

УДК 378.09

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.4>

**Алла БИЧОК**

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій,

Західноукраїнський національний університет,

homatski@gmail.com

ORCID: 0009-0006-3334-8056

## МЕТОДИЧНА ТА ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧА ЗНАЧИМІСТЬ СПЕЦИФІКИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ПІДГОТОВЦІ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ

*Розвиток міжнародних зв'язків України з навколишнім світом у галузях економіки, господарства, культури, науки і техніки зумовлює соціальне замовлення суспільства на підготовку кваліфікованих фахівців, які повинні володіти навичками та вміннями професійного ініціативного спілкування у всіх сферах діяльності. Зважаючи на це, великого значення в системі освіти нашої держави набуває навчання спілкування студентів на професійну тематику іноземною мовою, зокрема розвиток умінь випускників вищих закладів освіти професійно спрямованого монологічного, діалогічного та ситуативного мовлення.*

*Стаття присвячена лінгвокраїнознавчій та методичній значимості специфіки ділового спілкування для фахівців зовнішньоекономічної діяльності, зокрема майбутніх перекладачів. У результаті дослідження проаналізовано специфіку ділового спілкування майбутніх фахівців крізь призму його типологічних ознак; охарактеризовано особливості ділового спілкування; визначено специфіку ділового спілкування фахівців відповідно до функцій спілкування іноземною мовою.*

*Визначено, що структура ділового модуса спілкування щодо інформаційно-комунікативної функції виокремлює: комунікативні здібності, володіння мовними та мовленнєвими засобами, побудову висловлювання з орієнтацією на предмет, тему; щодо регулятивно-комунікативної – розвиток комунікативної ініціативи, оцінку ситуації та прогнозування дій, досягнення комунікативного ефекту впливу, здатність до самоконтролю та саморегуляції; афективно-комунікативна – створення сприятливого клімату при спілкуванні.*

*Також з'ясовано, що потребують подальшого розвитку питання оптимізації навчально-виховного процесу із врахуванням специфіки ділового спілкування на міждисциплінарній основі, а також науково-методичне забезпечення навчально-виховного процесу з використанням сучасних технологій навчання.*

**Ключові слова:** ділове спілкування, специфіка, типологічні ознаки, лінгвокраїнознавча та методична значимість, комунікативні здібності, комунікативна ініціатива, мовні та мовленнєві засоби.

### Alla Bychok. METHODOLOGICAL AND LINGUISTIC-REGIONAL SIGNIFICANCE OF THE SPECIFICS OF BUSINESS COMMUNICATION WHEN LEARNING A FOREIGN LANGUAGE IN THE TRAINING OF MODERN SPECIALISTS

*The development of international relations of Ukraine with the outside world in the fields of economy, economy, culture, science and technology determines the social order of society for the training of qualified specialists who must possess the skills and abilities of professional foreign language communication in all spheres of activity. In view of this, great importance in the education system of our state is acquired by teaching students communication on professional topics in a foreign language, in particular, the development of the skills of graduates of higher educational institutions of professionally directed monological, dialogical and situational speech.*

*The article is devoted to the linguistic and methodological significance of the specifics of business communication for specialists in foreign economic activity, in particular future translators. As a result of the study, the specifics of business communication of future specialists were analyzed through the prism of its typological features; the features of business communication were characterized; the specifics of business communication of specialists were determined in accordance with the functions of communication in a foreign language.*

*It has been determined that the structure of the business mode of communication in terms of the informational and communicative function distinguishes: communicative abilities, mastery of language and speech means, construction of statements with an orientation to the subject, topic; in terms of the regulatory and communicative function - development of communicative initiative, assessment of the situation and prediction of actions, achievement of a communicative effect of influence, ability to self-control and self-regulation; affective and communicative - creation of a favorable climate during communication.*

*It was also found that the issues of optimizing the educational process, taking into account the specifics of business communication on an interdisciplinary basis, as well as the scientific and methodological support of the educational process using modern learning technologies, require further development.*

**Key words:** business communication, specificity, typological features, linguistic and methodological significance, communicative abilities, communicative initiative, language and speech means.



