

афарбаваных у белы колер карнізных цяг, аконных ліштваў, выкарыстаннем каваных, у выглядзе перавітых змей рашотак парапета. Таксама выклікаюць цікавасць галовы львоў, якія упрыгожваюць аконныя ліштвы і сімвалізуюць мужнасць, царскую уладу, высакароднасць, адвагу. Дадзеная забудова ўнесена ў Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей.

На працягу XX ст. яўрэйскі квартал забудоўваўся паступальна, па адзінай архітэктурнай канцэпцыі. Жылыя забудовы упрыгожваліся яўрэйскай нацыянальнай сакральнай сімволікай. Гэта сведчыць аб захаванасці яўрэйскай абшчыны, яе самасвядомасці і сувязі з нацыянальнымі традыцыямі дадзенага рэгіёна.

ЛІТАРАТУРА:

1. Краязнаўчыя запіскі. Выпуск 10 / – Гродна: ЮрСаПрынт. 2016. – С. 82.
2. Саяпин, В. Ю. 50 гродненских улиц. Прогулка во времени / В. Ю. Саяпин. – Гродно: ЮрСаПрынт, 2015. – 326 с.
3. Біяграфія гарадзенскіх вуліц. Ад Фартоў да Каложы / А. Вашкевіч [і інш.]; пад. рэд. А. Данілевіч. – Гарадзенская бібліятэка, 2012. – 370 с.
4. Шлык, Н. Неповторимый шарм старого города / Н. Шлык // Гродзенская праўда. – 2015. – 23 мая. – С. 5.

«МЕМ» И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКЕ

Сафонова П. Р.

Гродненский государственный медицинский университет
Научный руководитель – Севенко Ю. С.

Мемы – культурный феномен, который появился в среде цифрового общения: в соцсетях, чатах и на форумах. Язык всегда стремился к емкой и образной передаче смыслов и ценностей – любой народ может предьявить богатое наследие пословиц и поговорок [1]. Развитие культуры включает в себя не только расширение возможностей человека, создание новых, их дифференцировку и усложнение, но и упрощение, примитивизацию и даже деградацию уже существующих систем, редукцию некоторых ее элементов. Всеобщая мировая культура отражает любые перемены и видоизменения в обществе, тем самым порождая и внедряя в нашу обычную практику новые явления. Чаще всего мы переносим реальное сообщение в интернет, но существует феномен, который проникает из интернет-пространства в нашу повседневную жизнь, – это интернет-мем.

Само по себе слово «мем» обозначает единицу любого вида информации, будь то звук, картинка или видео, передающееся от человека к человеку посредством интернета, а в частности социальных сетей и мессенджеров. Впервые в подобном значении термин был употреблен английским биологом Ричардом Докинзом в 1976 году [2]. Его теория заключалась в том, что базовой

единицей биологической информации является ген, коим для информации является мем. Согласно этой позиции мемы, подобно вирусам, стремятся к репликации и распространению внутри сознания индивида. После захвата одного сознания он стремится уйти в массы, сознания других людей, словно вирус, порождая «эпидемию».

Психологический аспект рассмотрения мема акцентирует внимание на сознание и поведение человека, захваченного мемом. Зачастую мем – бесполезная информация, которая подана в виде картинки, шутки, видео и др. В подобного рода картинке встроена скрытая реклама, позволяющая воздействовать напрямую на сознание человека. С условием того, что это простейший для восприятия вид информации, популярность интернет-мемов – показатель примитивизации массовой культуры в обществе на новой цифровой платформе в виртуальном пространстве. Мемы распространяются посредством механизма психологического заражения, свойственного для поведения толпы, где люди действуют неосознанно, под воздействием эмоций. Эти механизмы воздействия на человека были описаны еще в XIX веке Г. Лебоном.

Мем – это получившее распространение в информационном и массово-коммуникационном обществе средство «упаковывания» информации [1], ее представления в обобщенном и упрощенном виде, облегчающих запоминание и восприятие. Так появившиеся электронные СМИ вызвали к жизни «клип» как специфический формат подачи информации посредством коротких ярких посылов, фрагментов информации. Клиповое сознание – восприятие мира как мелькания разрозненных эмоционально насыщенных образов – отрицает и отменяет системное и аналитическое мышление, возможность составить цельную картину мира.

