

– мати регулярний характер, унаслідок якого етапи, дії, операції технологічного процесу можуть бути стандартизовані й уніфіковані, що дасть змогу більш ефективно здійснювати цілеспрямоване керування інформаційними процесами [3].

Отже, вимоги часу, швидкий розвиток та впровадження новітніх інформаційних технологій практично в усі сфери людського життя спонукають різноманітні установи якісно змінювати свою діяльність, в першу чергу інформаційну.

Список використаних джерел:

1. А. Пилипчук. Єдиний інформаційний простір системи освіти України: структура і параметри [Архівовано 4 квітня 2012 у Wayback Machine.]

2. Слюсаревський М. М. Інформаційний простір : критика існуючих визначень і спроба побудови теорії. Вісн. ХДУ. Серія «Психологія, політологія» : Особистість і трансформаційні процеси в суспільстві. Психолого-педагогічні проблеми сучасної освіти. Харків. 1999. Ч. 4-5. С. 337-342.

3. Розвиток інформаційних технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://it-tehnolog.com/statti/rozvitok-informatsiynih-tehnologiy>. – Назва з екрана.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-56>

Климентова О. В.

*доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри стилістики та мовної комунікації,
Навчально-науковий інститут філології Київського національного
університету імені Тараса Шевченка*

ІСЛАМСЬКИЙ НАРАТИВ В ІНФОПРОСТОРІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Релігійні наративи є новими об'єктами лінгвістичного вивчення. У сучасних підходах релігійний наратив являє собою складний дискурсивний феномен, в якому гібридно зрошуються політичні, релігійні та медійні характеристики. Доведено, що впливова сила наративу не залежить від реальних подій. Це робить наратив особливо зручною формою для релігійного впливу. Вона віками ефективно використовується, віддзеркалюючи рівень комунікативних технологій у соціумі.

Релігійні наративи, разом із політичними, культурними, економічними та іншими наративами, беруть участь у системі керування суспільною думкою, електоральною поведінкою та емоційними станами населення. Водночас специфічним для релігійних наративів є те, що інтенція доктринального впливу для всіх конструктів релігійної комунікації є засадничою, а зрощення її з політичними складниками наділяє такі впливи ознаками тотальності. Це зумовлює стратегічний характер релігійних наративів.

Актуальну прагматику мови в релігійних наративах зумовлює інформування з використанням можливостей сучасних медіа та широкий спектр інтенцій впливу, нерідко латентних й, на жаль, не завжди психоекологічних. При цьому, особливий інтерес для лінгвістичного аналізу складають засоби вербального програмування свідомості, різні типи маніпулятивної вербалізації, інноваційні моделі вербальної ретрансляції когнітивного досвіду, важливого для релігійної взаємодії, тощо.

Практично недослідженими залишаються модерні форми релігійної комунікації, що втілюють тенденцію комунікативного динамізму й задіяні в малих наративах, релевантних з оновленням релігійної картини світу та іміджевим позиціонуванням лідерів релігійної думки, нових релігійних доктрин. До таких уналежнюємо релігійний маркетинг й насамперед релігійну рекламу, релігійний неймінг, релігійний туризм, релігійну інтернет-комунікацію з її розгалуженою жанровою мережею та специфічними мемами тощо. Відповідно до глобального принципу організації релігійного дискурсу, всі ці комунікативні конструкти є маркованими щодо релігійної належності й роблять свій внесок, з одного боку, в оновлення семіотичних кодів релігійної комунікації, а з іншого – в сталість епістемних складників релігійного наративу, що забезпечує його легке розпізнавання й декодування вірянами. Релігійний наратив – це гіпертекст, що забезпечується потужним арсеналом комунікативних засобів об'єктивації релігійної картини світу, релігійної ідентичності, релігійної ціннісної парадигми.