**Постановка проблеми.** Проблема та необхідність вивчення іноземної мови є на сьогоднішній день для України надзвичайно актуальною, особливо з налагодженням і розвитком взаємовідносин з іншими державами. Зазначимо, що іноземні мови набувають дедалі більшого значення у сфері професійного / ділового спілкування та є невід'ємним компонентом професійної підготовки сучасного фахівця. Майбутній висококваліфікований спеціаліст – як перекладач, так й будь-який фахівець із міжнародних зв'язків та зовнішньоекономічної діяльності – повинен в умовах ринкових відносин уміти налагоджувати контакти з представниками інших країн та підприємств, які є носіями іноземної мови та іншої культури; переконати партнера і вплинути на нього з метою досягнення конкретного результату.

У практиці викладання іноземної мови існують відмінності між теорією навчання та практичним володінням іноземною мовою; спостерігається ігнорування прагматичних факторів при комунікативній взаємодії; здебільшого відсутній взаємозв'язок між гуманітарним потенціалом та його недооціненням при розвитку особистості студента – майбутнього фахівця. Таким чином, спостерігається важливість навчання іноземній мові та її вивчення, що є необхідним засобом взаємодії, взаємозв'язку та взаємовпливу на належному професійному рівні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень та публікацій з проблематики нашого дослідження вказує на те, що вивчення іноземної мови дуже тісно пов'язане з практичним застосуванням у конкретній галузі професійної діяльності. Нині в суспільстві спостерігається прагнення до систематизації та синтезу знань про місце і роль мови в спілкуванні й життєдіяльності кожного індивіда.

Вивченням проблем професійно спрямованого навчання іншомовної усномовленої діяльності студентів немовних спеціальностей вищих закладів освіти займалася велика кількість вітчизняних та зарубіжних дослідників (С. Ю. Ніколаєва, Н. Л. Драб, V. Benson, B. Coffey, C. Kennedy, A. Waters та ін.). Потрібно зазначити також і те, що деякі дослідники вивчають особливості навчання професійного монологічного та діалогічного мовлення та їх специфічні види (Н. К. Склярченко, Л. Я. Хоменко), а також розробляють цілісну систему навчання професійного мовлення на основі імітаційно-ділових ігор (Л. Б. Котлярова), визначають зміст навчання професійного спілкування з ураху-

ванням рівнів спільної діяльності фахівців та характерних для них функцій спілкування (С. С. Коломієць) [1; 2; 5; 6; 8].

**Мета та завдання дослідження.** Метою дослідження є вивчення лінгводидактичної, країнознавчої та методичної значимості специфіки ділового спілкування при вивченні іноземної мови у підготовці майбутніх спеціалістів – перекладачів та фахівців зовнішньоекономічної діяльності. Завданнями нашого дослідження є: 1) аналіз специфіки ділового спілкування майбутніх фахівців крізь призму його типологічних ознак; 2) характеристика особливостей професійного спілкування; 3) визначення специфіки ділового спілкування перекладача, а також фахівця зовнішньоекономічної діяльності відповідно до функцій спілкування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Варто зазначити, що типологічні особливості ділового спілкування допомагають визначити детермінанти, які характеризують його специфіку. Особливістю ділового спілкування є те, що воно відрізняється за своїми цілями, орієнтується на предмет у змістовому та процесуальному аспектах. Ділове спілкування характеризується сукупністю комунікативних актів, їх динамічним характером та послідовністю у процесі досягнення розуміння, взаєморозуміння, налаштованістю на продуктивну співпрацю. Для висловлювання мовця характерні такі особливості: кліше, аргументація; структура ділового / професійного спілкування містить регламентованість та оперативність; конвенційність виступає культурно-прагматичним фактором професійного спілкування. Розглянемо детальніше вищезазначені особливості.

