

**SCI-CONF.COM.UA**

**MODERN SCIENTIFIC RESEARCH:  
ACHIEVEMENTS, INNOVATIONS  
AND DEVELOPMENT PROSPECTS**



**PROCEEDINGS OF VII INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE  
DECEMBER 19-21, 2021**

**BERLIN  
2021**

# **MODERN SCIENTIFIC RESEARCH: ACHIEVEMENTS, INNOVATIONS AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

Proceedings of VII International Scientific and Practical Conference

Berlin, Germany

19-21 December 2021

**Berlin, Germany**

**2021**

**UDC 001.1**

The 7<sup>th</sup> International scientific and practical conference “Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects” (December 19-21, 2021) MDPC Publishing, Berlin, Germany. 2021. 689 p.

**ISBN 978-3-954753-03-1**

The recommended citation for this publication is:

*Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 7th International scientific and practical conference. MDPC Publishing. Berlin, Germany. 2021. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/vii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-modern-scientific-research-achievements-innovations-and-development-prospects-19-21-dekabrya-2021-goda-berlin-germaniya-arhiv/>.*

**Editor**

**Komarytskyy M.L.**

*Ph.D. in Economics, Associate Professor*

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

**e-mail: [berlin@sci-conf.com.ua](mailto:berlin@sci-conf.com.ua)**

**homepage: <https://sci-conf.com.ua>**

©2021 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2021 MDPC Publishing ®

©2021 Authors of the articles

# TABLE OF CONTENTS

## AGRICULTURAL SCIENCES

1. *Зима О. О.* 15  
ВИРОЩУВАННЯ ОЖИНИ НА ПІВДНІ УКРАЇНІ.
2. *Лазарева О. В., Новотарська Н. С.* 20  
ДИСТАНЦІЙНЕ ЗОНДУВАННЯ ЗЕМЛІ У ПРОФЕСІЙНІЙ  
ДІЯЛЬНОСТІ ЗЕМЛЕВПОРЯДНИКА.
3. *Музика Л. П., Ткаченко О. М.* 25  
ВПЛИВ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ НА ВРОЖАЙНІСТЬ ТОВАРНИХ  
БУЛЬБ КАРТОПЛІ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ  
УКРАЇНИ.

## BIOLOGICAL SCIENCES

4. *Юдіна Е. О.* 29  
ПРИГАЦІЙНІ ВЛАСНОСТІ ВОД.

## MEDICAL SCIENCES

5. *Kryvetska I. I., Khovanets K. R.* 34  
OCREVUS AS ONE OF THE BEST DRUGS IN THE TREATMENT OF  
MULTIPLE SCLEROSIS.
6. *Kolomiets A.* 37  
GROUND OF THE USE OF DETEMIR AS BASIC COMPONENT FOR  
NEW PREPARATION OF THE FIXED COMBINATION OF INSULIN  
WITH A C-PEPTIDE.
7. *Kyzovik V., Kolomiets A.* 40  
PRACTICAL RECOMMENDATIONS ON TUNING OF THE SYSTEMS  
OF ULTRASONIC DIAGNOSTICS FOR THE IMPROVEMENT OF  
QUALITY OF VISUALIZATION OF TWINKLING – ARTEFACTS  
AND DETECTION OF DENSE STRUCTURES.
8. *Lastivka I., Antsupova V., Malieieva I., Shabelnyk O., Hlazkova N.* 44  
ETIOPATHOGENESIS AND PHENOTYPIC SIGNS OF ISOLATED  
DUPLICATION OF THE SHORT ARM OF THE SECOND  
CHROMOSOME (LITERATURE REVIEW).
9. *Rudan I., Ivancheskul A.* 49  
FEATURES OF THE COURSE OF CORONAVIRUS INFECTION IN  
CHILDREN.
10. *Rudan I., Khudzik Yu.* 51  
ANALYSIS OF RESEARCH ON THE EFFECTIVENESS OF  
PREVENTION AND TREATMENT OF CYTOMEGALOVIRUS  
INFECTION USING HYPERIMMUNE GLOBULA.
11. *Rudan I., Korniaikov A.* 55  
PECULIARITIES OF VACCINATION AGAINST COVID-19 IN  
PREGNANT WOMEN.

## ART

90. *Вітковська Д. М.* 421  
В. СКУРАТОВСЬКИЙ «АЛЬБОМ ДЛЯ ДІТЕЙ»: ОБРАЗНО-ТЕМАТИЧНЕ РОЗМАЇТТЯ.
91. *Підлісна О. В., Бондар М. І., Дюбіна Н. С.* 426  
ПАБЛИК-АРТ ЯК ЗАСІБ ГАРМОНІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА.
92. *Порожнякова Н. Е.* 432  
МОТИВ ДРЕВА ЖИЗНИ И ЕГО АЛЛОМОРФЫ В ГРАФИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Г. И. НАРБУТА.