Інформаційна практика України засвідчує, що надзвичайні події з життя мусульман (анексія Криму, вигнання мусульман із місць їх традиційного проживання, перша й друга чеченські війни, вихід американців з Афганістану, масові потоки біженців з мусульманських країн та намагання дістатися до країн Європи, скупчення біженців на кордоні Польщі й Білорусі тощо) спричинили небачене як для переважно християнської України інформаційне просування ісламського контенту.

Передвоєнний аналіз українського релігійного ринку інформаційних продуктів, релевантних із цінностями ісламу й спрямованих на формування релігійної ідентичності, дав змогу виявити процеси оновлення насамперед у каналах та засобах комунікації. На зміну

традиції, коли інформація каналізується шляхом поширення думки релігійного лідера, що передається з вуст у вуста, прийшов інтернет, нові медіа, політичні майданчики, новинні потоки, телевізійні репортажі тощо з їхньою інтерактивністю й новими жанровими форматами.

Водночас у медійних репрезентаціях чітко розмежовуються наративи місцевих та зарубіжних мусульман. Ісламський контент, релевантний із місцевими мусульманами, є частиною історії України, адже мусульмани віками проживали переважно на півдні та сході України, вони не емігранти. Їхня релігійна ідентичність моделюється з урахуванням соціально-політичних контекстів буття різних частин України. Відомо, що в радянський період ця ідентичність, подібно до інших релігійних ідентичностей, була практично стерта ідеологічними догмами з акцентом на атеїстичному світосприйнятті. Після розпаду Радянського Союзу з'явилися певні можливості для мусульманського відродження в Україні як незалежній державі, але його зупинили анексія Кримського півострова, воєнний конфлікт на Донбасі й трансформувала повномасштабна війна з Росією. В українських медіа довоєнного етапу тема ісламу репрезентувалася з акцентом на пріоритетності політичної ідентичності, що центрована навколо концепту **УКРАЇНСЬКА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ**.

Українські мусульмани мали чимало проблем, пов'язаних із необхідністю відновлення мережі релігійної освіти, будівництвом мечетей, облаштуванням переселенців, існуванням внутрішніх ісламських суперечок, представництвом у діалозі з владою тощо, але їх вирішення досягалося безконфліктно, виходячи з буття мусульман у системі національно-територіальних координат.

На рівні ідеологем йшлося про свідому світоглядну орієнтацію на збереження державності світської поліконфесійної країни, в якій українські мусульмани є повноцінними громадянами і мають легальні можливості для самореалізації, налаштовані на міжконфесійний діалог.

Вербалізатори політичних концептів в ісламському контенті передвоєнного й наступного періодів дають змогу в локальних контекстах об'єктивувати сему «політична лояльність українських мусульман».

Хоча релігійність за цих умов частково секуляризувалася, більшість ресурсів перед війною використовували навчальні та коментувальні тактики на основі стратегії інформування для релігійного виховання молоді, поглибленого знайомства населення з концептами ісламу, специфікою ісламської культури у стосунках між чоловіками й жінками, інформували про діяльність лідерів ісламського світу тощо.

Дослідження комунікативної специфіки ринкового позиціонування ісламських послуг і товарів в Україні дало змогу виявити, що: у довоєнний період ісламський наратив був укорінений у миротворчу

