

childhood cerebral palsy]. *Dytiachyi tserebralnyi paralich*. L.: Lenupryzdat. S. 126-128.

10. Semenova, K. A., Makhmudova, N. M. (1979). *Medychna reabilitatsiia i sotsialna adaptatsiia khvorykh na dytiachyi tserebralnyi paralich: ker-tstvo. dlia likariv* [Medical rehabilitation and social adaptation of patients with infantile cerebral palsy: ker-tstvo. for doctors] / za red. M. M. Madzhydova. Tashkent: Medytsyna. 490 s.

11. Siechenov, I. M. (1863). *Refleksy holovnoho mozku* [Reflexes of the brain]. *Vybrani tvory*. T. 1. M. S. 7

12. Shamarin, T. H., Bielova, H. I. (1996). *Mozhlyvosti vidnovnoho likuvannia dytiachykh tserebralnykh paralichiv* [Opportunities of the rehabilitation of pediatric cerebral paralysis]. Kaluha: Adel. 172 s.

13. Botta, N., Botta, P. (1958). *L'education the rapeutique des infirmos moteurs cerebraux*. Paris.

14. Littlew, W. (1853). *Atreatise on Deformities*. London.

15. Piaget, J. (1923). *Le language et la pensee de Penfance*. Paris.

16. Schonell, F. E. (1956). *Educating spastic children. The education and guidance of the cerebral palsied*. London.

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**ЗАВІТRENKO Долорес Жораївна** – кандидат педагогічних наук, доцент, педагогіки та спеціальної освіти Центральноукраїнського державного

педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

**Наукові інтереси:** інклюзивний підхід при викладанні спеціальних методик.

**БЕРЕЗЕНКО Наталія Олегівна** – аспірант кафедри педагогіки та спеціальної освіти Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

**Наукові інтереси:** підручники для інклюзивної освіти, активні методи навчання в інклюзивній освіті.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**ZAVITRENKO Dolores Zhoraivna** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Special Education of the Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University.

**Research interests:** an inclusive approach in teaching special techniques.

**BEREZENKO Natalia Olegovna** – is a Post-Graduate Student of the Department of Pedagogy and Special Education of the Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University.

**Research interests:** textbooks for inclusive education, active methods of learning in inclusive education.

*Стаття надійшла до редакції 12.08.2022 р.*

УДК 811.161.2'27

DOI: 10.36550/2415-7988-2022-1-205-119-124

**ЛІШТАБА Тетяна Василівна** –

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології та журналістики Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6060-0900>  
e-mail: [tanya@lishtaba.com](mailto:tanya@lishtaba.com)

#### МОВЛЕННСВІЙ ІМІДЖ ТРЕНЕРА

**Постановка та обґрунтування актуальності проблеми.** У науковий обіг поняття «імідж» було введено на початку 60-х років ХХ ст. Воно швидко стало вживаним у ЗМІ, почало активно використовуватися науковцями, політиками, журналістами, дипломатами, спортсменами та бізнесменами. При цьому у свідомості людини все більш закріплювалося уявлення про імідж як про сукупність зовнішніх атрибутів (одяг, манера поведінки, стиль діяльності) без уваги до внутрішніх факторів. Дослідження іміджу в лінгвістичному вимірі розпочалося відносно недавно. Розкриття мовленнєвого іміджу тренера та його складових зумовило актуальність цієї роботи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Імідж як об'єкт лінгвістичних досліджень

привертає дедалі більшу увагу науковців, які розглядають різні аспекти його створення. Об'єктом аналізу О. В. Горіної став імідж політичного лідера [1]. І. О. Лисичкіна зосередила увагу на дослідженні лінгвокомунікативних механізмів і стратегій формування позитивного іміджу правоохоронних організацій [5]. А. А. Кісельова здійснила комплексний аналіз вербальних та невербальних складників іміджу телеведучих [3]. Н. О. Коваль висвітлила роль інтонаційних засобів у створенні ефективного іміджу політика-оратора [4]. Над проблемою формування іміджу тренера з футболу працював А. І. Малиновський [6]. Є. В. Позднішев здійснив комплексний аналіз соціально-психологічних основ формування іміджу суб'єктів спортивної діяльності [8].

