones potentials of society, but also psychic, mental and spiritual intrapersonal resources of each person.

This involves studying not so much the adaptation of people to multicultural environment, how much their inclusion in integrative processes, that take place in intercultural interaction, oriented to the organization personality behavior not only in stable, but primarily in unbalanced ones multicultural situations. The need for research becomes urgent adaptation to a multicultural environment based not only on

ideas development of unified new value standards, but also on the idea of interaction already existing norms.

Insufficient development of the theory and practice of intercultural interaction is explained by the rapid development of intercultural relations, accelerated expansion of cultural borders of states, communities, social groups. Fast the rate of change in the cultural situation in the world requires the organization of such behavior in multicultural environment, which would contribute to the prevention of cultural conflicts between communicators, formation of readiness to find optimal ways of achieving certain goals in unbalanced, unpredictable and unprogrammed situations of clash of cultures.

In recent years, it has become much more complex and multi-component production sphere of communication. Gained significant distribution and development economic, managerial, commercial, legal spheres of professional activity, which makes it necessary for specialists to possess professional skills culture as a significant component of professional intercultural communication. The weak development of the theory of business intercultural communication does not allow carry out socialization and adaptation of the personality to the modern one multicultural space and effectively use internal resources to ensure the achievement of the intended result. This determined the main one problem of this article. Today, the individual, as well as society in general, are becoming not only a means, but also a goal of social development. Therefore, a modern business person must possess the necessary spiritual potential. The latter, as practice shows business communication, should be expressed in respect for the dignity of the partner, skillful seeing the interlocutor as an equal, in tolerance and striving to understand how its position, as well as values, in the culture of discussion, compliance generally accepted cultural and moral norms.

In connection with the expansion of international relations in various spheres of special problems of intercultural business communication become relevant when the communication process takes place in conditions of national and cultural differences stereotypes of thinking and behavior, including situations of business

interaction. And such factors as language, linguistic individuality, gestures, traditions, national character, etc., play a decisive role in intercultural business communication.

Intercultural business communication includes transmission, exchange and reception business or professional information between business partners taking into account verbal and non-verbal means. As we can see, this is a complex process establishment, maintenance and development of contact between different people nationalities in a professional environment that takes place in the conditions discrepancies of national and cultural stereotypes of thinking and behavior and rules and standards accepted in society, and as a result - the achievement of business agreements between interested parties.

Harmonious intercultural communication, and together with it, business communication, requires understanding of stereotypes of behavior contained in national traditions and their perception. The interaction of community members involves not only informational exchange in various spheres of communication, and first of all, professional, and interpersonal communication, the nature of which is determined by communicative partners' intentions and strategies for their achievement (cooperation, rivalry, conflict) determined by socio-psychological and cultural features of the respective communities.

Thus, the success of business communication between representatives of different cultural communities largely depends on their cultural literacy. Only under the condition of awareness of those values and instructions, which are managed by the relevant parties in order to find mutually acceptable options for behavior, successful communication in intercultural business is possible communication between people of different cultural communities.

References

3. Methods of teaching foreign languages in secondary schools. Textbook. — 2nd ed. — K.: Lenvit, 2002. — 328 p.

**COMMUNICATION IN LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES:
KEY ASPECTS AND SIGNIFICANCE**

Communication in local self-government bodies (LSGB) plays an integral role in ensuring effective functioning, interaction, and collaboration among various stakeholders. This aspect is critically important for managing cities, districts, and other territorial units. Corresponding communication contributes to the development of collaboration, conflict resolution, and an increase in citizen satisfaction and trust in the activities of LSGB.

One of the key aspects of communication in LSGB is internal communication among employees at different levels and departments of government bodies. This includes information exchange, coordination of actions, joint decision-making, feedback facilitation, and issue resolution. Effective internal communication ensures the harmonious operation of the entire local self-government system, enhancing productivity and efficiency [1].

Scientific research underscores the importance of internal communication for the successful functioning of LSGB. For example, in the article "Internal Communication as a Factor in the Effective Functioning of Local Self-Government Bodies" [1], the authors argue that clear and coordinated communication among employees allows for task completion, time reduction, service quality improvement, stress level reduction, and staff motivation enhancement.

Moreover, external communication of LSGB is a crucial element in establishing and maintaining connections with the public, business community, non-governmental organizations, and other stakeholders. This may include conducting public consultations, public meetings, participation in local events, posting information on websites and social media, and organizing press conferences, among other activities. Ensuring transparency and openness in interactions with the public

contributes to an increase in trust in government authorities, their legitimacy, and accountability.

In addition, scientific research demonstrates that effective external communication positively influences citizens' trust in LSGB. In the article "External Communication of Local Self-Government Bodies: Ways to Improve" [2], the authors argue that open and accessible information about the activities of LSGB, opportunities for citizens to participate in decision-making, and expressing their opinions contribute to an increase in trust in authorities.

LSGB should ensure that information about their activities is accessible to people with different levels of education, age, language, and internet access. This can be achieved through the use of various communication channels, translation of information into other languages, adaptation of information for people with visual and hearing impairments, as well as the use of simple and understandable language. LSGB is also recommended to establish a system for receiving feedback, suggestions, and comments from the community. This can be done through the creation of online feedback platforms, surveys, organizing meetings with the public, and other initiatives.

All things considered, communication in local self-government bodies is a dynamic and multifaceted process that is constantly evolving. Effective communication allows LSGB to build trust and partnership relations with the community, ensure transparency and accountability in activities, enhance management efficiency, and create better living conditions for citizens.

References:

1. Shturkhetsky, S.V. (2011). Communicative Potential of Local Self-Government in Ukraine: Monograph. Rivne: TOV "Ovid."
2. Kropyvnytskyi, R. (2022). Role and Place of Local Self-Government Bodies in Crisis Communications of Public Sector Institutions. *Scientific Herald: Public Administration*, (2 (12), 87–107.

SIGNS OF COMMUNICATIVE COMPETENCE OF AGRICULTURAL STUDENTS

Teaching students oral and written communication, i.e. communicative competence, is of exceptional importance in modern society. Due to the rapid decline of the general level of national linguistic culture in the mass media, fiction, journalism, and everyday communication, there is a need for mandatory formation of individual and personal motivations for mastering communicative competence among university students. Such a task in the system of higher education is implemented through the mandatory teaching of the discipline «Ukrainian language (for professional direction)».

In the modern methodology of teaching the native language in higher education, the following indicators of students' communicative competence are determined: 1) knowledge of linguistic theory, awareness of it as a system of rules and general instructions that regulate the use of language means during communication; 2) knowledge of communicative theory, mastering the main types of speech activity; 3) use of basic linguistic (identification, classification) and speech (selection, actualization) skills; 4) the ability to consider the speech situation and choose adequate behavior (verbal and non-verbal).

The analysis of such indicators helps the teacher establish the levels of communicative competence of students: unconscious (subconscious) competence, reproductive competence, productive competence, creative competence.

The communicative approach is usually used at the final stage of language learning, therefore it is the most suitable for language teaching in a higher education institution, since students should already have formed and developed language skills during the acquisition of the first educational degree. The communicative approach is also known as communicative language learning – learning a language through

communicative interaction. The process of learning any language becomes easier, clearer and more pleasant when it is truly meaningful, therefore communicative training of students of higher education is based on the sociolinguistic approach, which is embodied through the idea of effective knowledge of the language – to be able to interact, and not only to know vocabulary and grammar rules and pronunciation. Future professionals must be able to use the business Ukrainian language correctly in any environment, both in professional official and scientific fields, as well as in entrepreneurial activity or social context. The communicative approach focuses on language as a means of communication, therefore it assumes that communication has a social purpose, that is, the language learner has something to say or perceive and understand. During this method, interactive activities in the class increase opportunities for learners to use professional language with a communicative purpose for meaningful activities.

The communicative approach focuses students' attention on competence in communication according to the required context. The communicative approach is a method of language learning that has functional significance for communication, i.e. with this approach, the most important during the process of mastering language skills are selected language means, and the purpose of communication, the tactics and strategies used to achieve the intended result of communication. To implement the concept of the communicative method, tasks and exercises should be used in business Ukrainian language classes that will help students to enrich their vocabulary and understand the social context in which the communicative act takes place.

Therefore, taking into account the signs of the students' communicative competence, the teacher reconstructs his level of awareness and chooses such methods and tasks in education in order to bring up the highest creative level of the formed communicative talent of a linguistic personality from unconscious competence.

FORMATION OF A PROFESSIONAL LINGUISTIC COMPETENCE

The process of preparing for professional activity, as a system, is formed under the influence of many factors and can be considered at three stages at once: as a process, as a state and as a result. System represents a harmonious and correctly constructed development future specialists have professional knowledge and experience who will they need for subsequent successful implementation professional tasks.

The main goal of professional linguistic education is the preparation of a qualified employee of the relevant level and profile, competitive in the labor market not only within own state, but also beyond its borders. Competent, fluent proficient in his profession and oriented in related fields their activities, ready for constant professional growth, and accordingly, social professional mobility.

It is necessary to focus on the competency-based approach that underlies professional linguistic training of future specialists. “Competence” is the range of authority of someone or the range of issues in which the person has knowledge and experience. Concepts “competence” is interpreted as having competence, knowledge, allowing one to judge something. According to a number of researchers, it is professional competence is one of the significant factors capable of ensuring the sustainable life of a future specialist in all areas of professional activity. It is also obvious that it is a necessary condition for the successful activities of students – future employees, including mastering professional activities.

Formation of student linguistic competence, future professional, in the information community is carried out mainly in the process of developing his stable abilities to communication with a certain level of linguistic competence, that is ability to understand foreign language texts (listening and reading), convey information in

coherent, reasoned statements (speaking and writing), plan your speech and non-speech behavior.

At the same time, a student's professional linguistic training includes an information-personal level containing a certain amount of knowledge, skills and abilities in the field of language and interpersonal communication (linguistic competence), creation individual information terminological field for the purpose ensuring professional demand in the future.

Analysis of the content and generalized minimum requirements for the basic educational program for learning a foreign language shows:

- the form of communication between a linguist teacher and a student becomes not only learning, but also mutual exchange of information (interactive), which assumes greater independence in the student's work;

- the nature of the relationship between the participants is focused on cooperation between a linguist teacher and a student in order to achieve maximum return from the linguistic educational process;

- development of spiritual strength, communication and language abilities and skills provides opportunities for personal and professional growth of students.

Learning a foreign language should be aimed, first of all, at for further development and improvement of the formed linguistic communicative competence in the unity of all its components: speech, language, professional, sociocultural and educational and cognitive competencies that ensure the use foreign language as one of the important components of the future professional activity of student.

And in the end, it should also be noted that increasing motivation to study foreign language, vocabulary expansion by professional terms taking into account the needs and interests of the student naturally will lead to more conscious learning of a foreign language, and accordingly, to increase personal motivation linguistic professional competence.

THE ROLE OF ENGLISH FOR INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION

English, as a globally recognized language, plays a crucial role in international business communication due to its widespread usage and acceptance. English is used in facilitating cross-border trade, negotiations, and relationships among multinational corporations. English is a dominant language in shaping global business practices/

English has emerged as the leading language of international business communication, serving as a common medium for facilitating interactions among individuals and organizations from diverse linguistic backgrounds. The globalization of markets and the increasing interconnectedness of economies have underscored the importance of English proficiency in conducting cross-border transactions, negotiations, and collaborations.

As a result, the use of English in international business settings has become virtually indispensable, creating both opportunities and challenges for businesses operating in a globalized world.

Proficiency in English can confer a competitive advantage to individuals and organizations seeking to engage in global business activities. However, concerns have been raised about the potential marginalization of non-English speakers and the homogenization of business practices due to the dominance of English in the corporate world.

So, English serves as a powerful tool for facilitating international business communication, offering a common language for transcending linguistic barriers and fostering collaboration on a global scale. However, the widespread use of English also raises important questions about cultural diversity, language preservation, and inclusivity in the global marketplace. Businesses can harness the full potential of

English as a language of international business while promoting cross-cultural understanding and respect.

Stasiuk T.V., Bacherykova E.V

Dnipro State University of Agriculture and Economics

STYLES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION

Not understanding someone's communication style can lead to misunderstandings in the workplace. By learning each person's unique characteristics – and mastering your own communication style – you have more control over how you clearly and effectively deliver important messages.

Each communication style can also elicit specific feelings from those on the receiving end. Each style can cause someone to feel empowered, frustrated, trusting, guilty or something else. Fostering a positive work environment means embracing communication styles that encourage employees and avoid unnecessarily negative reactions.

Note that these styles aren't mutually exclusive, and you can combine elements of several or switch between them to achieve the most effective messaging as part of your unique management style. There are 5 Types of Communication Styles:

1. Aggressive Communication Style

Aggressive communicators use this style to attempt to dominate the discussion. They speak louder than the other participants, maintain intense eye contact and step into the personal space of others while talking.

Those who use this style end up, whether intentionally or unintentionally, belittling who they speak to. This can create a reluctance to engage that undermines the intent behind their words. It's not impossible to use an aggressive communication style in a professional setting; however, it takes skill to come off as confident rather than overbearing.

As there is so much room for misinterpretation, it's best to avoid an aggressive communication style where possible.

Examples of an aggressive communication style include:

'You all made too many mistakes during this project.'

'Just do as you're told.'

'I think you're wrong, so I'll do it my way instead.'

2. Passive Communication Style

The passive communication style strives to avoid conflict using humble and easy-going language, but it can also lead to speakers having difficulty expressing themselves. As a result, more assertive voices lead the conversation. This is also sometimes termed a more submissive communication style.

Passive communicators' inclination to dance around uncomfortable topics can also lead to misunderstanding within the workplace. While the more submissive speech patterns can make it easier to deal with difficult clients or colleagues, it's less useful in a more collaborative space.

Examples of a passive communication style include:

'It's no big deal; we can fix it.'

'I don't want to start a fight, but...'

3. Passive-aggressive Communication Style

A passive-aggressive communicator uses techniques from both namesake styles. In this style, you use the outwardly humble tone from the passive style to mask more aggressive sentiments. Like a passive speaker, a passive-aggressive communication style tends to avoid direct conflict, creating a discrepancy between actions and actual opinions.

Passive-aggressive employees express their discontent using indirect methods such as gossip, starting rumours, the silent treatment and condescension. This kind of communication is universally inappropriate within a business environment, only working to frustrate your workforce and worsen social situations.

Examples of a passive-aggressive communication style include:

‘Sure, I’m fine with doing things your way.’ (Then mutters, ‘It’s not like it’s going to work...’)

‘Yeah, I’m happy to help.’ (But then does the exact opposite of your instructions.)

‘I’m not upset; it’s fine you didn’t listen to me.’

4. Manipulative Communication Style

As a manipulative communicator, you’ll use cunning tactics to guide the discussion in the direction you want it to go. This style influences others to act a certain way while hiding your true intentions.

Manipulative speaking styles are harder to recognise because they can appear like more appealing speaking patterns. However, if your manipulations are revealed, everything said from then on can come off as insincere.

Manipulative speakers can create problems within the workspace. However, you can put their ability to get their way to more positive use if they focus on meeting the needs of their co-workers.

Since a manipulative communication style depends on obfuscation, it’s difficult to recognise it through words alone. Instead, look for discrepancies between what a person says and their actions.

Examples of a manipulative communication style include:

‘I have to complete this project by Friday; if only someone were available to help me...’

‘I rushed to finish the presentation by the deadline; I wonder if it’s good enough.’

5. Assertive Communication Style

An assertive communicator shows confidence in what they say without monopolising the conversation. This communication style is the most effective at work because it encourages cooperation. As an assertive speaker, you consider the viewpoints of others while communicating your own perspective, seeking compromise when there’s a disagreement.

Examples of an assertive communication style include:

‘I understand your viewpoint, but I respectfully disagree for XYZ reasons.’

‘I feel like you shouting over me during the meeting wasn’t productive to the discussion.’

‘Does anyone else have any thoughts to share before we move on?’

Stasiuk T.V., Goncharov D.I.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

ENGLISH FOR PROFESSIONAL TRAINING

In today's globalized world, English has become the language of international communication, making it essential for professionals seeking to enhance their skills and expand their career prospects. This essay explores the significance of English in professional training, highlighting its role in fostering global opportunities and facilitating professional growth.

The Importance of English in the Professional Sphere

English proficiency has become a prerequisite for success in many industries. It serves as a common language that enables professionals from different countries and cultures to communicate effectively. Whether it's in business, technology, healthcare, or academia, English proficiency opens doors to global opportunities and enhances professional interactions.

Enhancing Career Prospects

Professionals with strong English skills have a distinct advantage in the job market. Many multinational companies require employees who can communicate fluently in English, as it facilitates interactions with international clients, partners, and colleagues. Job seekers with English proficiency are often preferred over those without it, as they can effortlessly navigate cross-cultural environments and contribute to the global expansion of companies. English is not only a means of

communication but also a gateway to career advancement and higher job opportunities.

Access to Knowledge and Resources

English proficiency grants professionals access to a vast range of resources and knowledge. The majority of scientific research, technological advancements, and industry trends are documented and disseminated in English. By being fluent in English, professionals can stay abreast of the latest developments in their fields, participate in global conferences, and collaborate with experts from around the world. This exposure to diverse perspectives and cutting-edge information empowers professionals to innovate, adapt, and excel in their respective industries.

Effective Communication and Collaboration

In a globalized workforce, effective communication is essential for successful collaboration. English proficiency enables professionals to express their ideas clearly, understand instructions accurately, and contribute meaningfully to team projects. It breaks down language barriers and fosters efficient information exchange, leading to enhanced productivity and better outcomes. Moreover, professionals who can communicate proficiently in English can build strong relationships with international clients and partners, fostering trust and facilitating successful business interactions.

Personal Growth and Development

Learning English for professional training not only enhances career prospects but also promotes personal growth and development. Language learning expands cognitive abilities, improves memory, and sharpens critical thinking skills. It fosters self-confidence, as individuals gain the ability to express themselves fluently in a foreign language. Moreover, language learning encourages individuals to embrace new perspectives, challenge their preconceived notions, and develop a global mindset. This holistic development equips professionals with the tools they need to thrive in an ever-changing world.

Conclusion

English has emerged as a crucial component of professional training in the modern era. Its importance lies not only in facilitating global opportunities and career

growth but also in promoting effective communication, cultural agility, and personal development. Professionals who invest time and effort in developing their English skills position themselves at an advantage in the global job market. English proficiency opens doors to a world of possibilities, enabling professionals to connect, collaborate, and succeed in an interdependent and multicultural professional landscape. Therefore, incorporating English language training into professional development programs is essential for individuals seeking to excel in their careers and embrace the opportunities of a globalized world.

