



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ**



Гуманітарно-педагогічний факультет

Кафедра журналістики та мовної комунікації

«СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ: МЕДІА, МОВА, КОМУНІКАЦІЇ»

**Збірник матеріалів
II Міжнародної
науково-практичної конференції**

03 квітня 2025 року

Київ – 2025

УДК 37:654.1:070:81

Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 3 квітня 2025 р.). Київ, 2025. 181 с.

Збірник тез охоплює широке коло питань з наукових досліджень та професійного зростання у лінгвістичних, медійних, комунікаційних студіях та подальшого їх використання в сучасних дискурсах, наукових і дидактичних дослідженнях, гуманітаристиці загалом.

Для фахівців у галузі журналістики, молодих науковців, студентів, а також усіх, хто цікавиться інноваційними процесами, що відбуваються в медіагалузі, мові та комунікації в складних умовах безпекових загроз та боротьби на інформаційному фронті.

Редакційна колегія:

Савицька І.М., канд. філос. наук, доц. (голова); Гирич З. І., д-р пед. наук, проф.;
Семашко Т. Ф., д-р філол. наук, проф.; Степаненко М.І., д-р філол. наук, проф.;
Харченко С. В., д-р філол. наук, проф., доц. Литвинська С. В.

Відповідальна за випуск – Гирич З.І., д-р пед. наук, проф.

Схвалено до друку на засіданні вченої ради

гуманітарно-педагогічного факультету (протокол № 8 від 20 березня 2025 року)

Тези подано в авторській редакції

Автори тез відповідають за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел, покликання на них та інші відомості і засвідчують відсутність плагіату.

Передруковувати опубліковані в збірнику матеріали дозволяється тільки за згодою авторів.

© НУБіП України, 2025

© Автори, 2025

ЗМІСТ

ЕВОЛЮЦІЙНІ КОНОТАЦІЇ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ, СВІТОВИЙ ДОСВІД

ГЕРАЩЕНКО Микита

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ
АГРОСЕКТОРА.....11

ГИРИЧ Зоя

ДОВІРА ДО ОНЛАЙН МЕДІА: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ12

ОЖОГАН Лілія

«ДУША ПОЕТА – ВІЧНА ТАЇНА» (ФІЛОСОФСЬКІ МОТИВИ ЗБІРКИ ВАДИМА
КРИЩЕНКА «НЕ ОПУСКАЮЧИ ОЧЕЙ».).....14

ПАВЛЕНКО Оксана

ФУНКЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛЕКСЕМИ «ІМПЕРІЯ».....15

СПІВАКОВ Ілля

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ
ЯКОСТЕЙ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УНІВЕРСИТЕТІВ НАУК ПРО ЖИТТЯ.....17

СТЕПАНЕНКО Микола, ЗАДОРЖНА Карина

СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ АВДИТОРІЇ ЧЕРЕЗ МОДНИЙ КОНТЕНТ.....19

ТУРЩИНА Олена

ТРАНСФОРМАЦІЇ В КРОС-КУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ МАС-
МЕДІА.....21

СЕМЕНЕЦЬ Олена

САКРАЛЬНІ СЕНСИ ВЕЛИКОЇ ВІЙНИ: АСПЕКТИ МЕДІАТИЗАЦІЇ.....23

ТИТОК Андрій

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФІЛЬМУ ПРО СУСПІЛЬНІ
КОНФЛІКТИ..... 24

ШИНКАРУК Лідія

СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА
ЕКОНОМІКУ.....26

ШИНКАРУК Василь

ВПЛИВ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ
ТРАНСФОРМАЦІЙ.....27

ШОСТАК Оксана

NATIVE AMERICAN “OTHERNESS” AND MEDIA.....29

ЯСАКОВА Наталія

ПРИКМЕТНИК «УКРАЇНСЬКИЙ» У ГАЗЕТІ «РАДА»: ПРАКТИКА ВЖИВАННЯ
ЛЕКСЕМИ І РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕЇ.....32

СОЦІОКУЛЬТУРНА ІНТЕГРАЦІЙНО-ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНА ДИНАМІКА СУЧАСНИХ МЕДІА

БАЛАЛАЄВА Олена «ВІЙНА» І «МИР» У КАТЕГОРІЯХ МЕДІА.....	34
БАШМАНІВСЬКА Любов ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТІВ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	35
ЄВСЮКОВА Аліна ВОЄННІ ЗЛОЧИНИ ТА ЇХ ВИСВІТЛЕННЯ В МЕДІА: ПРОБЛЕМИ ОБ'ЄКТИВНОСТІ Й ЕТИКИ.....	37
ЖЕЖЕРА Ніна ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ У МЕДІЙНОМУ СВІТІ: ТРЕНДИ І ТЕНДЕНЦІЇ.....	39
ЗАГОРУЙ Анастасія ІСТОРІЯ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ ЯК ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	41
ЗЕЛІК Оксана ТЕМАТИЧНІ ДОМІНАНТИ УКРАЇНСЬКОЇ ВОЄННОЇ КОМІКСОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ЗА МАТЕРІАЛАМИ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ЗАБОРОНА».....	42
КАЧАН Єлизавета РЕЦЕНЗІЯ В ГАЛУЗІ КІНОКРИТИКИ: ПРОБЛЕМАТИКА, АКТУАЛЬНІ ФОРМАТИ ЖАНРУ.....	44
КВАС Тетяна ПРИСУТНІСТЬ МЕДІА В INSTAGRAM: ІНСТРУМЕНТ ПОШИРЕННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ ТА ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ.....	45
КОВАЛЬЧУК Анастасія РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ ПОВЕДІНКОВИХ ПРАКТИК ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ.....	47
КОНОПАЦЬКА-ПЛЄХОВА Ольга КРОСПЛАТФОРМЕННИЙ КОНТЕНТ НА СУСПІЛЬНОМУ: ЯК СТВОРЮВАТИ ЗДОРОВИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ТА УНИКНУТИ «ІНФОРМАЦІЙНИХ БУЛЬБАШОК».....	48
КОЧУКОВА Наталія, СТЕБЛИНА Діана ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ ЯК НОВА ФОРМА СУЧАСНИХ МЕДІА.....	49
КОЧУКОВА Наталія, ФЕДОРЕНКО Аліна СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ ЯК СПОСІБ РОЗВ'ЯЗАННЯ АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ.....	51
ЛИСЕНКО Леся ЦИФРОВІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМЕМОРАЦІЇ У ВІЗУАЛЬНІЙ КУЛЬТУРІ ВІЙНИ.....	53
ЛИТВІНСЬКА Світлана ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕПОРТАЖУ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	55
МАРЧАН Альона СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ У ДОКУМЕНТУВАННІ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ (НА ПРИКЛАДІ СУСПІЛЬНЕ ЧЕРНІГІВ).....	56
МАТЮК Тетяна ВИГОТОВЛЕННЯ ВІДЕО ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ РІЗНИХ СПОЖИВАЧІВ: ІННОВАЦІЙНІ ТА АВТОРСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ.....	58
МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА Олена	

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ.....	60
СКОРИК Алла	
АДАПТИВНІСТЬ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПЛАТФОРМ РЕГІОНАЛЬНОЇ РЕДАКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	61
СЕМАШКО Тетяна	
КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКОЇ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	62
СЕМАШКО Тетяна, ДІВНІЧ Олександра	
МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ: ІНТЕГРАЦІЯ БЕЗ КОРДОНІВ У СВІТІ МЕДІА.....	65
СЕМАШКО Тетяна, ЗАЄЦЬ Віталіна	
ВІЙНА В УКРАЇНІ ЯК КАТАЛІЗАТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕДІА.....	67
СЕМАШКО Тетяна, МОЙСЮК Єлизавета	
ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА: ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ТА СКЛАДНИК ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	69
СЕМЕНКО Світлана	
СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ТЕМАТИКИ В ПОЛТАВСЬКИХ ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ У ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ.....	71
СЕМЕНЮК Олег	
ТЕРМІНИ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	73
СТЕПАНЕНКО Микола, МУСІЧ Євангеліна	
ВОЄННІ НАРАТИВИ У ВІЗУАЛЬНО-ТЕКСТОВОМУ ФОКУСІ АВТОРСЬКОЇ СТОРІНКИ.....	74
СТЕПАНЕНКО Ніна, ЗАВАДОВСЬКА Яна	
ФЕЙКОВА ІНФОРМАЦІЯ – РІЗНІ АВДИТОРНІ ГРУПИ: МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ.....	77
СТЕПАНЕНКО Ніна, ОКСЕНЮК Дарія	
ОСОБЛИВОСТІ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.....	79
СТЕФАНІШИЙ Софія	
ПОДІЄВИЙ ФОТОРЕПОРТАЖ У КОНТЕКСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМ МЕШКАНЦІВ ПРИКОРДОННЯ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	81
ФЕДОРОВА Ганна	
ФЕЙКОВІ НОВИНИ ЯК ВИКЛИК СОЦІОКУЛЬТУРНИМ ТРАНСФОРМАЦІЯМ: РОЛЬ АНТИФЕЙКОВИХ РЕСУРСІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ.....	82
ШИНКАРУК Олександра	
ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА ЕТИКА У МЕДІА: ВИКЛИКИ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ.....	84
ШКУРОВ Євген, БРЮХНО Оксана	
ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІНТЕРВ'Ю.....	86

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ВИМІРІ ТРАДИЦІЙНОЇ ТА НОВОЇ ЛІНГВІСТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ

ЖЕЖЕРА Ніна, КУКСАЧ Єлизавета	
ДОКУМЕНТАЛЬНА ПРАЦЯ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА «ЛИХО З РОЗУМУ» ЯК ПІДҐРУНТЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ.....	89
КОНОНЕНКО Ольга	

МОВА НАУКОВО-ОСВІТНЬОГО МЕРЕЖЕВОГО ДИСКУРСУ В ДОБУ СОЦІАКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	90
КОЧУКОВА Наталія	
НОВА ТЕХНІЧНА ЛЕКСИКА В МОВІ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА.....	92
МАРЧУК Людмила	
ПРИЧИНИ ТА ПРИНЦИПИ ПРОЦЕСУ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНИХ ЗМІ.....	94
МЕЖОВ Олександр	
СИНТАКСИЧНА КОМПРЕСІЯ ЯК ОЗНАКА СУЧАСНОГО МЕДІАЗАГОЛОВКУ.....	96
ПЕВСЕ Андрея	
ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ КІБЕРСТІЙКОСТІ: ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ СТРАТЕГІЙ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	98
САБЕЛЬНИКОВА Тамара	
ФЕМІНІТИВИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ.....	99
ЧЕРНЯК Владислав	
НАУКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРНІГІВСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ-ЗАПОВІДНИКА МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО.....	101
ЧЖАН Болін	
ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЧИННИКІВ НА ДИНАМІКУ ЛЕКСИЧНИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.....	104
ШИНКАРУК Наталія	
СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНА ІНТЕГРАЦІЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	105

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ І МОДЕРНІ ОСОБИСТІСНІ, НАЦІОНАЛЬНІ, ЄВРОПЕЙСЬКІ ТА ЗАГАЛЬНОЦИВІЛІЗАЦІЙНІ КОМУНІКАТИВНІ КОДИ

БРОВЧЕНКО Дар'я	
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ.....	107
ЖЕЖЕРА Ніна, ЛАЗЮК Катерина	
КІНЕМАТОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ ФІЛЬМУ «БУДИНОК «СЛОВО» РЕЖИСЕРА ТАРАСА ТОМЕНКА ЯК ОБ'ЄКТ ІСТОРІОГРАФІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	108
ЖЕЖЕРА Ніна, ОЖЕРЕЛЬЄВА Олександра	
ПРАЦЯ ІВАНА ДЗЮБИ «ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМ ЧИ РУСИФІКАЦІЯ?» ЯК ПОЛІТИКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС УКРАЇНСЬКОЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕЛІТИ 1960-Х РОКІВ.....	110
ЖЕЖЕРА Ніна, ПЕТРУК Тетяна	
ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ АУДИТОРІЇ ДО МЕДІАПРОДУКТІВ НАПРИКІНЦІ 20-ГО – НА ПОЧАТКУ 21-ГО СТОЛІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ РОДИН З КРИВОГО РОГУ ТА ЧЕРНІГОВА).....	112
ІВАЩУК Максим	
МОВНЕ ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ: ЗНАЧЕННЯ ВЕРХОВНОЇ РАДИ ВОСЬМОГО СКЛИКАННЯ У ФОРМУВАННІ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ.....	113
КОТЕНКО Катерина	
ЕТНОКУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ ПО-НОВОМУ: УКРАЇНСЬКА КУХНЯ В СУЧАСНОМУ ФОРМАТІ.....	115

КУЦ Олена

КАТЕГОРІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕНЦІЇ ТА НАСТАНОВИ В АСПЕКТІ
ЗДІЙСНЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ВПЛИВУ.....117

ЛАНОВЮК Людмила

ДЕЗІНФОРМАЦІЙНІ ВПЛИВИ НА АРХІТЕКТУРУ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ118

ЛИТВИНСЬКА Світлана, СУХОРУКОВ Андрій

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ХХІ СТ.: ЦИФРОВІ, ОСВІТНІ ТА КУЛЬТУРНІ
ІНІЦІАТИВИ.....120

МОРОЗ Олег

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІДЕРСТВА СЛУЖІННЯ ТА ДЕСТРУКТИВНОГО
ЛІДЕРСТВА.....121

ЧЕРЕДНИК Лідія, ЦІ Кунь,

ВПЛИВ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ
ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТІВ.....122

SHERNELYA Iryna, KUCHER Ivan

SOCIO-CULTURAL INTEGRATION AND DISINTEGRATION DYNAMICS
OF MODERN MEDIA.....124

ШКУРОВ Євген, СОВА Наталія

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УНІВЕРСИТЕТУ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З
ГРОМАДСЬКІСТЮ.....125

ШКУРОВ Євген, СОРОВЕЦЬКА Вікторія

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....128

ОСВІТОЛОГІЙНИЙ КОНТЕКСТ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

БАБКОВИЧ Роман

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ
АГРОПРОМИСЛОВОЇ ГАЛУЗІ У СВІТЛІ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ
ТРАНСФОРМАЦІЙ.....130

ВАН Хунмін

ТРАДИЦІЇ Й НОВАЦІЇ У ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ КИТАЙСЬКИХ
ПОЛІТЕХНІЧНИХ КОЛЕДЖІВ.....131

ІВАШКІВСЬКИЙ Андрій

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ
ФАХІВЦІВ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ.....133

КАЛИНОВСЬКА Оксана

ІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЙНИЙ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ КОМПОНЕНТИ В
СТРУКТУРІ СУЧАСНОЇ МОВНОЇ ОСВІТИ ДЛЯ НЕФІЛОЛОГІВ.....134

КОСТИНЮК Василь

ОСВІТНІ ПРАКТИКИ КАНАДИ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ
САМОСВІДОМОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: ДОСВІД МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО
СУСПІЛЬСТВА.....135

ЛИТВИНСЬКА Світлана, БОДНАРЧУК Еліна

ОПАНУВАННЯ МОВОЮ ЯК СКЛАДНИЙ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ ПРОЦЕС.....137

ЛИТВИНСЬКА Світлана, ВАЩЕНКО Діана

ІНШОМОВНИЙ ПЕРЕКЛАД: ВІДТВОРЕННЯ ЗМІСТУ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ.....138

ЛИТВИНСЬКА Світлана, ГОЛУБ Анастасія

ПРОБЛЕМА МОДЕЛЮВАННЯ МОВЛЕННЯ І ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ У КОМП'ЮТЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ Й ПСИХОЛІНГВІСТИЦІ	139
МАРУСЯК Василь ВПЛИВ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ БІОЕТИЧНИХ ПОГЛЯДІВ СТУДЕНТІВ-МАЙБУТНІХ ВЕТЕРИНАРІВ	140
МАЧИНСЬКИЙ Назар ПЕДАГОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ДО НАЦІОНАЛЬНИХ ГЕРОЇВ.....	142
МІРОШНІЧЕНКО Валентина, ПАЛАШ Софія ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО НАВЧАННЯ	143
ПРИТИКА Оксана СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПРОФЕСІЙНУ ПІДГОТОВКУ МАЙБУТНІХ АГРОБІОЛОГІВ	145
ПРЯДКО Олександр ФАКТОРИ ВПЛИВУ ЕФЕКТИВНОСТІ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ	146
СЕНЧИЛО-ТАТЛІОГЛУ Надія КОДИ «СВІЙ» ТА «ЧУЖИЙ» В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ НА ПОЧАТКУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	148
ТАРАН Максим ЗАГРОЗИ ІШ, ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ, АВТОРСЬКЕ ПРАВО, МАНІПУЛЯЦІЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА РИЗИКИ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ	150
ХАРЧЕНКО Світлана, Цао Юе ДИНАМІЧНІ ПРОЦЕСИ В ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ КИТАЮ	151
Чередник Лідія, Чжу Цзінькуан ЗМІСТ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТІ	152
ЧУМАК Тетяна ВПЛИВ ВІЙНИ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ НА МЕДІАОСВІТУ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ.....	153
ШМАРКО Наталія ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА РЕСУРСІВ НА ФОРМУВАННЯ ЕСТЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ	155
ЯРЕМА Олександр МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙН ИХ ЯКОСТЕЙ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ГЕОДЕЗІЇ ТА ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ.....	157

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА УКРАЇНСЬКІ Й СВІТОВІ МЕДІЙНО-ОСВІТНІ ПРАКТИКИ: ЕКСПЕРИМЕНТИ, РЕАЛЬНІ ДОСЯГНЕННЯ, ЗАГРОЗИ

БАБИЧ Віра МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ГЕОДЕЗІЇ ТА ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ.....	158
БАЛАН Світлана ГЕЙМІФІКАЦІЯ У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ: ФОРМУВАННЯ НОВИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ.....	160
ГАНДЗЮК Віталій	

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ДОСВІД СВІТОВИХ МЕДІА НА ПРИКЛАДІ THE GUARDIAN, REUTERS ТА FORBES	161
КРАВЧЕНКО Наталія	
СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАТИВНІ КОДИ В ЦИВІЛІЗАЦІЙНОМУ ВИМІРІ.....	163
КИЯШКО Святослав	
ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕРАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОФЕСІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ.....	165
ЛИТВИНСЬКА Світлана, ЧИКИЛЬОВ Арсеній	
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В САМОСТІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	167
МАРТИНЮК Ірина, ДУДНІК Юрій	
ВПЛИВ ЗАСОБІВ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЗДІБНІСТЬ ДО САМОСТІЙНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ.....	168
ХВІСТ Вікторія	
ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ РАДІОДИКТАНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЄДНОСТІ — УНІКАЛЬНИЙ ПРИКЛАД КОНСОЛІДАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	170
ЧИЖ Іван	
КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО НА ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ПЕРШООСНОВА ТА НЕОБХІДНА УМОВА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	171
ШКУРОВ Євген, МОСЕЙЧУК Єлизавета	
ШІ У ФОРМУВАННІ ТЕКСТІВ ВІКІПЕДІЇ.....	179

ЕВОЛЮЦІЙНІ КОНОТАЦІЇ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ, СВІТОВИЙ ДОСВІД

ГЕРАЩЕНКО Микита,

аспірант,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(м. Київ, Україна)

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ АГРОСЕКТОРА

Соціокультурні трансформації, що відбуваються в сучасному суспільстві, мають значний вплив на всі сфери економіки, зокрема на малий і середній бізнес агросектора. Вони створюють нові можливості для підприємств, змінюючи споживчі поведінки, уподобання та потреби, тому підприємства повинні адаптуватися до нових умов, щоб підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Т. Воропаєва відзначає, що «Попри наявне відчутне відставання в розробці теорії і методології соціокультурної трансформації, визначенні системи її показників та індикаторів при отриманих вагомих результатах емпіричних досліджень окремих сфер нової соціокультурної реальності сформувалося порівняно усталене розуміння соціокультурних трансформацій як відносно самостійних і доволі різноманітних процесів змін у культурі, соціуму, а також у нормах, цінностях, ментальності, свідомості, світогляді як індивідуальних, так і колективних суб'єктів» [1, с. 15].

Однією з основних соціокультурних трансформацій є зміна споживчих уподобань. Сучасні споживачі все більше звертають увагу на якість продуктів, екологічність та етичність їх виробництва, що спонукає малі і середні підприємства агросектора впроваджувати інноваційні технології, які забезпечують високу якість продукції та дотримання екологічних стандартів, що, в свою чергу, позитивно впливає на їхню конкурентоспроможність.