**Мета статті** полягає в розкритті сутності іміджу тренера з позицій лінгвістики на основі аналітичного огляду релевантних за тематикою наукових праць.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сьогодні в науковій літературі немає єдиної теоретичної концепції в розумінні іміджу, тому досі існують різні визначення цього поняття. Поділяємо думку О. В. Іванців, яка зазначає, що «імідж – це ментальне утворення з певним емоційним забарвленням, яке формується за допомогою цілеспрямованого комунікативного впливу з метою закріплення у свідомості адресата цілісної системи уявлень та оцінок, пов'язаних з об'єктом, для досягнення певних цілей. Імідж штучно створюється вербальними, візуальними та аудіовізуальними засобами в результаті діяльності іміджмейкера з метою створення бажаної реакції в масовій аудиторії зацікавлених осіб» [2, с. 79].

На думку дослідниці, «цілком природно, що лінгвісти звертають особливу увагу на вербалізований імідж, у процесі формування якого відбувається трансляція необхідної інформації іміджевого характеру лінгвальними засобами, тобто переведення відібраних іміджевих характеристик ініціатора комунікації у вербальний контекст. Розглядаючи мову як процес, який здійснює постійний вплив на навколишню дійсність, можемо стверджувати, що мовні засоби є основним інструментом встановлення та підтримки зв'язків із громадськістю загалом і конструювання іміджу будь-якого об'єкта соціальної практики зокрема» [2, с. 79].

Науковці виділяють кілька основних функцій іміджу:

- комунікативна, яка полягає в тому, що імідж виконує роль посередника між суб'єктом і об'єктом;

- номінативна, що передбачає демонстрування характерних особливостей об'єкта іміджу, підкреслення його переваг;

- естетична, яка полягає в облагороджуванні враження, яке справляється на публіку;

- адресна, що забезпечує відповідність потребам і запитам цільової аудиторії [9, с. 9].

Актуальним залишається питання дослідження впливу іміджу в спорті на кар'єру тренерів та гравців. Ця проблема визначається цілою низкою чинників. Рівень розвитку спорту є невід'ємною частиною іміджу будь-якої держави. Спорт в певній мірі створює зовнішньополітичний імідж держави. На спортивний імідж держави працюють її економіка, культура, система освіти, наука, наявність кваліфікованих кадрів. Однією з позитивних рис, які формують міжнародний

імідж України, є наявність в країні значної кількості талановитих спортсменів.

Імідж має великий вплив на життєдіяльність спортсмена, тренера, команди. Імідж спортсмена допомагає йому в досягненні високих результатів, а в подальшому забезпечує можливість знайти собі гідне місце в суспільстві; є показником його спортивного характеру, волі, зібраності, чесності. Імідж тренера багато в чому залежить від його вкладу в підготовку видатних спортсменів, команд, розвиток теорії і методики спорту, його кваліфікації і авторитету. Імідж спортивної команди безпосередньо пов'язаний з її популярністю, кількістю уболівальників та фанатів.

На жаль, сьогодні, в умовах воєнного часу, державні, політичні та комерційні організації не мають можливостей приділяти значну увагу формуванню спортивного іміджу країни, витрачати при цьому значну кількість коштів і сил на створення іміджу спортивних установ та їх керівників. Та все ж необхідно зважати на те, що спортивний імідж країни має прямий вплив на майбутні спортивні успіхи спортсменів, їх рекламні контракти й соціальне становище.

Важливою особливістю іміджу в спорті є вербалізація, яка виявляється через спортивний сленг у різноманітних формах.

Історично склалося так, що представники певних, відносно замкнених субкультур, мали і мають свій сленг (жаргон, арг), який визначається як слова і вирази, що вживаються людьми певних вікових, професійних або інших соціальних груп, об'єднаних загальними інтересами. Ця мова відрізняється від загальнонародної мови специфічною лексикою або фразеологією. Вона містить багато штучних, іноді умовних, слів і виразів, відмінних від загальноприйнятих. У сленгу можуть бути наявні експресивно-забарвлені елементи мови. Це здавна було характерною ознакою мови торговців, моряків, карних злочинців, художників тощо. Не стало виключенням в цьому питанні й спортивне середовище, для якого також властиві слова і вирази, що розкривають особливості спорту й окремих його видів, симпатії та антипатії між спортсменами – представниками різних видів спорту тощо. Усе це, звичайно, не може не впливати на формування іміджу суб'єктів спортивної діяльності.