Як відомо, у діловому спілкуванні є певна мета, спрямована на досягнення бажаного результату, вона залежить від комунікативного наміру мовця та різноманітних способів його мовленнєвої реалізації. Варто зазначити, що у висловлюваннях використовуються дуже часто кліше, штампи, стандартні формули та висловлювання. Штамп є структурною та змістовою одиницею мови або мовлення; це – слово або словосполучення, речення чи висловлювання. Кліше має інформативний характер: мовленнєві формули характеризуються стереотипізацією. Мовленнєві стереотипи є готовими формулами з огляду на їх морфолого-синтаксичну структуру та лексичну наповненість у певній мовленнєвій ситуації. Варто виокремити те, що мовленнєві формули – кліше та конструкції – орієнтуються на ввічливе звертання та регулювання взаємодії партнерів; їх вибира-

ють відповідно до обстановки, тональності ситуації контактування. Тому в структурі мовленнєвих актів, залежно від наміру мовців, створюються кліше у висловлюваннях. Для прикладу, зосередимо увагу на наступних мовленнєвих ситуаціях при спілкуванні німецькою мовою, які часто використовуються в діловому спілкуванні та в яких є стереотипні кліше-конструкції.

Найбільш широко використовуються ситуації привітання та знайомства, що характеризуються радістю з приводу зустрічі, наприклад: – Ich möchte Sie gern näher kennenlernen. Es freut mich sehr, Sie zu sehen. Gestatten Sie, dass ich Sie ... bekannt mache. Ситуація прощання є доволі не простою, оскільки вимагає підготовки співрозмовника до прощання: підбиття результатів зустрічі та завершення контактування: – Ich freue mich, dass Sie mit mir gesprochen haben. Ich bedanke mich für das Gespräch. Erlauben Sie, dass ich mich verabschiede. У відповідь на привітання, запрошення використовують найпоширеніші формули вдячності: – Ich bin Ihnen sehr dankbar! Ich bin Ihnen, sehr zu Dank, verpflichtet! З метою компенсування некоректної поведінки чи вчинку має місце вибачення: – Ich möchte mich entschuldigen! Verzeihen Sie mir, bitte, meine Fehler! Verzeihen Sie mir, bitte, meine Verspätung!

Мовленнєві кліше у формі стандартних, стереотипних мовленнєвих формул автоматично включаються мовцями у висловлювання. Це сприяє швидкій реакції та економії мислення, активному встановленню контактів, плавному переходу від однієї фрази розмови до іншої. Розглянемо початок ділової зустрічі. – Gestatten Sie mir, die Verhandlung zu eröffnen (Дозвольте розпочати переговори) або Wir sind zusammengekommen, um ... zu besprechen (Ми зібрались для того, щоб ... обговорити) чи Bevor wir zur Besprechung von ... übergehen, wollen wir doch die Frage von ... berühren (Перш ніж перейти до обговорення ..., давайте «торкнемося» питання ...) та інші.

Наступні приклади характеризують завершення ділової зустрічі. – Da machen wir jetzt Schluss und machen morgen weiter, gut? Da sollte man besser darüber schlafen (На цьому ми завершимо сьогодні нашу роботу й продовжимо завтра. Увечері краще відпочити, а зранку – знову до праці). Fassen wir zuerst das Abgeschlossen zusammen, ja? (Підсумуємо спочатку зроблене, добре?) Wollen wir uns heute besser erholen. Arbeiten morgen weiter (Давайте сьогодні краще відпочинемо. Продовжимо роботу завтра). Отже, за допо-

могою кліше в діловому спілкуванні можна попередити виникнення конфліктних ситуацій, швидко реагувати на слова партнера та активно включитися у взаємодію.

У процесі контактування вихідними є цілі комунікації: критична перевірка фактів і положень, точних висновків, що впливають на перебіг взаємодії та дають змогу досягти бажаного – прийняти потрібне рішення. Тому важливого значення набуває аргументація, як засіб висловлювання та процес зібрання фактів, положень, що є необхідними для доказів наявної тези. Зазначимо, що в низці досліджень аргументація розглядається як явище комунікації при наявності намірів учасників переговорного процесу: аргументатора та реципієнта, їх взаємовідносин, можливості розуміння один одного. Якщо аргументація відображає змістовий аспект висловлювання, вона є діяльністю суб'єкта, характер якої визначають такі компоненти: суб'єкт (особа, яка здійснює певну діяльність), об'єкт (особа, на яку вона [діяльність] спрямована), засоби, способи, умови діяльності. Структура діяльності, що є в свідомості суб'єкта, містить цілі, уявлення про способи їх досягнення, можливі та реальні результати. Об'єктом, на який спрямована аргументація, є людина та її поведінка.