Stasiuk T.V., Komiak K.S.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

PROFESSIONAL COMMUNICATION IN AN AGRICULTURAL CORPORATION: IMPORTANCE IN MODERN AGRICULTURE

The modern agricultural sector requires professionals not only with in-depth knowledge of agricultural science and technology but also with high-level skills in professional communication. An agricultural corporation, being a complex organization, a large enterprise, or a cooperative, requires effective exchange of information, interaction, and collaboration within the team and with partners.

One of the key features of professional communication in an agricultural corporation is the understanding and use of specific terminology. Experts must be confident in the terms used in agribusiness to effectively discuss and comprehend tasks, issues, and innovations in the field.

Interacting with agricultural partners is another crucial component of professional communication. Negotiation skills and relationship management with suppliers, distributors, and farmers define the success of agricultural activities. The ability to build partnerships and ensure long-term collaboration contributes to the stability and development of the corporation.

Agricultural expertise is essential for a proper understanding of the peculiarities of crop cultivation, animal husbandry, and the use of agronomic and agrochemical practices. Professionals need to stay informed about current trends and innovations in the agricultural science and practice, enabling the implementation of advanced technologies and enhancing the competitiveness of the company.

Managing crisis situations is an integral part of communication in the agricultural sector. Preparedness and effective response to unforeseen circumstances, such as weather catastrophes or epidemics, determine the company's resilience to changes.

Compliance with agricultural legislation and regulations requires professionals to be attentive and possess a high level of legal competence. Knowledge and adherence to norms and standards ensure business security.

Here are some key aspects of professional communication in an agricultural corporation:

Terminology and Specifications:

- Understanding and using agricultural terminology.
- Effectively explaining agricultural processes and technologies to colleagues who may not have agricultural experience.

Interaction with Partners:

- Negotiation skills and relationship management with suppliers, distributors, and other stakeholders in the agricultural sector.
- Ability to build partnerships and ensure long-term collaboration.

Agricultural Expertise:

- Understanding the specifics of plant and animal cultivation, agronomy, and agrochemistry.
- Knowledge of current trends and innovations in agricultural science and practice.

Leadership and Reporting:

- Effective communication with the team and upper management.
- Skills in preparing reports and presentations with the results of agricultural activities.

Crisis Management:

- Readiness and ability to effectively respond to crisis situations, such as weather anomalies, animal epidemics, or other unexpected events.

Legislation and Regulation:

- Understanding agricultural legislation and regulations.
- Ability to adhere to norms and standards, as well as adapt activities to changes in legislation.

Effective Communication:

- Ability to communicate clearly and effectively with various audiences, including farmers, experts, government representatives, and other partners.

Professional communication in an agricultural corporation requires not only technical understanding of agricultural issues but also a high level of interpersonal skills and the ability to work in a team to achieve common goals.

Stasiuk T.V., Koshkina N.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS

Professional communication is the process of sharing information between people within the workplace and outside a company. Effective business communication is how employees and management interact to reach organizational goals. Its purpose is to improve organizational practices and reduce errors. It's important to work on both your communication skills and communication processes to achieve effective business communication.

The importance of business communication also lies in: 1) Presenting options/new business ideas; 2) Making plans and proposals (business writing); 3) Executing decisions; 4) Reaching agreements; 5) Sending and fulfilling orders; 6) Successful selling; 7) Effective meetings; 8) Providing feedback to employees and customers.

All organized activity in a company relies on the process of business communication and your communication strategy. This could be anything from managerial communication to technical communication with vendors. And once communication becomes unclear, the company's core systems risk falling apart. Data shows that 60% of internal communications professionals do not measure internal communications.

Let's first differentiate the main types of communication in a typical organization.

First, we have internal business communication.

Internal business communication can be:

- **Upward communication:** any communication that comes from a subordinate to a manager. Or from another person up the organizational hierarchy.
- **Downward communication/Managerial communication:** anything that comes from a superior to a subordinate.
- **Lateral communication/Technical communication:** internal or cross-departmental communication between coworkers

Then, there is external business communication.

External business communication is any messaging that leaves your office and internal staff. It involves dealing with customers, vendors, or anything that impacts your brand. You can sort all communication in this spectrum into four types of business communication.

1. **Getting and receiving instructions and assignments both upward and downward.** This includes an effective delegation from one person to another. Most problems in business begin with unclear communications in this area.
2. **Sharing and discussing information, including information sharing that goes on in meetings.** When communication fails in this area, it causes tasks to be done improperly or not at all.
3. **Giving feedback to people who report to you so they can do their jobs better.** Giving great, actionable feedback is a key skill for anyone in a leadership position. Non-verbal communication and body language also play a role here.

4. **Problem-solving and decision-making meetings and discussions.** These are considered among the most important discussions for any organization. This involves higher critical thinking and better communication technology.
5. **Public relations can even be considered a form of external communication.** Public perception is an essential aspect of a business communication strategy.

How is it different from business communication services? Business communication typically refers to the act of communicating in your business. On the other hand, business communication services refer to the types of software solutions you could use to help facilitate communication and collaboration across your business.

Business communication services include: 1) Voice solutions like VoIP; 2) Software that allows you to conduct video meetings; 3) Email services; 4) Contact center software that manages communication with your customers; 5) Small business VoIP that let you take calls and communicate from anywhere.

So in modern business, professional communication is defined as an integral component of successful business relations. The importance of precision, clarity, and empathy in expressing ideas becomes evident across various business sectors. Comparing information losses with the quality of interpersonal communication underscores the significance of refining communication skills for greater efficiency in business conduct. Additionally, considering personal meaning and the ability to interact with diverse communication styles becomes a key factor in maintaining a positive work environment. Therefore, improving professional communication is a prerequisite for success in contemporary business, where the high quality of interpersonal relationships determines the stability and development of organizations.

DYNAMICS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN MODERN BUSINESS

Communication dynamics in professional contexts is something anyone who works deals with every day. Communication dynamics is the study of the way communication lives in the world; what communications does as it functions between people in various contexts.

Communication is never not dynamic. A page with writing on it is nothing to anyone until it is observed. Communication dynamics is a factor at all times. One of the most important and impactful scenes for complex communication dynamics is while we are at work. Almost everyone spends a large part of their day working and most people need to communicate to work. Understanding the communication dynamics at play while we work can be extremely valuable. A clearer understanding of the way things work can help with efficiency, fulfillment, purpose, and creativity.

Communication is the lifeblood of any organization. In the age of globalization, businesses operate in a highly connected world where flawless communication isn't simply a convenience but a necessity. The advent of digital platforms and communication tools has revolutionized the way professionals interact. Email, instant messaging, video conferencing, and collaborative platforms have become essential in facilitating real-time communication across geographical boundaries.

The rise of social media has added another layer to professional communication. Businesses now harness the power of platforms like LinkedIn for networking, brand structure, and gift accession. Yet the same tools that amplify the reach of communication also demand a heightened sense of responsibility. A misstep in the digital realm can have far-reaching consequences for a business.

Effective communication in the ultramodern business geography extends beyond written or verbal exchanges. Non-verbal cues, frequently overlooked, play a significant part in conveying dispatches, and they can be used to communicate information in ways that aren't fluently understood, similar as when a communication is being transferred or entered, or when a communication is being transferred or

entered. From the nuances of facial expressions to body language during donations, professionals must be attuned to the subtleties that can impact the perception of their dispatches, and the way they respond to them.

More importantly, artistic intelligence is now a vital element of professional communication. As brigades come increasingly different, understanding and esteeming different artistic morals and communication styles is critical. The capability to navigate through these artistic nuances can be a crucial differentiator for businesses operating in the global arena.

In addition to external communication, internal communication within associations has experienced a metamorphosis. The hierarchical, top-down model is evolving into a more cooperative, transparent approach. ultramodern businesses emphasize open channels of communication, where feedback isn't only welcomed but laboriously sought. This fosters a culture of nonstop enhancement and invention.

The proximity of communication in the digital age also means that heads can escalate fleetly. Effective extremity communication has come a technical skill, taking businesses to respond fleetly and transparently to alleviate implicit damage to their business and the business as a whole. The ultramodern business terrain demands not only a visionary extremity communication strategy but also the capability to acclimatize it in real- time.

Professional business communication in ultramodern business is a multifaceted and dynamic reality. It extends beyond traditional written and verbal forms, encompassing digital platforms, non-verbal cues, and artistic intelligence and communication systems, and is a crucial element of the ultramodern digital frugality and the digital frugality as a whole. Businesses that fete the centrality of effective communication, both internally and externally, are more deposited to navigate the complications of the contemporary business geography. As technology continues to advance, those who master the art of professional communication will really stand at the forefront of success in the field.

**ENGLISH FOR PROFESSIONAL TRAINING:
KEY TO INTERNATIONAL SUCCESS**

The modern world is becoming increasingly global: connections between countries, companies, and people are crossing borders, but there is one thing that remains universal - language. In this context, learning English proves to be an essential component of professional training.

The ability to communicate in English opens doors to global opportunities and makes us competitive in the global job market. In any professional field, knowledge of English provides an advantage in job selection, negotiating international agreements, and in interacting with representatives of different cultures.

One significant advantage of learning English is the access it provides to a vast amount of professional literature and scientific research often published or presented in English. This enables professionals in any field to stay updated, refresh their knowledge, and complement their professional experience.

Undoubtedly, English has become a defining factor in international team projects. Collaboration with experts worldwide requires a common means of communication, and English serves as such a tool. It unites teams, allowing each member to contribute and participate in solving tasks.

Diplomacy and international relations also cannot be done without English. Communication between countries, participation in international organizations, and discussions of global issues all require proficiency in English for successful communication and addressing common challenges.

For students and young people, English opens the door to the best global universities and opportunities for international experience. Many exchange programs, internships, and research projects are conducted in English, providing participants with the chance to deepen their knowledge and develop international contacts.

In journalism, English allows the representation of information to a wide range of readers and viewers. Journalists aiming to cover events at the international level need

to communicate with representatives of international organizations, governments, and non-profit organizations. Proficiency in English makes it easier to access information and conduct interviews with key figures in global politics.

Many companies in the IT sector require their employees to know English. The ability to work in English makes a professional more attractive to employers and opens doors to job opportunities beyond the national market.

In agronomy, English is applied in many scientific and agro-technical resources available or primarily presented in English. Understanding English allows agronomists to use these resources to enhance their knowledge and skills. Knowledge of English enables agronomists to communicate effectively in the international agricultural market, negotiate agreements, and engage in discussions with partners and buyers from other countries.

However, it is essential to understand that learning English for professional training is not just about mastering vocabulary and grammar. It also involves learning the nuances of communication in business, negotiation skills, and written and oral presentation skills, enabling effective representation of ideas and influencing the audience.

It is worth noting that English includes many national variants and dialects, and learning the language in the context of a specific professional field can be particularly beneficial. For example, medical English differs from business English, and studying specific terminology makes it easier to interact in a particular professional environment.

Therefore learning English in the context of professional training is recognized as the key to success in the modern world. It is an investment in personal development and the opening of doors to new opportunities. Knowledge of English makes us ready for the challenges of globalization and contributes to expanding possibilities for personal and specialized growth.

MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION

Modern means of communication refers to those forms of communication which are non-verbal communication, newspapers, television, radio, email, and so forth. In the process of communication, both verbal as well as nonverbal systems of communication are needed. Messages are sent, received, as well as returned in the form of feedback. Simply put, communication is the two-way exchange of information between two or more people in the form of thoughts, perspectives, and ideas to foster understanding.

The modern means of communication would include the cultural realm, communication instrument, geographical location, and other factors. Important modern means of communication include social media, blogging, voice calling, and so forth. Revolution in the field of communication is brought about by the modern means of communication. Modern means of communication are required for many daily based activities.

Given the widespread use of English in professional environments, a key skill for successful communication is English. Employees must be proficient in technical terms, as well as be able to effectively express ideas and communicate with colleagues and customers. It is also important to understand cultural differences in professional communication to maintain successful business relationships [1].

Improving English in the professional sphere includes not only lexical aspects, but also writing skills, studying the formal structures of letters, resumes and presentations. Constant improvement of grammar and expansion of vocabulary contribute to increasing the effectiveness of communication in a professional environment. In addition, the use of specialized resources and participation in language courses can make this process much easier [2].

An important part of successful professional communication is the development of listening skills and the ability to interact effectively in a team. It is also worth paying attention to the adaptation of speech to the audience, taking into

account the level of knowledge of the interlocutors. Cultural sensitivity and the ability to express one's thoughts clearly and succinctly are key elements in successful professional interaction in English.

An additional aspect is the ability to use formal expressions and an appropriate tone in written and oral communication, especially in formal situations. Understanding the importance of the correct use of language helps to maintain a professional communication style and increase the trust of interlocutors. In addition, the establishment of clear communication metaphors and the use of structural elements contribute to the easy understanding of information in professional discussions. The **types of modern means of communication** include:

Social Media

- Since the dawn of the internet, social media has existed and continues to rule the majority of our lives.
- One of the most widely used ways of communication, the vast list of social networks is expanding and attracting millions (and even billions) of people daily to their websites.
- Although social media may be all about raising brand exposure, it is also a fantastic avenue for communication because it allows you to post public messages and interact with consumers through comments.
- It makes a great first step in communication, whatever you use it for.
- Additionally, your messages aren't only for your followers with the help of hashtags, shares, likes, retweets, hearts, and other responses, your posts can reach an unlimited number of people.
- Everyone has seen the impact of posts going viral.

Direct Message on Social Media (DM)

- Social media doesn't always have to be entirely open to the public.
- A direct messaging option is available on almost all social networking platforms, and some of these messaging services even have their own messaging apps, like Facebook Messenger.

- While less formal than email, private messaging over social networks has the same closeness.
- Only when a customer has contacted them via Direct Message should a business make contact with that person. On some social networks, like Facebook, some direct messaging strategies are becoming a little more accepted.
- Using Facebook's messaging platform, you may communicate with your audience by using Facebook Messenger Bots, which are increasingly considered the norm.

Quick Message (IM)

- While certain Instant Message systems, like Facebook Messenger, fall under the umbrella of social media, there are many other Instant Message services that aren't affiliated with social media, such as Google Hangouts and WhatsApp.
- IM is a fantastic tool for brief, casual conversations or group discussions.

Text Messaging using SMS

- Text messaging has several purposes, as we are all aware.
- They are a wonderful way to share brief information that may be read and responded to at the recipient's convenience because they are brief and typically casual.
- Since we now practically always carry a mobile device with us, it is no wonder that more people than ever before prefer using their cell phones for communication, research, and search purposes over PCs.
- This makes smartphones the ideal platform for engaging with your audience.

Email Marketing

- In 1978, the first bulk email was sent, and it was a huge success right away. Despite being one of the most advantageous in terms of return on investment, it is currently one of the most underappreciated marketing platforms available.
- Email marketing can be used for a variety of things, such as to promote goods and services, disseminate information, build brand awareness, or reach a large audience with a message.

- Most firms would have amassed a large number of email addresses over time, and many of them would be wasted. With email marketing, you may engage with both current and potential customers by using their email addresses.

Blogging

- A blog is a website with a conversational design that lets you submit messages, news, information, or any other kind of content for public viewing on the internet.
- The comments section of most blogs allows you to interact with folks who share your interests in your blog article. It is an excellent venue for communication because of this.

Voice Calling

- Voice calling is considerably more individualized than the aforementioned channels.
- One of the most widely used communication instruments is the telephone or cell phone, which quickly enables both parties to hear the tones and emotions of the other caller.

Video Chat

- With video chat, you can see the other person and understand their facial expressions and body language.
- Although not as common as voice calling, this method of communication has some benefits.
- Video calls are definitely something to think about, especially with so many free videos calling apps like Apple's FaceTime, Facebook Messenger, Skype, and WhatsApp available.

Stasiuk T.V., Prykhoda V.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

MODERN MEANS OF PROFESSIONAL COMMUNICATION

Professional communication is formed in the conditions of a specific professional activity, and therefore to a certain extent absorbs its features and is an

important part of this activity. In professional activity, people try to achieve not only common, but also personally significant goals, thanks to knowledge and skills. Professional communication is one of the universal realities of human existence, a specific type and a necessary condition for its activity.

Professional communication is a creative, controlled process of exchanging messages, organizing mutual understanding, achieving optimal interactions, mutual knowledge in various activities of participants in professionally directed communication.

In the culture of professional communication, it is possible to single out general norms of communication, which are determined by the nature of the social system and are based on the achievements of the past and the present. At the same time, culture has an individual character and is manifested in the ways of communication chosen by the subject in certain business situations regarding specific people, a specific case. The content of business communication is a "business," about which interaction arises and develops.

Professional communication is a multifaceted process of formation and development of contacts, based on the need for joint activities, which includes the following functions: 1) *regulatory* (regulates official relations in the state-legal and socio-industrial spheres); 2) *communicative* (exchange of information); 3) *interactive* (exchange of actions); 4) *perceptual* and *reflective* (mutual perception and mutual understanding between communication partners).

Implementation of functions and skillful use of types, types and forms of communication is a prerequisite for the culture of professional communication.

Professional communication regulates official relations in the state-legal and socio-industrial spheres. Depending on the sphere of communication, there are the following types of it: 1) *professional, business*; 2) *sociable, friendly*; 3) *working, service*; 4) *intimate; friendly*; 5) *random, formal-stored*.

The basis of the division of professional communication into types is the degree of participation or non-participation in it of the language (oral and written). On this basis, verbal and non-verbal communication is distinguished.

Verbal (lat. verbum - word) communication - verbal communication, the participants of which exchange statements regarding the subject of communication through language, a system of signs that serve as a means of communication.

Nonverbal communication is the exchange of information between people using infant communicative elements (gestures, facial expressions, eye expressions, posture, etc.), which, together with the means of speech, provide the creation, transmission and perception of messages.

Historically, there were two types of professional verbal communication: direct and indirect. The whole system of direct and indirect communication affects the development of both personality and relationships between people.

Direct verbal communication is a direct verbal contact between participants in communication ("face to face"), in which information is transmitted through language signs and intonation means (increase or decrease in tone, manner of speech expressing feelings, attitudes to the subject, statements), and covers elements of non-verbal (gestures, facial expressions, poses).

There are forms of direct verbal communication: 1) individual monologue (transmission of oral information without feedback); 2) individual dialogical (occurs between two people and provides feedback between the sender and recipient), 3) group monologue (three or more people are participants). Modification of such communication is a public speech of the leader in front of the team or outside it (lecture, report); 4) and group dialogical - a form of collective discussion of problems, situations, proposals at business meetings, meetings of collegial governing bodies, etc.

Indirect verbal communication - its feature is the lack of direct contact between the participants, the information is devoid of emotional (intonation) content and is not accompanied by non-verbal means of communication.

PROFESSIONAL PRESENCE AND BUSINESS COMMUNICATION

Professional presence in business world is the demonstration of respect, confidence, integrity, optimism, passion and empathy in accordance with professional standards, guidelines and codes of ethics.