Серед сучасних соціолектів спортивний жаргон є одним із найпоширеніших, що можна пояснити масовістю й поширеністю різних видів спорту серед населення. Група науковців Харківської державної академії фізичної культури (Л. А. Карпець, Л. А. Бакуменко) провела дослідження особливостей спортивного жаргону як відображення соціальної структури мови [8].

Зіставляючи типи мовної поведінки суб'єктів спортивної діяльності за рівнем освіти, вони показують, що «спортивним жаргоном усвідомлено послуговуються переважно інформанти з незакінченою вищою освітою та середньою спеціальною освітою, що зумовлено такими чинниками:

- по-перше, оскільки до спортивних мікрогруп належить здебільшого учнівська та студентська молодь, то на спортивний жаргон вплинуло середовище їх мешкання (його відносна автономність, хоча й ситуативна), замкненість середовища – майже всі учні проживають в інтернатах, перебувають в одному навчальному закладі. Тут функціонують у сукупності носії різноманітних жаргонів від загального студентського до власне спортивного: *каюта* - *«спальня»*, *спецуха* - *«спеціальність обраного виду спорту»*, *верблюд* - *«у лижному спорті нерівна горбиста траса»* тощо;

- по-друге, досить часто ці респонденти, перебувають в одному середовищі, спілкуючись один із одним на змаганнях, тренуваннях» [8, с. 131].

Науковці зазначають, що на ступінь поширення спортивних жаргонних явищ впливають і соціопсихологічні аспекти мовної діяльності спортсменів:

- найбільший відсоток мовної інформації спортсмен отримує від тренера, одноклубників, старших товаришів по команді;

- тренери, намагаючись доступно донести інформацію, використовують чи самі творять влучні назви на позначення певних вправ, дій;

- більшість спортивних термінів іншомовного походження мають українські відповідники; у такому разі використання запозичень є недоречним, наприклад: *«гума»* - *амортизація на рівному місці*, *«дракон»* - *«стиль цюань-шу»* та ін.;

- інколи складні, довгі за вимовою терміни або відсутність таких спричиняються до породження нових влучніших: *«банка»*, *«барабан»* - *лава запасних*, *«бички»* – *кидки з відповідним захопленням руки та спини* тощо;

- значний відсоток мовної інформації спортсмени отримують із ЗМІ (зокрема, спортивні передачі, газети, журнали) [8, с. 131].

У вивченні впливу вербального спілкування на формування іміджу спортсмена особливе місце займають жарти, які хоч і бувають деколи грубуватими, але дуже точно відображають особливості й різні сторони спортивного життя: *сперечатися з тренером з боротьби може тільки тренер зі стрільби; одна голова добре, а з тулубом краще*; на питання *«Навіщо людині голова?»* спортсмен відповідає: *«Я в неї їм»*. Усе це певною мірою

впливає на створення іміджу як тренера, так і спортсмена.

Доведено, «що масштаби вербалізації при формуванні іміджу спортсмена залежать від рівня агресивності виду спорту, який у свою чергу істотно формує рівень привабливості того або іншого виду спорту в суспільства» [8, с. 133].

З метою вивчення цієї проблеми дослідниками було проведено анкетування студентів Національного університету фізичного виховання і спорту України (м. Київ), у результаті якого можна навести приклади типових виразів з лексики спортсменів, які вони використовують для характеристики своїх колег або представників інших видів спорту: *«амбал»*, *«шафа»*, *«шафка»* – спортсмени великої статури; *«бронелобі»*, *«твердолобі»* – боксери і борці; *«алкаші»*, *«алконавти»* – представники парусного спорту [8, с. 133].