Перебуваючи в комунікативній взаємодії, партнери займають «певну» позицію щодо наявної проблеми. При цьому відбувається спроба змінити стереотип. Отже, метою аргументації є переконання як думка, яка характеризується виявленістю в своїй істинності, а інколи й емоційним напруженням. Потрібно підкреслити, що аргументація є фазою ділового спілкування, яка вимагає знань, умінь зосереджувати увагу, володіти матеріалом та чітко визначити мету й завдання, які потрібно досягти. Вона ґрунтується на висловлюваннях, в основі яких є аргументаційна конструкція. У процесі комунікативної взаємодії мають місце аргументатор і реципієнт. Логічно-лінгвістична структура аргументації складається з: тези (вихідного положення, істинність якого потрібно довести); аргумента (логічного доказу, істинність якого доведена, перевірена на практиці та містить правдиві факти); доказу (демонстрування взаємозв'язку тези та аргумента).

При навчінні студентів – майбутніх перекладачів – потрібно акцентувати увагу на: поданні тези та її формулюванні; пошуку вагомих аргументів для її підтвердження; логічній систематизації аргументів; узагальненні матеріалів та формулюванні висновків;

обґрунтуванні висновків та результатів; побудові монологічного, діалогічного та ситуативного висловлювання в усній чи письмовій формах. Важливим у процесі аргументації є: уміння та навички оперування зрозумілими, точними, правдивими переконливими та простими поняттями; коректність ведення аргументації; уміння «підлаштовувати» аргументацію до особистості партнера (її спрямованість на мотиви та цілі, наявність у перерахуванні фактів); наочний виклад доказів та ідей за допомогою допоміжних засобів, що впливають на увагу й активність учасників контактування. Отже, вирішальним для аргументації є «показ» впевненості та переконаності мовця з посиланням на авторитетні особистості та об'єктивність і логіку наведених аргументів.

Суттєвою характеристикою ділового спілкування є його регламентованість. Виділяють такі її форми як ділова бесіда, ділова переписка, ділові переговори. Під «діловою бесідою» розуміють поєднання набору підібраних кліше, висловлювань-стереотипів, за допомогою якого один або декілька співрозмовників впливають один на одного з метою створення чи змінення існуючої ділової ситуації й відносин. Таким чином, структура «ділової бесіди» включає: початок бесіди; виклад позиції (передача інформації) та аргументування; вислуховування доказів співрозмовника та реакцію; прийняття рішення. Ділові переговори – це певний вид ділового спілкування, засіб налагодження ділових зв'язків, підписання договорів, координація спільної виробничої та фінансової активності. Структура ділових переговорів містить: вітання учасників та введення їх у програму; виклад проблеми та мети переговорного процесу; діалог учасників; підведення підсумків та прийняття рішень, завершення переговорів, формулювання та прийняття остаточного рішення. Зазначимо, що потрібно акцентувати увагу на можливості розв'язання поставлених завдань; створенні сприятливого психологічного мікроклімату; стимулюванні партнера на основі аналізу та оцінки його реакції й поведінки. Як правило, завершальний етап дає уявлення: про досягнення цілей (головних чи альтернативних); закріплення в свідомості результатів; створення позитивного настрою для практичного виконання чи запровадження досягнутого; стимулювання партнера до виконання поставлених цілей.

Отже, проаналізувавши різноманітні форми ділового спілкування, зазначимо: їх структура містить багато спільного,

а саме: входження в комунікативний контакт, від якого залежить переговорний процес та його результат; етапи контактування: початок; перебіг (обмін інформацією); завершення. Потрібно підкреслити, що на початковому етапі акцентується увага на суб'єкт-суб'єктній основі. Етап обміну інформацією пов'язаний з досягненням змістових цілей та викладом позицій сторін щодо існуючої проблеми. Під час обміну інформацією розв'язуються такі завдання: передача «свої» інформації партнеру; виявлення цілей, мети, мотивів, намірів мовців. На даному етапі комуніканти вислуховують один одного, ставлять запитання, одночасно аналізуючи та інтерпретуючи отриману інформацію, прагнуть здійснити вплив на опонента.