Professional presence depends on communicating well, and that is not an easy task. Even in its most basic form, communication is a complex process of encoding and decoding messages (information, ideas, and feelings). However, as **communication theory** has developed, our understanding of communication has evolved. Communication is more than just the exchange of messages. It is the process by which people co-create and share meaning.

Success in communication is affected by an array of factors that go beyond the language you use, including the physical, social, and cultural context in which you communicate; your relationship with your audience; and the audience's knowledge and expectations. The following sections provide more insight into why communication is so challenging.

Communication is the **act of transferring information** from one place, person or group to another. Every communication involves (at least) one sender, a message and a recipient. This may sound simple, but communication is actually a very complex subject.

As you begin to polish your professional presence, consider your current skills and abilities. Think about your core abilities: writing, speaking, and interpersonal communication. The **best business communicators** are those who have real presence, are able to connect with other people, and successfully deal with communication challenges — share the specific characteristics. These are the characteristics that make writing, speaking, and other interactions effective.

The best communicators always have a communication strategy — a plan for what and how to communicate to ensure that their message achieves its purpose.

Strategic communicators are always making decisions, asking themselves these questions:

- What do I want to accomplish with this communication? What is my goal?
- Who is my audience? With whom should I communicate to accomplish my goal?
- What content will my audience need?
- What medium will work best: a face-to-face meeting, teleconference, email, presentation, report — or a combination of medium options?
- How can I frame and organize the message to state the main point and effectively support it?

As these questions suggest, to be a **strategic communicator**, you must be purposeful, audience-oriented, and persuasive. **Purposeful** is meaningful, intentional, full of determination, having a definite aim and a strong desire to achieve it. **Audience-oriented** is putting target listeners first, focusing on how the generated message can help them, be attractive and useful to them. **Persuasive** is good at persuading someone to do or believe something through reasoning or the use of temptation.

Business communication involves more than self-expression. It needs to be purposeful and constructed to achieve an intended outcome. You can judge the effectiveness of your communication by whether it accomplishes its purpose. Other features of effective communication — such as grammatical correctness, clarity, and conciseness — will also help you achieve your purpose.

Good business communicators understand that their messages must reach and influence their audience — the person or people for whom a message is intended.

Being able to influence an audience requires two complementary sets of skills. First, you must be a good reader and listener so that you can understand audience concerns. Second, you must be able to compose messages that address those concerns and are also easy to understand.

An effective listener works to interpret meaning to understand both what a person is saying and why that person is saying it. An active listener will perceive emotional cues and body language — and even think about what is not being said.

PROFESSIONAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE: OVERCOMING THE BARRIERS

Professional communication applies to all exchanges of information generated inside a company. Business communication should be characterized by **professionalism**, expressed by actions, attire, wording in an email, body language during a meeting, tone of voice on the telephone, and attention to correct grammar and proofreading. **Professionalism** also involves living up to the standards of your profession, including ethical standards. An effective professional communicator is appropriate to the situation, clear and concise, and ethical. **Professionalism** is as important in writing as it is in speaking.

Success in communication is affected by an array of factors that go beyond the language you use, including the physical, social, and cultural context in which you communicate; your relationship with your audience; and the audience's knowledge and expectations. The following sections provide more insight into why communication is so challenging.

Here are the four main types of business communication:

- **Internal downward communication:** Information sent from superiors to subordinates.
- **Internal upward communication:** Communication that moves up a company's hierarchy from employees to managers to executives.
- **Internal lateral communication:** Employees or departments at the same level interact through face-to-face conversations, calls, texts, chat messages, or emails.
- **External communication:** Interactions with customers, suppliers, vendors, partners, or other external stakeholders.

Effective business communication means clear, concise, and timely messaging. It builds bridges between employees and management and promotes effective collaboration across your organization.

It ensures that colleagues can work together to improve business processes, increase efficiency, make better decisions, reduce mistakes, and **achieve business goals** aligned with core company values.

According to the rules of effective communication, your messages should be:

1) **Complete** with all necessary information; 2) **Correct**, true, and accurate; 3) **Clear** and straightforward; 4) **Considerate** in response to listeners and readers; 5) **Concise**, short, and direct; 6) **Concrete** or coherent and include solid facts from credible sources; 7) **Courteous**, polite, and respectful.

Whether downward, upward, lateral, or external, most business interaction appears in one of three forms. Let's look at **verbal, nonverbal, and written** communication.

Verbal communication. Real-time conversations with **immediate feedback** are the most accessible and personable way to interact in the workplace.

You use verbal communication in **three ways**:

- **Face-to-face communication** is crucial to forming relationships. It allows us to read and respond to facial expressions, body language, tone of voice, and other nonverbal communication. This establishes trust, builds rapport, and allows collaboration with each other.
- **Telephone calls** provide immediacy, real-time feedback, and even a feeling of intimacy and privacy. Stress and tone allow us to express and understand emotions.
- **Virtual meetings** allow more room for nonverbal communication than phone calls. Suitable for bringing remote team members together. They can be formal or informal but need to be structured with clear objectives.

Written communication. Whether handwritten, printed, or typed, writing creates a **permanent record** of instructions, information, and decisions. These can be referred to repeatedly to avoid confusion or disagreement. **Three common types** of written communication are:

- **Emails** and other electronic forms of communication: Emails, chats, or Slack messages aren't always the best choice for urgent issues. But they are perfect for sending information that recipients can read and respond to at their convenience.

- **Memos:** Memos should be short, easy to understand, convey essential information.
- **Reports:** Use precise language, organize your ideas and information logically, and provide specific, actionable recommendations.

Nowadays it is very popular to communicate via **Instant messaging (IM) technology**, which is a type of online chat allowing real-time text transmission over the Internet or another computer network. Messages are typically transmitted between two or more parties, when each user inputs text and triggers a transmission to the recipient(s), who are all connected on a common network. It differs from email in that conversations over instant messaging happen in real-time (hence "instant").

Most modern **IM applications** (sometimes called "social messengers", "messaging apps" or "chat apps") use push technology and also add other features such as emojis (or graphical smileys), file transfer, chatbots, voice over IP, or video chat capabilities. Instant messaging applications can store messages with either local-based device storage (e.g WhatsApp, Viber, Line, WeChat, Signal etc.) or cloud-based server storage (e.g Telegram, Skype, Facebook Messenger, Google Hangouts, Discord, Slack etc.). **Tips for Efficient Instant Messaging at Work [1]:**

1. **Greet the other person briefly** at the start of the IM conversation. Don't do the equivalent of barging in with a business question without saying hello. Be courteous.
2. **Wait for a response** to each of your comments before adding more. Otherwise, you won't be sure which comment the other person is addressing.
3. **Do your best to use correct grammar, punctuation, and spelling.** Mistakes will happen, but don't make them knowingly. They get in the way of quick understanding.
4. **Use the word "we" cautiously or avoid it.** It may refer to you and your team, or you and the other person. Instead write "our team" or "you and me."
5. **Avoid passive verbs** such as "should be downloaded." Passives don't make it clear who should do the action. Instead use "Download," "I have downloaded," or "Your IT administrator will download."
6. In IM exchanges with customers, when you use boilerplate text (for example, to respond to common customer questions), **edit the boilerplate so it suits the situation.**

For example, if you have just told the customer "I will be glad to help," cut the "I will be glad to help" statement from the next boilerplate response. Otherwise, it will be obvious that you are pasting in rote responses.

7. As with other business messages, **avoid humor** unless you are certain the other person will understand and enjoy it.

8. **Avoid sarcasm.** People cannot distinguish between seriousness and sarcasm in those plain, flat words on the screen.

9. **End the conversation with an official sign-off**, for example: "I am signing off now." That way, the other person will know that you believe the exchange is complete, and you won't have a bunch of empty chatter winding down the conversation. But wait a few moments to see whether the other person acknowledges your sign-off or instead says, "Wait—there's more!"

10. **Re-read before you hit enter.** If your brain works faster than your fingers, you leave out a word, combine two words in your messages, take the extra second to read your sentence before hitting enter.

11. **Discuss one thing at a time.** It's very easy to get two or three threads of thought going at any one point. Take a breath, and just pick one thread, answer one question and finish that train of thought, then come back to the other and repeat as needed.

12. **Ask if now is a good time.** I know the question you have is just burning waiting for a great answer! It's so easy to send along that simple harmless message. Instead of posting your question to them, simply ask if it's a good time or when a good time would be. You don't want to break someone out of their flow.

1. Stasiuk T.V. Professional Communication. Dnipro, Osnova, 2024. 256 p.

ADHERENCE TO ETHICAL STANDARDS IN THE BUSINESS WORLD

In today's dynamic and global economic environment, illuminated by a high level of technological innovation, socio-cultural diversity and irreducible interconnectedness, the problem of ethical standards in the context of business practices becomes an integral object of scientific research. This paper explores ethical compliance in the business sphere from the perspective of systemic and interdisciplinary approaches. It reveals the key factors that influence the formation and implementation of ethical standards in the modern corporate world. When analysing compliance with ethical standards in the business sphere, it is important to consider several factors that significantly affect this process in the modern economic and socio-cultural environment.

The first aspect to study is the principle of transparency in corporate governance. To build trust with stakeholders, it is important to focus on the transparency of information within companies, including activities, financial indicators, and strategic decisions.

Compliance with ethical standards should include consideration of corporate social responsibility. Incorporating social and environmental considerations into corporate strategies demonstrates a recognition of the extensive impact that companies have on society and the environment. This, in turn, influences their social responsibility and engagement with society.

Ethical leadership within organizations is also a crucial factor. The promotion of high ethical standards by leadership fosters a corporate culture centered on values and principles, which in turn enhances internal engagement and ethical awareness among employees.

The ethical aspects of using the latest technologies have been emphasized in the technological era. Data protection, artificial intelligence ethics, and digital

security are emerging as pressing challenges that require comprehensive research and incorporation of ethical standards into the technological practices of businesses. The language used should be formal and free from colloquialisms, contractions, and unnecessary jargon. Citations and footnotes should be consistent and clearly marked. Finally, the text should be grammatically correct and free from spelling and punctuation errors.

It is important to highlight that the formation of the ethical paradigm in business activities is impacted by various factors beyond those discussed, which should be thoroughly researched and considered. It is crucial to maintain a balanced and objective approach to the topic, avoiding biased language and ensuring precise

Tagachin M.K., Lee D.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

COMMUNICATION IN PUBLIC ADMINISTRATION

It is necessary to emphasize that communication is interaction between subjects by exchanging certain messages. Such subjects are certain individuals, groups of people, organizations, social institutions for which communication is a necessary element of their social existence.

In the communicative process, 8 elements are distinguished: sender; coding; message; communication channels; noise; decoding; recipient; feedback.

Communicative activity in public administration is in carrying out information exchanges aimed at performing functions public administration and is provided by the communication subsystem of public administration.

Essentially a communicative subsystem of the public management includes subjects of interaction, information connections, management relations, processes of

interaction of management subjects among themselves and with other public institutions. It also includes infrastructure, which ensures the creation, transfer, search and receipt of management information, i.e. information circulating in this system and is used to implement management interactions and influences.

These subsystems provide implementation of management communications, the main ones the elements of which, as already mentioned above, are: actually a message that has its own iconic (semiotic) form and content (content); its sender and recipient (subjects of communications); communication channel; processes broadcasting and receiving messages, including encoding (creation) and decoding (perception and understanding) message.

Communication within the team is one of the important elements, because proper communication between the manager and employees within the team contributes to a healthy psychological climate, which in turn improves relationships and work productivity. In any team, there are two main ways of spreading formal information, namely: vertical (up / down hierarchical levels) and horizontal (between employees of the same level). Moreover, the effectiveness of communication in these directions is different. Thus, according to research, the effectiveness of communication at the horizontal level of professional relations reaches 90%. Such high efficiency is explained, obviously, by the fact that employees of the same management level understand their colleagues well, know their problems, and therefore are able to maximally efficiently and effectively use the potential of business communication.

Summing up, since public authorities can provide administrative services to the population, the quality of communication between civil servants and citizens who want to use administrative services is no less important. Proper communication between employees and citizens is a guarantee of timely and high-quality administrative services. Therefore, the leadership of public authorities needs to conduct educational communication events for their employees in order to improve communication with citizens.

PROFESSIONAL MODELING OF FINANCIAL RISKS IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY, AS WELL AS IN INTERPERSONAL AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

Financial risks play a pivotal role in the decision-making processes of individuals, corporations, and governments. As the global economy becomes increasingly interconnected, the ability to model and manage financial risks is crucial for sustainable success. Additionally, the influence of cultural and interpersonal factors in the business environment cannot be understated. Effective communication is vital for building trust, resolving conflicts, and fostering collaboration in a diverse and dynamic global marketplace.

Professional Modeling of Financial Risks:

Financial risks encompass various elements, including market risk, credit risk, operational risk, and liquidity risk. Professional modeling of these risks involves the use of quantitative methods, statistical tools, and sophisticated financial models. Monte Carlo simulations, value-at-risk (VaR) models, and stress testing are among the techniques employed to assess and quantify potential risks. However, the challenge lies in dealing with uncertainties, which can arise from unpredictable market shifts, geopolitical events, or unexpected economic downturns.

Uncertainty and its Impact on Financial Risk Management:

Uncertainty is inherent in financial markets, making risk management a complex task. Professional modelers must account for unknown variables and unforeseen events that can significantly impact financial outcomes. The ability to develop robust models that incorporate uncertainty is crucial for making informed decisions and mitigating potential losses. The paper delves into the strategies employed by professionals to address uncertainty in financial risk modeling.

Interpersonal and Intercultural Communication in the Financial Sector:

Effective communication is vital in the financial sector, where individuals from diverse cultural backgrounds collaborate on a global scale. Cultural nuances, communication styles, and language differences can influence the success of financial transactions and business negotiations. The paper explores the importance of understanding interpersonal and intercultural communication dynamics in financial settings and highlights the role of effective communication in managing financial risks.

Integrating Financial Risk Management and Communication Strategies:

To achieve optimal outcomes in the face of uncertainty, professionals must integrate financial risk management strategies with effective communication practices. This involves fostering a culture of transparency, promoting cross-cultural understanding, and developing communication plans that account for the challenges posed by financial uncertainties. The paper discusses practical approaches to align financial risk modeling with communication strategies for better decision-making outcomes.

Conclusion:

In conclusion, the professional modeling of financial risks in conditions of uncertainty is a complex task that requires a multidimensional approach. As professionals navigate the intricate landscape of financial risks, they must also be attuned to the nuances of interpersonal and intercultural communication. By integrating robust financial risk management strategies with effective communication practices, individuals and organizations can navigate uncertainties more adeptly and thrive in the dynamic global business environment.

**CORPORATE ETHICS: BUILDING EFFECTIVE COMMUNICATION
WITHIN LARGE COMPANIES**

In today's world, corporate ethics plays a crucial role in shaping a successful and resilient organizational culture. Building effective intra-corporate communication within large companies is becoming increasingly relevant in the face of rapid change and growing competition. However, to achieve optimal results, it is necessary to consider a number of specific features and principles [1].

Initially, successful intra-corporate communication begins with the development of clear and transparent corporate ethics, which serves as the foundation for all interactions within the company. This includes establishing common values, standards of behavior, and principles aimed at maintaining honesty, accountability, and respect for colleagues [2].

Furthermore, an important aspect is the use of various communication tools and platforms to facilitate effective exchange of information and ideas among employees. This may include not only traditional means of communication such as email and meetings but also modern digital tools such as internal social networks and project platforms [3].

Moreover, it is important to ensure openness and accessibility of management for feedback and dialogue with different levels of employees. One example of such techniques is the Open Door Policy: this technique assumes that management always keeps its doors open for communication with employees on any topic. This creates an atmosphere of trust and understanding, as employees feel that their opinions and questions are important to management. As a result, active employee participation is stimulated, and their motivation is increased, as they know they can freely express their ideas and seek assistance [4].

In conclusion, building effective intra-corporate communication requires a comprehensive approach, including the development of clear corporate ethics, the use

of various communication tools, and ensuring openness and accessibility of management for feedback. This creates conditions for the development of a healthy and productive organizational culture that contributes to achieving the company's goals [5].

References:

1. Treviño, Linda Klebe, and Katherine A. Nelson. "Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right." John Wiley & Sons, 2016.
2. Crane, Andrew, and Dirk Matten. "Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization." Oxford University Press, 2016.
3. Argenti, Paul A., and Courtney M. Barnes. "Digital Strategies for Powerful Corporate Communications." McGraw-Hill Education, 2009.
4. Eisenberg, Eric M. "Communication in Organizations." Cengage Learning, 2013.
5. Pearce, W. Barnett, and J. David Clappitt. "Leadership and the New Science: Discovering Order in a Chaotic World." Berrett-Koehler Publishers, 2019.

Yakovenko V.O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

WRITTEN BUSINESS COMMUNICATION

An essential feature of written communication is unlimited time, which gives an opportunity to think more deeply about the message, return to what has been written and, if necessary, make corrections.

Modern specialists must be able to draw up various types of business letters and faxes, each of which has its own characteristics, but there are a number of general

requirements for all types of correspondence that future specialists must learn: business letters should not be very long; express your reasoning clearly and succinctly, present relevant and reliable information; any business letter should have a heading to the text containing a brief summary of its main content; the text of the letter usually consists of two parts: a description of the facts or events that served as the basis for writing the letter; conclusions and proposals; the letter should begin with an address, which is a generally accepted form of politeness; it is very important to carefully consider the first phrase, because it should convince the addressee of the legality of writing the letter; common following phrases in business letters can be a reference to a previous letter, telephone conversation, meeting, event; the further content of the letter depends on its type (reminder letter; thanks; notice; refusal); the choice of final sentences is also very important and depends primarily on the content of the letter, but usually it will not be superfluous to thank you again for the offer (even if it is not acceptable), support, help, attention, etc.; do not forget about the parting phrase.

E-mail is extremely popular in the business world today. Emails in general take into account generally accepted standards of correspondence, using an official business style. Compared to ordinary letters, they should be more concise, clear, and understandable. In the texts of electronic official business letters, commonly used vocabulary of business communication and persistent lexical and phraseological turns are widely used.

In addition to these types of written business communication, specialists must have the ability to write telegrams, various statements, autobiographies, announcements, contracts, etc.

An important form of business communication is a conversation, in which, unlike a telephone conversation and correspondence, communication takes place directly with the participation of interlocutors.

The technique of conducting a business conversation covers the most common ways of interaction between interlocutors in such situations as introductions, greetings, invitations, offers, requests, farewells, etc.

It should be noted that the choice of one or another way of expressing an opinion depends not only on the communication situation, but also on the nature of the relationship between the participants of the communication. An official setting, especially if business partners are meeting for the first time, dictates the choice of more formal means of expression. The effectiveness of interaction is largely determined by the ability to start a conversation when the statement of one of the business partners is replaced by a reply, answer or question of another. Such transfer of initiative from one communicator to another is carried out due to invariant mechanisms.