Заслугує на увагу наукова позиція Є. В. Позднишева, який вважає, що «сьогодні наша культура пронизана елементами жорстокості, агресії, розповсюдженням культу сили. Зростання загальноосвітнього рівня людей падає, що у свою чергу сприяє формуванню незахищеності людей від проникнення негативізму і руйнівних тенденцій у сфері культурних, суспільних цінностей. Спорт, як одна з форм прояву суспільних відносин, не залишився осторонь. Результати проведених досліджень підтверджують постійне зростання конфліктності й агресивності людства. Цей процес природно відображається і синтезується в середовищі спортсменів, у формуванні міжособистісних, міжгрупових відносин між ними» [8, с. 133]. Популярними в середовищі спортсменів стали слова, вирази, клички, ярлики щодо якості, стану і розвитку спортивної техніки і форми, як от: *«дерев'яний»* – спортсмен, у якого недостатньо розвинута техніка; *«як об стінку горохом»* – про спортсмена, що не сприймає інформацію; *«тормоз»* – повільний спортсмен із загальмованою реакцією; *«кисіль»* – спортсмен, який не може концентруватися на виконанні вправи.

Не залишилося осторонь і формування суспільної свідомості з погляду відношення до спортивного життя вболівальників. Серед них часто можна почути такі вигуки, репліки та характеристики: *«Суддю на мило!»*, *«Швидше! Вище! Сильніше!»*, *«У здоровому тілі – здоровий дух!»*, *«Перемагає сильніший!»*, *«Володіючи мною, ти володієш грою!»* (про футбольний м'яч), *«Просто зроби це!»* (*Just do it* – ключовий слоган фірми "Nike"), *«Гра була рівна, грали два «...»*.

Імідж спортсменів, як і імідж політиків, вийшов з офіційного й контрольованого комунікативного простору та живе своїм життям, що підтверджується наявністю прізвиськ у багатьох спортсменів: футболіст Роналдо – *Зубастік*; футболіст Андрій Шевченко – *Шева*; футболіст Олександр Зінченко – *Зіна*; баскетболіст Віталій Потопенко – *Український поїзд*; баскетболіст Денис Журавльов – *Диня*; біатлоністка Олена Підгрушна – *Грушка*; біатлоністка Юля Журавок – *Жужа*.

Прізвиська доповнюють імідж спортсмена, як би концентрують його в одному-двох словах і відображають або рівень його досягнень у спорті (*Великий*), або особливості його спортивного характеру (*Пістолет*, *Танкер*), або зовнішні фізичні дані (*Зубастик*, *Низенький*).

Адміністратор «Динамо» О. Чубаров розповідав, як утворилися такі прізвиська у футболістів: *«Якось вчасно сказана фраза скорочувалася, перекручувалась і згодом ставала прізвиськом гравця. У багатьох гравців клички були похідними від прізвища: Мунтян – Муня, Коньков – Конек. А ось у Саїї Алієва прізвисько – Капелюх. У нього зачіска була така – довге кучеряве волосся. Коли він біг, шевелюра піднімалася і набирала форми капелюха. А у його друга Мілевського, окрім відомої прізвиська "Міля", є ще одна – "Крюча". Так його прозвали партнери по команді, які не раз йому казали: "Ну що ти крутиш, скільки можна, віддай нас". Отак "крюча" і причепилося»* [10]. *«Деякі футболісти приходили до "Динамо" вже зі сформованими прізвиськами, – продовжує О. Чубаров. – Наприклад, Діма Михайленко приїхав із Дніпропетровська Звіром, а Анатолій Дем'яненко привіз до нас з "Дніпра" кличку Муля. Коли він був маленький, називав себе так. Це підхопили родичі, друзі, і Мулей називають його до цього дня. Його товариша Бессонова гравці крім як Бесом називали Шкілей – через його худорлявість»* [10].

Наявність прізвиськ у спортсменів залежить від виду спорту. Можна помітити, що їх досить багато у футболістів, баскетболістів, тенісистів і практично немає в художній гімнастиці.