## HISTORICAL SCIENCES

93. *Касьян В. О.* 437  
ТРИПІЛЬСЬКА СПАДЩИНА В РОБОТІ ДОНЕЦЬКОЇ МАЙСТРИНИ ЛЮДМИЛИ ОГНЄВОЇ.

## CULTUROLOGY

94. *Абрамовіч О. О., Делін К. А.* 444  
СПЕЦИФІКА АКТОРСЬКОГО ТРЕНІНГУ В СУЧАСНИХ ДИТЯЧИХ ТЕАТРАЛЬНИХ ГУРТКАХ.
95. *Абрамовіч О. О., Чорна В. В.* 449  
ФЕНОМЕН ТЕАТРАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ: МИНУЛЕ І СУЧАСНІСТЬ.
96. *Голуб К. В.* 454  
СУЧАСНЕ СЦЕНІЧНЕ МИСТЕЦТВО У КОНТЕКСТІ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.

## POLITICAL SCIENCES

97. *Zinchenko O. I.* 457  
CONCEPTS AND TYPES OF STATE'S NATIONAL SECURITY.
98. *Махсма С. Г.* 469  
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.
99. *Третьяк О. А.* 474  
ЕПІСТЕМІЧНІ УМОВИ ПОЛІТОЛОГІЧНОГО НАУКОВОГО ПОШУКУ.
100. *Цурканова І. О.* 478  
ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПЕРЕДУМОВ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ ЩОДО ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ.

## PHILOLOGICAL SCIENCES

101. *Efremov S. V.* 485  
INTERNET IN ENGLISH LEARNING.

# ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПЕРЕДУМОВ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ ЩОДО ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

**Цурканова Ірина Олександрівна,**  
к.політ.н, асистент кафедри  
філософії та політології  
Український державний  
університет науки і технологій,  
м. Дніпро, Україна

**Вступ.** Ця стаття присвячена найактуальнішій проблемі сьогодення, яка зображається у нашому дослідженні, що стосується взаємозв'язку між політичною пропагандою та екологічним середовищем. Основний акцент зроблено на визначенні поняття «пропаганда», а також її вплив на екологічну ситуацію на місцевих виборах, яку обрав один із кандидатів у мери у своїй політичній передвиборчій програмі.

**Мета роботи.** В нашій статті ми пропонуємо розглянути, як пропаганда впливає на свідомість та думки суспільства з політичної точки зору на екологічну проблему та запропонувати шляхи її вирішення. Для того, щоб зрозуміти усю глибину цього актуального питання необхідно, в першу чергу, його проаналізувати. По-друге, на нашу думку, потрібно системно боротися з наслідками екокатастроф. А, по-третє, треба розробити план дій та рішень у тому числі завдяки політичній пропаганді, яка потрібна вестися з боку уряду та політичних партій, які мають прямий вплив на свідомість громадян нашої країни.

**Матеріали та методи.** Формування концептуальних передумов вивчення політичної пропаганди було закладено ще з часів брахмана Чанак'я Каутільї «Артхашастра» ще у 340-275 рр. до н.е. Згодом політична пропаганда почала розвиватися та набувати різноманітні прояви, які стали об'єктом дослідження багатьох науковців, таких як: Г. Тард, Е. Бернейс, Г. Д. Ласвел, Г. Лебон,

Ж.Еллюл, Дж.М. Спроул та інших.

Однак, один з вагомих поштовхів вивчення пропаганди все ж таки припадає на воєнні часи Першої та Другої світових війн. На той час Г. Лебон та Г.Тард починають вивчати пропаганду у натовпі, опублікувавши свої роботи під назвою «Психологія натовпів», а також «Думка та натовп». Відповідно до теорії Г. Лебона, ідеї, проникаючи в душу мас, визначають навіть найменші елементи цивілізації, але, щоб вони стали загальними віруваннями, абсолютними істинами, догмами для мас, вони мають бути доступні для народної душі, виражені в одному чи декількох словах, викликати яскраві образи, бути привабливими та мати велику пояснювальну силу [1].

Г.Тард однією з рушійних сил пропаганди вважав наслідування мас видатними політичними діячами, що залежить від враження, яке вони справляють завдяки перевазі розуму, уяви, рішучості, переконання, гордості [2].