Zabolotniy I.

Dnipro state university of agriculture and economics

FUNCTIONS AND STAGES OF BUSINESS COMMUNICATION

Communication is a complex process of establishing and developing contacts between people, the interaction of personalities, which is based on the exchange of thoughts, feelings, expressions of will for the purpose of informing. Communication is a purposeful exchange of information in various communication processes.

Communication mediates all types of social activity; accumulates social experience and transmits it from generation to generation, is a factor of ethnic identification, preserves culture.

Different classifications of communication functions are known: some scientists, singling them out, consider communication in the context of its organic unity with the life of society in general and direct contacts of people, others - as information exchange, interaction and people's perception of each other, still others - from the point of view of the purpose of communication. Summarizing different approaches to the problem of communication functions, we can talk about the multifaceted nature of this phenomenon.

Professional communication in the field of business relationships also represents other functions:

- ✓ instrumental (receiving and transmitting information necessary for carrying out a certain professional action, making a decision);
- ✓ integrative (a means of uniting business partners for a joint communication process);
- ✓ function of self-expression (demonstration of personal intelligence and potential);

broadcast (transmission of specific methods of activity);

- ✓ function of social control (regulation of behavior, and sometimes (when it comes to commercial secrets) and speech actions of participants in business interaction);
- ✓ function of socialization (development of business communication culture skills);
- ✓ expressive (attempts of business partners to convey and understand each other's emotional experiences).

Any act of communication consists of several stages:

1. Thorough preparation for communication. This stage involves:

- ✓ drawing up a plan for the future act of communication;
- ✓ collection of materials related to the subject of communication and their systematization;
- ✓ motivating arguments in favor of one's position and counterarguments of the other party.

2. Orientation in the situation and establishment of contact, that is, the beginning of communication.

- ✓ At this stage, it is important:
- ✓ take care of creating a friendly atmosphere of communication (it is advisable to talk about common interests, say something pleasant to the interlocutor);
- ✓ do not oppose yourself to the interlocutor, show respect and attention to the interlocutor (a friendly look and a smile will help to establish contact);

- ✓ avoid criticism, arrogance and negative evaluations.

3. Discussion of the issue (problem).

- ✓ At this stage, it is advisable to follow the following rules:
- ✓ present your information succinctly and succinctly;
- ✓ listen carefully to the interlocutor and try to adequately perceive what he is talking about;
- ✓ remember that communication is characterized by a dialogic nature;
- ✓ argue your position: provide convincing evidence.

Argumentation is an important method of persuasion using reasoned, well-founded logical evidence.

4. Making a decision. To make the right decision, you need:

- ✓ offer several options for solving the problem;
- ✓ carefully listen to the interlocutor's arguments regarding a possible solution to the problem;
- ✓ determine the moment to end the meeting based on the interlocutor's mood and offer the best decision-making option;
- ✓ not to show the slightest irritation, even if the goal was not achieved, to hold on confidently.

5. Leaving the contact. The initiative to end the conversation in case of status asymmetry of the interlocutors should belong to a female person, a person who is older in age and higher in social status. At the end of communication, it is necessary to summarize the results of the meeting, say goodbye and express hope for further relations and joint activities. The purpose of professional communication is to regulate business relations in industrial and professional activities through the solution of professional tasks.

The success of professional communication depends on:

- ✓ the speaker as an individual with individual characteristics;
- ✓ his/her knowledge of the modern Ukrainian literary language and foreign languages as the basis of the language of professional communication;

- ✓ the ability to effectively apply this knowledge depending on the purpose and situation of communication.

In order to communicate correctly and achieve the goal of communication, the communicator must possess professionally oriented communicative competence.

Zemskov K.V.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

PECULIARITIES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN BANKING INSTITUTIONS

In the dynamic and highly regulated environment of banking institutions, effective professional communication plays a pivotal role in maintaining trust, ensuring compliance, and fostering successful business relationships.

It is necessary to highlight that one of the main features of communication in banking institutions is strict compliance with regulatory requirements. Banking professionals must communicate policies, procedures, and updates in a clear and understandable manner to ensure that all stakeholders, including customers and employees, comprehend and comply with regulations. Any misunderstanding in this regard can lead to legal and reputational consequences.

Moreover, professional communication in banking institutions often involves confidential information relating to client accounts, transactions, and financial data. Therefore, maintaining confidentiality and security is paramount. Employees are trained to communicate securely through encrypted channels, follow data protection protocols, and exercise discretion when discussing sensitive issues both internally and externally.

In addition, banking institutions often operate across multiple departments, including retail, wealth management, and risk management. Effective professional communication is essential for smooth cooperation and coordination between these

departments. Clear channels of communication facilitate the exchange of information, alignment of objectives, and effective resolution of issues and concerns that may arise.

In times of crisis or unexpected events, such as security breaches, economic downturns, or natural disasters, banking institutions should communicate proactively and transparently. Clear, timely, and accurate communication helps to reduce panic, reassure stakeholders, and maintain confidence in the institution's ability to effectively address challenges. Crisis communication plans are developed and implemented to ensure a rapid and coordinated response.

Summing up, professional communication in banking institutions is characterized by compliance with regulatory requirements, confidentiality, cross-functional cooperation, and crisis communication. By prioritizing clear, accurate, and secure communication practices, banking institutions can help build trust, mitigate risk, and achieve long-term success in a rapidly evolving financial market.

Гречана Е.В.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ВИМОГИ ГЛОБАЛІЗУЮЧОГО СВІТУ ДО МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У ХХІ столітті громадські організації та фахівці, які працюють на державній службі, стикаються з викликами глобалізованого, взаємозалежного та різноманітного світу. Технологічний прогрес у сферах транспорту, комунікації та виробництва як ніколи раніше пов'язав національні та місцеві економіки в усьому світі. В результаті як добровільної міграції, так і вимушеного переміщення, сім'ї, культури і мови розсіюються все ширше. Як наслідок, насильницькі конфлікти, економічні кризи, стихійні лиха та державні

політичні рішення в одній частині світу впливають на людей в інших частинах світу швидше і пряміше, ніж у попередніх поколіннях. У цьому контексті країни, а також місцеві громади, групи, окремі особи та організації в усіх секторах стикаються з викликами глобалізації. Зокрема, фахівцям у державному секторі необхідно навчитися використовувати переваги більшого розмаїття всередині та між державними організаціями, а також як краще служити більш різноманітним громадам.

Глобалізація вимагає від фахівців з різних дисциплін, і від державних адміністраторів зокрема, розуміння політичних, економічних і соціальних обставин в інших країнах, а також широкого спектру міжкультурних компетенцій. Усвідомлення, оцінка та розуміння культурних відмінностей; досвід інших культур; та самоусвідомлення власної культури [1; 247], були визначені як основні елементи таких міжкультурних компетенцій. Розвиток цих компетенцій вимагає відкритості, поваги та допитливості, а також культурних знань і навичок для належного спілкування та поведінки в міжкультурних ситуаціях [1]. Спираючись на численні напрацювання, Сорія та Троїзі синтезують міжкультурні компетенції у ширшу назву глобальних, міжнародних та міжкультурних компетенцій, які включають знання про декілька вимірів глобальної та міжнародної культур; повагу до культурного, расового та етнічного розмаїття; розуміння складності питань у глобальному контексті; а також комфорт у роботі з людьми з інших культур [2;262].

Література

1. Deardorff D.K. (2006) Identification and assessments of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education* 10(3). P. 241-266.

2. Soria K.M., Troisi J. (2014) Internationalization at home alternatives to study abroad: implications for students' development of global, international, and intercultural competencies. *Journal of Studies in International Education*. 18(3). P. 261-280.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ

У сучасному світі інформація поступає з усіх сторін, тому потреба в чітко визначеній і добре продуманій комунікативній стратегії стає більш важливою, ніж будь-коли. Цей принцип можна застосувати як до індивідуального, так і до корпоративного спілкування.

Зважаючи на зростаюче значення комунікації в різних сферах життя, варто визначити унікальні особливості комунікаційних стратегій. Розуміння цих особливостей має важливе значення, оскільки ефективне спілкування грає центральну роль у досягненні різних переваг, таких як успішні партнерські відносини з клієнтами для досягнення очікуваних результатів, підвищення впізнаваності бренду та розвиток міцних зв'язків з аудиторією.

Для ефективною реалізації комунікаційної стратегії використовуються різні важливі елементи.

По-перше, точне формулювання мети спілкування та визначення конкретних дій, що ведуть до реалізації мети.

По-друге, визначення цільової аудиторії. На основі демографічних даних контент і канали комунікації повинні бути налаштовані відповідно до вподобань аудиторії.

По-третє, вміння проводити ретельні дослідження, систематизувати ідеї та розташовувати їх у потрібній послідовності для чіткого представлення.

Також можна виділити створення привабливого та цікавого вмісту, який відповідає вимогам аудиторії, використовуючи різні формати (текст, зображення, відео та аудіо).

При розробці контенту одним із важливих факторів є вибір відповідних каналів комунікації, оскільки саме це визначає, наскільки добре можна охопити цільову аудиторію, враховуючи особливості кожного каналу.

Адаптація до змін у цільовій аудиторії, каналах зв'язку та інших факторах має вирішальне значення. Необхідно вносити зміни в комунікаційну стратегію, щоб підтримувати її ефективність.

Тут слід пам'ятати, що комунікаційна стратегія є складним і динамічним явищем, тобто її потрібно постійно оновлювати та змінювати, щоб відповідати мінливому середовищу та іншим факторам.

Ефективне спілкування є основою здорових робочих і особистих стосунків. Люди спілкуються різними способами, і розуміння того, як і коли використовувати кожен тип спілкування, може принести користь вашій здатності ефективно спілкуватися.

Крім зміцнення ваших навичок спілкування, ви також можете знайти кращі зв'язки в особистому та професійному житті, вивчаючи стратегії подолання загальних комунікаційних бар'єрів, які можуть включати культурні чи мовні відмінності.

Хороше спілкування допомагає запобігти конфліктам, які можуть виникнути через неоднозначність неправильного спілкування. Ефективні комунікативні навички є основою будь-яких хороших особистих чи професійних стосунків. Вивчення успішних стратегій у спілкуванні може вплинути на вашу здатність мотивувати інших, вести більш захоплюючі розмови, ділитися інформацією та практикуватися в більш ефективному вирішенні проблем.

Ефективні комунікаційні стратегії організації можуть допомогти співробітникам і колегам зрозуміти, чого від них очікують, досягти цілей і підвищити мотивацію. Комунікативні навички необхідні, якщо ви займаєте керівну посаду або керуєте командою, де ви повинні делегувати обов'язки, зберігаючи при цьому шанобливі стосунки.

Отже, розвиток навичок спілкування потребує практики, але це цілком можливо і того варто. Знайдіть свої слабкі місця та зосередьтеся на одній або двох стратегіях одночасно. Щоб покращити навички спілкування, зверніть

увагу на ваш поточний стиль спілкування. Витративши час і зусилля, ви передасте кращі ідеї, думки, дії та думки в особистому та професійному житті.

Кищук А. Г.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МОВНІ КОДИ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

З плином часу мова стає живим організмом, що відображає культурні зміни суспільства. Відображенням цього є молодіжний сленг – унікальний лексикон, що характеризується швидкою еволюцією та відтінками, що єднують та відрізняють молодь. Аналіз молодіжного сленгу відкриває широкі можливості для розуміння та вивчення динаміки мовної творчості, соціальних процесів та ідентичності в сучасному суспільстві. Всі ми дуже різні та індивідуальні, але сленг є ідентифікатором і допомагає кожному самовиражатися. Не все старше покоління підтримує таке самовираження, але більшість намагається встигати за прогресом молодіжної культури. Так, використання сленгових слів може бути проявом творчості, демонстрації сучасних поглядів на різні ситуації. Багато фраз наповнюються новими сенсами, сучасне стає цікавішим. Тепер новітні тенденції підтримуються новими висловленнями, вони надають емоцій та чогось нового у молодіжному спілкуванні.

Сучасний сленг може допомогти підлітку “влитися” в нову компанію або колектив. Це зближує між собою, виникає дружня атмосфера і відчувається комфорт, можна з іронією розповісти про різні ситуації або прикрасити їх веселими словами поряд із друзями. “Сленг– це живий мовний нерв, який є навдивовижу геніальним індикатором людського буття, настільки тонко і точно розкриває найдрібніші нюанси нашого переживання світу, його сприйняття і

передачі”.[1,с.5]

Мова є динамічною завдяки молоді, бо, прослуховуючи пісні, переглядаючи фільми вона може почути нові вирази. Тобто завдяки телевізійним шоу або текстам пісень можна дізнатися нові вислови. Молодь схоплює все одразу і їй подобається запроваджувати щось нове. Багато слів запозичено з англійської мови. Наприклад, слово *крінж*, котре означає почуття сорому або незручності. Саме це слово утворено від англійського *to cringe*. В англійській мові це слово значить з’їжуватися, тобто сильне почуття, від якого хочеться сховатися. Також “своїх” можна упізнати за словом *база*, яке використовує молодь для підтримки чиеїсь думки, утворене від англійського *based* – базовано. Людину, яка подобається, називають *крашем* –з англійської *crash* –об’єкт симпатії. Своє незадоволення висловлюють сленговим словом *треш*-з англійської *trash* – сміття. Як щось позитивне й смішне, так і негативне можуть назвати *імбою* – від англійського *imbalance* –незбалансованість, недолік у комп’ютерній грі.

Також, користуючись соціальними мережами, можемо побачити, як швидко поширюються новини і тренди, так само зі сленгом, тому, що зараз спілкування в інтернет-мережі дуже поширене, молодь постійно обмінюється повідомленнями, в яких пишуть “свої” слова, вигадують терміни, у той час, коли інші це швидко підхоплюють і розуміють один одного.

У підлітків є свої субкультури і саме завдяки їм також виникає цікавий сленг. Цікавий, бо юне покоління створює власні жарти та вислови, у кожній групі підлітків вони можуть бути різними, це відображає ставлення до їх інтересів і їхнього способу життя. Навіть через сленг можна транслювати свої цінності, і в таких групах усі підтримують один одного через спільне розуміння гумору. Вживання сленгу відображає не лише елементи мовленнєвої системи, але й комплексні аспекти ідентичності, групової приналежності та комунікації. Дослідження цього явища має важливе значення для розвитку лінгвістики, а також для формування ефективної комунікації та взаєморозуміння між різними соціокультурними групами.

Література:

1. Словник сучасного українського сленгу/ упоряд. Т.М. Кондратюк.–Харків: Фоліо,2006. –350с.

Кулик А.О.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МІЖКУЛЬТУРНІ МОВНІ КОМПЕТЕНЦІЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

Теоретично, повний спектр стратегій інтернаціоналізації може бути використаний програмами з державного управління, спрямованими на розвиток міжкультурних компетенцій слухачів. Однак стратегії інтернаціоналізації, такі як програми навчання за кордоном, обмежують вплив цих ініціатив до обмеженої кількості студентів, які можуть брати в них участь. Тому комплексна стратегія повинна включати різні альтернативи впродовж усієї навчальної програми. Комплексна навчальна програма з культурної компетентності в освіті у сфері суспільних відносин має включати підходи, що базуються на знаннях, ставленні, навичках та на місцевому рівні. Це узгоджується з наведеним вище визначенням культурної компетентності, що охоплює знання, а також навички та ставлення до різних культур і, зрештою, до розмаїття.

Наголос на виході за межі необхідного, але недостатнього нормативного розуміння різноманіття для включення навичок і ставлень підкреслює актуальність практики. Практика була визначена як відмінна риса освіти в галузі державного управління. Багато хто закликає до використання експериментального навчання, а також до інтеграції теорії, досліджень і практики в освіті державного управління. У цьому сенсі саме через практику і

рефлексію над ставленням можна розвинути компонент культурних компетенцій, що базується на навичках. У своєму заклику розробляти програми занурення, більш привабливі для студентів магістерських програм, Райан вказує на важливість рефлексії після заходів з інтернаціоналізації як вправи, що може допомогти усвідомити власну культуру та інші культурні особливості студента.

Потенціал і сила CLAC ґрунтується на тому, що він може бути сформульований протягом усього навчального плану, в декількох курсах, послідовно і, як ми представляємо тут, з різними рівнями інтенсивності. Тому стратегії CLAC можуть відповідати реаліям програм магістерської підготовки більше, ніж інші стратегії інтернаціоналізації. Згідно з оцінкою навчальних планів програм МРА, афілійованих з NASPAA, проведеною у 2008 році, більшість програм МРА не створюють нових курсів з конкретних питань, пов'язаних з різноманітністю; натомість програми включають ці питання у свої поточні курси. Це ж дослідження задокументувало, що директори програм МРА висловили загальну нехіть до створення нових програм.

Мелещенко К.С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

СУЧАСНИЙ ВІЙСЬКОВИЙ СЛЕНГ В УКРАЇНІ

В сучасному українському суспільстві, мовні особливості, які виникають у різних соціальних ситуаціях, мають велике значення. Зокрема, військовий сленг, що виникає під час воєнних дій, стає важливим аспектом культурної спадщини країни. Війна проти агресії російського режиму не лише стала випробуванням для нації, а й спричинила появу нових слів та фраз, які відображають особливості ситуації в країні та ставлення бійців до власної місії і противника. Дослідження сучасного військового сленгу не лише демонструє

унікальність мови в напружених ситуаціях, але й розкриває ширший контекст суспільно-політичної дійсності.

Сучасний військовий сленг піддається постійній еволюції під впливом змін у військовій технології та стратегії. Нові слова та вирази виникають під впливом нових реалій військового життя. Наприклад, під час воєнних дій в Україні з'явилися терміни, що відображають сучасні бойові сценарії, такі як “затридні” (нереалістичні плани ворога) та “іхтамнетити” (знищувати ворога). Такі слова свідчать про те, що війна не лише формує нові реалії, але й впливає на сам процес мовлення та мовну культуру.

Інформаційна агенція Міністерства оборони України “АрміяInform” зібрала словник неологізмів, які з'явилися в Україні після повномасштабного вторгнення Росії.

Серед зібраних неологізмів виділяються такі: “аналоговнет” – щось, вигадане в Росії; “байрактарити”, “енлоїти”, “джавелініти”, “стінгерити”, “хаймарсити” – терміни, що описують процес нищення ворога, ведення полювання або партизанські дії; “бандеромобіль” – бойовий автомобіль Збройних Сил України; “дебахнуло” – людина, яка через свій інтерес чи стурбованість може спричинити багато шкоди; “задвохсотити” – знищити ворога; “затрьюхсотити” – поранити або нейтралізувати ворога; “кадирити” – видавати бажане за дійсне; “кімити” – зберігати оптимізм; “мамкувати” – уникаючи простих дій для збереження життя; “наволонтерити” – знайти щось потрібне, навіть з-під землі [1].