Проте до вживання прізвиськ слід відноситися обережно, щоб уникнути можливих образ. Наприклад, досвідчена біатлоністка О. Підгрушна під час ефіру в Instagram Biathlon News зазначила, що не любить, коли її прізвище скорочують до «грушка» або вигадують інші прізвиська: *«Мені, як особистості, дуже неприємно читати в коментарях "груша", той же "удав", "жужа" і всякі скорочення. Вибачте, але ви не близькі друзі або родичі, не батьки, які можуть мене якимись там слівцями*

*називати. Ми навіть чай разом не пили. Потрібно мати повагу, я ж не називаю когось "мудачок" або "горбоносик", щодо ніка в інстаграмі або фотографії. У мене є ім'я, так само і у Юлі Журавок, яка страшенно не любить, коли її називають "жужею"»* [7].

У суспільстві можна зустріти діаметрально протилежні оцінки ролі спорту і фізичної культури в житті людини: від звеличення, обожнювання спортсменів до насмішок і знущань на їх адресу. Перші твердження, природно, піднімають, підносять імідж спортсменів, останні – впливають на нього негативно. Зрозуміло, що причини негативних висловів мають свої корені у сфері культури і освіти людини. Скидати з рахунків цей факт фахівцям, що формують імідж спортсменів, не можна. Наведемо поширені негативні вислови на адресу спортсменів, спорту і фізичної культури: *«сила є – розуму не треба»; «сало (горілка) – сила, спорт – могла»;* *«обличчя не створені інтелектом (характеристика спортсменів)»; «в інституті фізкультури учать тільки фізкультури».*

Рівень міжособистісного спілкування, культури спортсменів знаходиться в прямій залежності від виду спорту, від рівня агресивності спортсменів, а також від реакції глядача (уболівальника) в ході сприйняття. Найвищу агресивність, за результатами досліджень С. В. Позднішева, мають «представники таких видів спорту як бокс (90 %), футбол (88 %), хокей (84 %); меншу – легкоатлети (59 %), тенісисти (45 %), і низьку – дельтапланеристи і шахісти (18 %)» [8, с. 137].

Рівень агресивності у свою чергу істотно формує рівень привабливості того або іншого виду спорту в членів суспільства. Крім того, було відзначено, що «розвиток вербального компоненту залежить від інтелектуальної вимогливості до представників різних видів спорту. Так, самий високий коефіцієнт інтелекту IQ мають шахісти, і вони у свою чергу в ході соціологічного опитування свідчили про відсутність специфічного, властивого тільки їм, сленгу. Найнижчий коефіцієнт інтелекту показали боксери, що у свою чергу свідчить про специфічність цього виду спорту пов'язаного з нанесенням травм корі головного мозку, тобто з дисфункцією центральної нервової системи» [8, с. 137]. Наведені факти говорять не на користь деяких видів спорту, а навпаки можуть свідчити про формування стійкого негативного іміджу спортсменів серед населення. Зрозуміло, що негативний імідж спортсмена створюється, у першу чергу, у процесі його діяльності і залежить від його поведінки.

Наведені вище показники по відношенню до спортсменів і спорту свідчать про наявність

двох критеріїв формування негативного іміджу: розумового і техніко-тактичного.

Недоліки першої групи коректуються за допомогою тренерів, фахівців в галузі PR, працівників ЗМІ. Можна, наприклад, підготувати і провести інтерв'ю зі спортсменом, під час якого він повинен показати себе культурною і всебічно розвинутою людиною. Зрозуміло, що це не вимагає великих часових і вольових витрат.

Тактико-технічні недоліки повинні усуватися безпосередньо самими спортсменами і тренерами шляхом поліпшення як особистих, так і спортивних командних показників. Це, природно, позитивно позначиться на іміджі спортсмена, команди і тренера при відповідних, не тільки фізичних, але й емоційно-вольових аспектах.

Тренерська діяльність – це процес безперервної взаємодії тренера та спортсмена. Вони разом працюють для досягнення поставленого результату. Важливим чинником їхньої ефективної взаємодії є комунікативна майстерність тренера. Так, актуальною проблемою на сьогодні в професійній діяльності тренера є знання та вміння вирішувати конфліктні ситуації, що виникають не тільки в навчально-тренувальному процесі, але й інших напрямках діяльності тренера.