Важливу роль у переговорному процесі відіграє ініціатива, а саме управління ініціативою. Ефективним способом її вияву є оперативність. Оперативність – це вміння рішуче «все взяти в свої руки» та вступити в контакт, показавши партнеру свою впевненість в успішності початої справи. Для управління ініціативою реалізуються вербальні та невербальні засоби взаємодії, активне «включення» міміки, мікроміміки. За допомогою словесного каналу передається чиста інформація, а по вербальному – ставлення до партнера. Психологічні експерименти вказують на те, що міміка та погляди передають велику кількість відтінків у взаємовідносинах; міміка та слово доповнюють одне одного. Жести акцентують важливість мовлення, «заповнюють» паузи, час пошуку слів, ритмізують мовлення, а також допомагають підтримувати контакт.

Варто звернути увагу і на емоції. Як вважають психологи, вони [емоції] прикрашають поведінку партнерів під час спілкування, а також впливають на досягнення результату. Розрізняють сценічні емоції, які є активними і стимулюють до діяльності, та астеничні емоції, що утискають особистість і ускладнюють подолання комунікативних бар'єрів у діловому іншомовному спілкуванні. Потрібно підкреслити те, що оперативність під час ділового спілкування потребує підготовки, обдумування форми та змісту поведінки, впливаючи на процес контактування та прогнозуючи успішність вирішення задуманого. У професійному спілкуванні потрібно звернути увагу на спільний аналіз й узгодження дій. Наприклад, уточнення й узгодження позицій; внесення нових пропозицій; виокремлення спільного та відмінного.

Важливим фактором, за допомогою якого можна розкрити специфіку ділового спілкування є конвенційність, яка сприяє ефективній організації комунікативного процесу. Зазначимо, що спілкування соціологи розглядають як продукт опосередкованої взаємодії, яка за допомогою комунікації формує індивідуальні свідомості (Г. Тард) [10, с. 194–197], а представники культурної антропології ототожнюють комунікацію з культурою (Дж. Трейджер) [13, с. 778–788], що регулює поведінку людей у суспільстві, акцентуючи увагу на правилах, характерних для певних груп людей. Конвенційність визначають у діловому спілкуванні як сукупність норм, правил мовленнєвої та немовленнєвої поведінки. Аналіз наукових джерел вказує на те, що в деяких аспектах конвенційність пересікається з мовленнєвим етикетом. Поняття мовленнєвого етикету є співзвучним з діловим, який є пов'язаний з правилами та нормами поведінки комунікантів по відношенню один до одного. Відмінність полягає в тому, що діловий етикет забезпечує успішність проведення переговорів з іноземними партнерами, визначає їх поведінку, спрямовану на досягнення мети й бажаного результату, потрібно врахувати й те, що конвенційність містить загальноприйняті норми поведінки. Значну роль при цьому відіграє професійна репутація (знання рідної та іноземної мови, культура, поведінка).

Нині процес навчання іноземної мови тісно пов'язаний з соціально-культурним контекстом, разом з яким він використовується. У діловому спілкуванні на іноземній мові «...взаємодія учасників і система їх відносин має стандартний національно-стереотипний характер» [11, с. 54]. Адже, вступаючи в діловий контакт, партнери є не лише представниками певної соціальної категорії, а й носіями мови і культури країни, регіону, оскільки в кожній лінгвокультурній спільноті є свої правила, норми поведінки. Таким чином, конвенційність як невід'ємна частина ділового спілкування є орієнтиром у взаємодії та взаємовідносинах мовців, регулятором етикетних норм поведінки. Наприклад, характерним для німецької мови є використання фраз-кліше, домінуючими при цьому граматичними формами є умовний спосіб дієслова.

Зазначимо, що системотвірними факторами в структурі ділового спілкування є: а) система відносин; б) вербальна / невербальна поведінка, структура вербаль-

ної / невербальної поведінки; в) визначений «фон», на основі якого відбувається спілкування. Проте, професійне спілкування не є повноцінним, якщо відсутній такт і мовці не знають правил поведінки, прийнятих в іншій культурі.