Ці неологізми відображають унікальність мови під час воєнних дій та показують адаптацію суспільства до нових умов і викликів, що виникають у зв'язку зі зміною військових реалій та технологій.

Дослідження військового сленгу розкриває соціальні аспекти війни та ставлення цивільного населення до конфлікту. Розкривається не лише лексичне багатство військового жаргону, але й соціальна дійсність воєнного конфлікту. Наприклад, термін “ніштяки” називає подарунки з дому або від волонтерів, що підкреслює важливість підтримки військових з боку громадськості.

Дослідження воєнного побуту, включаючи використання військової лексики, є надзвичайно важливим для розуміння та аналізу воєнних процесів. Вивчення цих тематичних груп дозволяє краще зрозуміти життя воїнів під час бойових дій та їхні умови побуту.

Українська військова лексика включає назви транспортних засобів та військового обладнання, такі як “беемдешка” (бойова машина десанту), “бетеер/бетер” (бронетранспортер), “саушка” (самохідна артилерійська установка), “бардак” (бойова розвідувально-дозорна машина), “копійка” (бойова машина піхоти), “Святий Миколай” (медична бронетехніка) та інші.

Також важливо вивчати назви зброї та боєприпасів, такі як “калаш” (автомат Калашникова), “граник” (гранатомет), “мільниця” (протитанковий гранатомет “муха”), “молоток” (важкий кулемет), “лимонка” (ручна протипіхотна граната) тощо.

Назви речей військового побуту також важливі для дослідження, наприклад: “мультик” (військова форма з універсальним маскувальним малюнком), “мазепинка” (польовий кашкет Збройних Сил України), “бронік” (жилет з бронепластинами), “хамелеони” (окуляри, що змінюють прозорість), “замолоди” (смаколики), “дуйчик” (тепловентилятор), “банка” (портативний зарядний пристрій), “весло” (ложка) та інші [2].

Сучасний військовий сленг в Україні є важливою складовою мовної та культурної спадщини нації. Він не лише відображає суспільний контекст і соціокультурні аспекти військового конфлікту, але й свідчить про розвиток мовлення та еволюцію мовної культури в умовах війни.

Військовий сленг відіграє ключову роль у військовій спільноті, надаючи значні переваги у комунікації, спілкуванні та збереженні культурної спадщини. Його ефективне використання забезпечує швидку та точну передачу інформації, сприяє формуванню почуття спільності та ідентичності серед військових, а також зберігає та передає цінності та традиції військової культури. Крім того, військовий сленг може забезпечити додатковий рівень безпеки, ускладнюючи розуміння комунікацій ворожими силами та зменшуючи ризик розкриття

конфіденційної інформації. Таким чином, вивчення та використання військового сленгу є критично важливими для успішних військових операцій та підтримки військової спільноти.

Дослідження та збереження військового сленгу є важливим завданням як для лінгвістичної науки, так і для збереження національної ідентичності та пам'яті про події воєнного часу.

Література:

1. <https://imi.org.ua/news/armiyainform-zibrala-slovnyk-voyennyh-neologizmiv-i46939>
2. https://shron1.chtyvo.org.ua/Sidko_Olha/Suchasnyi_ukrainskyi_viiskovy_zharhon.pdf?PHPSESSID=bat073rsp5655ngbgr5k754in5

Назаренко О.В.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ВИКЛАДАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ В АГРАРНОМУ ВИШІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Психолінгвістика, як міждисциплінарне поле, є ключовим для розуміння взаємозв'язку мови та психічних процесів. Проте в аграрних університетах існують проблеми викладання цієї науки як вибіркової дисципліни через специфіку профілю закладу та недостатню увагу до гуманітарних дисциплін. Спробуємо проаналізувати причини цих проблем та знайти шляхи їх подолання для покращення якості освіти у вишах аграрного спрямування..

У сучасному світі такі університети відіграють важливу роль у підготовці фахівців для аграрного сектору економіки. Проте одним з найбільших викликів для цих закладів освіти є необхідність врахування різноманітних аспектів, включаючи гуманітарні науки. Психолінгвістика, як важлива галузь

мовознавства, є ключовою для розуміння специфіки комунікації в аграрній сфері та взаємодії між людьми, проте вона залишається недостатньо вивченою в аграрних університетах.

Серед проблем викладання психолінгвістики можна назвати недооцінку гуманітарних наук, тому що багато аграрних університетів зосереджені на технічних та природничих дисциплінах,. Це призводить до недостатньої уваги до цієї галузі та обмеженого інтересу до вибору дисципліни..

Віддаленість від практичного застосування також можна назвати проблемою, бо здобувачі освіти вищів аграрного профілю можуть відчувати віддаленість психолінгвістики від їхньої майбутньої професійної діяльності. Багато студентів аграрного університету можуть не розуміти, як мова впливає на сприйняття інформації, вирішення конфліктів та побудову відносин у сільському господарстві. Недостатня інтеграція цієї дисципліни з практичними аспектами сільського господарства може призвести до втрати інтересу студентів до цієї науки.

Шляхи подолання проблем вбачаємо в розвитку переліку програм для вибіркових дисциплін і розвитку програми психолінгвістики зокрема. Університети аграрного спрямування повинні розробляти та впроваджувати спеціалізовані програми психолінгвістики, які враховують особливості комунікації в аграрному секторі та практичне застосування отриманих знань.

До викладання психолінгвістики вищі повинні залучати кваліфікованих фахівців з глибоким розумінням цієї дисципліни та досвідом роботи у цій галузі науки, а також забезпечувати їм необхідну підтримку та розвиток. Необхідно активно розробляти підручники, методичні посібники та відеолекції з психолінгвістики, спрямовані на студентів-аграріїв, для полегшення процесу навчання.

Також важливо забезпечити інтеграцію вивчення психолінгвістики з практичними аспектами сільського господарства, наприклад, за допомогою кейс-стаді або практичних завдань, які допоможуть студентам більше зацікавитися цією наукою.

Психолінгвістика є важливою складовою освіти в аграрних університетах, проте існують значні проблеми викладання цієї науки через недооцінку гуманітарних наук та віддаленість від практичного застосування. Необхідно продовжувати пошук інноваційних підходів та вдосконалення програм навчання для досягнення цієї мети. Викладання психолінгвістики в аграрному університеті стикається з рядом викликів, але вирішення цих проблем може покращити якість освіти та підготовку фахівців, здатних ефективно комунікувати та співпрацювати в аграрній галузі.

Огар О. А.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ У ВІДОБРАЖЕННІ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Міжкультурна комунікація в гастрономії поширюється на нові технології, які змінюють спосіб приготування та споживання їжі. Однією з інновацій, яка вражає світ кулінарії, є молекулярна кухня. Це галузь кулінарії, яка використовує наукові та хімічні принципи для створення нових текстур, форм та смаків в стравах. Процес створення нових страв на основі принципів молекулярної гастрономії часто супроводжується виникненням нових термінів та концепцій, які відображають складні технології та наукові принципи, що лежать в основі цього кулінарного мистецтва. Історія молекулярної кухні почалась у 1992 році. Засновником був французький хімік та кухар Ерве Тіс. Термін “молекулярна гастрономія” був введений у 1988 році фізиком Ніколасом Курті з Оксфордського університету та Ерве Тісом. З розвитком молекулярної кухні з’явилися такі терміни, які змінили уявлення про всю кулінарію. Наприклад, такі терміни як *сферифікація* – процес створення кульок або перлинок з рідини за допомогою гідроколоїдів, таких як агар-агар або альгінати. *Геліфікація* – процес перетворення рідини на гель, зазвичай за допомогою різних стабілізаторів. *Емульсифікація* – процес змішування двох

незмішуваних рідин (наприклад, олії та води) з використанням емульгаторів для створення стабільної емульсії. *Дегазація* – видалення зайвого повітря з рідин або сумішей, щоб запобігти пінінню або зміні текстури. *Газифікація* – додавання газу (зазвичай азоту або кисню) до рідин або твердих речовин для створення пін або пінних структур. *Кріогеніка* – використання низьких температур, зазвичай за допомогою рідкого азоту, для швидкого охолодження та заморожування інгредієнтів. *Трансгумінація* – комбінація різних продуктів або інгредієнтів для створення нових текстур або смакових профілів. *Суфляція* – процес використання сифонів для виготовлення легких та повітряних пін або суфле. *Дистиляція* – використання процесу дистиляції для концентрації ароматів або видалення небажаних речовин з інгредієнтів. *Термічна обробка низької температури* – використання спеціальних термостатів для дуже точного контролю температури при готуванні. *Гідроліз* – розщеплення складних молекул на прості за допомогою води або ферментів. *Аерогелізація* – використання аерогелів для створення легких та крихких текстур у стравах. Але є ще багато інших термінів, які використовуються в експериментах та створенні інноваційних страв.

У молекулярній кухні часто використовують звичні прилади та інструменти, які використовуються для хімічних експериментів та приготування вишуканих страв. Але існують і спеціальні прилади, призначені саме для приготування страв у молекулярному стилі. Наприклад, рідкий азот використовується для *флеш-заморожування* без утворення великих кристалів льоду, а *анти-сковорідка* призначена для охолодження та заморожування. *Контрольовані водяні ванни* використовуються для низькотемпературного варіння, а *харчовий дегідратор* – для видалення вологи з продуктів. До інших приладів належать центрифуга, шприц для наповнення різноманітними начинками, ультразвуковий прилад, вакуумний апарат, скороварка, рН-метри та настільний дистилятор.

Глобальний вплив ідеї молекулярної кухні розповсюдився на видатні кухні по всьому світу, спонукаючи до творчості шеф-кухарів та тих, хто сміливо експериментує з вишуканими стравами цієї кухні. Молекулярна кухня прискорила інновації у гастрономії, заохочуючи шеф-кухарів експериментувати та

використовувати нові технології. Вона стала мовником міжкультурної обміну ідеями та кулінарними традиціями, розширюючи горизонти смаку та вражаючі гостей усього світу. Термінологія молекулярної кухні є живим відображенням її розвитку від наукових досліджень до кулінарної практики. Вона відображає поєднання наукових принципів з кулінарним мистецтвом та надає можливість кухарям та гурманам спілкуватися та розуміти процеси, що відбуваються у світі сучасної гастрономії. Розвиток термінології молекулярної кухні продовжується, відкриваючи нові можливості для кулінарних інновацій та смакових відкриттів.

Література:

1. <https://scienceforum.ru/2023/article/2018032907>
2. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%BD%D0%B0_%D0%B3%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%8F
3. <https://chefs-shop.com/uk/recepty-s-agaragarom-3-varianta-kak-prigotovit-molekulyarnoe-bludo>

Островська Р. Р.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ

Соціальні мережі – це структури утворені індивідами або організаціями. Вони відбивають взаємозв'язки через соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи родинними зв'язками.

Соціальні мережі дозволяють підтримувати різноманітні комунікації через онлайн – платформи, створення індивідуальних облікових записів, обмін

інформації, спілкування через віртуальні засоби та взаємодія такими функціями, як коментарі, повідомлення, репости, вподобання, голосові аудіозаписи та відео дзвінки. Основною метою соціальних мереж слугує сприяння створенню спільнот, розвитку соціальних комунікацій та закріплених взаємозв'язків між людьми.

Історія соціальних мереж розпочалась з одним із перших відомих сайтів Classmasters.com, запущеним у 1995 році. Наступна платформа набула популярності у 1997 році, була Six Degrees, яка дозволяла створювати профілі та додавати друзів. Проте з часом соціальні мережі втратили свій успіх через технічні обмеження та низьку популярність серед аудиторії. Згодом з'являлось все більше різноманітних замінних мереж, які й наразі з'являються. На даний момент часу відомі платформи, які отримують успіх в аудиторії, такі як Facebook, Twitter, Instagram, Telegram та багато інших. Соціальні мережі розвиваються, впроваджують нові технології та функції, які викликають широкий запит серед користувачів. Соціальні мережі ключовий інструмент суспільства для ділових справ, розваг, спілкування та зв'язку зі світом.

Вплив соціальних мереж на суспільство та культуру, досліджує формування ідентичності, зміни методів комунікації, через розповсюдження соціальних комунікацій обмін інформацією та взаємодія груп. Таким прикладом слугує Twitter, який сприяє розповсюдженню новин та формуванню громадської думки. Instagram впливає на розповсюдження творчих та культурних аспектів обміном фотографій та відео.

Економічний аспект соціальних мереж впливає на рекламу, маркетинг та розвиток бізнесу. Велика кількість всесвітньо відомих компаній співпрацюють з відомими особистостями, через соціальні мережі за для просування продукції на аудиторію.

Перехід від інструменту пошукових мереж, до платформ соціального спілкування, де люди можуть обмінюватись інформацією. Етапи формування соціальних мереж з початкових інтернет – форумів до сучасних платформ. Початковими вважаються Classmasters.com та Six Degrees, які розпочали обмін

інформацією, та нині популярні Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, які створили можливість віртуального з'єднання.

Технологічні інновації в розвитку соціальних мереж, в яких набуває широкої зацікавленості штучний інтелект, новітні технології та алгоритм рекомендацій. Дані методи досліджують інтереси окремого суб'єкта та підбирають рекомендований контент, такий підхід дозволяє визначати вподобання користувача та давати змогу бути в мережі, в будь-який момент та з різних точок світу.

Пантілеєнко К. С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ЗНАЧЕННЯ САМОСВІДОМОСТІ У СУЧАСНІЙ МОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Основним компонентом заняття був семестровий проект, визначений через індивідуальний навчальний план. ПЗ - це процес, за допомогою якого студенти визначають власні навчальні потреби та навчальні цілі, розробляють стратегії для задоволення цих потреб, а також визначають, які докази свого навчання вони надаватимуть і за якими критеріями вони та викладач оцінюватимуть навчання. МН отримали високу оцінку за забезпечення "культурно чутливої педагогіки" [1] та сприяння усвідомленню індивідуальних і культурних відмінностей [2; 12]. У контексті суспільних відносин також було доведено, що ОД є життєздатним рішенням у боротьбі за задоволення різноманітних навчальних потреб та інтересів студентів, мотивування студентів з різним рівнем досвіду і різними цінностями та підтримання академічної строгості [3; 381]. У цьому курсі студентські проекти з ОД набували різних

форм, включаючи написання традиційної дослідницької роботи, створення інформаційного відео, розробку культурно-чутливих матеріалів кількома мовами для місцевих організацій, які можуть використовувати їх у роботі з іммігрантами, а також організацію заходів у студентському містечку тощо.

Нарешті, слідуючи рекомендації Райана про важливість рефлексії після досвіду інтернаціоналізації, у письмовій роботі наприкінці курсу студентів прямо запитували, якою мірою і в який спосіб досвід CLAC сприяв їхньому розумінню міжнародних відмінностей і досвіду іммігрантів. Студентам була надана гнучкість у форматі цього підсумкового письмового завдання: одні писали традиційні есе, інші - листи до членів сім'ї чи друзів, а треті - у формі редакційної статті в газеті чи допису в блозі. Відгуки учнів свідчать про те, що методика CLAC досягла багатьох цілей, які зазвичай асоціюються з інтернаціоналізацією, таких як покращення самосвідомості, усвідомлення відмінностей і формування моделей поведінки, необхідних для глобального громадянства. Говорячи про підвищення самосвідомості, один з учнів зазначив: "Я краще усвідомлюю свої фільтри. Я краще усвідомлюю необхідність розуміння соціокультурних норм, коли маю справу з групами населення, що значно відрізняються від тих, з якими я регулярно спілкуюся". Інший студент зазначив, що як доказ того, що він став краще розуміти відмінності, він зазначив, що в майбутньому буде звертатися за інформацією та ідеями до широкого кола людей, джерел і організацій, а також переконається, що репрезентативна вибірка виборців і клієнтів враховується при прийнятті рішень щодо надання послуг. Студент, який визначив себе як такого, що вступив до класу, який був налаштований переважно проти антисемітизму.

Література

1. Wlodkowski R.J., Ginsberg M.B, (1995) Diversity and Motivation: Culturally Responsive Teaching. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

2. Anderson G, Boud D. and Sampson J. (1996) Learning Contracts. A Practical Guide. London. UK. Kogan Page Limited.

3. Martinez MD, Ranjeet B and Marx HA (2009) Creating study abroad opportunities for first generation college students. In: Lewin R (ed.) The Handbook of Practice and Research in Study Abroad: Higher Education and the Quest for Global Citizenship. New York. NY. Routledge. P. 527–542.

Парамаєва А. С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У нашому сучасному світі соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя кожної людини і, як не дивно, бізнесу. Соціальні мережі – це не тільки різноманітні зручні платформи для комунікацій та самовираження, але й безмежні можливості для реклами, маркетингу та просування ваших товарів і послуг. Для успішного продажу або самореклами в соціальних мережах необхідно розробити стратегію (або навіть декілька). Це є важливим кроком для будь-якого бізнесу, який хоче досягти успіху і популярності в Інтернеті – без вдалого плану, бізнесу або маловідомому автору буде важко отримати аудиторію і бажану славу. Тому в нашій праці ми розглянемо ключові аспекти просування в соціальних мережах та виклики, пов’язані з розробкою та реалізацією вашої ідеї.

Першим і досить очевидним кроком у будь-якій стратегії просування є правильна постановка цілей. Кожен починаючий власник бізнесу або автор повинен мати чітке уявлення про те, чого він хоче досягти за допомогою соціальних мереж: впізнаваності і популярності бренду, імені або інтернет-

псевдоніму (нікнейм); збільшення продажів або залучення нових клієнтів і т.д. Варто визначити для себе ключові елементи, які на вашу думку є найголовнішими у вашій цілі на основі поставлених. Саме це може допомогти вам відстежувати ефективність обраної стратегії та вчасно вносити необхідні корективи до плану.

Другий крок – це аналіз аудиторії. Важливо розуміти, які категорії людей насправді користуються тими чи іншими соціальними мережами, які їхні інтереси та потреби, і на яких саме людей зосереджений ваш бізнес або контент. Це допоможе вам розуміти на яких платформах у вас буде більше шансів на успіх, зважаючи на ваш тип контенту і аудиторію, на яку саме націлений ваш контент чи послуги. Це, в свою чергу, дасть вам змогу трохи адаптувати ваш контент або його подачу так, щоб він був найбільш цікавим і зрозумілим для вашої цільової аудиторії.

Ще один важливий крок, схожий до вищезгаданого – аналіз ваших конкурентів. Аналіз стратегій ваших конкурентів допоможе вам визначити їхні сильні та слабкі сторони та знайти можливості і ідеї для власного успішного просування.

Важливо зазначити, що не тільки спосіб або план просування буде грати визначну роль у вашому самопіарі. Те, що ви пропонуєте вашій цільовій аудиторії має бути якісним – контент повинен бути цікавим, інформативним та релевантним. У нагоді може стати велика кількість форматів (текст, фото, відео, аудіо, прямі ефіри тощо) може привернути увагу різних сегментів аудиторії та зацікавити нових людей до вашої сторінки у соціальній мережі.