Мем за счет упрощения информации не позволяет человеку расширять кругозор, искать причинно-следственные связи, смотреть в корень проблемы. При этом позволяет доносить сложную информацию более простым языком, выносить ее в массы, быстро поднимая актуальные проблемы и распространяя ее, что может служить как образовательным элементом, так и рекламой.

Информационно-технический прогресс привел к упрощению процесса коммуникации и примитивизации подаваемой информации. Это повлекло за собой функциональную неграмотность, выраженную в невозможности человека связанно составлять текст, пересказывать небольшие рассказы и т.п. Для этой группы людей информация упрощается, разукрашивается и представляется в виде готовых картинок-видео мемов. Отсюда и интерес к мему как к упрощающему восприятию способу получения информации.

Подводя итог выше сказанному, следует отметить, что мем – диагноз 21 века, показатель когнитивного усечения публичного дискурса, новая форма «экономии мышления» и сужения смысловой сферы публичных посланий [1].

ЛИТЕРАТУРА:

1. Голубева, А. Р. Мем как феномен культуры / А. Р. Голубева, Т. А. Семилет // Культура и текст – 2017. – № 3. – С. 193–205.

2. Болдырева, А. Мемасики подъехали: что такое мемы и нужны ли смешные и не очень картинки в журналистике / А. Болдырева // Журналист. – 2018. – № 8. – Режим доступа: <https://jrnlst.ru/mems>. – Дата доступа: 01.10.2022.

ОЦЕНКА ЗНАЧИМОСТИ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ВРАЧОМ И ПАЦИЕНТОМ В ОБСУЖДЕНИИ ПРОГНОЗА ОНКОЛОГИЧЕСКОГО ЗАБОЛЕВАНИЯ ПАЦИЕНТА

Шимчук Е. И.

Гродненский государственный медицинский университет
Научный руководитель – к. ист. н., доцент Короленок Л. Г.

Специфика онкологических заболеваний, отношения к ним пациентов, особенность протекания заболевания и лечения, безусловно, влияют на процесс коммуникации между врачом и пациентом. Все вышесказанное накладывает определенную ответственность на врача в ведении пациентов с онкологическим диагнозом как с точки зрения возможных путей лечения, так и психологической поддержки, проявляющейся в ходе коммуникации с ними.

Вполне возможно, что пациенты и их врачи могут иметь разные ожидания в решении вопросов, касающихся долгосрочной терапии, что в свою очередь может повлиять на их восприятие того, что в реальности должно быть достигнуто их совместными усилиями, и, таким образом, привести к разногласиям [1, с. 111].

В отличие от диагноза, прогноз гораздо реже обсуждается с пациентами, при этом некоторые врачи откровенно признаются, что не говорят об этом, имея определенные трудности прогнозирования и опасения его переоценки. Отметить можно и то, что не только врачи, но и пациенты склонны избегать обсуждения прогноза, сосредотачиваясь на плане лечения, так как они могут быть слишком напуганы, чтобы поднимать вопрос о прогнозе [2, с. 78]. Следует также учесть, что достаточно трудно точно предсказать прогрессирование заболевания у конкретного пациента, и к тому же, большинство онкологов хотят сохранить надежду на выздоровление у пациентов и мотивировать их к борьбе с этой болезнью [3, с. 16].

Диагноз «онкология» обнаруживается у людей с разными типами личности и темперамента, на разных стадиях заболевания. И реакция на данный диагноз зависит от огромного количества факторов. Так, считается, что более молодые пациенты женского пола на ранней стадии рака, пациенты с более благоприятным прогнозом и менее беспокойные в психологическом плане пациенты, с большей вероятностью, захотят узнать прогноз своего заболевания. В свою очередь, пациенты, которым предлагается интенсивное лечение, хотят знать больше о побочных эффектах этого тяжелого лечения и шансах на излечение. А пациенты без детей и люди с сильной религиозной верой более