Соціокультурні трансформації також сприяють розвитку місцевих спільнот. Підприємства, які активно співпрацюють із місцевими громадами, здатні не лише отримувати нові канали збуту, а й підвищувати свій імідж. Взаємодія з місцевими споживачами дозволяє агропідприємствам створювати продукти, які відповідають специфічним потребам та очікуванням громади, що підвищує їх конкурентоспроможність.

Впровадження новітніх технологій та інновацій є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств. Соціокультурні зміни стимулюють підприємства шукати нові рішення для оптимізації виробництва, покращення логістики та впровадження цифрових технологій, що дозволяє знижувати витрати, підвищувати ефективність та швидкість реагування на запити споживачів.

На думку вітчизняних науковців М. Псуї та ін., «Саме тому завдання євроінтегрування України, активізування входження до світової економіки сьогодні висувують новітні, постійно зростаючі вимоги, які ставляться до рівня якості знань, рівня професійної майстерності працівників і управлінців, їх вмотивованості до самовіддачі, здатності їх відповідати за власні результатами трудової діяльності згідно зі світовими стандартами та нормами»[2].

Значення освіти та професійної підготовки у сфері агробізнесу зростає у контексті соціокультурних трансформацій. Сучасні підприємства повинні інвестувати в навчання своїх працівників, щоб забезпечити їм необхідні знання та навички для роботи в умовах швидко

змінюваного ринку. Підприємства, які активно займаються підвищенням кваліфікації своїх працівників, отримують переваги у вигляді більшої продуктивності та кращого обслуговування клієнтів.

Зростання уваги до соціальної відповідальності також впливає на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств агросектора. Споживачі все більше цінують компанії, які дотримуються етичних стандартів у своїй діяльності, підтримують екологічні ініціативи та беруть участь у соціальних проектах. Це спонукає підприємства адаптувати свої стратегії, щоб відповідати очікуванням суспільства та створювати позитивний імідж.

Однією з важливих соціокультурних трансформацій є глобалізація, що відкриває нові ринки для малих і середніх підприємств агросектора, оскільки вони отримують можливість виходу на міжнародний рівень, що вимагає адаптації продуктів до світових стандартів. Конкуренція на глобальному ринку стимулює підприємства до вдосконалення своїх продуктів і послуг, що підвищує їхню конкурентоспроможність.

Таким чином, соціокультурні трансформації мають суттєвий вплив на підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств агросектора. Адаптація до змін у споживчих уподобаннях, розвиток місцевих спільнот, впровадження інновацій, підвищення кваліфікації працівників, соціальна відповідальність та глобалізація створюють нові можливості для успішного розвитку агробізнесу, що свідчить про важливість реагування підприємств на соціокультурні зміни для забезпечення їхньої стійкості та конкурентоспроможності в сучасному світі.

Література

1. Воропаєва Т. (2010). Ідентичність українського народу в контексті соціокультурних трансформацій: теоретико-методологічні засади дослідження / Т. Воропаєва // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Українознавство. №14. С. 15–18.
2. Псуй М.С., Андрухів І.Т., Рудюк Я.А. (2023). Вплив цифровізації на формування конкурентоспроможного персоналу підприємств за кризових умов / Економіка та суспільство. Випуск # 51.

ГИРИЧ Зоя,

доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ДОВІРА ДО ОНЛАЙН МЕДІА: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ

В епоху цифрових технологій та інформаційного суспільства довіра до онлайн медіа є ключовим фактором ефективного функціонування масової комунікації. Дослідження довіри до медіа допомагає зрозуміти механізми взаємодії аудиторії з інформаційним простором та визначити чинники, що впливають на її формування [1].

Довіра до медіа визначається як переконання аудиторії у правдивості, об'єктивності та надійності інформації, що поширюється засобами масової інформації [1]. Вона впливає на сприйняття повідомлень, ступінь залученості та схильність до подальшого поширення інформації серед інших користувачів [2; 3].

Онлайн медіа включають цифрові інформаційні ресурси, що функціонують у мережі Інтернет та охоплюють новинні портали, соціальні мережі, блоги та агрегатори новин [4; 5].

Головними характеристиками є інтерактивність, швидкість поширення інформації та персоналізація контенту [6].

Теоретичні підходи до дослідження медіа включають модель «ворітного контролю» [7], теорію фреймінгу [8] та концепцію медіа-ефектів [9]. Вони пояснюють механізми впливу медіа на громадську думку та роль журналістів у формуванні інформаційного порядку денного [10].

Згідно з дослідженнями Reuters Institute Digital News Report, рівень довіри до онлайн медіа суттєво відрізняється у різних країнах. Наприклад, у скандинавських країнах спостерігається високий рівень довіри до публікацій традиційних ЗМІ, тоді як у США та Великій Британії довіра до онлайн новин є нижчою через поширення дезінформації [11; 12].

В Україні онлайн медіа відіграють важливу роль у поширенні інформації, особливо в умовах військового конфлікту та дезінформаційних атак [13; 14]. Популярність соціальних мереж як джерела новин постійно зростає, проте залишається проблема маніпуляцій та поширення фейкових новин [15].

Довіра до онлайн медіа є багатовимірним явищем, що залежить від якості контенту, рівня професіоналізму журналістів та особливостей сприйняття аудиторії. Подальші дослідження можуть зосередитися на механізмах боротьби з дезінформацією та підвищенні медіаграмотності населення.

Література

1. Luhmann N. Trust and Power. New York: John Wiley & Sons, 1979. 240 p.
2. Coleman S. How Voters Feel. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. 256 p.
3. Маслюк В. Довіра до цифрових медіа: проблеми та перспективи // *Науковий вісник*. 2020. №7(1). Р. 112–125.
4. Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford: Oxford University Press, 2013. 320 p.
5. Іванов О. Вплив цифрових платформ на довіру до новинних ресурсів // *Соціальні комунікації*. 2019. №3(2). Р. 87–102.
6. Reuters Institute Digital News Report 2022 / N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andi, R. K. Nielsen. Vol. 8. 2022. Р. 12–34.
7. White D. M. The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News // *Journalism Quarterly*. 1950. №27(4). Р. 383–390.
8. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // *Journal of Communication*. 1993. №43(4). Р. 51–58.
9. McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. №36(2). Р. 176–187.
10. Куліш І. Взаємодія користувачів із медіа в умовах цифровізації // *Український медіажурнал*. 2021. №5. Р. 44–58.
11. Reuters Institute Digital News Report / N. Newman, R. Fletcher, C. T. Robertson, K. Eddy, R. K. Nielsen. Vol. 9. 2023. Р. 10–30.
12. Петренко Л. Рівень довіри до новин у цифрову епоху: український контекст // *Збірник наукових праць*. Київ: Нац. акад. наук України, 2022. №12. Р. 99–115.
13. Horbyk R. The Ukrainian Media Landscape in the Digital Age // *Journal of Communication Studies*. 2021. №14(2). Р. 23–38.
14. Гуменюк О. Довіра до медіа в Україні: аналіз сучасних тенденцій // *Вісник соціальних наук*. 2021. №9. Р. 66–79.
15. Freedom House. Freedom on the Net Report. Issue 11. 2023. Р. 15–29.

ОЖОГАН Лілія,
кандидат філологічних
наук, доцент
(м. Київ,
Україна)

«ДУША ПОЕТА – ВІЧНА ТАЇНА» (ФІЛОСОФСЬКІ МОТИВИ ЗБІРКИ ВАДИМА КРИЩЕНКА «НЕ ОПУСКАЮЧИ ОЧЕЙ»)

Відомий сучасний поет-пісняр Вадим Крищенко належить до того творчого покоління, яке оприявило себе в «благословенні й обнадійливі» 60-ті роки минулого століття, активно долучаючись словом до розбудови духовного простору України. Вельми промовистою є назва першої збірки митця «Тепла прорість» (1963), в якій увиразнено ту благодатну добу рясного сходження на ниві української Поезії багатьох яскравих молодих талантів. Прикметно, що лише протягом одного 1962 року вийшли друком знакові для нашої літератури книги самобутніх авторів – «Атомні прелюди» Миколи Вінграновського, «Соняшник» Івана Драча, «Тиша і грім» Василя Симоненка, «Запах неба» Віталія Коротича. Окрилене свободою багатогранне слово цих та інших представників тогочасної молодії генерації, проростаючи на рідному ґрунті, демонструвало світові дивовижну здатність української мови творити нові смисли, нові образи, передавати найпотаємніші порухи людського серця, виспівувати найніжніші мелодії людської душі.

Увійшовши в літературу на початку бурхливих 60-х років ХХ століття, Вадим Крищенко і до сьогодні невпинно прокладає власний шлях поета-лірика, поета-пісняра, поета-громадянина, поета-мисленника. Це шлях пристрасного творення і самотворення, наполегливого зростання через самопоходання, постійного пізнання і самопізнання. І на цьому шляху талановитий митець, якому цьогоріч 1 квітня виповнюється 90 років, своїм словом – щирим, теплим і непідробним, щедро засіває у серця людей зерна доброти і любові.

Особливе місце у творчому доробку Вадима Крищенко посідає збірка «Не опускаючи очей» (2013), яка, властиво, стала ювілейною, адже між нею та першою збіркою «Тепла прорість» пролягла відстань у 50 років. «Не опускаючи очей» – відверта книга-сповідь зрілого митця про прожите, пережите й осягнуте. У своїй пізній ліриці життєвих підсумків поет настійливо розмірковує над вічними проблемами буття. «В чому щастя?», «Чи зробив когось щасливим?», «Чи вибрав правильну дорогу?», «Як в густій імлі брехні знайти до істини дорогу?» – це ті питання, на які прагне віднайти відповіді ліричний герой Крищенко. Показово, що наскрізним у збірці є саме мотив дороги. Дорога – це життя, звивисте, складне і непередбачуване: «Ой біжить моя дорога – // То підйоми, то глибини // І не знаєш, де праворуч, // Де ліворуч поверне» («Дорога»). Життєва дорога у кожного своя і у кожного вона має свій початок і кінець – розуміння цієї істини спонукає ліричного героя до глибоких розмислів про скінченність людського буття, його проминальність. Усвідомлення неунікної приреченості людського існування народжує в душі поета щемку тугу за молодістю, за втраченими рідними, близькими, друзями, за давніми мріями. З-поміж ліричних творів збірки, в яких авторові вдалося якнайповніше передати відчуття полишеності, самотності, проминання, вирізняється вірш «Забутий дім». Прикметно, що туга, якою пронизана пізня лірика Вадима Крищенко, не гнітюча, а просвітлена вірою у Божественну присутність у Всесвіті, у незнищенність Духу, у незникомість Слова. Туга за молодістю переплітається у віршах зрілого митця із вдячністю за кожен даровану мить життя і творчості, за щастя і печалі («Спасибі за сьогоднішнє», «Горить свіча», «А життя як життя», «Подяка пісні» тощо).

Гірке відчуття проминальності помережано у збірці «Не опускаючи очей» піднесено-радісним усвідомленням поета немарності своєї присутності на землі. Вірш «Як упаду», що є справжнім шедевром у поетичному доробку Вадима Крищенко, увиразнює й випрозорює

визначальну для всієї пізньої творчості митця філософську ідею вічного повернення й вічного оновлення: «Як упаду... На листі калиновім // Писатиму із дальності листи, // Бо хочу з вами стрітись у слові, // У ріднім слові віри й доброти».

Осмислюючи світ і себе у світі, Вадим Крищенко усією своєю творчістю стверджує, що жодні земні марноти не мають влади над тим, хто пізнав істину: «Лиш на любові і добрі // Життя зростає колос».

ПАВЛЕНКО Оксана,

кандидат педагогічних наук,
старший викладач кафедри української мови,
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)

ФУНКЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛЕКСЕМИ «ІМПЕРІЯ»

Сучасний етап розвитку лінгвістики загалом та корпусної лінгвістики зокрема актуалізував дослідження функційного значення лексем. Генеральний регіонально анотований корпус української мови вміщує велику репрезентативну збірку текстів українською мовою, а наявний інструментарій дає змогу здійснювати лінгвістичні досліджень із граматики, лексики та історії української літературної мови.

Мета розвідки – з'ясувати функційний потенціал лексеми «імперія» у сучасному масмедійному дискурсі. Окреслена мета передбачає реалізацію таких завдань: дібрати фрагменти текстів масмедіа, в яких уживається лексема «імперія»; визначити, як контекст актуалізує значення цієї лексеми; проаналізувати найбільш уживані колокації до кожного значення.

Дослідження виконано на матеріалі текстових фрагментів, дібраних у Генеральному регіонально анотованому корпусі української мови (ГРАК-16) [2]. До аналізу залучено лише тексти масмедійних жанрів, опубліковані у 2022 році. Результатом пошуку було 7 668 фрагментів текстів з видань «Голос Америки. Україна», «Zaxid.net», «Український тиждень», «УНН», «Укрінформ», «Апостроф», «Бабель», «Сьогодні», «Слобідський край», «Главком», «Наше слово», «Новини Полтави», «Миколаївські новини», «Високий замок», «Челайн», «Народна правда», «Житомир.info», «Україна молода» тощо.

Наступний етап корпусної розвідки передбачав окреслення найуживаніших колокацій за допомогою інструменту Word Sketch і визначення того, як контекст актуалізує значення лексеми «імперія».

Словник української мови в 11 томах подає два значення поняття «імперія»: «1. Велика монархічна держава, на чолі якої стоїть імператор. 2. Велика імперіалістична держава, що, як правило, має колонії» [3]. Очевидно, що лексикографічне значення цього терміна окреслено в радянський період та містить видимі наративи комуністичної ідеології. Великий тлумачний словник сучасної мови фіксує такі самі значення цієї лексеми та подає третє, переносне: «3. Велика монополія, що контролює цілу галузь промисловості, якусь діяльність» [1].

Дослідження контекстів у Генеральному регіонально анотованому корпусі української мови дає змогу стверджувати, що всі три значення лексеми «імперія» актуалізовано в медійних текстах. Частота уживання на позначення цих значень у дібраних фрагментах текстів значно відрізняється. Серед 2000 проаналізованих фрагментів медійних текстів перше значення актуалізовано 688 разів, друге – 1298, а третє – 34.

Проаналізовані медійні контексти засвідчили, що значення дефініції «імперія» як «велика монархічна держава, на чолі якої стоїть імператор, імператриця» [3], актуалізовано

здебільшого в історичних контекстах. Наприклад: *Принаймні австрійський імператор мусив дослухатися до різних голосів у своїй строкатій імперії* (Український тиждень).

Діагностувальні маркери цього значення, що вживаються у колокаціях з лексемою «імперія», здебільшого є прикметниками та іменниками. З-поміж найбільш частотних колокацій за формулою прикметник + іменник виявлено: *Римська імперія, Британська імперія, Османська імперія, Візантійська імперія, Російська імперія*. Колокації окресленої групи становлять макротопоніми та мають історичний контекст. У колокації іменник + іменник на позначення імперії як великої монархічної держави переважають такі поєднання: *частина імперії, склад імперії, столиця імперії, історія імперії, кінець імперії*.

Друге значення імперії окреслено у Словнику української мови в 11 томах як «велика імперіалістична держава, що, як правило, має колонії» [3]. Аналіз дібраних фрагментів текстів медійної комунікації засвідчив, що це значення лексеми «імперія» не актуалізовано. Натомість фіксуємо актуалізацію модифікованого значення цієї лексеми на позначення Радянського Союзу та сучасної росії. Крім цього, контекст актуалізує додаткові значення. Так, на позначення Радянського Союзу як імперії, виокремлюємо такі значення: загарбницька політика, тоталітарний характер, ворожість із західним світом, жорстокість до колоній тощо. Наприклад: *Друга світова війна була зіткненням двох тоталітарних імперій – Третього Рейху і Радянського Союзу – котрі прагнули експансії на континенті* (Український тиждень).

Серед діагностувальних маркерів цього значення, що вживаються у колокаціях з лексемою «імперія», зафіксовано прикметники та іменники. З-поміж найбільш уживаних колокацій за формулою прикметник + іменник виявлено: *радянська імперія, совєтська імперія, красна імперія, тоталітарна імперія, комуністична імперія, більшовицька імперія*. У колокації іменник + іменник на позначення Радянського Союзу як імперії виокремлено такі назви: *крах, розвал, розпад, падіння, відновлення*.

Зазначимо, що аналіз контекстів свідчить про значеннєву єдність уживання лексеми «імперія» на позначення Радянського Союзу та росії. Прослідковується історична тяглість, що відображають контексти медіатекстів: *Насамкінець треба зазначити, що метою «історичної спадщини» Путіна є відновлення радянської імперії* (Главком). Серед найбільш уживаних колокацій за формулою прикметник + іменник переважають такі поєднання: *Р/російська імперія, руська імперія, московська імперія, путінська імперія, кремлівська імперія, остання імперія*. У колокації іменник + іменник на позначення сучасної росії як імперії, виокремлено: *розпад, розвал, падіння, крах, кінець, демонтаж, відродження, відновлення, політика*. З-поміж найчастотніших дієслів у колокації дієслово + іменник на позначення сучасної росії як імперії, зафіксовано: *бути, знищити, розпастися, зруйнувати, відновити, залишатися, протистояти, перемогти*.

Аналіз медійних контекстів зафіксував уживання сталого виразу *імперія зла*. Цей вираз давно закріпився в мовній практиці й уживався стосовно Радянського Союзу. Здійснені розвідки фіксують уживання його також і на позначення сучасної росії. Наприклад: *Але насправді Імперія зла не зникла, а просто увійшла у кризу, скинула стару шкуру і зовсім скоро взялася за старе* (Український тиждень).

Проаналізовані контексти медійних фрагментів текстів засвідчили також актуалізацію переносного значення лексеми «імперія» як великої монополії, що контролює цілу галузь промисловості, якусь діяльність. Наприклад: *Вони є сімейними імперіями, які надають широкий спектр послуг* (Бабель).

Отже, дібрані фрагменти текстів масмедіа у Генеральному регіонально анотованому корпусі української мови (ГРАК-16) дали змогу проаналізувати функційний потенціал лексеми «імперія». Прослідковано, як контекст актуалізує значення цієї лексеми. Установлено, що в дібраних фрагментах текстів медійної комунікації актуалізовано два значення з трьох лексеми «імперія» повністю, одне значення модифіковано. Виокремлено

найбільш уживані колокації до кожного значення. Серед найбільш частотних прикметників, що уживаються з лексемою «імперія», зафіксовано: *російський, британський, османський, римський, радянський*; з-поміж дієслів: *залишитися, відновити, створити, протистояти, перемогти, значити, бути, стати*; серед найбільш частотних іменників, що ввійшли до колокацій, виявлено: *частина, склад, історія, розпад, відновлення, розвал, падіння*. Зафіксовано уживання сталого виразу в колокації: *імперія зла*.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.
2. Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК)
3. Словник української мови: в 11 т. / редкол.: І. К. Білодід та ін. Київ : Наукова думка, 1977. Т. 8, 927 с.

СПІВАКОВ Ілля,

кандидат юридичних наук,
Державне підприємство «Український
інститут інтелектуальної власності»
(м. Київ, Україна)

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УНІВЕРСИТЕТІВ НАУК ПРО ЖИТТЯ

Перший і найважливіший вибір, який робить лідер, – це
вибір служити, без якого здатність керувати сильно обмежена

Роберт Грінліф

Міжкультурна комунікація відіграє ключову роль у формуванні лідерських якостей у здобувачів вищої освіти, оскільки сприяє розвитку відкритості, гнучкості мислення та здатності до ефективної взаємодії з представниками різних культур. У сучасному глобалізованому світі майбутнім лідерам важливо вміти працювати в багатокультурному середовищі, долати стереотипи та адаптуватися до різних моделей поведінки. Освітній процес, що включає міжкультурне спілкування, сприяє розширенню світогляду студентів і навчанню їх знаходити спільну мову з людьми, які мають інший культурний досвід. Д.В. Костенко (2018) вважає, що «В результаті досягнення життєвих і професійних цілей індивід повинен мати здібності до міжкультурної комунікації: адекватно сприймати і інтерпретувати різні культурні цінності; усвідомлено долати кордони, що розділяють культури; бачити в чужих культурах не тільки загальні, але й спільні риси; розглядати різні культурні явища і представників інших культур з позицій емпатії; співвідносити існуючі етнокультурні стереотипи з власним досвідом і робити адекватні висновки; вміти переглядати і змінювати свої оцінки чужої культури відповідно до розширення навичок і досвіду міжкультурного спілкування; змінювати самооцінку в результаті досягнення чужої культури і відмови від необґрунтованих стереотипів або забобонів; приймати нові знання про чужу культуру для більш глибокого пізнання своєї; систематизувати факти культурного життя; синтезувати та узагальнювати свій особистий досвід у міжкультурному діалозі».