Ми вважаємо, що політична пропаганда повинна бути спрямована на розвиток політичної діяльності, але вона все ж таки немислима без засобів масової інформації (ЗМІ), які, своєю чергою, несуть відповідальність за донесення певних політико-владних рішень та їх сприйняття громадськістю, що відображається у політичній свідомості людини.

Пропаганда, в першу чергу, пов'язана з владою, яка формує потрібну саме їй громадянську думку та використовує її у своїх цілях. Саме ж слово «пропаганда» походить від латинського слова *propaganda*, яке перекладається як «поширення». Сюди ми можемо віднести поширення поглядів, світогляду, фактів, чуток та інших відомостей, які впливають на загальну суспільну думку, а також використовується на благо будь-якої політичної партії з метою формування певних поглядів та світогляду у конкретного громадянина, зокрема, населення в цілому.

Один з відомих американських науковців Пол Лазарсфельд розглядав суспільство, як об'єкт інформаційного впливу, він ще й розробив двоступеневу модель комунікації та продемонстрував, що засоби масової інформації у зв'язку

з неоднорідністю суспільства й існуванням у соціумі авторитетних лідерів громадської думки, комунікують із суспільною свідомістю не безпосередньо, а за допомогою інтерпретації трансльованого контенту лідерами громадської думки, які є основним об'єктом інформаційного впливу ЗМІ. Саме вони в подальшому поширюють інтерпретовані смисли, думки і оціночні судження серед своїх аудиторій [3].

Основним засобом розповсюдження пропаганди є засоби масової інформації, які за своєю суттю не можуть приймати рішень, наказувати, зобов'язувати, притягати до відповідальності. Але вони несуть відповідну інформацію, тобто повідомлення, або меседж у маси, дають оцінку явищам, подіям, зокрема, у період виборчої кампанії різних політичних партій, вчинкам, поведінці окремих осіб, груп людей, партій, суспільних організацій, а також місцевої влади, уряду тощо.

Як правило, засоби масової інформації виступають як засіб масового зв'язку між тими, хто управляє, і тими, хто є об'єктом управління. Тобто громадянами того чи іншого суспільства, несуть не тільки оперативну, а й офіційну інформацію – закони, розпорядження, укази тощо. Цим самим вони передають волю влади та її вимоги. Це специфічний вид директивної інформації, розповсюдженої у масовий спосіб.

Нині пропаганда має великий вплив на суспільство, зокрема, й на маси. Люди більш схильні до колективного розуму. Саме тому політичні технології є ефективним засобом маніпулювання та впливають на свідомість та поведінку саме об'єктів пропаганди, зокрема, у сфері навколишнього середовища.

Сьогодні стан довкілля багатьох регіонів нашої країни привернув увагу науковців та громадськості, політиків та політичних партій, адже без здорового навколишнього середовища неможливий подальший розвиток України. Покращення екологічної ситуації неможливе без залучення місцевої та центральної влади з визначенням, прийняттям рішень та фінансуванням пріоритетних напрямів, наприклад, побудова сміттепереробних заводів.

На жаль, в Україні досі не побудовано жодного сміттепереробного

заводу. Ця проблема, яка повинна регулюватися на законодавчому та виконавчому рівні, за 30 років так сама по собі і не вирішилася. Треба зазначити, що вона є суто політичною, яку потрібно вирішити найближчим часом за допомогою органів місцевого самоврядування.

Так, наприклад, в рамках передвиборчої програми один з кандидатів у мери міста Дніпро Борис Філатов ще у 2015 році зазначив ряд проблем, які саме він може вирішити на новій посаді. Одна з них - будівництво сміттєпереробного заводу. Однак, політична пропаганда, як не дивно, спрацювала, а от деякі обіцянки досі так і не виконані. Замість цього Б. Філатов запропонував вирішити проблеми із твердими побутовими відходами у місті.

Вже у 2017 році цей же міський голова продовжив вивчати досвід роботи сміттєпереробних заводів Великої Британії та поїхав туди із робочим візитом, де зазначив, що: «У разі успішного завершення переговорів щодо фінансування проєкту у Дніпра є всі шанси отримати перший в Україні сміттєспалювальний завод, побудований за передовими стандартами» [4]. Однак, станом на кінець 2021 року все залишилося незмінним.

Як зазначав Е.Бернейс «Політик зовсім не зобов'язаний бути рабом забобонів своїх виборців; щоб уникнути цього, йому достатньо навчитися впливати на виборців, спонукаючи їх переймати його власні переконання відносно добробуту суспільства та служіння йому. Сучасному політику необхідне не стільки вміння догоджати громадськості, скільки вміння схилити її на свій бік» [5]. Таким чином, ми бачимо, що формування концептуальних передумов політичної пропаганди є досить дієвим механізмом, який можна впровадити у життя за допомогою ЗМІ для розв'язання екологічних проблем на місцевому та центральному рівнях.