В останні роки набуває значущості, у зв'язку з комерціалізацією спорту та утвердженням у спорті професійно-економічних відносин, уміння тренера організовувати та проводити перемовини зі спортсменами, спонсорами і т.д. Окрім цього, ведення перемовин та організація процесу підготовки й участі спортсменів у змаганнях передбачає вміння тренера професійно володіти рідною мовою. Тобто фахово, доступно, лаконічно та стилістично правильно спілкуватися в різних ситуаціях професійного побутового спрямування. Невід'ємною складовою в роботі тренера є вміння організовувати та проводити публічні виступи. На сьогодні в Прем'єр-лізі України з футболу та інших лігах існує вимога щодо обов'язкової участі тренера в пресконференціях різного рівня, брифінгах тощо. Усе це сприймається в сукупності позитивно чи негативно та певним чином впливає на імідж тренера.

**Висновки та перспективи подальших розвідок напряму.** Імідж як символічний образ певного об'єкта формується у свідомості адресата за допомогою відповідних мовних засобів задля досягнення бажаних результатів. Мета створення іміджу тренера полягає в здійсненні впливу на спортсменів для підвищення авторитету об'єкта. Імідж можна розглядати як систему оцінок і вражень, які характерні для його носія.

Перспективою є практичне вивчення особливостей мовленнєвого іміджу суб'єктів спортивної діяльності.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Горіна О. В. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2008. 20 с.
2. Іванців О. В. Феномен іміджу в сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство.* № 12. 2019. С. 77–80.
3. Кісельова А. А. Іміджеві доміанти ведучого в теледискурсі (на матеріалі розважальних програм) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Одеса, 2011. 20 с.
4. Коваль Н. О. Просодичні іміджеві характеристики політичної ораторської промови (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі британського варіанту англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2010. 18 с.
5. Лисичкіна І. О. Лінгвокомунікативні механізми формування іміджу правоохоронної організації. *Studia philologica.* Київ, 2012. Вип. 1. С. 107–111.
6. Малиновський А. І. Особистісні детермінанти формування іміджу тренера з футболу як фактор професійного вдосконалення : дис. ... канд. наук з фізичного виховання та спорту : 24.00.01. Київ, 2020. 225 с.
7. Підгрушна про прізвиська. URL : <https://sport.ua/uk/news/485993-pidgrushnaya-o-prozvischah-nepriyatno-chitat-kommentarii-grusha-ili-zhuzha>
8. Позднишев Є. В. Соціально-психологічні основи формування іміджу суб'єктів спортивної діяльності : дис. ... докт. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2019. 534 с.
9. Пономарева О. А. Вербалізація політичного іміджу в російських і американських засобах масової інформації : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук : 10.02.19. Волгоград, 2008. 23 с.
10. Яке прізвисько було у фізиккультурника. URL : <https://nanbaby.ru/uk/kakoe-prozvischche-bylo-u-fizikturnika-magomed-zhirkoiev-i-drugie-zabavnye/>

#### REFERENCES

1. Horina, O. V. (2008). *Kognityvno-komunikatyvni kharakterystyky amerykans'koho elektoral'noho dyskursu respublikantsiv* [Cognitive-communicative characteristics of the American electoral discourse of republicans] : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. Nauk. Kharkiv. 20 s.
2. Ivantsiv, O. V. (2019). *Fenomen imidzhu v suchasnyy lnhvistytsi* [The phenomenon of image in modern linguistics]. *Naukovyy visnyk DDU imeni I. Franka. Seriya «Filolohichni nauky».* Movoznavstvo. № 12. S. 77–80.
3. Kisel'ova, A. A. (2011). *Imidzhevi dominanty veduchoho v teledyskursi (na materialy rozvazhal'nykh prohrum)* [Image dominants of the host in telediscourse (on the material of entertainment programs)] : avtoref.

dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk. Odesa. 20 s.

4. Koval', N. O. (2010). *Prosodychni imidzhevi kharakterystyky politychnoyi orators'koyi promovy (eksperymental'no-fonetychne doslidzhennya na materialy brytans'koho variantu anhliys'koyi movy)* [Prosodic image characteristics of a political oratorical speech (experimental-phonetic research on the material of the British version of the English language)] : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk. Odesa. 18 s.