Підтримуємо цю думку, бо завдяки міжкультурній комунікації майбутні фахівці отримують навички ефективного керівництва, оскільки вчаться аналізувати та враховувати різні точки зору, знаходити компроміси та будувати діалог на основі взаємоповаги. Такі

компетентності є важливими для лідера, адже вони допомагають формувати довіру в команді та налагоджувати співпрацю навіть у складних ситуаціях. Крім того, міжкультурна взаємодія розвиває емоційний інтелект, що дозволяє майбутнім лідерам краще розуміти своїх підлеглих і мотивувати їх до досягнення спільних цілей. Міжкультурна комунікація є важливим чинником у становленні лідерських якостей у здобувачів вищої освіти, бо вона допомагає їм стати більш толерантними, комунікабельними та здатними до стратегічного мислення. Завдяки постійному обміну досвідом і взаємодії з представниками різних культур студенти отримують можливість не лише покращити свої професійні навички, а й розвинути особистісні якості, необхідні для ефективного лідерства в сучасному суспільстві.

У підготовці майбутніх лідерів, особливо в університетах наук про життя, де студенти часто працюють у міжнародному середовищі міжкультурна комунікація відіграє важливу роль. Взаємодія з представниками різних культур сприяє розвитку відкритості, толерантності та емпатії – ключових характеристик успішного лідера. Здобувачі вищої освіти, залучені до міжкультурного діалогу, отримують можливість розширити свій світогляд, що сприяє ефективному керівництву в багатонаціональних командах.

Розвиток лідерських якостей у процесі міжкультурної комунікації відбувається через вдосконалення навичок міжособистісної взаємодії, критичного мислення та адаптивності. Університети наук про життя, що зосереджені на глобальних викликах, таких як екологія, продовольча безпека та біотехнології, потребують фахівців, здатних ефективно співпрацювати в міжнародних проєктах. Студенти, які вміють будувати конструктивний діалог із носіями різних культурних традицій, мають більше шансів стати лідерами у своїй професійній сфері.

Вивчення мов і розуміння культурних кодів є ще одним важливим аспектом, що допомагає уникати комунікативних бар'єрів та непорозумінь. На думку К.Б. Гнатик та К.Й.Фодор (2023), «Володіння іноземною мовою відкриває широкі можливості для особистості і, чим більшою кількістю мов ти володієш, тим більше шансів реалізувати свої потенціали». Університети, які впроваджують міжнародні обміни, спільні дослідницькі програми та багатомовне навчання, формують у здобувачів вищої освіти навички ефективного лідерства. Адже здатність до гнучкого мислення, повага до інших поглядів і вміння досягати консенсусу є основними характеристиками сучасного керівника.

Таким чином, міжкультурна комунікація є потужним чинником формування лідерських якостей у студентів університетів наук про життя. Вона сприяє розвитку глобального мислення, комунікативної компетентності та здатності ефективно керувати багатонаціональними командами. Завдяки цьому випускники таких університетів стають конкурентоспроможними на міжнародному ринку праці та здатними вирішувати складні глобальні проблеми.

Література

1. Костенко Д.В. (2018). Міжкультурна комунікація у сучасному світі / Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка: збірник наукових праць. № 30. С. 80-85.
2. Гнатик К.Б., Фодор К.Й. (2023). Особливості застосування сучасних підходів у вивченні іноземних мов / Теорія і методика професійної освіти. Випуск 59. С.113-116.

СТЕПАНЕНКО Микола,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та мовної
комунікації Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
ЗАДОРЖНА Карина,
студентки 4 курсу гуманітарно-
педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ АВДИТОРІЇ ЧЕРЕЗ МОДНИЙ КОНТЕНТ

У сучасному медіапейзажі, де модний контент стає удоступненішим і різноманітнішим, залучення аудиторії через нього – надважливе завдання для журналістів, брендів та медіа-компаній. Стратегії залучення аудиторії через модний контент повинні враховувати багато чинників, з-поміж яких – специфіка цільової аудиторії, платформи поширення інформації та актуальні тренди в медіа. Мода як специфічна індустрія має велику залежність від візуальних елементів. Фотографії, відео, інфографіка та ілюстрації – основні інструменти, за допомогою яких модний контент набуває популярності. Кожен пост, стаття чи блог-публікація мають супроводжувати якісні та стильні зображеннями, які вияскравлюють основну ідею пропонованого контенту. Візуальний контент є ефективним способом привернення уваги, адже люди візуально сприймають інформацію швидше й частіше діляться такими матеріалами в соціальних мережах.

Одним з підходів є створення постів із «lookbook», що демонструють стилі і тренди сезону, надаючи аудиторії змогу побачити нові колекції або образи в реальному часі. Проблема вибору чи формування образу для себе стає не такою складною, якщо модель або блогер демонструють ідеї різноаспектно. Конкретно вимodelювані образи на тлі реальних локацій сприяють кращій рецепції контенту. Інфлюенсери відіграють величезну роль у залученні аудиторії до модного контенту, оскільки мають власні лояльні спільноти, які довіряють їхньому стилеві та рекомендаціям. Залучення інфлюенсерів до створення контенту на взірць «огляди колекцій», «покази мод» або навіть «участь у створенні фото сесій» відчутно активізують аудиторію.

Для успішної стратегії співпраці з інфлюенсерами важливо орієнтуватися на таких осіб, чия аудиторія максимально відповідає цільовій групі бренду або медіа. Крім того, ці інфлюенсери повинні мати високий рівень взаємодії зі своїми підписниками, що означає перманентну комунікацію, публікаційні коментарі та діалоги. Істотною є також поява нових форматів співпраці. Наприклад, інфлюенсери можуть брати участь у створенні контенту через прямі ефіри або ефіри «за кулісами», що дає змогу аудиторії побачити творчий процес та взаємодіяти в режимі реального часу.

Активне залучення аудиторії через модний контент потребує не лише якісного матеріалу, але й інтерактивної взаємодії з підписниками. Один із способів такого контактування – регулярне проведення опитувань, голосувань та запитів на платформі або в соціальних мережах, де користувачі можуть вільно висловлювати свою думку. Наприклад, можна провести опитування, у процесі якого встановити популярність конкретної модної тенденції чи навіть створити серію постів, де підписники самі вибирають стиль, колір чи образ для певної події або сезону. Взаємодія через коментарі також є чи не найважливішим складником стратегії залучення аудиторії, адже в коментарях читачі можуть поділитися власними ідеями,

спостереженнями або запитаннями. Це створює перспективну додаткову комунікацію між редакцією і аудиторією та підвищує рівень лояльності до бренду чи й самого видання.

Один із основних трендів у сучасних медіа можна вважати персоналізацію контенту, яка дозволяє сформувати індивідуальний досвід для користувачів. Зокрема, модні видання можуть використовувати дані про попередні пошукові запити, перегляди сторінок або активність у соціальних мережах для персоналізації рекомендацій щодо трендів, товарів чи стилів. Такі інтерактивні елементи, як можливість «скласти» свій власний образ з елементів різних колекцій або подивитися на модні тренди через доповнену реальність (AR), розкривають перед аудиторією перспективи глибшого занурення в модну тематику та активно-креативної взаємодії з контентом. Така технологія не лише допомагає утримати увагу користувачів, але й стимулює їх ділитися цим контентом із друзями, що є пріоритетним елементом в органічному зростанні аудиторії.

Ефективним способом залучення уваги до модного контенту є створення ексклюзивного контенту, доступного лише для певної групи підписників чи на певній платформі. Це може бути доступ до закритих інтерв'ю з дизайнерами, покази мод або спеціальні знижки на нові колекції. Такий підхід уможливорює створення відчуття причетності до чогось унікального, що та само сприяє лояльності аудиторії та її подальшому прихиленню на свій бік. Модні бренди – запорука співпраці з медіаплатформами для створення спільного контенту або спеціальних рекламних акцій з обов'язковим орієнтуванням на залучення нових клієнтів. Такі акції зазвичай передбачають конкурси, де підписники можуть виграти стильні речі тощо. Це, зрозуміло, стимулює аудиторію не лише активно взаємодіяти з контентом, але й формує певний емоційний зв'язок із брендом.

Меми стали органічною частиною сучасної медіакультури, їх застосування в модних матеріалах – потужний спосіб залучення молодіжної аудиторії. Меми можна адаптувати до актуальних модних трендів і створити на цій контактній платформі легкий, але цікавий контент. Поширення їх також стимулює аудиторію до взаємодії з контентом, тому меми часто постають у ролі вірусних елементів у соціальних мережах.

Відеоконтент залишається одним із найефективніших способів залучення уваги в цифровому середовищі, особливо коли йдеться про моду. Оскільки мода є візуально орієнтованою індустрією, відео дає змогу найточніше передати стиль, атмосферу та рух. Такі платформи, як YouTube, Instagram та TikTok, активно використовують для показів мод, навіть закулісних процесів створення колекцій. Live-стріми на соціальних платформах демонструють нові модні лінії або тренди в реальному часі, забезпечуючи інтуїтивний спосіб взаємодії з аудиторією. Насамкінець результат такої взаємодії – не лише представлення новинок, але й отримання миттєвого зворотного зв'язку через коментарі та лайки. Живі трансляції сприяють поглибленню взаємодії з брендом, створюючи реальне відчуття активної участі у вельми важливій події.

Залучення аудиторії через модний контент також вимагає використання кросплатформних стратегій. Це означає, що контент, створений для однієї платформи, має бути адаптований і поширений на інших платформах, де також присутня цільова аудиторія. Наприклад, статті, пости чи відео з Instagram можуть бути доповнені блогами або репостами в інших соціальних мережах – Facebook, Twitter чи Pinterest. За такого підходу охоплюється ширший спектр користувачів та підвищується імовірність, що контент буде помічений різними групами споживачів. Крім того, кросплатформна стратегія сприяє створенню стабільнішого іміджу бренду та забезпечує постійний контакт з аудиторією.

Основним елементом стратегії залучення аудиторії є аналітика та використання даних про поведінку користувачів. За допомогою сучасних інструментів аналітики можна отримати точну інформацію про те, який контент найбільше цікавить аудиторію, які теми отримують найбільшу кількість переглядів або лайків, а також те, які види контенту сприяють підвищенню

залученості. Збір даних дозволяє медіа-компаніям та брендам адаптувати свої стратегії і контент, орієнтуючись на інтереси й переваги споживачів. Це може органічно фокусувати персоналізовані рекомендації, орієнтовані на стиль життя та модні інтереси конкретних користувачів.

Конкурси та акції є чудовим способом залучення нової аудиторії та підтримки інтересу до модного контенту. Наприклад, бренди можуть організовувати конкурси на кращі модні образи серед своїх підписників або пропонувати подарунки за активність у соціальних мережах. Такі акції створюють відчуття причетності до певної спільноти та стимулюють до активної участі в процесах створення контенту, вони можуть стати чудовим інструментом для підвищення видимості бренду, залучення нових підписників і розширення аудиторії. Інтерактивні конкурси сприяють глибшій залученості аудиторії, що робить бренди відчутно помітними на ринку.

Мобільні додатки та інструменти дозволяють брендам створювати додаткові шляхи для залучення аудиторії через модний контент. Наприклад, мобільні додатки, які пропонують персоналізовані рекомендації для користувачів, можуть передбачати стилістичні поради на основі переваг користувача, а також змогу переглядати модні колекції, здійснювати покупки або отримувати знижки. Мобільні додатки також стають надійним підмурком для створення персоналізованого досвіду, що підвищує ефективність залучення та утримання аудиторії.

Однією з найперспективніших стратегій залучення аудиторії є партнерства з іншими індустріями – кіно, музика, технології та спорт. Спільні проекти з артистами або іншими знаменитостями можуть стати потужним каталізатором для створення модного контенту, який неодмінно набере популярності. Залучення прецедентних особистостей до співпраці допоможе розширювати цільову аудиторію та забезпечувати максимальне охоплення контенту.

ТУРІЦИНА Олена,
асистент кафедри англійської мови для
технічних та агробіологічних
спеціальностей, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЇ В КРОС-КУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ МАС-МЕДІА

У сучасному глобалізованому світі мас-медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки та забезпеченні міжкультурного діалогу. Європейський медіапростір постійно змінюється під впливом цифровізації, розвитку нових медіа, соціальних мереж та культурного різноманіття. Крос-культурна комунікація стає все більш значущою, оскільки медіа повинні враховувати культурні особливості різних аудиторій, зокрема в умовах міграційних процесів, інтеграції європейських держав та розвитку міжнародного співробітництва.

Цифрові технології докорінно змінили спосіб створення, поширення та споживання інформації. Традиційні друковані медіа поступаються місцем цифровим платформам, що дає змогу досягати глобальної аудиторії та адаптувати контент до різних культурних контекстів. Впровадження штучного інтелекту та алгоритмів персоналізації контенту дозволяє медіа аналізувати культурні особливості споживачів і пропонувати їм адаптовані матеріали [1].

Нові медіа, такі як блоги, подкасти, YouTube-канали та соціальні мережі, створюють нові форми комунікації та взаємодії. Вони дають можливість швидко поширювати інформацію, що впливає на культурні, мовні та соціальні аспекти життя європейського суспільства. Платформи на зразок Twitter, Facebook та Instagram використовуються міжнародними медіа для ведення міжкультурного діалогу, оперативного реагування на новини та розширення доступу до інформації [3].

Конвергенція традиційних та цифрових медіа дозволяє редакціям інтегрувати друковані, онлайн- та відеоплатформи для створення комплексного інформаційного продукту. Європейські медіа, такі як BBC, The Guardian та Deutsche Welle, активно розвивають мультимедійні проекти, адаптуючи контент для різних країн та культур [2].

Розвиток цифрових технологій впливає на поведінку аудиторії. Люди все частіше віддають перевагу мобільному контенту, коротким відеоформатам та інтерактивним форматам взаємодії з медіа. Поширення стрімінгових платформ, таких як Netflix і YouTube, сприяє культурному обміну через кіно, серіали та документальні фільми [5].

Журналісти та редактори повинні враховувати культурні особливості аудиторії, щоб ефективно передавати інформацію та уникати міжкультурних конфліктів. Європейські медіа організовують спеціальні тренінги для журналістів щодо крос-культурної комунікації та етики у висвітленні міжнародних подій [4].

Крос-культурна комунікація в європейських мас-медіа зазнає значних трансформацій під впливом цифровізації, конвергенції та розвитку нових форматів комунікації. У майбутньому ці процеси лише посилюватимуться, вимагаючи від медіа постійної адаптації до змінних умов та культурного різноманіття аудиторії.

Література

1. Вергун В. А. Цифровізація мас-медіа як нова ера інформаційного суспільства [Електронний ресурс] // Almanac NPU. – 2023. – Режим доступу: <https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/407>
2. Гладченко І. М. Конвергенція та крос-медійність: виклики і перспективи [Електронний ресурс] // Наукові записки ЛПНУ. – 2017. – Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-1-nomer-883-2017/konvergenciya-ta-kros-mediynist-dyskurs-terminologichnoyi>
3. Костюк В. О. Нові медіа та їх вплив на крос-культурну комунікацію [Електронний ресурс] // Науковий вісник УКУ. – 2022. – Режим доступу: <https://er.ucu.edu.ua/bitstreams/c2ea92f4-84ec-4165-863d-bfe953e24abf/download>
4. Оксюта М. Поняття та значення крос-культурної комунікації у журналістиці [Електронний ресурс] // Освітній портал "Накипіло". – 2023. – Режим доступу: <https://osvita.nakypilo.ua/shcho-take-kroskulturna-komunikatsiya/>
5. Сидоренко Н. Л. Зміни у споживанні медіаконтенту в умовах цифровізації [Електронний ресурс] // Вісник НА КККІМ. – 2024. – Режим доступу: <https://journals.urau.ua/visnyknakkkim/article/view/308260/299982>

СЕМЕНЕЦЬ Олена,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри педагогіки, української філології та журналістики
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля
(м. Київ, Україна)

САКРАЛЬНІ СЕНСИ ВЕЛИКОЇ ВІЙНИ: АСПЕКТИ МЕДІАТИЗАЦІЇ

Повномасштабна війна – час великих змін у концептуальній сфері суспільства. Інформаційна боротьба під час війни Росії проти України, особливо від початку повномасштабного вторгнення у 2022 році, охопила також і сферу релігії. Боротьба за християнські цінності, сакральна війна – важливий складник інформаційного протистояння. Як цей вимір війни відображений в українських медійних дискурсах?

13 грудня 2024 року на ютуб-каналі Акіма Галімова «Реальна історія» вийшов спеціальний епізод до Різдва, присвячений призабутим українським кулінарним традиціям. Гостем програми був Євген Клопотенко, шеф-кухар і креативний підприємець, який розповідав про 12 автентичних національних різдвяних страв [Готуємо 12 втрачених українських страв 2024]. Знімання святкової кулінарної відеопрограми відбувалося на території Києво-Печерської лаври, в Трапезній палаті Трапезної церкви Св. Антонія і Феодосія Печерських. Саме місце знімання відеопрограми викликало бурхливу дискусію в просторі публічних комунікацій.

Важливо дослідити реакцію українського суспільства на цю подію. Ми аналізуємо оперативні новинні повідомлення провідних українських медіа, публікації інфлюенсерів у соціальних мережах та коментарі аудиторії до цих постів, а також відлуння події – думки служителів церкви, філософів, теологів, істориків, представлені в їхніх публічних виступах.

У дослідженні розглянуто новинні публікації якісних українських онлайн-медіа [Білий список 2024], встановлено дотримання в них стандарту балансу думок. Проведено порівняння цих новинних матеріалів, які мають настанову на об'єктивність викладу, із публікаціями в рубриці «Точка зору» онлайн-медіа «Радіо Свобода», які представляють відмінні погляди на подію [Кралюк 2024; Шумило 2024].

Дослідження застосовує метод case study та підхід критичного дискурс-аналізу. Комплексний, системний підхід у розгляді кейсу спонукає до осмислення сутності події, виявлення глибинних закономірностей і постановки більш глобальних проблем, які потребують обговорення. Аналіз окремого кейсу виводить дослідження в більш глобальну проблематику: осмислення поняття «сакральність», значення віри та релігії в сучасному суспільстві, зв'язок релігії та геополітики в сучасному світі.

Література

1. Білий список ІМІ за друге півріччя 2024 року: увійшли 13 медіа. *Інститут масової інформації*. 01.11.2024. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-druge-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640> (дата звернення: 15.03.2025).
2. Готуємо 12 втрачених українських страв! Чому ми про них забули? *Реальна історія*. 13.12.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=5JD2cYnmXKI> (дата звернення: 15.03.2025).
3. Кралюк П. Їжа у Трапезній. Кого «образив» Євген Клопотенко? *Радіо Свобода*. 17.12.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/trapezna-yizha-koho-obrazyv-yevhen-klopotenko/33242829.html> (дата звернення: 15.03.2025).

4. Шумило С. Києво-Печерська лавра. Демосковізація і десакралізація – не одне й те саме. *Радіо Свобода*. 18.12.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/kyyevo-pecherska-lavra-sakralnist/33244548.html> (дата звернення: 15.03.2025).

ТІТОК Андрій,
магістрант 1 курсу
спеціальності «Журналістика»
Національний університет
«Чернігівський колегіум»
імені Т.Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФІЛЬМУ ПРО СУСПІЛЬНІ КОНФЛІКТИ

Документалістика є одним із ключових інструментів для повного і коректного відображення та аналізу суспільних конфліктів. У час розвитку технологій, змін у медіаспоживанні та суспільних запитів на об'єктивне дослідження суперечливих тем, з'являються нові тенденції та нові методи у створенні документальних фільмів, присвячених конфліктам.