Таким чином, важливими специфічними характеристиками ділового спілкування є: кліше, аргументація, регламентованість, оперативність, конвенційність. З метою визначення структури готовності студентів до спілкування за основу було взято наступні функції: 1) інформаційно-комунікативну (передача-прийом інформації); 2) регулятивно-комунікативну (регуляція від впливу на виникнення мотивів до зміни системи світосприйняття та поведінки); 3) афективно-комунікативну (детермінація емоційної сфери особистості). Кожній функції відповідають компоненти, що відображають готовність до ділового спілкування. Таким чином, оволодіння професійним спілкуванням на іноземній мові, підготовка до виходу в реальну комунікацію з фахівцями потребує відповідної комунікативної готовності.

**Висновки.** В результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки: структура ділового модуса спілкування щодо інформаційно-комунікативної функції виокремлює: комунікативні здібності, володіння мовними та мовленнєвими засобами, побудову висловлювання з орієнтацією на предмет, тему; щодо регулятивно-комунікативної – розвиток комунікативної ініціативи, оцінку ситуації та прогнозування дій, досягнення комунікативного ефекту впливу, здатність до самоконтролю та саморегуляції; афективно-комунікативна – створення сприятливого клімату при спілкуванні.

Таким чином, у результаті нашого дослідження було проаналізовано специфіку ділового спілкування майбутніх фахівців крізь призму його типологічних ознак; охарактеризовано особливості ділового спілкування; визначено специфіку ділового спілкування перекладачів та фахівців зовнішньоекономічної діяльності відповідно до функцій спілкування.

Потребують подальшого розвитку питання: оптимізації навчально-виховного процесу із врахуванням специфіки ділового спілкування на міждисциплінарній основі; науково-методичного забезпечення навчально-виховного процесу з використанням сучасних технологій навчання, Інтернету.

### Література:

1. Драб Н.Л. Комплекс вправ для навчання іншомовного професійно спрямованого монологічного мовлення студентів-економістів. *Іноземні мови*. 2002. № 1. С. 22–25.
2. Ніколаєва С.Ю. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах : підруч. для вищ. навч. закл. К. : Наука, 2012. 120 с.
3. Петранговська Н.Р. Система вправ для навчання студентів немовних спеціальностей вищих закладів освіти професійно спрямованого монологу-міркування. *Іноземні мови*. 2013. № 2. С. 17–23.
4. Семенчук Ю. Іноземна мова – для реального життя. *Іноземні мови в навчальних закладах*. 2014. № 2. С. 143–152.
5. Склярєнко Н. К. Типологія вправ в інтенсивному навчанні іноземних мов. *Гуманістичні аспекти лінгвістичних досліджень і методики викладання іноземних мов*. К.: КДПП, 2002. С. 13.
6. Склярєнко Н. К. Сучасні вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмій. *Іноземні мови*. 2009. № 3. С. 3–7.
7. Устименко О. М. Підготовка зовнішньоторговельної документації англійською мовою : навч.-метод. посібн. К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. 160 с.
8. Хоменко Л.Я. Нові методи навчання на Заході. *Іноземні мови*. 2008. № 1. С. 32–35
9. Чуб М.П. Програми дисциплін соціально-гуманітарного циклу для підготовки бакалаврів з економіки. К. : КДЕУ, 2014. 130 с.
10. Якубіна В. Л. Еволюція концепту масовості: хода від психосоматичного тлумачення до соціально-філософського виміру. *Філософські проблеми гуманітарних наук*. 2007. № 12–13. С. 194–197.
11. Baumann K.-D. Integrative Fachtextenstilistik. Köln : Egelsbach R., 1992. 480 S.
12. Freyhoff D. Marktwirtschaft. K. : UASR, 2000. 56 S.
13. Hockett Charles F. George Leonard Trager. *Language*. 2003. № 69 (4). P. 778–788.
14. Koschat F. Bilinguale Schulen. Wien : Goldmann, 2004. 236 S.
15. Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of Reference. *Council of Europe. Education Committee*. Strasbourg, 2008. 197 P.
16. Nicolas G. Wirtschaft-auf deutsch. München : Klett Edition Deutsch, 2001. 326 S.

Дата першого надходження статті до видання: 05.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026