Важливо також враховувати алгоритми соціальних мереж, які постійно змінюються. Розуміння того, як ці алгоритми працюють, може допомогти оптимізувати контент і збільшити охоплення. Крім того, постійна взаємодія з аудиторією за допомогою таких засобів, як коментарі, відгуки та відповіді на запитання, має підвищити довіру та залучити більше підписників. Взаємодія – це один з ключів до успіху.

Однак є також певний момент, який слід враховувати під час розробки стратегії просування в соціальних мережах. Одна з них полягає в тому, що тренди та популярні формати контенту постійно змінюються. Те, що популярно сьогодні, може бути вже «не на хайпі» та заміненим новим трендом завтра. Тому важливо вміти швидко реагувати на зміни в глобальних трендах та своєчасно впроваджувати нові ідеї.

Конкуренція може стати для вас викликом - тисячі компаній, брендів та контентмейкерів борються за увагу користувачів. Цікаво зазначити, що не завжди ця увага може бути позитивною – навмисне викликання у людей злості, шоку і інших негативних емоцій носить назву «чорний піар» і теж є ефективним способом до швидкого просування в Інтернеті. Але він є не рекомендованим для тих, хто не хоче очорнити ім'я власного бренду.

Отже, розробка маркетингової стратегії в соціальних мережах – складне, але важливе завдання для кожного бізнесу і контентмейкера. Ця стратегія повинна бути гнучкою, адаптивною, орієнтованою на потреби цільової аудиторії та постійно вдосконалюватися. Популярності в Інтернеті та конкурентної переваги можна досягти докладаючи до цього серйозних зусиль.

Передерій О.Л.

КЗО «Навчально-виховний комплекс «Вальдорфська середня загальноосвітня школа I-III ступенів-дитячий садок

КАДРОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Головним завданням сучасних освітніх організацій має бути сприяння зростанню професійної компетентності педагогічних працівників через

застосування ефективної кадрової стратегії, яка має відбивати тенденції зміни інтересів, цінностей і мотивації співробітників освітньої сфери.

Кадрова стратегія закладів освіти України повинна визначати основний зміст програми набору, відбору, розміщення, підготовки та перепідготовки персоналу освітньої організації.

Досвід роботи провідних освітніх закладів свідчить про те, що однією з головних конкурентних переваг є унікальний кадровий потенціал. Досить високий рівень корпоративної культури робить заклад освіти привабливим для талановитих педагогів, утримує їх в організації, а результати їх праці, в свою чергу, створюють відповідну репутацію закладу, привертаючи нових споживачів освітніх послуг та висококваліфікованих фахівців.

Основою ефективної кадрової стратегії є запровадження програм розвитку педагогічних працівників та забезпечення умов неперервної професійної підготовки й підвищення кваліфікації співробітників.

Нормативною основою професійного розвитку педагогів є національні стандарти, які визначають його зміст, види та форми. Коли педагог приходить працювати до закладу освіти, він вже повинен відповідати певним вимогам щодо рівня освіти та кваліфікації. На сучасному етапі розвитку суспільства педагогу слід постійно вдосконалюватися для того, щоб залишатися конкурентним в своїй сфері діяльності. І мова йдеться не лише про опанування сучасними технологіями навчання, як то робота з освітніми платформами, мультимедійними додатками, цифровими технологіями, але про зміну загального відношення до процесу навчання, де педагог не лише транслює певні знання, але й виступає медіатором між здобувачем освіти та його майбутнім життям.

Основними засобами росту професійної майстерності викладача можуть бути:

- курси підвищення кваліфікації при вищих навчальних закладах та академіях неперервної освіти;

- участь у семінарах та тренінгах, які проводяться найкращими фахівцями у своїй галузі, включаючи вебінари;
- участь у конференціях та симпозиумах з різних питань, пов'язаних з освітнім процесом;
- включення в міжнародні освітні проекти та гранти;
- наукові дослідження та участь в наукових гуртках;
- участь в дискусіях, форумах і чатах;
- міжнародне стажування.

Таким чином, основна мета кадрової стратегії – забезпечення оптимального балансу процесів відновлення й збереження чисельного й якісного складу кадрів відповідно до потреб самого навчального закладу, освітньої галузі, вимог чинного законодавства й ринку праці.

Петренко С. П.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МЕРЕЖЕВИЙ ЕТИКЕТ: КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ

У сучасну цифрову епоху віртуальні комунікаційні технології стали невід'ємною частиною нашого особистого та професійного життя. Незалежно від того, чи надсилаємо ми електронні листи, чи беремо участь у відеоконференціях, чи спілкуємося в соціальних мережах, наша здатність ефективно спілкуватися онлайн є надзвичайно важливою. Однак опанування мережевої комунікації вимагає не лише технічних навичок, але й дисципліни та етикету.

Так само, як і при спілкуванні віч-на-віч, дотримання належного етикету сприяє повазі та співпраці у віртуальному середовищі. Елементарні правила ввічливості, такі як використання відповідної мови, своєчасне підтвердження

повідомлень і висловлення подяки, сприяють побудові позитивних стосунків в інтернет просторі. Крім того, врахування культурних відмінностей і чутливості забезпечує інклюзивне і шанобливе спілкування в різних віртуальних середовищах.

Більшість норм і прикладів інтернет-етикету визначаються конкретними засобами комунікації: в інтернеті ми використовуємо текст, картинки, іноді відео та аудіо повідомлення для вираження своїх думок. Спосіб, яким ми це робимо, впливає на сприйняття нашої особи іншими користувачами.

Етикет мережевого спілкування також передбачає активне слухання та емпатію. За відсутності візуальних сигналів і мови тіла розуміння поглядів і почуттів інших людей стає ще більш важливим. Уміння уважно слухати, перефразувати повідомлення для уточнення та вдумливо відповідати демонструє емпатію та сприяє взаєморозумінню у віртуальній взаємодії. Це і є проявом взаєморозуміння, а також розвиває особистісну рису характеру – харизму.

Ще одним важливим елементом мережевого етикету є дотримання правил авторського права. Представляти скопійовану з інтернету інформацію як свою власну є незаконним дійством. Наприклад, завантаження та поширення фотографій, відео та музики, захищених авторським правом, без відповідної оплати, є рівносильним крадіжці.

Як у реальному житті, так і у віртуальному середовищі, приватність особистого листування є важливим правом, порушивши яке людина підлягає зверненню уваги на свої дії співробітників спільноти кібербезпеки.

Стосовно питання освіти в царині мережевого етикету варто зазначити, що цим вже активно займаються школи, проводячи тренінги та вебінари, вищі навчальні заклади, а також компанії, котрим важлива безпека та конфіденційне право їх робітників.

Необхідно розуміти, що етикет в інтернет-комунікації охоплює питання цифрової безпеки та конфіденційності. Захист конфіденційної інформації, дотримання угод про конфіденційність і використання захищених каналів

зв'язку є важливими практиками для збереження довіри та доброчесності в Інтернеті. Пильність щодо кіберзагроз і дотримання протоколів кібербезпеки також сприяє створенню безпечного віртуального середовища для всіх учасників.

Як у реальному житті, так і у віртуальному середовищі, приватність особистого листування є важливим правом, порушивши яке людина підлягає зверненню уваги на свої дії співробітників спільноти кібербезпеки.

До вашого відому ситуації, котрі порушують особисті кордони інших користувачів: висвітлення сварливого контексту в інтернет-просторі; спам інформацією, що є популяризованою і видається доступною для розуміння кожного, або ж цікава лише вам, оскільки інші люди не зобов'язані поділяти ваші інтереси; використання контенту з участю сторонніх людей, де ви без дозволу відмічаєте чи публікуєте дані цих людей у ваших постах – це вважається некоректним вчинком.

Цікаво знати, що дотримання мережевого етикету може сприяти запобіганню кіберзлочинності. Прикладом може бути уникання небезпечних ситуацій, які можуть виникнути через некоректну поведінку користувачів або ж підозрілі дії в інтернеті. Умовно: уникнення переходу на посилання, що на перший погляд не є безпечними, в електронних листах або відмовлення в наданні власних даних незнайомим користувачам може запобігти потенційним атакам фішингу або шахрайству.

З іншого боку, кіберзлочинність може бути спричинена порушенням мережевого етикету. Наприклад, некоректне використання особистої інформації або навмисне образливе спілкування може сприяти конфліктам та виникненню негативних ситуацій, що можуть призвести до кіберзлочинності.

Власна дисципліна відіграє вирішальну роль в ефективному використанні віртуальних комунікаційних технологій. Зважаючи на велику кількість відволікаючих чинників, доступних в інтернеті, збереження фокусу та організованості є надзвичайно важливим.

Встановлення чітких цілей для кожної взаємодії, чи то віртуальна зустріч, чи обмін електронною поштою, допомагає забезпечити цілеспрямованість і продуктивність комунікації. Не менш важливим є дотримання графіків і дедлайнів, оскільки це демонструє надійність і професіоналізм у мережевій взаємодії.

Більше того, дисципліна поширюється на управління своєю присутністю та репутацією в інтернеті. У величезному цифровому просторі інформацію легко витлумачити або спотворити. Тому дуже важливо проявляти розсудливість у тому, чим ми ділимося в інтернеті і як ми себе презентуємо. Послідовне дотримання набору особистих рекомендацій щодо поведінки в інтернеті допомагає підтримувати позитивну цифрову ідентичність, яка заслуговує на довіру.

Отже, наведені правила мережевого етикету, що є обов'язковою ланкою побудови якісних взаємодій, а також висвітлена кореляція між власною дисципліною та навичками етикету комунікації з іншими користувачами в інтернет-просторі.

Резунова О.С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

РЕФЛЕКСІЯ ЯК ОСНОВНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ САМОЕФЕКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ

У сучасному світі рефлексія розглядається як важливий механізм самопізнання та саморозвитку особистості, оскільки вона включає в себе самопізнання суб'єктом внутрішніх актів і станів, внутрішній досвід людини. У процесі саморозвитку суб'єкт усвідомлює, хто він є насправді, яким він хоче стати. Рефлексія має вагомий вплив на формування професійної самоефективності.

В наші дні рефлексія досить широко вивчається у різних прикладних науках, адже в життєдіяльності сучасної людини вона має важливе значення. Саме завдяки рефлексії стають можливими перебудова свідомості у відповідності до реалій сьогодення, відмова від стереотипів мислення й поведінки, розвиток активного, творчого ставлення до себе, власної діяльності та способів її реалізації. До того ж, рефлексія є одним із основних механізмів стимулювання і розвитку професійної діяльності людини.

У сучасних дослідженнях *рефлексія* розглядається в декількох аспектах, а саме:

- як особливий стан свідомості;
- як важливий механізм самопізнання та саморегуляції;
- як принцип існування індивідуальної свідомості та умова розвитку зрілої особистості;
- як особлива організація мислення, пов'язана із зародженням нового змісту.

Отже, у широкому сенсі рефлексія тлумачиться як розуміння та аналіз того, що відбувається, а *особистісна рефлексія* – це розуміння та аналіз змісту свого внутрішнього світу (емоцій, почуттів, думок та особистості), а також дій та поведінки у зовнішньому середовищі.

Рефлексія - це не лише усвідомлення та розуміння себе, але й усвідомлення того, як інші розуміють і сприймають твою особистість, емоційні реакції та когнітивні ідеї.

Таким чином, рефлексія як спосіб самопізнання, передбачає аналіз та роздуми здобувача над своїми професійними якостями, діями, та на основі цього перебудову і корекцію своїх оцінок, відношень, позиції, «конструювання» себе як самоефективного наковця.

ПОНЯТТЯ ПРО SMM СТРАТЕГІЮ

У сучасному світі, жодна компанія не минає тренду SMM працівників, які своїми зусиллями створюють різні стратегії та просування конкретного бізнесу у соціальні мережі. Про цей напрям напевно чули у кожному куточку світу, навіть у самих дальніх.

Саме поняття SMM з англійської розшифровується як Social Media Marketing(маркетинг у соціальних мережах). Робота такого працівника полягає у просуванні(рекламуванні) певних продуктів, які надає безпосередньо бренд. Така праця виконується в основному у сучасних соціальних мережах, наприклад: Instagram, Telegram, Tik Tok, Facebook.

Після оформлення відео або фото матеріалу, SMM працівник, має прорекламувати даний товар, аби заохотити глядачів цього бренду, на покупку. Зацікавленість у продукті, люди висловлюють у таких діях: вподобайки, коментарі та поширення серед знайомих або родичів. Але як би чудово не звучала ця професія, вона має свої плюси та мінуси. До позитивних моментів можна віднести впізнання бренду, саме це сприяє підвищенню впізнаваності серед користувачів різних соцмереж, створюючи ширше охоплення цього бренду. Також до плюсів можна віднести залучення цільової аудиторії, підвищення лояльності клієнтів та рекламну ефективність.

До мінусів можна віднести не так багато компонентів, але все ж головним мінусом є конкурентність з іншим брендами, у яких може бути схожий контент. Також до негативних відносимо, затрату часу на одне відео або фото рекламу, постійна комунікабельність та підлаштування під інших, при неправильному виконанні умов від замовника, може виникнути конфліктна

ситуація з ним. Тому аби уникнути не усіх недоліків, а хоча б якоїсь їх частини, слід ретельно перевіряти свою роботу та свій мовний діалект.

Якщо роздивлятися різні види рекламних послуг, то SMM є самим сучасним у наш час, у нашому столітті. Саме через те, що ті матеріали які виставляються в інтернеті, людина може побачити протягом усього життя, на відмінну від тих рекламних банерів, пропозицій на стовпах або спеціальних дошок для оголошень які є на вулиці, їх проблема полягає в тому, що вони залежні від погодних умов, на відмінну від реклами в соцмережах. Але щоб така реклама попала на більший огляд, треба мати певну успішну стратегію. До таких даних можна віднести знання своєї аудиторії, аби це стало успішною стратегією, потрібно враховувати інтереси та потреби своїх самих активних клієнтів(на яких платформах соцмереж сидять частіше всього, який контент їм подобається, за яким слідкують частіше), невід'ємною частиною такої стратегії також буде певна ідентичність, до неї відноситься унікальний стиль, який притаманний цьому бренду, саме це потрібно для того щоб відрізнити бренд від інших конкурентів(логотип, стиль, колірна гамма, стиль взаємодії, шрифт), ніяка стратегія не обходиться без контент-плану, він потрібен для того, аби зібрати усі думки і дії в логічний ланцюжок, аби на виході людина отримала якісний контент.

Так як дана професія є доволі популярна, то відомі бренди соцмереж мають свою статистику, стосовно цього. До прикладу візьмемо таку платформу як Tik Tok, він є доволі популярним у наш час, саме тому за статистикою 48% користувачів, кожен день сто відсотків побачать вашу рекламу, у своїх рекомендаціях. Щодо старіших мереж, то на сьогодні 2.8 мільярди користувачів кожен день відстежують різні канали у Facebook, також під цю цифру можна додати Instagram, у якому кожен день понад 90% користувачів дивляться так звані «сторіс» - коротке відео, або фото, яке демонструє бренд, аби зацікавити клієнта, їх використовує майже 500 мільйонів користувачів щодня.

Отже, у висновку можемо сказати, що у сучасному світі, де соціальні мережі відіграють ключову роль у взаємодії брендів з аудиторією, розробка

ефективної SMM стратегії стає невід’ємною частиною успішного ведення бізнесу . В процесі дослідження даної теми було виявлено, що ефективна стратегія в соціальних медіа базується на розробці унікального контенту, комплексному підході до своєї аудиторії, вивченні конкурентів та аналізі своїх результатів. Саме тому SMM потребує креативності для свого успіху та зростання бізнесу в онлайн-середовищі.

Сіманенко А. О.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: ВІДТІНКИ КУЛЬТУРИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ

У сучасному світі молодіжний сленг відіграє значну роль у формуванні ідентичності та комунікації між молоддю. Цей феномен є предметом вивчення для багатьох науковців, які прагнуть розкрити його соціокультурний контекст, вплив на мовні процеси та сприйняття суспільства. Аналіз молодіжного сленгу дозволяє розкрити не лише лінгвістичні особливості, але й глибше зрозуміти динаміку змін у сучасній мовній практиці та соціокультурні тенденції серед молодого покоління. У цьому контексті дослідження молодіжного сленгу має велике значення для розвитку наукової спільноти та розуміння мовленнєвого поведінки сучасної молоді. Актуальність нашої роботи полягає в тому, що вона розкриває нові сленгізми, пояснює їх та дає можливість зрозуміти походження цих слів та використання їх у повсякденному житті підлітками чи більш дорослими людьми, які знаходяться у молодіжному середовищі. Слово “сленг” ми розуміємо як набір слів, які вживаються в межах окремих груп людей чи субкультур та, які не мають загального визнання. У спілкуванні сленг використовують не тільки, щоб розповісти інформацію, але й для висловлення своїх ідей, світобачення, таким чином виразити свою особистість. Ще сленг може виступати способом влиття в колектив, бути сприйнятим “своїм” у тій

групі людей, з якою відбувається спілкування. Молодіжний сленг – це окремий пласт національної мови, який відображає певною мірою рівень культури, освіченості, розвитку суспільства. У наш час він контрольований маскультурою, під вплив якої потрапляють різні категорії молоді. Які ж існують сленгові слова? *Крінж* - це те, що викликає неприємні емоції, схожі до іспанського сорому. Звичайно, зараз шум навколо цього слова трохи припинився і тепер його вже не чути так активно, але своєї актуальності воно не втратило. *Вайб* – почуття хорошої, комфортної, теплої чи “поганої” атмосфери, серед людей або від певної людини. В українській мові є багато слів, щоб це описати, але *вайб* звучить особливо по-сучасному. *Рофл* – походить з англійського *rolling on the floor laughing* – тобто качатися від сміху на підлозі, що означає жарт або іронію. Також можна використати слово мем (жарт). У підлітковому середовищі саме це слово є достатньо популярним, і з самого початку його використання воно не втрачає актуальності ні в реальному житті, ні в соцмережах. *Шеймити* - соромити. Людину можуть засоромити (зашеймити) за її вчинки чи дії. *Метч* – у двох людей виникає спільний інтерес до чогось, збігаються думки чи смаки, такий збіг називають *метчем*. З англійської *метч* це збіг.

Також молодь часто використовує такі слова, щоб позначити певні покоління: *порідж* – молоді люди, які народилися після 2010 року, *зумери* – ті, хто народився до 2010 року, *бумери* – народилися після 1998.

Для позначення гендерних відмінностей є : *Тян* – слово використовується для позначення дівчат, іноді в контексті романтичних стосунків. Слово походить від іменного суфікса *-тян*, який додають до жіночих імен у Японії. *Кун* – аналогічне слово для хлопців.