Конфлікт між УПЦ Московського патріархату та УПЦ Київського патріархату за право користування Катерининською церквою XVIII ст., який тривав з 2006 по 2014 рр. (який є основою для виробництва документального фільму), є одним із малодосліджених, але одним із найяскравіших політично-релігійних конфліктів в Україні на початку XXI століття.

Конфлікт за Катерининську церкву став важливою віхою в процесі утвердження автокефалії українського православ'я. Це протистояння мало не лише релігійний, а й національно-політичний характер, відображаючи загальні тенденції українського суспільства щодо відходу від російського впливу та утвердження власної релігійної ідентичності.

Водночас, це протистояння є доволі показовим в контексті тодішніх настроїв в українському суспільстві та являється ще однією ілюстрацією того, як Росія намагалася розколоти Україну на релігійному ґрунті.

Для Росії всі роки Незалежності України була важлива діяльність Московського патріархату. Це дає їй можливість прямо впливати на єдність української нації, підживлювати сепаратистські й колаборантські настрої, дискредитувати українську владу, паплюжити Україну на міжнародній арені [1].

Протистояння почалось 5 квітня 2006 року з передачі храму тодішнім головою Чернігівської ОДА Миколою Лавриком вірянам Київського патріархату [3].

Це рішення спричинило неабиякий спротив з боку прихильників Московського патріархату. Воно тривало майже 8 років, прихильники УПЦ МП поставили біля церкви намет, який назвали «похідним храмом» [2].

А також проводили мітинги, на яких збиралися проросійські діячі, частина з яких після початку російської агресії проти України, переїхали до Росії [3]. Вирішити конфлікт вдалося лише після перемоги Революції Гідності у лютому 2014 року, коли представники УПЦ МП прибрали намет і більше публічно не зазіхали на право користування церквою [3].

Попри те, що цей конфлікт відбувався в 21 столітті, яке по праву вважають інформаційною ерою, ми маємо уривчасті дані про його перебіг [6], а повної та розгорнутої

картини протистояння з аналізом суспільно-політичної обстановки у Чернігові того часу немає.

Більше того, у відкритих джерелах є лічені свідчення учасників протистояння, майже відсутні відеозаписи тих подій, а низка фоторепортажів не дають у повній мірі відтворити аудіовізуальну картину протистояння.

Всі окреслені вище проблеми вимагають використання нових тенденцій при створенні документального фільму. Оскільки документалістика вимагає зйомок реальних подій та осіб, ключовим завданням буде поспілкуватися з безпосередніми учасниками протистояння.

Важливо використовувати гібридну форму подачі матеріалу із поєднанням архівних кадрів, інтерв'ю та художньої реконструкції подій.

Ілюструвати розповіді за умови майже повної відсутності відеоматеріалів доречно використовуючи інструменти штучного інтелекту(ШІ).

ШІ може генерувати нові ідеї та рішення, які раніше не були знайдені. Зокрема, найперспективнішим буде використання можливостей ШІ для створення відеороликів на основі численних фотоматеріалів, а друковані коментарі учасників подій, опубліковані у ЗМІ, які немає можливості отримати в наш час, доцільно озвучити їхніми ж голосами, використовуючи можливості ШІ. ШІ змінює темпи, форми і результати досліджень у різних сферах, проте варто обговорити важливі етичні аспекти, які виникають у процесі використання цієї технології [4].

Отже, виробництво документального кіно про суспільні конфлікти, зокрема на прикладі Катерининської церкви, демонструє тенденцію до технологічної інтеграції, пошуку нових форматів наративу та посилення впливу глядачів на кінцевий продукт. Водночас такі фільми відіграють важливу роль у збереженні історичної пам'яті та сприяють суспільному діалогу [5].

Література

1. С.Здіорук, М.Палінчак. Вплив Московського патріархату на національну ідентичність у контексті війни Росії супроти України. *Україна дипломатична*. URL: <https://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/41-2022.pdf>
2. Катерининська церква вільна: які уроки цієї історії? *Чернігівська обласна газета «Світ»*. URL: https://svit11.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/03/s_27.pdf
3. Катерининська церква: два роки блокади. *Газета Сіверщина*. URL: <https://siver.com.ua/news/2008-07-21-940>
4. Коломієць А.М., Кушнір О.І. Використання штучного інтелекту в освітній та науковій діяльності: можливості та виклики. *Вінницький державний педагогічний університет*. URL: <https://vspu.net/>
5. Патріарх Філарет у Чернігові: «Катерининська церква – свідцтво перемоги». *Інтернет-видання «Високий Вал»*. URL: <http://svoboda.fm/culture/Culture/202123>
6. Чернігів. Вітренко прихватує храм? *Інтернет-видання «Високий Вал»*. URL: <http://svoboda.fm/politics/chernigov/18363>

ШИНКАРУК Лідія,
доктор економічних наук, професор,
член-кореспондент НАН України,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ

Сучасні соціокультурні трансформації відбуваються під впливом глобалізації, технологічного прогресу та зміни суспільних цінностей. Інтернет і цифрові технології сприяють появі нових форм комунікації, культури та ідентичності. Соціальні мережі стали не лише засобом взаємодії, а й інструментом впливу на громадську думку, формуючи нові норми поведінки та способи самовираження.

Важливим аспектом трансформацій є зміни в соціальній структурі та ціннісних орієнтаціях суспільства. Гендерна рівність, екологічна свідомість і права людини набувають все більшого значення. Традиційні соціальні інститути, такі як сім'я, освіта та релігія, адаптуються до нових реалій, взаємодії суспільних інститутів і дистанційного навчання. Культурна глобалізація сприяє обміну ідеями та традиціями між різними народами, що створює унікальну взаємодію між локальним та глобальним. Однак це також викликає дискусії про збереження національної ідентичності та культурної самобутності. В умовах цифрової епохи відбувається активна боротьба між уніфікацією культури та прагненням до збереження унікальних традицій, що є ключовим викликом сучасного суспільства.

Сучасний світ перебуває в стані постійних соціокультурних змін, що безпосередньо впливають на економічні процеси. Глобалізація, цифровізація, демографічні зміни та культурна взаємодія формують нові умови для розвитку економіки. Традиційні моделі господарювання поступово адаптуються до нових реалій, що вимагає гнучкості та здатності до інновацій як з боку держав, так і бізнесу. Зміни у свідомості та способі споживання призводять до трансформації ринків, появи нових бізнес-моделей та перегляду традиційних економічних механізмів.

Однією з найважливіших змін є цифрова революція, яка значно впливає на економіку. Масова автоматизація і розвиток штучного інтелекту призводять до трансформації трудового ринку та зміни вимог до кваліфікації працівників. З одного боку, це створює нові можливості для економічного зростання, а з іншого – викликає ризики безробіття серед людей, які не встигають адаптуватися до нових умов. Н. С. Якімова (2020) відзначає, що у сучасних умовах постійних трансформацій, які відбуваються на ринку праці, більш поширеними стають нестандартні форми економічної взаємодії, що мають безпосередній вплив на поведінкові моделі всіх суб'єктів ринку праці. У період економічних змін, до яких значна частина населення була не пристосована і наявні стратегії економічних взаємодій виявилися повністю неефективними, це призвело до формування нових поведінкових моделей для вирішення питання працевлаштування, для пошуку роботи з урахуванням власних можливостей та кон'юнктури ринку праці або для більш ефективної організації власної справи.

Соціокультурні зміни також впливають на характер споживання та виробництва. Зростає попит на екологічно чисті продукти, етичний бізнес та соціально відповідальні компанії. Нове покоління споживачів обирає товари та послуги не лише за ціною та якістю, а й за відповідністю їхнім цінностям. Це стимулює бізнеси до сталого розвитку, інноваційних підходів та більшої соціальної відповідальності.

Загалом соціокультурні трансформації сприяють появі нових економічних моделей, орієнтованих на цифрову економіку, креативні індустрії та соціальне підприємництво. Водночас, вони ставлять перед державами та бізнесами нові виклики, що вимагають гнучкості, адаптивності та стратегічного мислення. Економіка, яка здатна швидко реагувати на ці зміни, має більше шансів на стабільне зростання в умовах глобальних перетворень.

Соціокультурні зміни також впливають на пріоритети економічного розвитку. Зростання екологічної свідомості та відповідального споживання стимулює бізнес до впровадження стійких практик та переходу до циркулярної економіки. На думку Н.Д. Кондратенко та Н.В. Шиловцевої (2023), «Глобальна циркулярна економіка, що представляє собою певну концепцію економічного розвитку на основі замкненості циклу, спроможна скоротити на 30% використання природних ресурсів, повернувши людську діяльність у безпечні межі планети». Молоде покоління, виховане на принципах соціальної справедливості та екологічної відповідальності, диктує нові правила гри для компаній, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними.

В умовах цих трансформацій держави та міжнародні організації відіграють важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку економіки. Регулювання цифрових ринків, підтримка підприємництва, розвиток освіти та адаптація трудових ринків є ключовими завданнями, які визначають майбутнє економічного зростання. Таким чином, сучасна економіка в умовах соціокультурних змін вимагає адаптації, інновацій та балансу між технологічним прогресом і соціальними потребами.

Література

1. Кондратенко Н.Д., Шиловцева Н.В (2023). Реалізація принципів циркулярної економіки у діяльності міжнародних компаній / Економіка та суспільство. Випуск # 49.
2. Якимова Н.С. (2020). Дослідження сучасних поведінкових моделей суб'єктів ринку праці. Актуальні питання економіки, фінансів, обліку і права в сучасних умовах: зб. тез доп. Міжн. науково-практичної конференції: у 8 ч. 16 квітня 2020 р. Полтава: ЦФЕНД. Ч. 1. С. 62–64.

ШИНКАРУК Василь,
доктор філологічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВПЛИВ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Соціокультурні трансформації в Україні є складним і динамічним процесом, що відбувається під впливом історичних, політичних та економічних змін. Вітчизняні науковці приділяли і приділяють значну увагу дослідженню соціокультурних трансформацій українського суспільства. Ю. Поліщук (2018) проаналізовано доробок сучасних українських дослідників у вивченні соціокультурних трансформацій на шляху українського суспільства від тоталітарного до демократичного суспільства [2].

Після здобуття незалежності українське суспільство поступово перейшло від радянської моделі до власної національної ідентичності, що супроводжувалося розвитком української мови, культури і традицій. Значну роль у цьому відіграло формування громадянського суспільства, яке сприяло активному залученню українців до соціальних і політичних процесів, що особливо помітно під час подій Помаранчевої революції та Революції Гідності, які сприяли

збереженню незалежності України і сформували українську націю, здатну сьогодні боронити державність зі зброєю в руках.

Важливим аспектом трансформацій є децентралізація та модернізація суспільних інститутів. Зміни у сфері освіти, медіа та культури сприяють формуванню демократичних цінностей, а розвиток цифрових технологій дозволяє швидко поширювати інформацію і зміцнювати національну самосвідомість. Українська мова посилює свої позиції у всіх сферах життя, що є важливим чинником консолідації суспільства. Російсько-українська війна суттєво прискорила соціокультурні перетворення, оскільки сприяла зміцненню національної єдності, підвищенню громадянської відповідальності та розвитку волонтерського руху. Українці інтегруються в європейську спільноту, переймаючи демократичні цінності та європейські стандарти життя. Водночас зростає інтерес до української культури, до популяризації української музики, літератури та мистецтва. Усі ці зміни визначають майбутнє України, наближаючи її до європейської спільноти та сприяючи зміцненню української ідентичності.

Політичні процеси є одним із ключових чинників, що визначають напрямок соціокультурних трансформацій у суспільстві, оскільки вони можуть не лише сприяти модернізації суспільних норм і цінностей, але і спричиняти їхню консервацію або навіть регрес. Наприклад, демократичні реформи та відкритість політичної системи часто ведуть до посилення громадянської активності, розвитку правозахисного руху і зростання рівня толерантності в суспільстві. Водночас авторитарні режими схильні до нав'язування жорстких ідеологічних рамок, що може призводити до обмеження культурного розмаїття і придушення критичного мислення.

Вітчизняні науковці у монографії «Етнополітична культура в Україні: реалії та виклики часу», враховуючи «розколотість» культурного простору України, різноспрямованість політичних орієнтацій, приділили увагу соціокультурним трансформаціям, які відбуваються в нашій державі на шляху переходу від тоталітарного до громадянського суспільства [1].

Політична нестабільність і конфлікти суттєво впливають на соціокультурні процеси. Війни, революції чи політичні кризи можуть зруйнувати традиційні суспільні структури, змусити людей змінювати місце проживання та адаптуватися до нових соціальних умов. Це сприяє виникненню змішаних культурних середовищ, появі нових ідентичностей і трансформації суспільних зв'язків. Наприклад, міграційні процеси, викликані політичними факторами, ведуть до взаємодії різних культур, що може стимулювати як інтеграцію, так і соціальну напруженість.

Глобалізація, яка залежить від політичних рішень, також є важливим фактором соціокультурних змін. Політика відкритих кордонів, міжнародного співробітництва і розвитку цифрових технологій сприяє поширенню єдиних культурних стандартів та уніфікації способу життя. Водночас це може викликати кризу національних ідентичностей та загрозу втрати традиційних цінностей, що часто використовується політичними силами для мобілізації населення та посилення популістських настроїв. Політичні процеси формують інформаційний простір, через який суспільство отримує знання та формує світогляд. Політична пропаганда, контроль над медіа та механізми впливу на громадську думку здатні маніпулювати сприйняттям соціальних і культурних змін. У демократичних державах плюралізм думок дозволяє розвивати критичне мислення і сприяє культурному розмаїттю, тоді як у країнах із жорстким контролем інформаційного простору влада може нав'язувати єдину картину світу, обмежуючи можливість альтернативних культурних впливів.

Політичні процеси відіграють ключову роль у формуванні загальних тенденцій соціокультурних трансформацій, оскільки впливають на зміну цінностей, ідентичності, норм і поведінкових моделей суспільства. Демократизація, глобалізація та інші політичні явища сприяють як консолідації, так і фрагментації культурних традицій. Політичні рішення визначають рівень відкритості суспільства до зовнішніх впливів, що впливає на культурну

динаміку та розвиток громадянського суспільства. Таким чином, політичні процеси є одним із головних чинників еволюції соціокультурного простору.

Література

1. Етнополітична культура в Україні: реалії та виклики часу (2010). К.: ПІЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України. 431 с.
2. Поліщук Ю. (2018). Соціокультурні трансформації в сучасній Україні як об'єкт дослідження вітчизняних науковців / Наукові записки. Випуск. 2(82). С. 4-26.

ШОСТАК Оксана,

доктор філологічних наук, професор,
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

PAUSE grant laureate at ECHELLES, Université Paris Cité (Paris, France)

NATIVE AMERICAN “OTHERNESS” AND MEDIA

Interaction of different cultures, reserves the right to be non-transparent and exemplifies a new idea of order and chaos through an attempt to find a solution to the mondial postmodern situation. This unknown until recently, and thought to be hostile ‘otherness’, now is considered fashionable. And for the sake of convenience it is uploaded to the mainstream, in addition to formal legitimization, it must be packaged in convenient consumer packaging", this way it is not only an easy assignment, but it is safe (as already known), predictable and "not completely different". Thus the culture of consumption seemingly blurs the boundaries leveling any identity. This situation is rigidly crucial for the USA where the notion of cultural melting pot has collapsed. American society often deliberately registers opposition between white and black identity marginizing this way Native Americans and Asian Americans or Hispanics, so everybody is compared only to the mainstream white group. No need to prove the fact that modern social processes are based upon social communications information exchange. Regardless from the structure of the mode of production, from what is the basis for determining the value of goods and services, around which are concentrated social and individual values and interests, namely social networks and media information remains a basic socio-economic, socio-political and cultural-historical resource. That is why both sides of American identity conflict now base their fight upon social media communication.

In the US culture an important place is occupied by stereotypes and commercialization. In this regard, indicative for American society is a latent racism that demonstrates the commercial application of such insulting for Native America words like "Redskins," "Indians," "squaw", "papus," "you, cougars" etc. Sports teams and advertising of various products use images as Indian Mascot, naming the machines by the names of nations (Cherokee, Dakota, Winnebago). This evokes each time historical stereotypes of Indian barbaric savagery, sexual availability of Indian women and Indian innate laziness (Rassel 2003; Rappolo 2003; Young Man 2003; Shostak 2020).

The complex conflict over Native American identity has been going on for over 500 years, which is why it is so important to define it. Institutional identity complicates the root identity. There is still no universally accepted definition of Native American identity, and because the criteria for tribal membership vary from nation to nation, there is inconsistency in federal law. Representatives of the federal government cannot determine even a single category that defines the American Indian (Robertson 2013:4-5). The significant gap between the axiological scale of European settlers and the Natives of North America in relation to the world around them and the place of human in it was not just unacceptable, it was staggering. Indigenous worldviews are built on the interconnectedness of everything in the world. Bonita Lawrence wrote that for an indigenous person, individual identity has

always been conditioned by collective identity, even in the face of the external society of the colonizers. The laws that for years defined and controlled Indians distorted the ancient ways of identification not only with the collective consciousness but also with the earth itself (Lawrence 2003:4). Despite well duplicated idea about wild Indians the modern historical period is characterized by the fact that Native American identity existence are gradually coming to the fore. This is largely due to the informatization of society, the more people are immersed in state of the self identity information, the more it increases their self-awareness. Native Americans use all possible means to state their presence in the modern world, media and social networks are among those means. "Identity is not an objective truth, rather it functions as our need to categorize the world around us"(Robertson 2013:8). As S. Carner explains, "ethnicity" should also be seen as a socially constructed phenomenon, "which is widely associated with culture, origin, group memory, and history and language" (Karner 2007:16-17). In the cultural and literary tradition of Native Americans, ethnicity is described as a way of worldview that is manifested through the dichotomy of declared identities "we" and "they" (Karner2007:31).

One of the many trials since the late twentieth century, which dealt with the issue of returning to nations the rights enshrined in agreements between the US government and indigenous peoples, raised the question of the right to indigenous sovereignty. At the time, then-Minnesota Gov. Jess Ventura publicly stated, "They want to be sovereign, but they really aren't." Rejecting the possibility of recognizing the Chippewa tribe's right to fish, hunt and gather plants (under the 1837 agreements), he stressed: "If these rules remain in force, they should be in birch canoes, not motor boats. in 200 horsepower "(Bruyneel 2007 : xi- xii). In response, Marge Anderson, the leader of the Mile Lax clan, a member of the Chippewa nation (self-proclaimed Ojibwa), replied that tribal sovereignty was not the same as self-sufficiency. "In order to be completely self-sufficient, which is ultimately our goal, the Mile Lax family, like all other Native Americans, must overcome the centuries-old contempt for their rights. Please understand that sovereignty is not a gift from the federal government or the state of Minnesota. Sovereignty is the inherited right of every tribe of American Indians, based on the indisputable fact that we lived on this earth and had a government in every nation for hundreds of years before Europeans came here " (Bruyneel 2007 : xi- xii). This speech proved convincing, as the US Supreme Court recognized the rights of the genus Mile Lax to fishing, hunting, and gathering plants in territories leased on a temporary basis under the 1837 agreements. between the US government and the natives (in this case it was the Chippewa people).

At the beginning of the formation of relations between the United States and indigenous peoples, the rights of all members of the tribe, regardless of their racial origin, were not questioned by the government. In agreements concluded before 1871, the government did not in any way restrict the rights of members of the tribe, based on their blood. "And only when the Indians were broken by military force did the United States allow itself such unilateral presumptions" (Jaimes 1996 : 262). American researchers of the political identity of indigenous peoples are convinced that in modern society there are several criteria for defining the concept of "Indianism", which lead to a distinction between racial, cultural and political identity (Robertson 2013). According to Dwanna Robertson, this leads to the creation of barriers that further confuse the concept of "indigenous identity" (Robertson). The researcher means the disproportion of the last criterion of political identity to the first two. While the notion of race is more biological and phenotypic, and ethnicity is expressed through culture, political identity operates in the realm of jurisprudence, which is rather vague in the United States and Canada for indigenous peoples.

The premiere Indigenous oriented journal in Native American studies was The American Indian Culture and Research Journal, since 1974 it published book reviews, literature, and original scholarly papers on a wide range of issues in the fields of history, anthropology, geography, sociology, political science, health, literature, law, education, and the arts. The very first issue was dedicated to the problems of Colonial attitudes toward the Native Americans.