5. Lysyckhina, I. O. (2012). *Linhvokomunikatyvni mekhanizmy formuvannya imidzhu pravookhoronnoyi orhanizatsiyi* [Linguistic and communicative mechanisms of image formation of a law enforcement organization]. *Studia philologica*. Kyiv. Vyp. 1. S. 107–111.

6. Malynovs'kyu, A. I. (2020). *Osobystisni determinanty formuvannya imidzhu trenera z futbolu yak faktor profesiynoho vdoskonalennya* [Personal determinants of the formation of the image of a football coach as a factor of professional improvement] : dys. ... kand. nauk z fizychnoho vykhovannya ta sportu. Kyiv. 225 s.

7. Pidhrushna pro pryzvys'ka [Pidgrushna about nicknames] URL : <https://sport.ua/uk/news/485993-pidgrushnaya-o-prozvischah-nepriyatno-chitat-komentarii-grusha-ili-zhuzha>

8. Pozdnyshev, YE. V. (2019). *Sotsial'no-psykholohichni osnovy formuvannya imidzhu sub'yektiv sportyvnoyi diyal'nosti* [Socio-psychological foundations of image formation of subjects of sports activity] : dys. ... dokt. psykhol. nauk. Kyiv. 534 s.

9. Ponomareva, O. A. (2008). *Verbalizatsiya politicheskogo imidzha v rossiyskikh i amerikanskikh sredstvakh massovoy informatsii* [Verbalization of the political image in the Russian and American mass media] : avtoref. diss. na soisk. nauch. stepeni kand. filol. nauk. Volgograd. 23 s.

10. *Yake pryzvys'ko bulo u fizkul'turnyka* [What was the nickname of the athlete]. URL : <https://nanbaby.ru/uk/kakoe-prozvischche-bylo-u-fizkulturnika-magomed-zhirkoiev-i-drugie-zabavnye/>

#### ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**ЛІШТАБА Тетяна Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології та журналістики Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

**Наукові інтереси:** ономастика, українська антропоніміка, проблеми культури та стилістики української мови.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**LISHTABA Tetyana Vasylivna** – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Ukrainian Philology and Journalism of Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University.

**Scientific interests:** onomastics, Ukrainian anthroponomy, problems of culture and stylistics of the Ukrainian language.

*Стаття надійшла до редакції 21.08.2022 р.*

УДК 37;015;98;56/678

DOI: 10.36550/2415-7988-2022-1-205-124-129

**МАЛЕЦЬ Дмитро Олександрович** –

аспірант кафедри педагогіки та спеціальної освіти  
Цentrальноукраїнського державного педагогічного  
університету імені Володимира Винниченка  
ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-6350-5431>  
e-mail: leaderenergy.ua@gmail.com

### ДИСТАНЦІЙНЕ ВИКЛАДАННЯ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В АМЕРИКАНСЬКІЙ СИСТЕМІ ОСВІТИ

**Постановка та обґрунтування актуальності проблеми.** В даний час популяризується актуальність електронного навчання студентів ЗВО із застосуванням дистанційних освітніх технологій. Це пов'язано зі скороченням аудиторних годин на освоєння дисциплін зі збільшенням годин на самостійну роботу. Особливої актуальності перехід на дистанційне навчання студентів набув під час пандемії, в умовах попередження поширення нової коронавірусної інфекції на території України й світу загалом. Специфіка викладання в сучасних ЗВО фізичної культури визначає гостру необхідність активного використання дистанційного навчання поряд з традиційними очними і частково заочними формами навчання, розробки спеціальної дидактичної

методики, яка враховує, по-перше, оптимальне використання як традиційних, так і дистанційних форм, методів і засобів організації педагогічного процесу. Розглянемо досвід використання дистанційного навчання в системі освіти США. Американські фахівці вважають, що рухова активність є пріоритетним напрямом розвитку дитини, інструментом процесу соціальної адаптації. Фізичне виховання дозволяє учнівській молоді стати відповідальною за своє здоров'я, поліпшувати та підтримувати його, контролювати свою психоемоційну сферу, адекватно поводитися в суспільстві [4; 5]. У вищих навчальних закладах США присутній постійний інтерес до обов'язкових програм із фізичного виховання: близько 60 %