Нині сленг активно використовується в різних стилях мови – художній літературі, засобах масової інформації (газетах, журналах, радіо, телебаченні, рекламі), лунає зі сцени театрів та в кіно. Це доводить, що сленг є складним мовним утворенням, яке відображає реалії сьогодення і входить до розмовної

лексики сучасної людини. Завдяки йому з'являється дуже багато новотворів, щоб зробити мову більш легкою та упізнаваною для юного покоління мовців.

Варто наголосити, що вивчення вживання сленгу у молоді виявляється не лише як важливий лінгвістичний аспект, але й як ключовий елемент для розуміння культурних та соціальних процесів. Дослідження вживання молодіжного сленгу дозволяє глибше проникнути в менталітет та цінності сучасного покоління, розкриваючи його унікальність та специфіку. Таким чином, аналіз вживання молодіжного сленгу є важливим інструментом для розуміння сучасного соціокультурного контексту та поглиблення взаєморозуміння між поколіннями.

Сміюха Д.С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МІЖСОБИСТІСНА КОМУНІКАЦІЯ У СОЦМЕРЕЖАХ

У міжособистісних стосунках комунікація виявляється в тому, що люди думають перед тим, як передавати інформацію, як вони висловлюють і доносять свої думки до інших, яку інформацію вони отримують від інших щодо правильності інтерпретації їхніх думок і їхньої реакції на них, а також як відбувається процес обговорення.

У цей час види комунікацій змінюються, тому і не дивно, що люди шукають різні “полегшені” способи спілкування. Як, наприклад, спілкування у соцмережах. Сучасність та технології надали багато можливостей у спілкуванні. Соціальні мережі зараз – це територія спілкування не тільки з друзями, а й робоча або навчальна платформа для розвитку та пошуку. Люди почали використовувати не тільки текст, а й різноманітні форми пояснення або вираження інформації. Якщо раніше при листуванні люди могли комунікувати між собою тільки у стриманому паперовому вигляді, тим паче, що зберігання та час перевезення цих

листів були сумнівними, то зараз ми можемо не тільки написати інформацію та відправити людині менш, ніж за 5 секунд, а й ще поділитися новинами у вигляді відео або фото та реальними емоціями у цю ж годину. То як саме тепер відбувається міжособистісна комунікація?

У кожний конкретний момент співрозмовники одночасно здатні одержувати і декодувати повідомлення партнера, наприклад: не відповідати текстово, а ставити “лайк”, показуючи, що ви побачили, або зрозуміли інформацію, вказану в повідомленні. Або ж, навпаки, використовувати різні мімічні смайлики (приклад: “злий смайлик”), щоб продемонструвати своє враження та емоції від цієї інформації. Тим паче, якщо виразити свою інформацію або щось розповісти, доповідач може вдало реагувати на поведінку, хід та настрій людини не тільки через гіфки та емоджі, а ще й через різні короткометражні відео, які можна, наприклад, відправляти у деяких соцмережах. Люди, взаємодіючи між собою, прагнуть здійснити вплив одне на одного, отримати від партнера бажаної відповіді, виконати прохання тощо. Тому соцмережі вдало виконують це завдання.

Уявімо, що Вам дуже швидко потрібно передати інформацію людині, але у цей час вона або зайнята, або взагалі – недоступна. Тому існують голосові повідомлення. Ви висловлюєте потрібну інформацію, а людина може, крім того, що послухати декілька разів це голосове, так ще і відреагувати тим же, швидко пояснюючи щось важливе. Важливим є те, що в цей час людина користується й знаннями психологічних особливостей, які потрібні для більш глибокого і повноцінного розуміння процесів, що відбуваються під час виголошування інформації. Йдеться про процеси говоріння і слухання, які розгортаються у вербальній формі під час комунікації. За формою і за змістом вона спрямована на іншу людину так, щоб вона точніше зрозуміла зміст.

З популярністю соціальних мереж зростає і важливість навичок медіаграмотності. Людям потрібно вміти аналізувати інформацію,

розрізняти достовірність джерел та ефективно спілкуватися в цифровому середовищі.

Отже, спілкуючись у соцмережах, ми використовуємо особливий вид міжособистісної комунікації. Можливе дотримання будь-якого стилю спілкування: ділова розмова про інженерні системи з роботодавцем, або ж мила розмова з мамою про смачний обід. Дотримання та послідовне використання стилістичних та мовних правил для комунікації у соцмережах дозволяють нам вправно використовувати різні способи спілкування онлайн.

Література:

1. <https://euprostit.org.ua/practices/140780>
2. <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-1-%D0%9C%D0%A1.pdf>
3. <http://studentam.net.ua/content/view/3180/97/>

Якименко А.О.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ІНКЛЮЗИВНІСТЬ В ПРОГРАМАХ ФАХІВЦІВ

Ми починаємо з огляду літератури про обґрунтування стратегій інтернаціоналізації у вищій освіті, важливість стратегій інтернаціоналізації в освіті з державного управління та моделі CLAC. Далі ми пояснюємо методологію нашого порівняльного аналізу та описуємо три приклади курсів з державного управління, які включали модель CLAC на різних рівнях. Ці кейси

представляють базовий, просунутий та інтенсивний рівні складності та ступені інтеграції заходів CLAC у розробку курсу. Компетенції розвиваються протягом усього життя, і ми не очікуємо, що вони будуть повністю набуті за один 15-тижневий семестр. Таким чином, наші оцінки є попередніми і ґрунтуються на результатах оцінок студентів та спостережень викладачів за кожним курсом; ми не намагаємося об'єктивно виміряти компетентності студентів, окрім самооцінок та спостережень викладачів. Натомість метою цієї статті є надання директорам програм, магістра державного управління та аналогічних ступенів з іншими назвами, а також викладачам, які викладають на цих програмах, вступу до культур і мов у навчальній програмі (CLAC) та достатніх рекомендацій, які дозволять їм використовувати модель CLAC у своїх навчальних програмах і курсах, що мають на меті сприяти розвитку міжкультурної компетентності.

Можна стверджувати, що інтернаціоналізація та компетентності є важливими для всіх професій і дисциплін. Зокрема, в державному управлінні зусилля з інтернаціоналізації, спрямовані на розвиток міжкультурних компетенцій та включення питань різноманітності в навчальні програми, всіляко заохочуються і визнаються ознакою якості. Мережа шкіл публічної політики, управління та адміністрування (NASPAA) розглядає різноманітність як важливу цінність, яку повинні враховувати програми магістерської програми з публічного управління та адміністрування, що прагнуть отримати акредитацію, і вимагає, щоб акредитовані програми документально підтверджували культурні компетенції своїх студентів, зокрема їхню здатність продуктивно спілкуватися та взаємодіяти з різноманітною та мінливою робочою силою та громадянами. Аналогічно, цільова група, створена Відділом державного управління та управління розвитком Департаменту економічних і соціальних питань Організації Об'єднаних Націй та Міжнародною асоціацією шкіл та інститутів адміністрування, включила сприяння інклюзивності, як один з восьми стандартів досконалості в освіті з державного управління. Таким чином, різноманітність та інклюзивність вважаються критично важливими характеристиками, що відрізняють високоякісну освіту в галузі державного

управління. Серед програм NASPAA визначення, прищеплення та вимірювання культурних компетенцій викликало більше труднощів, ніж інші більш технічні компетенції, необхідні для акредитації.

Яковина Я.С.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ЗВ'ЯЗОК КУЛЬТУРИ ТА СПІЛКУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Загальновідомим є факт, що носієм та передавачем культури є мова. Вона поширює специфіку та самобутність народу, стає засобом збереження інформації про його історичний досвід та надбання. Культура глобалізованого суспільства потребує використання єдиної мови спілкування, яка ставала б своєрідною «візою», що надає можливість долучитися до світу без кордонів.

Вивчення мови виходить далеко за межі простого запам'ятовування слів і граматичних правил. Навіть якщо ви знаєте значення слів, це не означає, що ви зможете їх ефективно використовувати та бути зрозумілими. Спілкування з людьми вимагає більш глибокого розуміння, ніж може забезпечити словник. Культурний контекст грає величезну роль. Знання культури може замінити відсутність слів у словнику, оскільки допомагає у розумінні значення нових термінів та виразів. Чим більше ви вивчаєте культуру, пов'язану з мовою, тим легше вам запам'ятовувати слова та вирази, що використовуються в цій країні.

Найкращий спосіб ознайомитися з культурою - це безпосереднє спілкування. Саме тому програми обміну так популярні - вони надають студентам можливість вивчати мову в контексті. Починаючи вивчати нову мову, ви вивчаєте багато граматичних структур та словникового запасу, але це

недостатньо для ефективного спілкування. Вам потрібно розуміти мотивацію та культурний контекст, які стоять за цією мовою.

Однією із головних переваг англійської є її гнучкість: ви можете знайти безліч способів пояснити власну думку завдяки великому словниковому запасу. Вважається, що в англійській більше 750 000 слів – звісно, залежно від того, як рахувати. За деякими оцінками це число сягає 1 мільйона і щороку мова збагачується все новими і новими словами. Люди, що вивчають англійську, одразу звертають увагу на те, що в цій мові існує безліч можливостей висловити свою думку тим чи іншим чином. Це тому, що англійська не обмежує вас – ви можете використовувати її як завгодно. Втім, такі країни, як Сінгапур, зрозуміли це занадто буквально і винайшли абсолютно новий тип англійської мови – «Singlish», який поглинув інші місцеві мови, такі як китайська та малайська.

Англійську досить легко вчити. Звісно, це суперечливе твердження. Можливість вивчати ту чи іншу мову залежить перш за все від того, хто її вивчає. Втім, існує загальноприйнята точка зору, що англійська не є найскладнішою для вивчення мовою у світі. Англійські слова дуже прості для розуміння, а їхня схожість зі словами із інших мов дає можливість стверджувати, що люди, які говорять на цих мовах, можуть побачити зв'язок між ними та зрозуміти, як виникли ті чи інші слова в англійській.

Використання сучасних технологій також допомагає вивченню культури та мови. Перегляд фільмів і телепрограм з субтитрами допомагає розширити словник та розуміння культурних нюансів. Читання журналів, блогів та оригінальної літератури дозволяє отримати більше інформації про повсякденне життя та лексику.

Подорожі також є важливим засобом вивчення мови та культури. Вони дають можливість не лише слухати, а й спілкуватися з носіями мови. Розуміння культури допомагає уникнути непорозумінь та доповнює значення слів та виразів.

Навчання мови - це не лише вивчення слів та граматики, а й вивчення культури, що стоїть за нею. Естетичне виховання на практичних заняттях англійської мови можна розглядати як компонент загально-виховної системи і як мотиваційний засіб, що сприяє вивченню самої іноземної мови. Це зумовлено високим мотиваційним потенціалом естетичного виховання та широкими можливостями, які надає для цього вивчення іноземної мови. Сприйняття краси – це перший ступінь у вихованні відчуттів, емоційної чуйності. Тільки на емоційній основі встановлюються міцні зв'язки людини з навколишнім світом.

СЕКЦІЯ 4

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО, КОПІРАЙТИНГ, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ



FORMATION AND EVOLUTION OF UKRAINIAN ECONOMIC TERMINOLOGY

The evolution of science and techniques requires creation of specific naming to different objects and phenomena in every scientific branch. Terminology that investigates terms is an important part of vocabulary of every language. So far as terms used for accurate naming of phenomena and objects in science their interpretation must be precise because existence of different names for single concept leads to misunderstanding. Even with a long historical development of the Ukrainian language and initial steps in terminology formation, the current state of Ukrainian terminology is not yet ideal. That can be result of many trials which the Ukrainian language has undergone. Discussions regarding the use of certain words and phrases that some scientists consider unsuitable for Ukrainian linguistic traditional are still continuing. The impact of Ukraine's historical development as territory and nation along with various Ukrainian terminology elements moulds the economic dictionary.

1. Economic terminology of early Ukrainian period.

The vocabulary associated with the economic development of Ukraine, both internal and external trade, began to form even in the ancient Ukrainian period based on the common Slavic roots - "куп-" [kup] (buy), "-мін-" [min] (exchange), and others ("купити" [kupyty] - to buy, "куплений" [kuplennyu] - bought, "міняти" [minyatyu] - to exchange, "продавець" [prodavets] - seller, "продажа" [prodazha] - sale).

2. Ukrainian economic terminology of the 14th-15th centuries.

In the 14th-15th centuries, the main words for expressing concepts related to the economic state of the country and trade within they were inherited from Old Ukrainian. During this period, the primary verb used to denote the process of trade was "торговати" [torgovatyy] (to trade) in various graphical variations, such as

"торгувати" [torhuvatyy] and "торгувать" [torhuvat]. In the context of buying and selling, derivatives from old Proto-Slavic roots such as "-да-" [da] and "-куп-" [kup] were used, including words like "продавати" [prodavaty] (to sell), "продати" [prodaty] (to sell), "запродати" [zaprodaty] (to sell off), "купити" [kupyty] (to buy), "купувати" [kupovaty] (to buy), "закупити" [zakupyty] (to purchase), "покупити" [pokupyty] (to purchase), and so on.

3. Ukrainian economic terminology of the 16th-18th centuries.

Throughout the 16th-18th centuries, Ukrainian continued to use terms and language forms rooted in Old Ruthenian and Old Ukrainian business writing, as evidenced by documents from this period and the 14th-15th centuries. With the development of society and language in the field of trade and economic relations, new words began to emerge based on Ukrainian and Proto-Slavic vocabulary, such as "купецтво" [kupectvo] (merchants), "купованьє" [kupovanye] (purchase), "перекупникъ" [perekupnyk] (reseller), "перекупництво" [perekupnyctvo] (reselling), "подкупне" [podkupne] (bribery), "подкупца" [podkurca] (briber).

4. Ukrainian economic terminology of the 19th-20th centuries.

The processes that took place in Ukraine during the 18th-19th centuries also brought about corresponding changes in the formation of financial terminology.

With the expansion of Ukraine's international relations in the 19th-20th centuries, the number of borrowed terms from other languages increased: "аванс" [avans] (advance payment), "авізо" [avizo] (bill of exchange), "акцепт" [aksept] (acceptance), "акциз" [aktsyzy] (excise), "біржа" [birzha] (stock exchange), "бухгалтерія" [bukhhalteriya] (accounting), "бюджет" [biudzhet] (budget), "валюта" [valyuta] (currency), "вексель" [veksel] (bill of exchange), "дебет" (debit), "депозит" [depozyt] (deposit), "емісія" [emisiya] (emission), "інвестиції" [investytsiyi] (investments), "інкасо" [inkaso] (collection), "капітал" [kapital] (capital), "квота" [kvota] (quota), "кредит" [kredyt] (credit), "пеня" [penya] (penalty), "такса" [taksa] (tax), "тариф" [taryf] (tariff), "штраф" [shtraf] (fine), "чек" [chek] (check), and others.

5. Ukrainian economic terminology at the end of the 20th and beginning of the 21st century.

The period following Ukraine's declaration of independence and the establishment of Ukrainian as the state language was marked by significant development in Ukrainian scientific language and terminology. During this period, many foreign borrowings naturally appeared in economic terminology: "бартер" (barter), "дивіденд" [dyvydend] (dividend), "єврочек" [yevrochek] (eurocheck), "маркетинг" [marketynh] (marketing), etc.

In modern Ukrainian, the number of economic terms is increasing, their qualitative improvement is taking place, adapting to the norms of literary language, and there is an expansion of the semantics of commonly used terms. Ukrainian economic terminology is being formed taking into account national traditions, achievements of other nations, and international terminology practices.

References

1. Economic dictionary-reference / Ed. doctor of economics science, prof. S.V. Mocherny - K.: Femina, 1995. - 368 p.
2. Business Ukrainian language: Study guide. – 3rd ed., stereotypical / Ed. O. D. Horbula. - K.: Znannia, 2002. - 226 p.

Dubova A.M.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN COPYWRITING: THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND TEXT GENERATION

In the ever-evolving world of digital marketing, staying ahead of the curve is not just an advantage; it's a necessity. One of the most groundbreaking shifts we've seen in recent years is how artificial intelligence (AI) and text generation

technologies are reshaping the landscape of copywriting. This transformation is not about replacing human creativity but augmenting it, enabling us to achieve more with less and in less time. Let's dive into how these innovations are making waves in the field of copywriting [3].

First things first, what does AI bring to the table for copywriters? AI-driven tools and platforms are now capable of generating content that is not only grammatically correct but also contextually relevant. This leap forward is thanks to advancements in machine learning algorithms and natural language processing (NLP) techniques. But it's not just about churning out text; it's about the depth of understanding AI has over the nuances of language and user intent [1].

- **Efficiency and Speed:** AI can produce drafts in seconds, allowing writers to focus on refining and adding a human touch.
- **Scalability:** Handling large volumes of content, which is often a requirement for SEO and digital marketing, becomes significantly easier.
- **Personalization at Scale:** AI can tailor content to different segments of your audience without breaking a sweat.

Adopting AI doesn't mean losing the human element; rather, it's about enhancing your creative process [2]. Here's how you can integrate AI tools effectively:

- 1) **Idea Generation:** Use AI to brainstorm content ideas based on trending topics, keyword research, and competitive analysis.
- 2) **First Drafts:** Let AI handle the heavy lifting of drafting content, which you can then edit and refine.
- 3) **SEO Optimization:** AI tools can suggest keywords, optimal content length, readability scores, and even predict how well your content will perform.

Consider the case of a digital marketing agency that leveraged AI to manage their content needs across multiple client websites. By using AI for initial drafts and SEO suggestions, the agency was able to triple their content output without compromising quality. This boost in productivity led to better rankings, more traffic, and, ultimately, higher conversion rates for their clients [2].

While AI in copywriting offers immense potential, there are challenges to navigate:

- **Maintaining Originality:** Ensuring content is unique and not just regurgitated from existing sources is crucial.
- **Tone and Brand Voice:** AI may struggle with capturing the unique tone and style of your brand, which requires human intervention.
- **Ethical Considerations:** Transparency about the use of AI in content creation is important for maintaining trust with your audience [3].

As we look ahead, the role of AI in copywriting is set to grow. We'll see more sophisticated AI that can handle increasingly complex writing tasks, offer deeper insights into user engagement, and provide personalized content recommendations [1]. The key for copywriters and marketers is to stay informed and adapt to these changes, leveraging AI as a tool to enhance creativity, not replace it.

The integration of AI and text generation technologies in copywriting is not just a trend; it's a transformation that's reshaping how we create, optimize, and personalize content. By embracing these innovations, copywriters can unlock new levels of efficiency, effectiveness, and engagement in their work. Remember, the goal is to use AI as a springboard for creativity, allowing you to focus on crafting messages that resonate deeply with your audience. As we move forward, the synergy between human creativity and artificial intelligence will become the cornerstone of successful digital marketing strategies [2].