Since 1974 the journal *American Indian Quarterly* began to be published, since that time it earned reputation as one of the dominant journals in Native American studies by presenting the most provoking scholarship in the field. It is a forum for diverse voices and perspectives spanning a variety of academic disciplines. This is an arena for publishing researches that contributed to the development of Native American studies as a field and to the sovereignty and continuance of Indigenous nations and cultures. Along with articles, AIQ features reviews of Native American books, films, and exhibits.

In 1977 a seminar on the development of curricula for the study of Native American literature started its activity, it was organized by P.G. Allen, Larry Evers, Dexter Fisher, John Rouillard, and Terry Wilson. Among its active participants were such writers and literary critics as Elizabeth Cook-Lynn, Joy Harjo, Victor Masayesva, Kenneth Roemer, LaVonne Brown Ruoff, James Ruppert, Leslie Marmon Silko. The information bulletin of this seminar was published by the Modern Language Association the same year under the name SAIL (Studies in American Indian Literature). Its first editor was Paula Gunn Allen. In the future, it will become a one-of-a-kind journal devoted entirely to the study of indigenous literature, which is still published today. The editorial board of SAIL invited the submission of scholarly, critical, pedagogical, and theoretical manuscripts focused on all aspects of American Indian literatures as well as the submission of poetry and short fiction, bibliographical essays, review essays, and interviews. The notion of Native American literatures was defined broadly to include all written, spoken, and visual texts created by Native peoples.

Since 2005 the journal contains a column *Major Tribal Nations and Bands*. As the editors mentioned, this list is provided as a service to the readers interested in further communications with the tribal communities and governments of American Indians and Native nations. Inclusion of a government in this list does not imply endorsement of or by SAIL in any regard, nor did it imply the enrollment or citizenship status of any writer mentioned; some communities have alternative governments and leadership that are not affiliated with the United States, Canada, or Mexico, while others are not currently recognized by colonial governments. The proposed lists were limited to the most relevant to the essays published in each issue, thus, not all bands, towns, or communities of a particular nation were listed. SAIL provided the most accurate and up-to-date tribal contact information available, the website addresses of each of mentioned tribes were available to the wide audience since those publications.

While all the above mentioned journals started as “paper journals” and only then moved online, *Transmotion* is a biannual, fully and permanently open-access online journal inspired by the work of Gerald Vizenor since 2015. Being in trend with digital era this totally Native American publication started its last and most recent issue with the words of one of modern American Indian poets of nowadays Ralph Salisbury: “On electronic computer memory chip I am writing about myself as a writer – a dog chasing its tail... Most of my poetry and much of my fiction has been composed with a stub pencil. The pencil is a one-legged skater, trying not to stumble. My memories of life are flowing into the computer screen”.(Lee 2020:1).

Identity is manifested as a subjective feeling of belonging to a particular social group and at the same time is a source of inspiration and continuity of each individual. The existence of the very phenomenon of identity is determined by the social context and the inviolability of social ties in society. The study of the North American identity has been and remains to this day a problem with inexhaustible potential for researchers. Identity becomes a form of discourse, causing self-discovery, self-interpretation, and the opportunity to transform into the “other” in one's own country. Native American identity can be presented as a theory of social proximity and distance or as an interpretive scheme of gradual and direct discovery of oneself and the surrounding social reality through media and social network communication.

Література

1. Шостак О.Г. (2020) Сучасні твори корінних письменників США та Канади у світлі критики постмодернізму. Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. № 41, Київ.
2. Bruyneel, Kevin. The Third Space of Sovereignty. The Postcolonial Politics of U.S.-Indigenous Relations. Minneapolis-London: University of Minnesota Press, 2007. 319p.
3. Karner, C.(2007) Ethnicity and Every Day Life. New York: Routledge.
4. Lee, Robert A. (2020)Electronic Computer and Stub Pencil: Poetry and the Writing-in of Ralph Salisbury "Transmotion" Vol.6. No.1.
5. Robertson, Dwanna L (2013): Navigating Indigenous Identity [Online resource]/ Dissertation Paper. – 183p. - Access: http://scholarwork.umass.edu/open_access_dissertations.
6. Jaimes M.A.(1996). Indian Identity"Native America in the Twentieth Century: An Encyclopedia".New York-London.

ЯСАКОВА Наталія,

доктор філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри української мови,

Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)

ПРИКМЕТНИК «УКРАЇНСЬКИЙ» У ГАЗЕТІ «РАДА»:

ПРАКТИКА ВЖИВАННЯ ЛЕКСЕМИ І РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕЇ

Від часу формування нової української літературної мови її лексикон зазнав істотних трансформацій, зумовлених, зокрема, еволюцією українського руху, важливими історичними подіями, що змінили життя більшості українців. Деякі мовні зміни, наприклад запозичення слів, дуже помітні, інші – менш виразні, стосуються функціонування вже відомих одиниць. Розширення сполучуваності, встановлення нових або втрата старих парадигматичних зв'язків із іншими лексемами, поява, зникнення або зміна конотацій засвідчують модифікацію різноманітних понять, зокрема, й зміну уявлень про українську націю.

Самоусвідомлення українців як національної спільноти можна дослідити, аналізуючи параметри вживання лексики *український* у текстах різних періодів. Упродовж XIX–XX століття функціонування цього прикметника зазнало трансформацій, відбиваючи історичні етапи розвитку української ідеї.

На початку XX століття попри супротив влади і намагання зберегти імперську кваліфікацію, вербалізовану прикметником *малоросійський*, лексема *український* розширює свою сполучуваність. Це слово використовують не тільки в етнографічному контексті, а й щодо політичних, культурних, освітніх і наукових інституцій на зразок *музей, катедра, наукове товариство, партія, університет, фракція* тощо. Провідну роль в узвичаєнні таких уживань відіграла українська преса, зокрема щоденна українська газета «Рада», яка з'явилася після скасування 1905 року царських заборон на українське слово. Завдяки зусиллям Є. Чикаленка вона виходила друком з 1906 по 1914 рік і була розрахована на читачку аудиторію всієї України, а також українців за її межами (2, с. 152–153). Через брак коштів газета з часом переорієнтувалася на українську інтелігенцію (1, с. 499). Хоча коло читачів звузилося, видання продовжувало виконувати надзвичайно важливу суспільну функцію, адже охоплювало соціальну групу, яка була основою модерної національної спільноти. За словами Р. Шпорлюка, націєтворення нерозривно пов'язане з розвитком інтелігенції. Перше покоління української інтелігенції з'явилося, коли Котляревський писав «Енеїду», і відтоді «націю творила спільнота читачів, авторів і відвідувачів театральних вистав, концертів та інших

культурних подій» (4, с. 419). XX століття ознаменувалося розвитком української преси. З появою щоденної української газети українська інтелігенція отримала новий об'єднавчий чинник, з'явилася нова категорія текстів, яка створювала національний публічний дискурс.

На сторінках «Ради» простежуємо українське у різноманітних вимірах (політичному, економічному, культурному), наприклад: *Центральний комітет української соціал-демократичної робітничої партії подав проєкт умов, на яких українська с.-д. р. партія могла б з'єднатися з російською с. д. р. партією* (Рада, 1906, № 5, с. 2). *Одною з найбільших перешкод є брак нових чисто українських п'єс* (Рада, 1909, № 286, с. 1); *Центральна політична організація українців м. Львова урядила в просторій залі тов. «Сила» чергову політичну розмову, призначену для широких верств українського громадянства в місті* (Рада, 1914, № 78, с. 1). Важливо, що газета висвітлювала події на всіх українських землях, формуючи національний наратив, що втілювався, зокрема, через практику вживання прикметника *український*. У такий спосіб на лексико-семантичному рівні закріплювалася візія української нації, яка охоплює різні соціальні групи, має власні політичні інтереси й культурне життя. У газеті регулярно з'являлися оголошення про театральні вистави, книгарні, різноманітні видання, схарактеризовані прикметником *український*. Українське поставало як частина щоденного життя, а не ідеальний конструкт.

Газета фіксувала характерну для російської імперії амбівалентність у сприйнятті українського: «“Там”, вгорі, на українців привикли дивитися то як на корінних “руських”, коли ми допоминаємося наших національних прав, то як на инородців, коли ми вимагаємо поводитися з нами, як з корінними “рускими”, (наприклад – раніш книжок, а тепер газет, журналів то що)» (Рада, 1907, с. 2). Водночас виявлялося важливе для формування модерного бачення української нації протиставлення українського і малоросійського. Наприклад, у дописі про діяльність українського студентського товариства зазначено: «Проте, і тут, як, на жаль, скрізь є “землячки-малороси”, – котрі тоді тільки оповіщають про себе, як це для них “приємно, полезно и лестно” – тоді й вони не соромляться числитись щирими українцями, виявляють “справжніх малоросів”» (Рада, 1911, № 261, с. 3).

Практика вживання прикметника «український» у газеті «Рада» демонструє зміцнення української національної ідеї на початку XX століття. Лексема розширила свою семантико-синтаксичну сполучуваність, стала звичною для характеристики найрізноманітніших аспектів соціального життя, зокрема, набуваючи політичного значення й вступаючи в антонімічні відношення з прикметником «малоросійський».

Література

1. Бойко А. Ю. Євген Чикаленко – видавець першої україномовної щоденної газети «Рада». *Рукописна та книжкова спадщина України*. 2014. Вип. 18. С. 497–512.
2. Опанащук П. Газета «Рада» як осередок українського національно-культурного руху (1906–1914 рр.). *Наукові записки з української історії*. 2007. Вип. 19. С. 152–158.
3. Рада : щоденна політ., економ. і літ. газета. Київ, 09.1906.–07.1914. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/dlib/item/0001110> (дата звернення: 12.03.2025).
4. Шпорлюк Р. Видавай або пропадай: тексти і народи. *Формування модерних націй: Україна – Росія – Польща*. Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2016. С. 405–427.

СОЦІОКУЛЬТУРНА ІНТЕГРАЦІЙНО-ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНА ДИНАМІКА СУЧАСНИХ МЕДІА

БАЛАЛАЄВА Олена,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії та міжнародної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

«ВІЙНА» І «МИР» У КАТЕГОРІЯХ МЕДІА

Категоризацію медіаконтенту регламентують різноманітні стандарти, одним з яких є *Media Topics*, розроблений Міжнародною радою з питань преси та телекомунікацій. Це стандарт медіатем, який являє собою таксономію, організовану за ієрархічним принципом. На найвищому рівні розташовано 17 макротем, одною з яких є *Conflict, war and peace* «Конфлікт, війна і мир», що охоплює всі «акти протесту або насильства, мотивовані соціально чи політично, військову діяльність, геополітичні конфлікти та спроби їх вирішення» [1].

Категорія «Конфлікт, війна і мир» має 28 підпорядкованих об'єктів: 9 – на другому рівні, 18 – на третьому та 1 – на четвертому.

На другому ієрархічному рівні розташовано 9 підтем: *act of terror* «терористичний акт»; *armed conflict* «збройний конфлікт»; *civil unrest* «громадянські заворушення»; *coup d'etat* «державний переворот»; *cyber warfare* «кібервійна»; *massacre* «різанина»; *peace process* «мирний процес»; *post-war reconstruction* «післявоєнна реконструкція»; *war victims* «жертви війни».

До кожного поняття у таксономії наведено стисле визначення (у матеріалах наводимо оригінальні визначення *Media Topics*).

Підтема *act of terror* «терористичний акт» сфокусована на інформації про «акт насильства, що часто призводить до жертв, спрямований на те, щоб викликати страх і тривогу серед населення» і має два окремо визначені поняття: *act of bioterrorism* «акт біотероризму» – атаки з використанням біологічних агентів та *terrorist bombings* «бомбовий тероризм» – умисне використання вибухових пристроїв проти людей, будівель чи інших споруд.

Підтема *armed conflict* «збройний конфлікт» призначена для категоризації інформації про всі суперечки між протиборчими групами із застосуванням зброї за чотирма підкатегоріями: 1) *guerrilla activity* «партизанська діяльність» – антиурядові або воєнні дії таємних або недержавних бойових груп; 2) *international military intervention* «міжнародна військова інтервенція» – тимчасове використання міжнародних сил у країні чи регіоні, які потребують зовнішньої допомоги для вирішення кризи; 3) *military occupation* «військова окупація» – тимчасове насильницьке захоплення країни або регіону шляхом вторгнення збройних сил; 4) *war* «війна» – бойові дії однієї групи або геополітичного суб'єкта проти іншої (тема «війна» має одне підпорядковане поняття: *civil war* «громадянська війна» – збройний конфлікт між членами однієї країни, в деяких випадках з метою поділу країни).

Підтема *civil unrest* «громадянські заворушення» охоплює «мітинги, страйки, демонстрації, бунти чи інші заворушення населення, часто на знак протесту проти політики або дій уряду чи іншої організації» з поняттями: 1) *demonstration* «демонстрація» – ненасильницький публічний вияв підтримки чи спротиву справі, ідеї чи політиці у формі масового мітингу чи маршу; 2) *rebellion* «повстання» – організовані дії опозиції до уряду чи урядуючої партії жителями країни, часто насильницькі та з метою повалення уряду; 3) *revolution* «революція» – примусова і часто насильницька зміна або повалення політичної системи чи

суспільного ладу країни внутрішніми силами на користь нової системи; 4) *riot* «бунт» – насильницькі, деструктивні дії громадського безладу групою людей, як правило, у відповідь на скаргу або як акти протидії, передбачають травмування окремих осіб і знищення майна.

Дві підтеми на другому ієрархічному рівні не мають підпорядкованих понять, а саме: *cyber warfare* «кібервійна» – кібератаки або ймовірні атаки, у яких державна установа є або спонсором, або ціллю та запобіжні заходи проти таких дій, а також *massacre* «різанина» – масове вбивство людей, як правило, мирного населення, під час воєнних дій.

Підтема *peace process* «мирний процес» призначена систематизувати контент про «організовані дії для припинення війни чи конфлікту, які зазвичай передбачають мирні переговори та укладання угод» і має п'ять категорій: 1) *disarmament* «роззброєння» – скасування або зменшення арсеналу озброєння країни; 2) *peace envoy* «мирний посланець» – особа чи організація, яка ініціює та здійснює мирний процес; 3) *peace plan* «мирний план» – стратегія досягнення миру в країні, що воює чи в зоні конфлікту; 4) *peace talks* «мирні переговори» – дискусії між країнами, регіонами світу або геополітичними суб'єктами, які перебувають у конфлікті чи війні, часто за участю посередника, з метою досягнення мирного рішення; 5) *peacekeeping force* «миротворчі сили» – військові сили нації або кількох націй, що працюють разом, чия місія полягає в підтримці миру в зонах конфлікту.

Підтема *post-war reconstruction* «післявоєнна реконструкція» освітлює всі дії з відновлення суспільства, економіки чи політичної системи на території, що постраждала від війни, з окремою категорією *ordnance clearance* «знешкодження боєприпасів» – видалення або нейтралізація боєприпасів, як-от наземні міни або касетні бомби, які можуть залишитися після війни чи збройного конфлікту на громадських місцях.

Остання підтема *war victims* «жертви війни» присвячена особам, які отримали поранення або загинули під час війни чи збройного конфлікту, зокрема й серед цивільного населення, із двома окремими категоріями: *missing in action* «зниклі безвісти» – цивільні особи або військовослужбовці, які зникли безвісти під час або після воєнних дій, конфліктів чи війни та *prisoners of war* «військовополонені» – особи, захоплені, ув'язнені або затримані ворожими угрупованнями під час воєнних конфліктів або війни.

Тобто весь спектр медіатем, пов'язаних із війною і миром, можна уналежнити до однієї з цих категорій. На відміну від словників природної мови, таксономія суворо обмежена. Проте під кутом стандарту, цей набір тем є достатнім для класифікації та поширення інформації з будь-якої теми.

Література

1. IPTC Official Website. URL: <http://www.iptc.org>. (дата звернення: 201.02.2025).

БАШМАНІВСЬКА Любов,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри української та зарубіжної літератур і методик їх навчання,
Житомирський державний університет
імені Івана Франка
(м. Житомир, Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТІВ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасному світі цифрові технології суттєво впливають на всі сфери життя, зокрема й на медіа. В епоху цифровізації традиційні медіатексти зазнають значних змін, що відображаються на способах створення, поширення й сприйняття інформації. Інтерактивність, мультимедійність, персоналізація контенту та інші нові формати стають важливими характеристиками сучасних медіатекстів. Ці трансформації створюють нові можливості для

комунікації, породжуючи водночас виклики, пов'язані з маніпуляціями, достовірністю інформації й зміною поведінки аудиторії.

Особливості трансформації медіа в сучасних умовах цифровізації досліджували М. Андрющенко, І. Байда, О. Бутурліна, О. Гресько, О. Гудзь, С. Довгаль, Т. Крайнікова, М. Лисинюк, С. Петькун, Д. Сизонов, Т. Трачук, Т. Тухтарова, Є. Цимбаленко та інші. Зокрема, Т. Трачук та М. Андрющенко розглядають актуальні тенденції та особливості функціонування онлайн-медіа в контексті цифрової трансформації медіасфери. Автори вважають, що стрімкий технологічний прогрес, а також зміна звичок медіаспоживання істотно трансформують сучасний медіаландшафт. Виступаючи ключовими гравцями цифрового інформаційного простору, медіа адаптуються до нових умов і формують інноваційні підходи до створення та поширення контенту [4, с. 212].

На трансформації медіа, що відбувається через динамічний розвиток мережевої комунікації, комп'ютерних технологій, конвергентної журналістики тощо, наголошує О. Гресько, підкреслюючи, що експериментально-новаторські підходи виробництва й поширення контенту зумовлюють традиційні медіа розвивати нові мультимедійні платформи для реалізації інформаційно-комунікаційних стратегій [1, с. 31].

Мета розвідки – дослідити особливості трансформації сучасних медіатекстів в епоху цифровізації, проаналізувати ключові аспекти змін у медіаконтенті та їхній вплив на сприйняття інформації аудиторією.

Трансформація медіатекстів сучасності в умовах цифровізації є багатогранним процесом. Завдяки широкому розповсюдженню цифрових платформ традиційні друковані та телевізійні матеріали поступово поступаються мультимедійним інтерактивним формам, що поєднують аудіо, відео, гіперпосилання тощо. Це призводить не тільки до розширення можливостей подання інформації, а й до її доступності й інтерактивності. Основними платформами для створення й розповсюдження контенту, що змінили роль традиційних медіа в сучасному соціумі, стали соціальні мережі, блоги та онлайн-медіа. Є. Цимбаленко виокремлює основні елементи практичної реалізації глобального контенту, серед яких вірусна комунікація як форма продукування й поширення контенту; глобальні інтернет-сервіси (YouTube, Flickr, Instagram); міграція форматів, коли успішні телевізійні продукти адаптуються каналами для аудиторії; експансія міжнародних телевізійних гігантів на національний медіаринок тощо [5, с. 71].

Через цифровізацію з'являються та оновлюються нові жанри й стилі медіатекстів. Зокрема, подкасти, інтерактивні репортажі, короткі відео, візуальні сторітелінги тощо набули великої популярності серед аудиторії. Також змінилося споживання інформації. Користувачі віддають перевагу динамічним і швидким форматам, що в будь-який момент можуть бути переглянуті на гаджетах. У зв'язку з цим виробники контенту створюють більш лаконічні й візуально привабливіші матеріали.

У контексті означеної проблеми виокремимо дослідження Д. Сизонова, який розглядає стилістичну трансформацію фразеологізмів в українських мас-медіа. Автор акцентує на семантичних змінах фразеологічних одиниць, що, трансформуючись у мові медіа, набувають нових експресивно-емоційних відтінків і впливають на масову свідомість аудиторії. Дослідник підкреслює, що стилістична трансформація фразеології найбільше представлена в рекламній комунікації, політичних і бізнесових медіа [3, с. 154].

Ще один важливий аспект – це вплив штучного інтелекту на трансформацію медіатекстів. Автоматизоване створення новин, застосування нейромереж для генерації текстів, персоналізація – це реальність сучасних медіа. Ключова роль у визначенні контенту, що буде запропонований користувачам, належить алгоритмам соціальних мереж і пошуковим системам, що, своєю чергою, впливають на формування сучасного інформаційного простору.