теологію, в ньому не було епістем, релевантних із конфліктом релігійних ідентичностей; він характеризувався семантичною монолітністю, в якій текстові репрезентації резонансно взаємодіяли з принципами ісламської етики, де ядрові позиції займають релігійні концепти; незалежно від об'єктів маркетингового просування (інформаційні продукти, релігійні послуги, товари), концепт ІСЛАМ репрезентувався насамперед субконцептом ХАЛЯЛЬ. У свою чергу, ХАЛЯЛЬ в Україні позиціонувався з використанням декількох синонімічних понять: *натуральний, екологічний, здоровий, безпечний*. В українській картині світу всі вони мають позитивну оцінку конотацію без семантичних реляцій із релігійними цінностями. Водночас така текстова репрезентація ґрунтувалася на резонансній взаємодії експліцитного та імпліцитного планів тексту, в якій експлікований текст використовувався як контейнер для просування імпліцитних стимулів – це цінності ісламу; з метою створення позитивного образу ісламу в Україні в інформаційні, й безперечно рекламні, репрезентації системно вводилися топоси етичних пріоритетів, якості, безпечності, позитивності, корисності тощо, які ретранслявалися за участі тактики підкреслення переваг. Основним прийомом, який забезпечував їхню впливову дію, була меліоративна інтенсифікація, що задіяна в акціях позитивної самопрезентації ісламу. Семантичний код таких повідомлень декодується на основі тактики виявлення переваг цінностей ісламу й емотивної кореляції з позитивними емоціями. Риторичне забезпечення іміджевих повідомлень здійснювалося зі значним арсеналом засобів вербальної сугестії.

Виявлена в текстах інституційних сайтів та українських медіа комунікативна специфіка ісламського контенту була компліментарною до цінностей поміркованого ісламу і водночас конвергентною з соціальними пріоритетами українців. Це відповідало українській позиції відкритості до міжконфесійного діалогу на користь активної взаємодії з мусульманськими країнами.

Російське вторгнення в Україну докорінно змінило ісламський наратив, що став частиною конфлікту між двома християнськими країнами. Його стратегічне значення наразі об'єктивується привнесенням у воєнний український контент ідеологом гострого протистояння між поміркованим та радикальним ісламом; семантичними трансформаціями концептів SHAHEED, HARAM, ДЖИХАД, що, зокрема, тлумачиться як священна війна, участь в якій освячується коранічним текстом й наділяється смислотвірною функцією в ціннісній парадигмі ісламського світу; увиразненням радикальних ісламістських ідей, що з певних причин не знайшли своєї реалізації в Чечні, загалом на Північному Кавказі та країнах Близького Сходу, але посилюють непримиренність ісламу та християнства.

Список використаних джерел:

1. Богомолов А.В., Данилов С.И., Семиволос И.Н., Яворская Г.М. Исламская идентичность в Украине. К.: Стилос, 2006.
2. Мусульмане в Украине: соседи или братья? Ислам в Украине. 23.02.2017. Available from: /ru/islam-v-ukraine; муфтий Саид Исмагилов (/ru/muftyy-sayd-ysmagylov), статистика (/ru/statistika). [accessed Dec 16 2021].
3. Несправа М.В. Радикальний джихадизм у Європі початку ХХІ ст. Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2018. 304 с.
4. Якубович М. Від Майдану до АТО. Українські мусульмани в умовах політичної кризи 2013-2016 рр. Вінниця: Нілан, 2017. 156 с.
5. Archetti C. Terrorism, Communication and the War of Ideas: Al-Qaida's Strategic Narrative as a Brand. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City. URL: <https://www.academia.edu/221753>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-57>

Korniienko O. V.

*Ph.D. (Psychology), Docent, Humanities and Social Science Department,
International Faculty, Kyiv Medical University*

EXPERIENCE OF CLASSROOM AND DISTANCE TEACHING COMBINATION: BASIC DISCIPLINES, MEDICAL PSYCHOLOGY, EVIDENCE-BASED MEDICINE, CAREER MANAGEMENT FOR UKRAINIAN AND FOREIGN UNIVERSITY STUDENTS (2018-2022 YEARS)

The main motive for preparing theses materials for the second International Scientific and Practical Conference on November 22-26 was the author's personal interest in main thematic panels of conference in the number of five directions. I deliberately choose thematic panel №3 «*Information space and intercultural communication*» taking into account my personal experience of working and teaching various disciplines to students from different countries of the world.

The structure and content of theses will include a general overview of conducted classroom and distance learning classes for students of two leading universities of Ukraine: Taras Shevchenko Kyiv National University and Kyiv Medical University during 2018-2022 years.