References

1. Копірайтинг. Статті і тексти для сайту. SEO-копірайтинг. URL: <http://innovation-studio.com.ua/?view=copywriting>
2. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Види та специфікації копірайтингу. URL: <https://studfile.net/preview/5119211/>
3. Блинова Н. М., Кирилова О. В. Копірайтинг як діяльність зі створення онлайнового контенту. *Communications and Communicative Technologies*. Вип. 18. 2018. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/428566.pdf>

THE IMPORTANCE OF DEVELOPING CRITICAL THINKING FOR FUTURE SPECIALISTS OF THE AGRICULTURAL COMPLEX

Humanity's desire to simplify working conditions and reduce the number of human resources involved in production processes has resulted in AI and machines that eliminate the importance of humans in all areas, and the volume and speed of information transfer grow exponentially. If there is a way to stay better than machines in something, it is definitely related to the ability to create new meanings. First, generate a million, and then select the most powerful. And this is the most difficult.

Critical thinking is the ability to question information. It is the ability to think in a disciplined way: clearly, rationally, impartially, based on evidence.

The good news is that critical thinking isn't a special talent or the result of a smart gene, it's a skill. Wherever there is a wave of information, there is a need for its analysis. Therefore, critical thinking is *the must*.

It helps:

- remain unblinded
- look at the problem from different angles
- abandon prejudices
- formulate an opinion
- look for confirmation of hypotheses
- check alternative points of view
- make objective conclusions

With the help of critical thinking, you not only evaluate the external world more accurately, but also analyze the course of your own thoughts: whether you were not biased, whether you took all factors into account, whether you made a mistake in your calculations. It performs the same role as a mirror for a bodybuilder: by analyzing the results of your thinking, it is easier to understand what to improve.

If someone chooses to move around critical thinking, it is immediately apparent. He acts very quickly, even if there is time to think. Does not notice important facts and ignores details, because they can knock him out of a "beautiful decision". Skips the validation of ideas, although it has all the tools to do so. Acts on emotions.

Someone for whom critical thinking is important does not take anything for granted and checks everything. He looks for non-trivial ways to solve problems. Discusses ideas with the team and asks for constructive criticism. He chooses the best of all options — and always with a cool head.

Creativity is the rearrangement of other people's ideas. But if you unknowingly copy a fat piece, a scandal cannot be avoided. Therefore, do the work and look at it critically - is it honestly yours or did you blink somewhere and get lost in someone else's (regarding the topic of plagiarism in scientific texts and student papers).

There are rules or tips that help to think critically:

1. Look for independent confirmation of facts.
2. Argue more.
3. Remember that there are no authorities.
4. Put forward several hypotheses.
5. Don't get attached to a hypothesis just because it's yours.
6. Use numbers, not opinions.
7. Choose the simpler of the two options.
8. Avoid hypotheses that cannot be tested.

We all use critical thinking in different situations. Another question is how well we are trained in this. But sometimes you want to break the phone and just scream, but then the team will hear you and lose faith in the project. You can refuse the project - but that way you will lose the client. When you make a decision, think about the consequences. This will help restrain yourself in a critical moment.

If you don't want to put up with the volatility of the advertising world, you can give up creativity and go to the village to breed snails. Knowing that you have a plan

B gives you a sense of control over the situation. And this to some extent already helps to solve it.

Kuzovenko V. V., Enenko O. S.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

MEDIA LITERACY AND MEDIA COMPETENCE IN MODERN EDUCATION

The participation of students in the media space requires pedagogical support and education in ethical norms of communication, safe online behavior, and the ability to effectively search for and evaluate information. Additionally, it's important for educators to actively develop their media and information literacy skills, using modern technologies in the educational process and promoting the development of media competence among students. Coordinating the implementation of multimedia and internet technologies in higher education is essential to ensure quality and accessible learning for all students [1].

The use of platforms like Zoom, Moodle, and the creation of educational films and multimedia presentations has become an integral part of the learning process. This "modernization" of education not only meets the demands of the times but also becomes an urgent solution in the context of quarantine measures. However, many teachers and students were not prepared for such changes, leading to uneven quality of education and different approaches to technology use.

It's important to view multimedia tools as auxiliary elements of education that facilitate dialogue and active student engagement in the learning process. Wisdom and knowledge are not only acquired through information but also through dialogue and communication with others, which can be more challenging in a virtual

environment. The internet provides information but doesn't always reflect knowledge, which is based on relationships and correlations between facts [2].

The problem of information overload lies in the excess of available information compared to an individual's capacity to perceive it. It's important to teach students about conscious selection and critical analysis of information on the internet. In the learning process, it's crucial to transition from fragmented perception of reality to a holistic system of knowledge. Developing a responsible attitude towards one's digital reputation should be an integral part of media literacy [3].

University educators increasingly use social media for communication with students and professional development. The use of mobile phones in classes enhances information accessibility and increases the productivity of the learning process. Mobile devices allow quick access to additional illustrative material, facilitating the assimilation of theoretical concepts. Prohibiting the use of mobile phones in classes is an outdated approach that does not benefit modern education [2].

In conclusion, the integration of media literacy skills into education is essential for students to navigate the digital landscape responsibly. Educators must actively develop their own skills and embrace modern technologies to ensure quality learning experiences. The utilization of multimedia tools, alongside the promotion of critical thinking and ethical communication, enhances student engagement and fosters a holistic understanding of knowledge. As education evolves to meet the challenges of the digital age, it is imperative to prioritize the development of media competence among both educators and students [3].

References

1. Андрієвська В., Шинкарьова Д. Цифрова та медіа грамотність як умова становлення сучасного покоління. Новий Колегіум. 2022. № 3. С. 50-54.
2. Вальорска М. Агнешка Діпфейк та дезінформація : практ. посіб. пер. з нім. В. Олійника. Київ. Академія української преси, Центр Вільної Преси. 2020. 36 с.

3. Від медіаграмотності до медіакультури : навчально-методичний комплекс медіазанять / наук. редактор В. І. Шуляр. Миколаїв. 2016. 68 с.

Lohvynenko O. E., Sheypak K. O.

Dnipro State University of Agriculture and Economics

HISTORICAL STAGES OF THE DEVELOPMENT OF THE CRIMEAN TATAR LANGUAGE

Having analysed the development of the Crimean Tatar language from the beginning of its origin to the present day, three stages of development can be clearly distinguished:

- the period of the "ancient language" (*eski qırımtatar tili*) spanning from the 13th to the 15th centuries;
- the period of the "middle language" (*orta qırımtatar tili*) from the 15th century to the first quarter of the 20th century;
- the period of the "new language" (*yañı qırımtatar tili*) encompassing the first quarter of the 20th century to the present day.

Each of these periods has its own peculiarities and characteristic details.

The "ancient language" stage is directly related to the initial formation of the Crimean Tatars based on the Kipchak tribes with the Khazars, Pechenegs and Turks.

The "middle language" stage falls on the period of active development of the Crimean Khanate and its subsequent decline. Due to the close political ties of the Khanate with the Ottoman Empire, linguistic, cultural and ethnic convergence took place, which led to the mixing of two languages - Crimean Tatar and Ottoman. There is a great deal of imitation of words from Arabic and Persian, which makes the language no longer understandable. At the same time, the development of Crimean

Tatar literature took place in two directions: classical and palace literature and folk literature. Classical literature contained a large number of foreign lexical borrowings from Iranian and Arabic. The convergence of the Ottoman and Crimean Tatar literary languages is due to the scientific and literary activities of Ismail Gasprinsky, who published the newspaper *Terciman* in 1883.

Folklore works, songs of various genres, fairy tales, proverbs, legends, etc. were created in the "folk" Crimean Tatar language. This language contains almost no foreign language borrowings, so it is understandable and widespread among the general population.

The "new language" period falls in the first quarter of the twentieth century. It is characterized by eliminating previously borrowed words from Persian and Arabic, as well as replacing the southern dialect (*yalı boyu şivesi*) with the middle dialect (*orta yolaq şivesi*) in the literary language. As a result of these significant changes, the modern Crimean Tatar and Turkish literary languages differ greatly not only in vocabulary but also in grammar.

Over the past 100 years, the Crimean Tatar alphabet has changed and reformed three times. This was due to political considerations that led to the assimilation of the peoples of the USSR. The first stage was the use of the Arabic alphabet, which is the script used to write all the textual monuments of the "middle language».

The abandonment of the Arabic script was due to the development of the language and the rejection of borrowings, farcicalisms and arabisms. In 1928, the Arabic script was replaced by the first Latin alphabet. The new alphabet was based on the Janalif. In 1938, the Latin alphabet was replaced by the Cyrillic script. The use of the Cyrillic alphabet continued until 1997 and was the official writing of the Crimean Tatar language.

In 1997, the Verkhovna Rada of the Autonomous Republic of Crimea approved the transition to the new Latin alphabet. A resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 22 September 2021 approved the alphabet of the Crimean Tatar language based on the Latin script. The modern Latin alphabet was developed in cooperation

with the Mejlis of the Crimean Tatars and conveys most of the morphological principles that affect phonetics and spelling in general.

Popova O. S, Sarkisian S. L

Dnipro State University of Agriculture and Economics

OPTIMIZATION OF COPYWRITING FOR SEARCH ENGINES: KEY PRINCIPLES AND TECHNIQUES

Crafting content that resonates with both your audience and search engines can feel like walking a tightrope. Yet, mastering this balance is essential for any digital presence aiming to stand out. Let's dive into the art and science behind SEO copywriting, breaking down the complexities into actionable insights you can apply directly to your work.

At its core, SEO copywriting involves creating compelling content that targets specific keywords to improve search engine rankings. But it's more than just sprinkling keywords throughout your text. It's about understanding your audience, delivering value, and making your content easily discoverable [3].

Why do people visit your site? They're looking for answers, entertainment, or solutions. Your first job is to understand what your audience values and then deliver it in spades. This might mean tutorials, in-depth guides, or relatable stories. Remember, if it doesn't help or engage the reader, no amount of optimization will save it.

Before you write, know what words or phrases your audience uses to find information related to your topic. Tools like Google Keyword Planner or SEMrush can offer insights into search volumes and competition. Yet, it's not just about the

most popular keywords. Long-tail keywords, which are more specific and often less competitive, can be gold mines for attracting targeted traffic [1].

Now, let's get into the nitty-gritty of writing:

- **Write for Your Audience First:** Start with a clear understanding of who you're writing for and what questions they're asking. Your content should provide answers in a straightforward, engaging way.
- **Use Keywords Wisely:** Include your primary keyword in the title, headings, and throughout the content. But beware of keyword stuffing. Your text should read naturally, with keywords flowing seamlessly within the context.
- **Engage with Headings and Subheadings:** Break your content into digestible sections with clear, keyword-rich headings. It helps readers skim for relevant information and improves your content's structure for search engines.
- **Link Wisely:** Internal and external links not only boost SEO but also provide value to your readers by guiding them to additional relevant information. Make sure to link to reputable sources and useful internal pages [3].

SEO isn't just about the words you write. Technical aspects play a crucial role too:

- **Meta Descriptions and Title Tags:** These are your content's billboards on search engines. Write compelling meta descriptions and title tags that include your main keyword. They should entice users to click through to your site.
- **Mobile Optimization:** With more searches happening on mobile devices, your content must be readable on any screen size. A mobile-friendly website is now a necessity, not an option.
- **Page Speed:** A slow-loading page can hurt both your bounce rate and search rankings. Optimize images and leverage caching to keep your site speedy.

Finally, how do you know if your efforts are paying off? Tools like Google Analytics and Google Search Console can provide insights into your content's performance, from page views and bounce rates to search rankings and organic traffic. Use this data to refine your strategy, focusing on what works and improving what doesn't [4].

Consider a blog post titled "5 Easy Weeknight Dinners." By targeting a long-tail keyword like "easy weeknight dinners," the author can attract readers looking for quick meal solutions. The post is structured with engaging headings, short paragraphs, and includes internal links to recipes and external links to cooking tools. The meta description is clear and compelling: "Discover 5 easy weeknight dinners that will save you time and satisfy your taste buds. Click to get the recipes now!"

SEO copywriting is an evolving field, with algorithms and best practices constantly changing. Yet, the principles of understanding your audience, providing value, and optimizing for both humans and search engines remain constant. By focusing on these fundamentals, you can create content that not only ranks well but also genuinely connects with your readers. Remember, the goal is to inform, engage, and convert your audience, turning readers into loyal followers and customers [1].

References

1. Mastering the Art of SEO Copywriting: Writing for Both Users and Search Engines. URL: <https://aicontentfy.com/en/blog/mastering-art-of-seo-copywriting-writing-for-both-users-and-search-engines>
2. SEO Copywriting Best Tips to Improve Your Content. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/seo-copywriting-best-tips-improve-your-content-transcurators>
3. SEO Copywriting: What It Is & How to Do It. URL: <https://ahrefs.com/blog/seo-copywriting/>
4. SEO Copywriting: 10 Tips to Boost Your Content Performance: URL: <https://www.semrush.com/blog/seo-copywriting/>

КОПРАЙТИНГ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

Копірайтинг – це важлива складова сучасної освітньої практики в університетах та інших вищих навчальних закладах. Він виконує ключову роль у створенні текстів, які інформують, переконують та навчають студентів, викладачів та інших зацікавлених сторін. Копірайтинг у вищому навчальному закладі може включати різноманітні завдання, такі як написання підручників, навчальних посібників, наукових статей, матеріалів для веб-сайтів та брошур, а також розробка контенту для соціальних мереж та інших онлайн-платформ.

Однією з основних цілей копірайтингу у вищому навчальному закладі є забезпечення доступності та зрозумілості інформації для різних аудиторій. Тексти повинні бути чіткими, лаконічними та точними, адаптованими до потреб та рівня знань читачів.

Ще однією важливою функцією копірайтингу є стимулювання зацікавленості та захоплення матеріалом. Добре написані тексти можуть заохочувати студентів до активної участі у навчальному процесі, сприяючи їхньому успіху та розвитку. Крім того, копірайтинг у вищому навчальному закладі відіграє важливу роль у підтримці репутації та просуванні університету чи коледжу. Якісний контент допомагає підвищити привабливість закладу для потенційних студентів та підвищити його авторитет серед колег у галузі освіти.

Доповнення:

Крім основних завдань, зазначених вище, копірайтинг у вищих навчальних закладах може також включати написання рекламних матеріалів для приваблення нових студентів, розробку концепцій та скриптів для відео та аудіоматеріалів, а також створення інформаційних бюлетенів та регулярних новинних оновлень.

Креативний підхід до копірайтингу може також сприяти формуванню унікального іміджу вищого навчального закладу, що важливо для привертання уваги та залучення студентів та фахівців у різних галузях.

Зокрема, написання зворушливих та вражаючих історій успіху студентів, а також поділ їх досягнень на платформах соціальних медіа може великою мірою сприяти підвищенню популярності та привабливості закладу.

Крім того, копірайтинг може стати інструментом для реалізації стратегії маркетингу контенту, включаючи створення цільового контенту для різних аудиторій, в тому числі майбутніх студентів, поточних студентів, викладачів, адміністрації та інших зацікавлених сторін.

Таким чином, копірайтинг в вищих навчальних закладах відіграє не лише інформаційну, але й стратегічну роль у підтримці та розвитку освітнього закладу. Його використання варто розглядати як важливий елемент комунікаційної стратегії, спрямованої на досягнення мети та успіху у навчальному середовищі.

Отже, копірайтинг у вищому навчальному закладі є важливим інструментом, який допомагає створювати якісний та доступний контент для навчання та розвитку студентів, а також підтримує репутацію та привабливість закладу.

Новик К.І.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Ознією з задач, поставлених перед сучасними викладачами іноземних мов та здобувачами вищої освіти є подолання проблем інтегрування елементів медіаграмотності в освітній простір здобувачів вищої освіти, зокрема на практичних заняттях з англійської, німецької чи французької мов або на заняттях, які викладаються англійською мовою, що спрямовані на розвиток комунікативних навичок майбутніх фахівців – аграріїв.

В епоху інформаційно-психологічних викликів молоді люди мають «озброїтися» навиками критичного декодування медіапродукції й використання масмедіа у свої цілях. Науково-педагогічні колективи навчальних закладів повинні перетворювати здобувачів вищої освіти на свідомих і творчих користувачів масмедіа, сприяти виробленню імунітету до маніпулятивної дії екрану [1, с. 39], а це неможливо без опанування основ інфомедійної грамотності.

Застосування компетентнісно-орієнтованого підходу до навчання у поєднанні з інтерактивними технологіями та вправами, спрямованими на розвиток медіаграмотності учнів, допомагає викладачам досягти високих результатів у своїй педагогічній роботі. Використання цього комплексу вправ сприяє підвищенню рівня знань учнів з іноземної мови, розвитку критичного мислення та отриманню мовних та життєвих компетенцій. Під час проектної діяльності учнів активізується їх креативність та творчість, що спрямовані на проведення самостійних досліджень під керівництвом викладача. Цей процес включає етапи від становлення ідеї до створення продукту та його презентації. Методи дослідницької діяльності, такі як спостереження, порівняння, абстрагування, моделювання, формалізація, синтез, аналіз, оцінювання та інші, використовуються для вирішення практичних завдань під час навчання. Навчання за допомогою медіаосвітніх вправ передбачає ряд етапів, таких як постановка проблеми, обговорення завдань, формування уявлення про можливі шляхи вирішення, структурування результатів, тестування та допрацювання, що є основою для проектного підходу у навчанні.

Засоби медіаосвіти і медіаграмотності:

Обговорення фільмів / книжок:

-Екранізація як відображення режисерського світосприйняття, особливостей часу створення фільму;

-Екранізація як переосмислення першоджерела, як відправна точка у створенні іншої іншої художньої структури, але адекватної в загальній та емоційній

налаштованості;

-Екранізація як відтворення художньої образності літературного слова засобами кіномистецтва та неминучі при цьому втрати авторського начала;

-Екранізація як аналіз авторської думки в першоджерелі, але в іншій формі її розвитку;

-Творчі завдання на відновлення усіх етапів розвитку сюжету;

Проблемні обговорення та рецензування медіатекстів (фільмів, телепередач, кліпів, ігор, сайтів Інтернет):

-Зіставлення та обговорення рецензій, статей, книг;

-Колективні обговорення, дискусії за темою медіа текстів;

-Письмове рецензування медіа текстів, ведення медіащоденника

Види творчих завдань на заняттях з використанням аудіо – та відеозаписів:

-Прослуховування інформації з добором та ілюструванням малюнками, відеосюжетом чи презентацією;

-Вибір відео – чи аудіотексту, які ототожнюються чи розкривають певну тему;

Список використаної літератури:

1. Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті ХХІ століття: проблеми, досягнення і перспективи» (25-27 жовтня 2013 року) / за заг. ред. канд. пед. наук Л.Д. Покроєвої. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2013. 268 с.