Водночас цифровізація призвела до нових викликів. Зокрема, сьогодні актуальною є проблема фейкових новин і маніпуляцій. У багатьох онлайн-медіа поширюється недостовірна інформація, що може мати серйозні соціальні наслідки. О. Гудзь та С. Петькун наголошують, що нова медіареальність породжує нові загрози: маніпуляції, емоційні реакції, кіберризики тощо. [2]. Важливу роль у цьому контексті відіграють фактчекінгові ініціативи, медіаграмотність населення та розвиток механізмів ідентифікації достовірності джерел. Крім того, значну роль у трансформації медіатекстів відіграє розвиток віртуальної реальності, що відкриває нові можливості для глибшого занурення аудиторії в контент. Інтерактивні репортажі, 3D-симуляції подій, віртуальні новинні студії сприяють новому рівню взаємодії з інформацією.

Отже, епоха цифровізація суттєво впливає на медіатексти, трансформуючи їх, змінюючи структуру, форми подачі й способи сприйняття. Мультимедійність, інтерактивність і персоналізація стають вагомими характеристиками медійних текстів і сприяють залученню аудиторії та розширенню комунікаційних можливостей. Також зростає значення штучного інтелекту в процесах створення й поширення контенту. Однак трансформація сучасних медіатекстів у епоху цифровізації – процес із позитивними й негативними аспектами. Відтак дослідження трансформацій медійних текстів залишається актуальним, оскільки їхній розвиток продовжується й визначає майбутнє інформаційного простору.

Література

1. Гресько О. В. Трансформація медійного контенту в умовах конвергенції ЗМК. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. IV (14). I.: 89. С. 29–31.
2. Гудзь О., Петькун С. Формування нової медіареальності в умовах цифрових трансформацій. *Вісник ХНТУ*. 2023. № 4 (87). С. 339–345. DOI <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.42>
3. Сизонов Д. Ю. Стилiстична трансформація фразеологiзмiв в українських мас-медiа. *Науковий вiсник Мiжнародного гуманiтарного унiверситету. Сер.: Фiлологiя*. 2018 № 37. Т. 3. С. 154–157.
4. Трачук Т., Андрищенко М. Тенденції й особливості функціонування онлайн-медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35. (74) № 4. С. 212–220. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/34>
5. Цимбаленко Є. С. Тенденції трансформацій у медіакомунікаціях: глобальність контенту. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. IV (12). Issue: 76. С. 68–71.

ЄВСЮКОВА Аліна,
магістрантка 1 курсу філологічного факультету,
Національний університет
«Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

ВОЄННІ ЗЛОЧИНИ ТА ЇХ ВИСВІТЛЕННЯ В МЕДІА: ПРОБЛЕМИ ОБ'ЄКТИВНОСТІ Й ЕТИКИ

Воєнні злочини – серйозні порушення міжнародного гуманітарного права, скоєні під час збройного конфлікту. До них належать убивства цивільних, катування, сексуальне насильство, незаконне примусове переселення, руйнування цивільної інфраструктури без військової потреби тощо. Вони підлягають розслідуванню та покаранню відповідно до норм міжнародного права, зокрема Женевських конвенцій [1].

3-поміж першочергових завдань засобів масової інформації – донесення правди про воєнні злочини, збір доказів, формуванні громадської думки і – що є по-особливому важливим – об'єктивне висвітлення подій, тобто подача інформації без особистих упереджень, маніпуляцій й емоційного забарвлення. Важливо дотримуватися того принципу об'єктивності, який передбачає й регламентує неупереджене висвітлення подій, перевірку фактів та зіставлення різних поглядів з метою уникнення викривлення реальності [2]. Важливо дбати також про дотримання етичності – моральних норм і принципів, що визначають правильність дій людини загалом або професійної діяльності зокрема. Ідеться передусім про чесність, достовірність, повагу до прав людини, недопущення маніпуляцій, збереження конфіденційності постраждалих від воєнних злочинів [2].

Під час окупації Чернігівської області російськими військами зафіксовано численні порушення міжнародного права, які можуть бути кваліфіковані як воєнні злочини. Документування цих злочинів вимагало ретельного підходу та подолання значних перешкод, зокрема таких, як обмежений доступ до місць подій та психологічний стан свідків.

Місцеві засоби масової інформації відіграють ключову роль у донесенні правди про події на окупованих територіях. Їхня близькість до подій уможливлює надання детальної та достовірної інформації. Під час конфліктів інформаційний простір уцент наповнюється пропагандою та фейковими новинами. Журналісти повинні бути особливо уважними, вони мають ретельно перевіряти інформаційні джерела, уникати поширення непідтверджених відомостей про події, явища, людей тощо. Публікація деталей про жертв і свідків може наражати їх на небезпеку. Журналісти покликані також дотримуватися принципів конфіденційності, захищати особисті дані під час висвітлення воєнних злочинів.

Об'єктивне та етичне висвітлення воєнних злочинів сприяє формуванню громадської думки й може впливати на рішення міжнародних організацій щодо надання допомоги постраждалим регіонам. Журналістські матеріали нерідко зазнають впливу пропаганди, дезінформації та емоційного конотування, що може спотворювати сприйняття подій. Тому перевірка фактів, використання надійних джерел та відповідність міжнародним журналістським стандартам є ключовими умовами достовірного представлення конкретної суспільної (воєнної у широкому розумінні) картини. Етичні аспекти також відіграють значну роль, адже важливо не лише донести правду, а й уникнути повторної травматизації жертв, забезпечити конфіденційність постраждалих і не перетворити трагедію на медійний продукт.

Журналісти, які працюють у зонах конфліктів, стикаються із серйозними психологічними ризиками, тому питання їхньої безпеки та ментального здоров'я не мають залишатися поза увагою. Сучасні технології відкривають нові можливості для збору доказів і перевірки фактів, однак водночас створюють додаткові загрози, зокрема через поширення фейкової інформації. Тому медіа просто зобов'язані активно співпрацювати з правозахисними організаціями, міжнародними судовими інституціями та експертами з OSINT (відкритої розвідки), щоб забезпечити якісне й неупереджене висвітлення подій. Отже, журналістика у сфері воєнних злочинів є не лише засобом інформування, а й інструментом міжнародної справедливості. Відповідальне висвітлення цих подій допомагає зберегти історичну правду, притягнути злочинців до відповідальності та запобігти майбутнім порушенням міжнародного гуманітарного права.

Література

1. Гнатовський М., Короткий Т. Визначення воєнних злочинів у міжнародному кримінальному праві. Юридична газета. URL: <https://yurgazeta.com/publications/practice/kriminalne-pravo-ta-proces/viznachennya-voennih-zlochiv-u-mizhnarodnomu-kriminalnomu-pravi.html> (дата звернення: 27.02.2025).
2. Іванов В. Ф., Штурхецький С. В. Практикум із журналістської етики: навчальний посібник. 2-е вид, стереотипне. К. : Видавець О. Зень, 2012. 312 с.

ЖЕЖЕРА Ніна,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
заслужений журналіст України,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ У МЕДІЙНОМУ СВІТІ: ТРЕНДИ І ТЕНДЕНЦІЇ

Активне впровадження нових технологій у сучасних медіа та соціальних мережах змінює підхід до створення та споживання контенту, адже відбувається трансформація взаємодії аудиторії з медіапростором. Назрілий перехід від традиційних форматів та способів подачі інформації до інтерактивних і персоналізованих її форм вимагає всебічного аналізу технологічних, соціальних та культурних аспектів цього явища.

Сьогодні вільний час став справжньою розкішшю, і споживачі інформації не готові витратити більше кількох хвилин (або навіть секунд) на те, що їм не видається корисним, цікавим і не приносить задоволення. Яскравим прикладом є соцмедійний застосунок TikTok, який покриває ці три названі потреби. Він своїм вибуховим зростанням аудиторії сколихнув ринок. Варто зазначити, що на ринку медіакомунікацій вже давно не було глобальних інновацій у форматах контенту - від часів появи Snapchat і наступних за цим Stories в Instagram нічого особливо не змінилося. Нині ж опускаються вниз за рівнем популярності ще недавно основні гравці на полі комунікації.

Саме до TikTok прикута основна увага всіх гравців ринку і контент-кріейторів, оскільки згідно з дослідженнями, ця платформа стає сервісом номер 1, потіснивши Facebook та YouTube – в першу чергу, завдяки своїм форматам коротких вертикальних відео на ту чи іншу тематику (і це вже далеко не тільки танці під музику).

Перелічені інтернет-ресурси впродовж останніх років витісняють зі сфери впливу традиційне телебачення, яке серед інших медіаресурсів упродовж десятиліть перебувало в лідерах. Цей процес, вочевидь, має незворотній характер. Так чи інакше, одним із головних трендів є домінування відеоконтенту як у класичних медіа, так і в соціальних мережах. Варто відзначити, що українські медіа дуже динамічно реагують на зміни в технологіях та поведінці аудиторії [1].

Окрім домінування відеоконтенту, ще один тренд останніх років впадає в око уважного спостерігача: це активне впровадження в відеовиробництво та поширення контенту штучного інтелекту (ШІ). Його використовують передовсім як можливість збільшити інтерактивність й задовольнити з допомогою інструментів ШІ попиту на ефективність у роботі редакцій. ШІ оптимізує низку виробничих процесів та дозволяє виконувати завдання, що традиційно потребували людського інтелекту: розпізнавання мови, візуальне сприйняття, прийняття рішень тощо. Штучний інтелект відіграє вже зараз ключову роль у таких основних напрямках медійної індустрії, як автоматизація, систематизація, генерування контенту, персоналізація вмісту, аналітика споживання.

Дослідженням цієї актуальної теми українські науковці переймаються не надто активно. Зате є свіжі огляди дослідників журналістики, зокрема, британських [2], створених в результаті власного моніторингу вивчення проблеми. Згідно з результатами Ніка Ньюмана, двадцять років ХХІ століття відзначаються активним впровадженням технологій, які трансформують медіа. Подальші роки визначатимуться не тим, як швидко медіа перейдуть на цифрові технології, а тим, як вони трансформують контент, щоб відповідати швидкозмінним очікуванням аудиторії.

ШІ також радикально змінює продакшн (процес виготовлення) і розповсюдження медіа. Наявні інструменти дозволяють створювати складні візуальні ефекти, покращувати якість зображення і звуку та автоматизувати редагування відео- й в Adobe Photoshop.

Українські медіа активно впроваджують технологію ШІ у повсякденну діяльність. Так, Суспільне ТБ вже використовує моделі для автоматичного генерування субтитрів у новинних програмах, що робить їх доступнішими для людей з вадами слуху [3], а редакція каналу «Факти ICTV» покращує пошук новин та рекомендацій (частину новин пише безпосередньо ШІ)[4]. Важливо, що зростає відсоток українських медійників, які створюють та використовують у роботі власні ШІ-розробки, програми для аналізу баз даних тощо.

Віртуальна реальність - ще один тренд року в масовій комунікації, оскільки цей інструмент створений технічними засобами. По суті це інший світ, який доступний людині через її власні органи чуття: зір, слух, дотик. VR дає змогу створювати унікальні користувацькі досвіди занурення в контент, що значно активізує взаємодію аудиторії та стимулює її емоційне сприйняття.

Використання інноваційних технологій у медіа відкриває дедалі більше нових можливостей. Водночас впровадження ШІ, наприклад, породжує нові виклики — такі, як питання конфіденційності, достовірності, етичні дилеми та заміщення людських ресурсів. Зокрема, розвиток ШІ уможливорює ризик зловживання даними та посилення «фільтраційних бульбашок», де користувачі стикаються лише з таким контентом, що відповідає їхньому світогляду і вподобанням.

Штучний інтелект, віртуальна реальність та значне переважання відеоконтенту над іншими інструментами комунікації, які використовували раніше, вже зараз потужно впливають на медіаіндустрію у всіх її аспектах - від продакшену до споживання контенту [5]. І надалі цей вплив буде посилюватись. Проте виклики, пов'язані з маніпуляціями, плагіатом та емоційним контентом, потребують нових підходів до (само)регулювання та моніторингу медійного простору і, можливо, реагування та контролю використання нових технологій на законодавчому рівні.

Сучасний медіаландшафт зазнає суттєвих змін і, відтак, з'являється нагальна потреба в глибокому дослідженні актуальних тенденцій, а також у розробці стратегій адаптації, що забезпечать збалансованість інновацій та збережуть фундаментальні журналістські принципи.

Література

1. Розвиток відео та залучення ШІ — основні інновації 2024 року в українських медіа. Річне опитування ІМІ <https://imi.org.ua/monitorings/rozvytok-video-ta-zaluchennya-shi-osnovni-innovatsiyi-2024-roku-v-ukrayinskyh-media-richne-i65881>
2. Ньюман Нік <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>
3. Суспільне Новини <https://suspilne.media/news/schedule/tv/>
4. «Факти ICTV» оновили сайт <https://detector.media/infospace/article/210033/2023-04-12-fakty-ictv-onovyly-sayt/>
5. Грозна О.О. Технологічні інновації в онлайн-медіа: роль штучного інтелекту та віртуальної реальності у трансформації контенту. Обрії друкарства, (1(15), 102–112. <https://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/302843>

ЗАГОРУЙ Анастасія,
бакалавр 4 року навчання
спеціальності «Журналістика»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник – Семашко Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ ЯК ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Захоплива подорож журнального видання крізь час була сповнена приголомшливими відкриттями та несподіваними викликами. Перший журнал створила країна, яка розташувалась на заході Європи: 5 січня 1665 року письменник Дені де Салло випустив перший номер французького наукового журналу «Le Journal des Scavans». Однак, видання припинило публікацію вже у 1792 році – у часи Французької революції. Пізніше, у 1797 році, часопис знову з'явився, проте вже з іншою назвою: «Journal des savants». З того часу в його матеріалах почали все менше розміщувати наукових досліджень. Після виходу в світ «Journal des savants» – запустився ланцюжок нових ідей, завдяки яким інші країни також почали випускати власні наукові журнали.

Натомість, перший новинний тижневик світ побачив 3 березня 1923 року. «Факти» – перша назва журналу, який створили студенти Брітон Гедден і Генрі Люс. Їх ідеєю було створити видання, яке б містило як термінові новини, так і розважальні матеріали. Так з'явився оновлений журнал «TIME» – і розпочалась вражаюча історія відомого часопису. Пізніше у журнального видання «TIME» почали з'являтися конкуренти: U.S. News World Report та Newsweek.

Тим часом, періодика в Україні, як зауважила Олена Орлик, за двадцять років пройшла тривалий шлях становлення. Дослідниця пише про те, що в 1928 році розвиток журнальних видань досягнув найвищого рівня: видавалось 412 найменувань, із загальним тиражем 18 910 екземплярів [1]. Це були дивовижні видання, які охоплювали найрізноманітніші теми та питання: на сторінках журналів писали про науку, техніку, історію, освіту та культуру, а також про сільське господарство та медицину. Обов'язково враховувались категорії читачів – їхній соціальний статус, вік, стать та освіта. Проте, подібні експерименти відбувались лише під пильним наглядом комуністичної партії.

«Політика українізації упродовж 1924-1931 років дала простір для появи цікавих експериментів, літературних пошуків і знахідок – нових видань. За такий короткий час встигло спалахнути й згаснути чимало яскравих проєктів. Частина з них зникла не через те, що авторам захотілося змін, а через цензуру та втручання радянської влади. Деякі дописувачі, кого зараз ми впізнаємо на сторінках підручників, переходили з редакції в редакцію, вигадували різні формати та сперечалися. Сучасному читачеві знайомі такі журнали, як «ВАПЛІТЕ», «Нова генерація», «Гарт» та «Нове мистецтво». У першій половині ХХст. вони були актуальною періодикою, а сьогодні є свідченням того, як жили люди 100 років тому», зазначає авторка Марія Стахів у статті ««Універсальний журнал»: і медіа, і хуліганство 100-річної давнини» [2].

Через втручання радянської влади багато проєктів згасали та тонули в суцільній пітьмі, однак хрусткі сторінки періодики все ж мають пам'ять, яка продовжує старанно дбати про те, щоб минуле творило щасливе майбутнє.

Історія журнального видання продовжує долати надокучливі тенета часу та змінюватись із неймовірною швидкістю. Тепер штучний інтелект стрімко розвивається і вносить свої корективи у світ журналістичнознавства. Так, восьмий номер електронного журналу «Дуршлаг», який заснували у 2007 році, був створений за допомогою штучного інтелекту. Текст для випуску створював chatGPT, а з ілюстраціями працювали Dall-E, OpenArt та Midjourney. Бойко О. зазначає, що засновник інтернет-видання Павло Салига на своїй фейсбук-сторінці написав про номер, що для читачів він стане приємним відкриттям, а також сприятиме розширенню знань та інтересів [3].

«Дуршлаг» – це новий експеримент, який не залишить байдужим нікого. Тепер замість редакційної колегії, яка відповідально контролює якість матеріалів, творить штучний інтелект. Читач може охоче ознайомитись із такими темами у виданні: «Що робити ілюстраторам?», «Деконструкція мистецтва», «Нове життя колажу», «Чи може штучний інтелект створювати абстрактне мистецтво?» тощо. «Зараз ми працюємо над квітневим номером, де спробуємо вивести дискусію на новий рівень. Штучний інтелект створює свої роботи на базі чужих робіт. Виникає моральне та юридичне питання: наскільки можна вважати самостійною таку роботу, що копіює стиль іншого митця? Проте найбільше, що нас вразило, це наскільки люди, що раніше ніяк не були пов'язані з мистецтвом, з головою занурюються у створення таких робіт. Це схоже на подібний прорив, який зробила колись фотографія» – повідомив Павло Салига [3].

Отже, історія журнального видання сповнена дивовижними подорожами, вражаючими відкриттями, досягненнями та непередбачуваними викликами. Світ стрімко продовжує змінюватись, що продукує колосальні зміни. Відтак, трансформуються і періодичні видання, шукаючи нові шляхи для взаємодії із читачами, щоб залишитись цінними для своєї аудиторії.

Література

1. Орлик О. Журнальні видання 20-30-х років XX століття як джерело дослідження видавничої справи в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2009. №6. С. 1.
2. Стахів М. «Універсальний журнал»: і медіа, і хуліганство 100-річної давнини: СЕНСОР. URL: <https://sensormedia.com.ua/culture/universalnyj-zhurnal-i-media-i-huliganstvo-100-richnoyi-davnyny/> (дата звернення: 14.11.2024)
3. Бойко О. Вийшов український журнал, повністю створений за допомогою штучного інтелекту: ЧИТОМО| Культура читання і мистецтво книговидавництва. URL: <https://chytomo.com/vyjshov-ukrainskyj-zhurnal-povnistiu-stvorenyj-za-dopomohoiu-shtuchnoho-intelektu/> (дата звернення: 14.03.2023)

ЗЕЛІК Оксана,
старший викладач кафедри журналістики
Полтавський національний
педагогічний університет
імені В. Г. Короленка
(м. Полтава, Україна)

ТЕМАТИЧНІ ДОМІНАНТИ УКРАЇНСЬКОЇ ВОЄННОЇ КОМІКСОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ЗА МАТЕРІАЛАМИ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ЗАБОРОНА»

Сучасна українська журналістика застосовує широкий арсенал жанрів, аби задокументувати, осмислити, відрефлексувати війну в Україні. Так, видання «Заборона» активно використовує жанр коміксу аби представити різні аспекти життя українців під час

війни. Оксана Гудошник досліджувала воєнний комікс як медіа [1], українські воєнні наративи коміксової журналістики [2], проте тексти графічної журналістики про війну, опубліковані в інтернет-виданні «Заборона», ще не були предметом окремого дослідження.

«Заборона» – одне із небагатьох українських медіа, яке системно публікує комікси. Заборона Медіа – це незалежне видання про суспільство і культуру. Про себе редакційний колектив говорить так: «Ми розповідаємо про суспільні виклики, свободи і кордони безпеки, про людей, які відстоюють базові права і змінюють уявлення про те, як може бути влаштований світ. Ми говоримо про те, про що інші мовчать.

Заборона – це репортажі, розслідування, документальні відеопроєкти, комікси і мультимедійні формати (подкасти, візуальні історії). Ми відстоюємо інтереси нашої аудиторії, а наші історії впливають на суспільні процеси» [3].