Г.Д. Ласвел визначає пропаганду як «управління колективними настановами через маніпулювання значущими символами» [6]. Структурно будь-яка технологія являє собою сукупність послідовно застосовуваних процедур, прийомів і способів діяльності, спрямованих на оптимальну і ефективну реалізацію цілей і завдань конкретного суб'єкта в певний час і в

певному місці [7].

Ми цілком можемо погодитися з Г. Ласвелом, що управління колективом через різні масові маніпуляції у тому числі політичну пропаганду, є ефективним результатом, що впливає на громадянську думку. А засоби масової інформації стають важливим компонентом демократичних форм управління соціальними процесами, що своєю чергою, є відображенням процесу перебудови демократизації суспільства.

Якщо аналізувати структурні елементи стосовно технологій пропаганди, то в цьому випадку виробниками технологічного знання можуть виступати, як відповідні підрозділи органів державної влади, що цілеспрямовано займаються пропагандистською діяльністю (в Україні це Міністерство інформаційної політики), так і лідери рухів, політичних партій, різних організацій, а також політтехнологи, що виконують завдання ефективного застосування прийомів та методів переконання [8].

Ми вважаємо, що зараз увесь світ знаходиться на порозі нанотехнологій та інформаційного прориву. Саме тому є пропозиція врегулювати усі питання на центральному та місцевому рівнях. Але все ж таки треба підготувати нормативно-правові акти на законодавчому рівні, щоб потім їх втілити на місцевому рівні та прописати кроки щодо їх виконання.

Так, наприклад, на нашу думку, починати треба з дитячого садочка, де вихователі будуть розповідати малечі, як правильно сортувати сміття відповідно до певного контейнера за кольором. В нашій країні майже немає таких кольорових контейнерів, а є лише одні зелені баки куди скидається усе сміття, яке потім перевозять до полігону і воно там розкладається від декількох місяців до 100 років, в залежності від виду сміття.

Людина є соціальною особою і тому в її свідомості більш актуальною є реклама, яка нав'язується тою ж самою пропагандою. В Україні не вистачає жодної соціальної реклами, яка була б пов'язана з сортуванням сміття на загальному рівні.

Ми вважаємо, що на місцевому рівні потрібно запровадити соціальну та

політичну рекламу, яка буде направлена чітко на екологічну проблему.

**Результати обговорення.** Результати обговорення проводилися 22 жовтня 2021 року на онлайн конференції з дисципліни «Політична глобалістика» спільно з Департаментом екології та природних ресурсів Дніпропетровської обласної державної адміністрації на тему: «Екологічні проблеми та їх наслідки на території Дніпропетровської області». З нами на зв'язку були начальник відділу економіки природокористування та екологічного моніторингу Тишкова Наталія Леонідівна та заступник начальника відділу організаційної роботи, зв'язків із громадськістю та ЗМІ Лемех Ольга Валентинівна.

**Висновок.** Таким чином, можна сказати, що технології політичної пропаганди відіграють важливу роль у формуванні громадської думки задля реалізації своєї політичної влади.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Лебон Г. Психология толп / Густав Лебон // Психология толп. – М.: Институт психологии РАН; КСП+, 1998. – С.98.
2. Тард Г. Мнение и толпа / Г. Тард // Психология толп. – М.: Институт психологии РАН; КСП+, 1998. – С.400-401.
3. Lazarsfeld P. The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign, by Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. 3<sup>rd</sup> ed New York, Columbia University Press, 1968. – P. 179.
4. Борис Філатов: Дніпро має всі шанси отримати перший в Україні сміттєспалювальний завод, збудований за передовими стандартами // <https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/item/21245/boris-filatov-dnipro-mae-vsi-shansi-otrimati-pershij-v-ukraini-smittespalyuvalnij-zavod-zbudovaniy-za-peredovimi-standartami>
5. Бернейс Э. Пропаганда / Э. Бернейс; пер. с англ. И. Ющенко. – М.: Hippo Publishing, 2010. – С. 106.
6. Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda / Harold D. Lasswell //

The American Political Science Review. – 1927. – Vol. 21. - №3. – P.627.

7. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации: колл, монография / науч. ред. В.А. Ачкасова. Г.С. Мельник. – М. ФЛИНТА: Наука. 2016. – С.40.

8. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации: колл, монография / науч. ред. В.А. Ачкасова. Г.С. Мельник. – М. ФЛИНТА: Наука. 2016. – С.41.