Сучасна коміксова журналістика – це історії різного змісту в графічній формі. Оксана Гудошник зауважує, що «комікс сміливо презентує найсуперечливіші явища сучасності, стає формою культурної адаптації та медійним посередником у показі історичних подій та відтворенні травматичного досвіду» [2]. До повномасштабного вторгнення росії в Україну «Заборона» пропонувала комікси на тему осмислення травматичного минулого, як от, наприклад, депортація кримських татар, мовою коміксів розповідала про пам'ятники колоністам, тиранам і диктаторам та досвід взаємодії з ними у різних країнах та ін.

Але вже у січні 2022 р. «Заборона» опублікувала комікс Жені Олійник про тривогу через загрозу повномасштабної війни «Нападе чи ні?». Тематично цей комікс головно зосереджувався на психологічному стані людей, які живуть в постійному передчутті нападу.

Комікс-журналістика багато уваги приділяє воєнним конфліктам та їхньому впливові на життя людей, досліджує емоції і відчуття людей, які були їх учасниками або свідками. Так, Джо Сакко писав: «Я думаю, саме той момент, коли я відправився на Схід і написав серію коміксів “Палестина”, став відправною точкою для об'єднання журналістів і коміксів» [4]. На нашу думку, саме графічна журналістика активізується під час війни, бо візуалізація може не лише інформувати, а й передавати емоційні та соціальні аспекти проживання травматичних подій, а також не порушувати етичних кордонів людини, яка переживає пекучий біль втрати коханої людини («Слова, які я більше не скажу: комікс Анастасії Оприщенко про роботу горя після втрати»), з повагою говорити про людей травмованих і з інвалідністю («Невидимки: комікс Анастасії Оприщенко про життя після ампутації»).

Журналісти заборони використовують обов'язкові прийоми графічної журналістики: інтерв'ю, усні свідчення, візуальні пояснення, відтворення об'єктивності, візуалізований виклад даних.

Редакторка Заборони Марія Педоренко зустріла повномасштабне вторгнення росії в окупованому Криму. Вона перебувала на півострові через хворобу матері. Разом з ілюстраторкою Марією Петровою вона розповідає у коміксі в трьох частинах про свій досвід проживання війни в окупації: «Мій найбільший страх – таргани з сусідньої держави», «У нас в автобусі є терорист», «Я люблю тебе більше за все на світі».

Показ травматичних переживань, втрат і горя має різні виміри. Так, перші вісім місяців війни журналістка «Заборони» Анастасія Оприщенко досліджує через дрібниці, які зберігаються у кишенях зимового одягу («Що пам'ятають зимові речі?»).

Формат графічної журналістики редакція «Заборони» обрала аби говорити про те, як українці переживали блекаут та що робили без електроенергії («Що ми робимо без світла?»), про порятунок котів від війни («Котяча тероборона»), про кохання на відстані («Коли тебе нема»), і навіть мріяли про життя після перемоги («Коли закінчиться війна, що робитимеш?») та ін.

Комікси в інтернет-виданні «Заборона» представляють різні аспекти проживання війни в Україні. Журналісти акцентують нашу увагу не на історико-героїчних оповідях, а на історіях воєнного повсякдення, горювання, переживання травматичних подій.

Література

1. Гудошник, О. (2022). Воєнний комікс як медіа: українські та світові графічні наративи (Military Comics as a Media: Ukrainian and World Graphic Narratives). *Медіанаративи: колективна монографія*, 43-58.
2. Гудошник, О. (2023). КОМІКСОВА ЖУРНАЛІСТИКА: УКРАЇНСЬКІ ВОЄННІ НАРАТИВИ. Збірник наукових праць «ЛОГОС», (21 липня 2023 р.; Париж, Франція), 118–119. <https://doi.org/10.36074/logos-21.07.2023.33>
3. «Заборона Медіа» – незалежне видання про суспільство і культуру. Режим доступу до ресурсу: <https://zaborona.com/pro-redakciyu/>
4. Sacco J. (2012) Preface: A Manifesto, Anyone? Journalism. London: Jonathan Cape Ltd, 2012. С. 3–9.

КАЧАН Єлизавета,
студентка 4 курсу
факультету гуманітарних та соціальних наук,
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля
(м. Київ, Україна)

РЕЦЕНЗІЯ В ГАЛУЗІ КІНОКРИТИКИ: ПРОБЛЕМАТИКА, АКТУАЛЬНІ ФОРМАТИ ЖАНРУ

Кінокритика є важливим складником кінематографічного дискурсу, оскільки вона не лише допомагає глядачам оцінювати кінострічки, а й впливає на сприйняття кіно як мистецтва та соціального явища. Одним із ключових інструментів кінокритики є рецензія, яка дає змогу аналізувати кінокартини з різних точок зору, формуючи аргументовану оцінку їхніх художніх, технічних та змістових аспектів. Сучасна кінокритика переживає значні трансформації під впливом цифрових технологій, соціальних мереж та змін у сприйнятті аудиторії. Тому важливо проаналізувати основні проблеми розвитку жанру рецензії в кінокритиці та актуальні формати цього жанру в сучасному інформаційному просторі.

Рецензія базується на особистих уподобаннях критика, що може впливати на ступінь об'єктивності аналізу. У такому аспекті обговорюються проблеми “авторитетної думки” проти “смакової демократії” в епоху блогерської кінокритики. Сучасні глядачі надають перевагу коротким і доступним оглядам замість ґрунтовного аналізу. Важлива також популярність форматів відеорецензій та коротких текстових оглядів у соціальних мережах. Необхідно брати до уваги, що рецензенти можуть бути залучені до промоційних кампаній, що впливає на їхню незалежність. Існує проблема “зрежисованої критики” у співпраці з кіностудіями. Академічна критика базується на аналізі стилістики, наративу, символіки. Натомість масові рецензії часто зосереджені на розважальному аспекті фільму та його емоційному впливі.

Для традиційної рецензії характерний аналіз фільму за ключовими параметрами: сюжет, режисура, акторська гра, операторська робота, музика. На вибір формату рецензії впливає платформа, на якій планується оприлюднити рецензію: публікація в друкованих виданнях, онлайн-журналах і на тематичних платформах, поширення на YouTube, TikTok, X, Instagram. Рецензіям, оприлюдненим у соціальних мережах, притаманні неформальний стиль, емоційна

подача, меми, особисті реакції. Можливий також поглиблений аналіз фільму у форматі відеоесе (наратив, стилістика, соціальні аспекти). Для кіноманів пропонується аудіоформати подкастів, що дає змогу обговорювати кіно в інтерактивному форматі. Поширені також короткі рецензії у форматі постів в Instagram, Reels, Tiktok, X. Для сучасного сприймання характерні мінімізація текстового аналізу на користь візуального контенту. Важить також використання рейтингових систем. Популярні кіноблогери спроможні впливати на формування громадської думки.

Майбутнє кінорецензії – у балансі між глибоким аналізом та доступністю подачі матеріалу. Традиційна аналітична критика співіснує з розважальними форматами, створюючи нові виклики для кінокритиків. Попит на швидку та лаконічну інформацію сприяє розвитку альтернативних форматів рецензій, таких як розважальні, відеоогляди, короткі тексти. Кінорецензія залишається важливим ключовим жанром аналізу та оцінки кінематографу, проте зазнає змін через цифрову трансформацію відповідно до сучасних технологічних трендів.

КВАС Тетяна,
бакалавр 4 року навчання
спеціальності «Журналістика»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник – Семашко Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ПРИСУТНІСТЬ МЕДІА В INSTAGRAM: ІНСТРУМЕНТ ПОШИРЕННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ ТА ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ

Платформа Instagram сьогодні – це повноцінний інструмент для функціонування медіа в інформаційному просторі України. Цей сервіс дозволяє не лише публікувати фотографії, але й поширювати відеоконтент, текстові матеріали, просувати журналістські проекти та створювати особисті бренди. Практично всі провідні українські медіа мають свої сторінки в Instagram, а відомі журналісти активно використовують цю платформу для створення та поширення контенту.

Соціальна мережа Instagram від часу свого створення (Instagram розробили студенти Кевін Систром та Майк Крігер; застосунок з'явився в магазині App Store компанії Apple 6 жовтня 2010), мала вузький функціонал, який спочатку не був пристосований для поширення журналістських матеріалів чи розвитку масмедіа. Основний акцент платформи був спрямований на візуальний контент. Однак, з часом Instagram перетворився на важливий інструмент інформування, що став використовуватися в масмедіа. Часто публікації чи короткі відео впливових користувачів стають основою для журналістських статей, а іноді навіть стають приводом для розслідувань [2].

Instagram займає провідне місце серед платформ, які активно використовуються в Україні для поширення інформації та взаємодії з аудиторією. Акцентуємо, що соціальні мережі сприяють налагодженню взаємодії журналістів із джерелами інформації. Це платформа для

отримання ідей, коментарів аудиторії та зворотного зв'язку, що є основою для подальших матеріалів [3].

Платформа дозволяє охопити велику аудиторію завдяки зручному формату подачі інформації, що включає пости, сторіс, прямі ефіри та відео. Наприклад, працівники правоохоронних органів активно застосовують Instagram для розслідувань; зростає кількість державних установ, які використовують Instagram для комунікації з громадськістю. Так, сторінки Офісу Президента України, Міністерства оборони, Міністерства освіти і науки, міських адміністрацій та культурних закладів активно оновлюються, інформуючи про результати своєї діяльності.

Контент Instagram часто поєднує інформативність із візуальною привабливістю. Наприклад, медіа використовують яскраві заголовки, що привертають увагу користувачів. Відповідність хештегів під дописами є не менш важливою, адже вони спрощують пошук матеріалів, залучають нову аудиторію і дозволяють ефективно просувати контент.

Соціальна мережа Instagram з моменту свого заснування значно трансформувалася, ставши ефективним інструментом для популяризації контенту та роботи медіа. Сторіс, як функція платформи, дозволяє швидко і без значних затрат привертати увагу до матеріалів, створювати анонси, проводити інтерактиви з аудиторією та підвищувати її залученість. Використання цієї опції сприяє формуванню зв'язку між медіа та його підписниками, адже дозволяє отримувати зворотний зв'язок через опитування, реакції чи прямі ефіри.

Крім того, Instagram пропонує зручний інструментарій для перенаправлення трафіку на офіційні сайти медіа. Посилання, розміщені в сторіс, здатні збільшувати кількість відвідувачів та сприяти популяризації основного вебресурсу. Журналісти також можуть оперативно анонсувати свої матеріали, що дозволяє утримувати інтерес аудиторії до нових публікацій.

Instagram має ряд переваг для роботи медіа: відносно низькі витрати на створення та ведення акаунту; висока частота публікацій: можливість розміщувати кілька постів або сторіс за день; аналіз активності аудиторії для визначення оптимального часу публікацій; швидкість: контент одразу доступний без додаткової модерації; автоматичне повідомлення підписників про нові публікації; можливість оцінювати інтерес аудиторії через кількість вподобань, коментарів і реакцій; точний аналіз активності підписників за часом і днями; використання алгоритмів платформи для налаштування ефективної таргетингової реклами [1].

Отже, соціальна мережа Instagram сьогодні – це невід'ємна частина сучасного інформаційного простору України, яка пропонує зручний і багатофункційний інструмент для поширення медіаконтенту. Присутність медіа в Instagram забезпечує їм доступ до взаємодії з аудиторією, дозволяє реагувати на актуальні запити суспільства та сприяє розбудові довірливих відносин із підписниками.

Література

1. Семенюк О. Феномен блогів: інтернет-комунікації та інформаційний простір. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: Педагогіка, 2(42). 2019. С. 132–137.
2. Синчак Б., Коваль А., Кеда А. Вплив соціальних мереж на журналістику. *Габітус*. 2021. Вип. 25. С. 21–26.
3. Турчина А. Візуалізація даних у журналістиці. *Наукові записки Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Серія: Журналістика, 2. 2019. С. 26–30.

КОВАЛЬЧУК Анастасія,
бакалавр 4 року навчання
спеціальності «Журналістика»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник – Семашко Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ ПОВЕДІНКОВИХ ПРАКТИК ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ

В умовах інформаційного суспільства спостерігається стійка тенденція до погіршення здоров'я молодого покоління через комплекс негативних факторів: малорухливий спосіб життя, нераціональне харчування, високий рівень стресу, надмірне навантаження на зоровий апарат через тривале користування цифровими пристроями, порушення режиму сну та відпочинку тощо.

Особливо нагально ця проблема постає в студентському середовищі, де академічне навантаження часто призводить до нехтування базовими принципами здорового способу життя. Поділяємо думку, що формування ціннісного ставлення до власного здоров'я є фундаментальним чинником у розвитку особистості, особливо тоді, коли закладаються основні поведінкові патерни дорослого життя [1]. Відтак, актуальність теми дослідження зумовлена потребою у трансформації підходів до популяризації здорового способу життя серед студентської молоді, здійснювані через сучасні медіаканали та цифрові платформи.

Що ж розуміють під здоровим способом життя? За визначенням науковців, здоровий спосіб життя являє собою комплексну систему поведінкових практик, що включає фізичну активність, раціональне харчування, режим праці та відпочинку, психогігієну та відмову від шкідливих звичок [2]. При тому, наголошуємо на взаємозв'язку означених компонентів та необхідності системного підходу до формування здорового способу життя.

До системи поведінкових практик додаємо соціальний аспект здорового способу життя, зокрема вплив інформаційного середовища та соціальних мереж на формування здорових звичок. У своїх дослідженнях Дубацька О. демонструє, як цифрове середовище може як сприяти, так і перешкоджати формуванню здорового способу життя [3]. Більш того, наголошуємо на важливості створення сприятливого інформаційного середовища для популяризації здорового способу життя.

На нашу думку, медіа належить особлива роль у формуванні суспільного розуміння цінності здоров'я. У контексті сучасних викликів цифрового суспільства, з огляду на проблему інформаційного перевантаження невід'ємним складником сучасного розуміння здорового способу життя є «цифрове здоров'я», що передбачає необхідність розвитку критичного мислення при виборі практик, які зберігають здоров'я, а саме: використання мобільних додатків для відстеження фізичної активності, режиму сну, харчування, а також онлайн-платформ для отримання експертних консультацій та підтримки.

Акцентуємо на культурних особливостях розуміння здорового способу життя в українському контексті, підкреслюючи важливість врахування національних традицій та ментальності при розробці програм популяризації здорового способу життя [5] та етичних

аспектах висвітлення теми здорового способу життя в медіа, наголошуючи на необхідності відповідального підходу до подання інформації та уникнення маніпулятивних практик [4] .

Отже, сучасне розуміння здорового способу життя виходить далеко за межі традиційних уявлень про фізичне здоров'я. Це комплексне, багатоаспектне поняття, що консолідує фізичну активність, раціональне харчування, психічне здоров'я, соціальну взаємодію, ціннісні орієнтації, цифрове здоров'я й інформаційну гігієну (що особливо актуально для молодіжної аудиторії) та потребує системного підходу до його популяризації, з урахуванням особливостей сучасного інформаційного суспільства та специфіки цільової аудиторії.

Література

1. Андрющенко М., Нагорна А. Формування ціннісного ставлення до власного здоров'я в процесі фізичного виховання студентів. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2020. № 4. С. 55–60.
2. Білик В. Сучасні тренди здорового способу життя студентської молоді. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія*. 2021. № 12. С. 5–11.
3. Дубецька О. О. Вплив соціальних мереж на формування здорового способу життя молоді. *Молодий вчений*. 2020. №4. С. 23–28.
4. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. Київ : Знання, 2019. 351 с.
5. Сидоренко Н. М. Соціальні комунікації: монографія. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2020. 228 с.

КОНОПАЦЬКА-ПЛЄХОВА Ольга,
магістрантка І курсу
спеціальності «Журналістика»
Національний університет
«Чернігівський колегіум»
імені Т.Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

КРОСПЛАТФОРМЕННИЙ КОНТЕНТ НА СУСПІЛЬНОМУ: ЯК СТВОРЮВАТИ ЗДОРОВИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ТА УНИКНУТИ «ІНФОРМАЦІЙНИХ БУЛЬБАШОК

Медіа можуть як створювати здоровий та об'єктивний інформаційний простір, так і створювати таке негативне явище, як «інформаційні бульбашки». Інтеграційні процеси базуються на таких ключових елементах, як дотримання стандартів журналістики та кросплатформеність, яка дозволяє охопити об'єктивною інформацією різну цільову аудиторію на різних платформах. Формування здорового інформаційного простору — одна з місій Суспільного мовлення в Україні. Воно базується на дотриманні загальноприйнятих стандартів журналістики: оперативність, повнота інформації, точність, достовірність, неупередженість та відокремлення фактів від суджень, баланс думок. Ці стандарти дозволяють донести до аудиторії об'єктивну інформацію, яку вона самостійно може інтерпретувати та зробити власні висновки без втручання авторів матеріалів та нав'язування суб'єктивних думок. Дотримання стандартів є обов'язковим при створенні контенту для будь-яких платформ. Неприпустимою є як вербальна суб'єктивізація, так і візуальна, що може здійснюватися за допомогою художнього редагування (на відміну від технічного, яке використовується для покращення якості мультимедійного контенту), або використання інструментів штучного інтелекту без відповідного маркування. Порушення стандартів призводить до маніпуляцій, викривлення

інформації, та, як результат, дезінтеграційних процесів, тобто поляризації аудиторії. Це особливо небезпечно в умовах інформаційної війни. «Інформаційна бульбашка» як негативне явище виникає через відсутність доступу аудиторії до повної та достовірної інформації. Якщо достовірність досягається дотриманням стандартів журналістики, то повнота – завдяки кросплатформеності. Саме кросплатформений підхід до створення контенту дозволяє охопити максимально широку аудиторію завдяки використанню різних платформ, та запобігти виникненню інформаційної фрагментації, так званих «інформаційних бульбашок». Всі платформи (телебачення, радіо, соцмережі, сайти, мобільні додатки) мають свою цільову аудиторію, алгоритми і особливості, які потрібно враховувати при створенні та адаптації контенту. Перевагою кросплатформеного контенту є можливість об'єднати платформи в єдину інформаційну екосистему, де кожна з них доповнює одна одну. Кросплатформеність дозволяє як досягти інтеграційної мети, так і забезпечити різноманітність медіаспоживання.

Література

1. Джозеф Хігні, Пол Дж. Філдінг. Управління проєктами. Вид-во Фабула, 2020. 512 с.
2. Петрович Й.М., Новаківський І.І. Управління проєктами: підручник. Львів, видавництво Львівської політехніки, 2018. 393 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
4. Шевченко В. Е. Візуалізація як спосіб відображення даних: вибір виду візуалізації: Електронні дидактичні матеріали. - К.: Навчально-науковий Інститут журналістики, 2022. 144 с. https://issuu.com/victoryshe/docs/3-0-1visual_2022
5. Digital media: становлення новітньої комунікації: колект. монографія / за ред. М. М. Поплавського, Л. О. Кочубей. Київ: Вид. Центр КНУКіМ, 2020. 244 с.
6. Сайт Суспільне Чернігів <https://suspilne.media/chernihiv/>
7. Facebook Суспільне Чернігів
https://www.facebook.com/suspilne.chernihiv/?locale=uk_UA
8. YouTube Суспільне Чернігів
https://www.youtube.com/channel/UCuF-W_Ssg53YK9_wQGOMvbQ
9. Instagram Суспільне Чернігів
<https://www.instagram.com/suspilne.chernihiv/>

КОЧУКОВА Наталія,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
СТЕБЛИНА Діана,
студентка 4 курсу
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ ЯК НОВА ФОРМА СУЧАСНИХ МЕДІА

Електронні видання стають дедалі привабливішими, затребуванішими, бо з розвитком цифрових технологій та інтернету зростає потреба реципієнтів у зручних і доступних джерелах інформації. Сучасні онлайн-журнали повинні адаптуватися до мінливих потреб аудиторії, пропонуючи інтерактивні можливості, мультимедійний контент та інші інновації, щоб привернути й утримати увагу читачів. Так, зокрема, науково-популярні електронні видання в сучасному інформаційному просторі відіграють важливу роль у формуванні наукової грамотності суспільства. Вони забезпечують швидкий доступ до актуальної інформації, використовуючи сучасні мультимедійні формати.

Електронне науково-популярне видання має низку переваг над друкованим, а саме: залучення широкої аудиторії до наукових знань, підвищення їхнього рівня та популяризації серед читачів, оперативність (електронні медіа дозволяють швидко публікувати актуальні наукові відкриття та дослідження), мультимедійний контент (поєднання тексту, зображень, відео, інтерактивних елементів (наприклад, 3D-моделей або анімацій), що робить інформацію більш наочною та цікавою. Адаптивність до нових технологій та інтерактивність як можливість коментування, обговорення, використання гіперпосилань для глибшого вивчення теми є характерними ознаками онлайн-журналів. Перевагою електронного видання є регулярність оновлення контенту, яка може в кожному розділі чи рубриці здійснюватися автономно в різні проміжки часу. Цільова аудиторія досить різноманітна тому, що в неї немає вікових обмежень, і кожен охочий знайде для себе щось особливо цікаве.

Українські медіа відіграють значну роль у розвитку наукової культури, популяризують науку, подаючи в доступній формі складні наукові факти, дослідження, репрезентують нові досягнення науки та техніки з усього світу та доносять інформацію та знання про них до своєї аудиторії.

Важливу роль у популяризації наукових студій відіграють мовностилістичні особливості матеріалів. У науково-популярній медіамові гармонійно поєднано науковість із доступністю, зрозумілістю, легкістю сприйняття змісту й досконалим мовним оформленням, що свідчить про майстерне володіння авторами зображально-виражальними засобами та їхнім бажанням індивідуалізувати стиль. Оригінальні журналістські заголовки, тексти свідчать про бажання авторів бути креативними, прагнення привернути й утримати увагу реципієнтів. Так, у різноматематичних матеріалах науково-популярного журналу «Куншт» є досить помітною і виразною тенденція до використання емоційно-експресивної лексики, метафор, розгорнутих порівнянь й аналогій, епітетів, персоніфікації, традиційних і трансформованих фразеологічних одиниць тощо. Напр.: «Нобелівка – 2024. Хімія: білки за вухо та туди, де сухо» (заголовок) (<https://kunsht.com.ua/articles/nobelivka-2024-khimiia-bilky-za-vukho-ta-tudy-de-sukho>); «Скільки

ще Нобелівських премій світить дослідникам нейтрино? Чому ця частинка – справжня темна конячка Всесвіту? Розповідаємо в останній частині нашої нейтринної збірки!» (<https://kunsht.com.ua/articles/temna-konyachka>); *«Штучний інтелект: психотерапія без психотерапевта»* (<https://kunsht.com.ua/podcast/proyekt-intelekt-epizod-4-shtuchnij-intelekt-psixoterapiya-bez-psixoterapevta/>). Гасло «Куншту» – «Наука як мистецтво». Медіа має такі рубрики: космос, фізика, біологія, психологія, здоров'я, до ворожки не ходи, екологія, технології, пост правди, наука в небезпеці. До кожної статті професійні українські художники створюють унікальні ілюстрації. Онлайн-журнал має зручну навігацію по випусках з використанням гіпертексту, а також відео- та аудіоконтент (подкасти, озвучені статті), чітку структуру з урахуванням усіх трендів сучасного світу. Над публіцистичними матеріалами працює команда з постійних редакторів і журналістів із залученням запрошених відомих українських та закордонних вчених, вузькогалузевих експертів, забезпечуючи таким чином оприлюднення достовірної інформації, засновників суспільно значущих організацій.

Отже, науково-популярний електронний журнал відіграє важливу роль у сучасній журналістиці, надаючи доступ до актуальних наукових знань та інформації. Він популяризує науку, привертає увагу до важливих проблем суспільства та сприяє підвищенню рівня освіченості читачів, залученню молодого покоління до наукової діяльності. Електронні видання є гнучкими у форматі та контенті, бо в них використано мультимедійні ресурси для ефективнішої передачі інформації. Завдяки доступності та інтерактивності приваблюють широку аудиторію і створюють спільноту зацікавлених читачів. Розвиток таких журналів відображає актуальні потреби реципієнтів та прагнення медійників до створення змістовного та інформативного контенту. Електронні науково-популярні видання є важливою складовою сучасної української журналістики. Подальший розвиток технологій сприятиме вдосконаленню таких медіа, підвищуючи їхню доступність і впливовість.

КОЧУКОВА Наталія,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ФЕДОРЕНКО Аліна,

студентка 4 курсу
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ ЯК СПОСІБ РОЗВ'ЯЗАННЯ АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

Соціальна реклама відіграє ключову роль у сучасному медійному просторі. Із розвитком цифрових технологій та соціальних мереж вона стала потужним інструментом впливу. Завдяки широкому охопленню аудиторії соціальні кампанії можуть впливати на поведінку людей, змінювати стереотипи та сприяти суспільному прогресу. Одним із відомих прикладів є кампанія ЮНІСЕФ щодо вакцинації дітей, яка за допомогою відеороликів, білбордів та інтернету змогла підвищити рівень довіри до вакцинації в багатьох країнах. Ще один вдалий приклад – ініціатива #MeToo, яка через соціальні мережі привернула увагу до проблеми сексуальних домагань і насильства.

На думку М. Докторович, соціальна реклама є «особливою формою комунікації, яка спрямована на привернення уваги до актуальних суспільних проблем та цінностей, просування соціальних ідей, моделей поведінки та практик, що сприяють гуманізації суспільства загалом та досягненню окремих цілей, корисних з погляду суспільного блага» [1].

Науковці наголошують, що соціальна реклама виконує низку важливих функцій: комунікативну (сприяє налагодженню взаєморозуміння між некомерційними організаціями-рекламодавцями та цільовою аудиторією); виховну (формування бажаних моделей поведінки людей у соціумі); ідеологічну (просування світоглядних ідей, зміцненні довіри населення до держави, вихованні патріотизму, поваги до історії, культури і традицій нації та країни); інформаційну (привернення уваги до актуальних суспільних проблем і варіантів їх розв'язання); мотиваційно-спонукальну (стимулювання людей до соціально значущих вчинків); соціалізуючу (формування цінностей і норм особистості та суспільства); соціоінтегративну (вплив на консолідацію і стабільність соціуму через підтримку позитивного національного іміджу); освітню (підвищення грамотності населення в певних сферах); економічну (принесення користі державі й суспільству через зниження гостроти соціальних проблем) [2].

В умовах цифровізації соціальні медіа стали потужними платформами для ефективного поширення соціальної реклами завдяки своїм особливостям: інтерактивності, мультимедійності, точковому охопленню цільових груп за допомогою таргетованої реклами в соціальних мережах та вірусному розповсюдженню інформації через репости та поширенню користувачами задля розв'язання актуальних суспільних проблем.

Д. Булакаєв зазначає, що «психологічні механізми впливу соціальної реклами на вирішення актуальних проблем ґрунтуються на її здатності активізувати та формувати соціально-психологічні настановлення людини через когнітивний, емоційний і поведінковий компоненти». При цьому особливо важливим є емоційний вплив, адже соціальна реклама має на меті викликати певні емоції, що дозволяє стимулювати суспільство до усвідомлення проблем, тому дослідники виділяють кілька ключових психологічних механізмів впливу соціальної реклами: ідентифікація, навіювання та зараження [3].

Особливого значення набуває етичний аспект використання маніпулятивних технологій у соціальній рекламі. Важливо дотримуватися етичних меж та не порушувати право людини на свободу вибору. Маніпулювання може мати різне забарвлення залежно від того, яка саме мета лежить в його основі. Якщо метою є досягнення позитивних суспільних змін, привернення уваги до надважливих питань, таких як охорона здоров'я, екологія, безпека на дорогах, боротьба з дискримінацією тощо, певний рівень маніпулятивного впливу може бути виправданим.

У сучасному інформаційному просторі психологічний вплив соціальної реклами ґрунтується на глибинних механізмах сприйняття, адже реклама впливає на споживача, його свідомість і підсвідомість, його думки, погляди, ставлення і формує певну споживчу поведінку. Особливо ефективними виявляються методи навіювання, при якому здійснюється процес впливу, заснований на некритичному сприйнятті інформації, психологічного зараження через «пряму передачу певного емоційного стану» та ідентифікації, коли «споживач в думках ставить себе на місце зображеного в рекламі персонажа і при цьому хоче бути на нього схожим» [4].

В умовах російсько-української війни психологічний вплив соціальної реклами набуває додаткових вимірів. Здебільшого вона присвячена військовій тематиці та має патріотичне спрямування, що вимагає особливо ретельного підходу до створення рекламних повідомлень, враховуючи підвищену емоційну чутливість суспільства та велику кількість ворожих інсо.

Прикладом ефективного ресурсу для розроблення проєктів соціальної реклами є платформа Blogger, що має широкі можливості для створення професійного медіаресурсу,

адже наявність сучасних інструментів вебдизайну та контент-менеджменту дозволяє створити привабливий та функційний інтерфейс, що відповідатиме потребам цільової аудиторії.

Отже, соціальна реклама в сучасному медійному просторі є не лише способом донесення важливої інформації, а й ефективним інструментом соціального впливу, який може змінити поведінку людей, сприяти розв'язанню суспільних проблем і консолідувати націю в критичних моментах.

Література

1. Докторович М. О. Соціальна реклама: структура, функції, психологічний вплив. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки*. 2014. Вип. 115. С. 70–73.
2. Карпюк Д. Соціальна реклама у контексті сучасної медіакультури: сутність еволюція, функції. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*. 2018. № 10 (383). С. 34–40.
3. Булакаєв Д. В. Психологічні особливості сприйняття соціальної реклами в умовах війни в Україні. *Наукові перспективи*, 2023. № 12 (42). С. 686 – 696.
4. Лебедь А. П., Харенко С. Г. Психологічні фактори та методи впливу реклами на споживача. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2022. № 21. С. 227 – 234.

ЛИСЕНКО Леся,

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри журналістики

Полтавський національний педагогічний університет

імені В.Г.Короленка

(м. Полтава, Україна)

ЦИФРОВІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМЕМОРАЦІЇ У ВІЗУАЛЬНІЙ КУЛЬТУРІ ВІЙНИ

Сучасна війна переформатовує спосіб збереження пам'яті, зокрема через цифрові медіа, які стають невід'ємною частиною комеморативних практик. Така меморіалізація виходить за межі фізичних монументів і проявляється у формі цифрових архівів, інтерактивних платформ, віртуальних меморіалів та арт-проектів. У час російсько-української війни цифрові комеморативні ініціативи стали важливим інструментом фіксації історії та її візуального осмислення.

Використання цифрових медій як інструменту комеморації пов'язане з фундаментальними змінами у сприйнятті, збереженні та трансляції пам'яті, що підтверджується сучасними науковими розробками. Дослідниця Хозе ван Дейк зауважує, що індивідуальні спогади завжди є проявом складної взаємодії між мозком, технологіями і культурними практиками [12, с.28]. У контексті війни це означає, що онлайн-меморіали, цифрові архіви, віртуальні експозиції не просто фіксують факти, а й активно впливають на колективне уявлення про події. Дослідження Бетсі Спарроу про те, що люди запам'ятовують не саму інформацію, а місце її збереження [11, с. 778], пояснює, чому сучасні комеморативні ініціативи дедалі частіше переходять у цифровий формат.

Візуальна культура сучасної війни формує особливу динаміку цифрової пам'яті: фотографії, відео та мультимедійні формати створюють емоційний зв'язок із подіями, забезпечуючи їхню довготривалу присутність у віртуальному просторі. Такі проекти не лише документують війну, а й формують візуальну мову її комеморації.

В українському медійному просторі представлені різні види цифрової комеморації. Онлайн-меморіали загиблих (Платформа пам'яті Меморіал [6], Книга пам'яті полеглих за

Україну [5]) зорієнтовані на формування «нової культури пам'яті», ефективність якої, на думку засновників, визначається трьома чинниками: згуртованість, сміливість та креативність [2]. Цифрові ініціативи зі збереження свідчень про війну реалізуються у форматі архівів: Архів Війни від міжнародної команди ГО «Докудейз» та Infoscope [1], Проєкт «Архівування документів про війну», ініційований ВГО Українська бібліотечна асоціація (УБА) [8]. У кількох українських містах запрацювали ініціативи, які надають послуги створення «цифрових пам'ятників»: через QR-коди фізичних меморіалів охочі переглядають відеоісторії про загиблих героїв [4; 9].

Актуальними є VR- та AR-рішення у меморіалізації війни, які реконструюють події, віртуально відновлюють зруйновані міста, пам'ятки, пропонують інтерактивний досвід проживання важливих епізодів воєнного часу (проєкт «Війна впритул» [7]). Як новий формат цифрової пам'яті в Україні функціонує NFT-музей війни Meta History: Museum of War [10], який використовує блокчейн-технологію «для збереження правди та мистецтва назавжди, без загрози подальших змін чи знищення» [3].

Огляд комеморативних діджитал-ініціатив засвідчує зростання ролі цифрових медіа у формуванні історичної пам'яті та ідентичності, збереженні доказової бази для міжнародних судів щодо воєнних злочинів. Цифрова меморіалізація водночас зіштовхується з різного роду викликами, яких можна уникнути за умови розробки чітких стандартів збереження даних, дотримання етичних принципів конструювання пам'яті, забезпечення довготривалої доступності цифрових архівів, а також залучення стабільного фінансування та підтримки з боку держави, громадських організацій і міжнародних інституцій.

Література

1. Архів війни.
URL: https://ukrainewararchive.org/?fbclid=IwAR2A8rKtTEKRxRqgFQO4XSdv25XlkZlcfK-Ksx0E0WIF_3FShjUJMavQmBcc (дата звернення: 13.03.2025).
2. Білінський О. Якою ми не хочемо бачити пам'ять після війни. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/02/29/7444300/> (дата звернення: 13.03.2025).
3. Блокчейн, який увічнив правду та збирає кошти для України. Як працює NFT-музей Meta History: Museum of War і хто його створив. *Vector*. URL: <https://vctr.media/ua/yak-praczuje-nft-muzej-meta-history-museum-of-war-i-hto-jogo-stvoriv-141174/> (дата звернення: 13.03.2025).
4. Бровінська М. Стартап Bank of Memories створює цифрові пам'ятники полеглим героям. Перший такий уже відкрили на Івано-Франківщині: як це працює. *dev.ua*. URL: <https://dev.ua/news/malanchyk-1679259232> (дата звернення: 13.03.2025).
5. Книга пам'яті полеглих за Україну. URL: <https://memorybook.org.ua/> (дата звернення: 13.03.2025).
6. Платформа пам'яті «Меморіал». *Меморіал жертв війни*. URL: <https://www.victims.memorial/> (дата звернення: 13.03.2025).
7. Про проєкт | VR виставка «Війна Впритул». *War Up Close ~ VR museum of war in Ukraine*. URL: <https://war.city/uk/about-us/> (дата звернення: 13.03.2025).
8. Проєкт «Архівування документів про війну».
URL: <http://digitalarchivewar.korolenko.kharkov.com/site/about> (дата звернення: 13.03.2025).
9. Юрасов С. Львівський стартап Immortal запустив сервіс, який надає послуги «цифрових пам'ятників». QR-код на могилі розповість всю історію загиблого. *dev.ua*. URL: <https://dev.ua/news/pamyat-1662631591> (дата звернення: 13.03.2025).

10. NFT Museum of the War of Russia against Ukraine. *NFT Museum of the War of Russia against Ukraine*. URL: <https://meta-museum.me/> (дата звернення: 13.03.2025).
11. Sparrow B., Liu J., Wegner D. M. Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. *Science*. 2011. Vol. 333, no. 6043. P. 776–778. URL: <https://doi.org/10.1126/science.1207745> (дата звернення: 13.03.2025).
12. van Dijck J. *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford University Press, 2007. URL: <https://doi.org/10.1515/9780804779517> (дата звернення: 13.03.2025).

ЛИТВИНСЬКА Світлана,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕПОРТАЖУ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Трансформація репортажу в сучасній журналістиці відображає зміни, які спричинені як розвитком цифрових технологій, так і переїмами у сприйнятті аудиторією інформації. Такі жанрові модифікації в епіцентрі уваги як сучасних дослідників, так і представників «нової журналістики».

Відомий журналістикознавець Ігор Михайлин аналізує еволюцію репортажу в українській журналістиці від початку XX століття до сучасності [1]. Про зміни в побудові та функціонуванні цього жанру багато пише Володимир Різун [2]. Крім того, Олександр Сова [3] і Лілія Шутяк [4] досліджують впливи новітніх цифрових технологій (мультимедійність, інтерактивність, AR/VR) на трансформацію жанру репортажу, особливо в контексті воєнних дій. Ці дослідження демонструють, як цифрова ера, нові формати подання інформації та інтерактивність медіапростору змінюють традиційні канони репортажу, відкриваючи нові можливості для журналістів.

Основні аспекти трансформації полягають у використанні мультимедійних форматів (поєднання тексту, відео, аудіо, інфографіки) та інтерактивних елементів (інтерактивні карти, опитування, чат-боти). Це дозволяє різнобічно висвітлювати контекст і залучати аудиторію до його формування.

Важливими аспектами сучасного репортажу є оперативність подання інформації (режим live) та прямі трансляції на платформах «Facebook Live», «YouTube Live», «Instagram» та ін., що збільшує аудиторію й забезпечує зворотний зв'язок.

Сучасному жанру репортажу притаманні гібридність (синтез елементів документалістики, літературного стилю та аналітики) й адаптація до умов цифрової епохи. Наразі загалом вся українська журналістика вирізняється високою громадянською позицією, широкою тематикою, доповненнями до традиційного журналістського контенту і навіть демократизацією інформації (громадські ініціативи і платформи). Репортажі навіть створюють за допомогою смартфонів і соціальних мереж.

Журналісти активно використовують новітні технології, а саме: доповнену та віртуальну реальність (AR/VR), аналітику даних і штучний інтелект (AI). Це автоматизує процеси збирання та оброблення інформації, а також допомагає адаптувати контент до інтересів аудиторії.

Високими є етичні виклики та відповідальність за достовірність і правдивість інформації. Збільшення швидкості публікації ставить під загрозу точність даних, тому журналістам важливо дотримуватися стандартів фактчекінгу. Постійно протистояти дезінформації – розповсюдженню фейкових новин та маніпулятивних матеріалів.

Отже, трансформація репортажу в сучасній журналістиці – це не лише технологічні інновації, а й зміна підходів до розповіді про події. Сучасний репортаж стає багатограним, інтерактивним і орієнтованим на потреби аудиторії, що забезпечує оперативність, глибинний аналіз та залучення громадськості до процесу створення новин.

Література

1. Михайлин І. Л. Історія української журналістики. Період становлення: від журналістики в Україні до української журналістики. 3-є вид., допов. і поліпш. Харків : Прапор, 2004. 320 с.

2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с.

3. Сова О.С. Жанрова типологія воєнного репортажу: діахронно-синхронний вимір : дипломна робота ... магістра : 061 «Журналістика». Київ, 2024. 94 с. URL: <https://dglb.nubip.edu.ua/handle/123456789/5660> (дата звернення -- 01.03.2025).

4. Шутяк Л. Американський та український «новий журналізм»: компаративний аспект. Теле- та радіожурналістика. 2013. Вип. 12. С. 410–414.

URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir20131272> (дата звернення – 01.03.2025).

МАРЧАН Альона,
магістрантка 1 курсу
філологічного факультету,
Національний університет
«Чернігівський колегіум»
імені Т.Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ У ДОКУМЕНТУВАННІ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ (НА ПРИКЛАДІ СУСПІЛЬНЕ ЧЕРНІГІВ)

Розгорнуте визначення поняття «воєнні злочини» з'явилося 1945 року у статті 6 Статуту Міжнародного військового трибуналу в Нюрнберзі. У документі зазначено, що «такими злочинами слід вважати порушення законів і звичаїв війни, що включають вбивства, жорстоке поводження або депортацію цивільного населення на окупованих територіях, вбивство або жорстоке поводження з військовополоненими, вбивство заручників, розкрадання державної або приватної власності, безглузде руйнування населених пунктів, що не зумовлене військовою необхідністю» [1]. Стосовно засобів масової інформації, то з вторгненням Росії в Україну вони стали не лише інструментом інформування суспільства, а й важливим фіксатором практично всіх подій під час збройних конфліктів.

В нинішніх умовах регіональні філії, зокрема «Суспільне Чернігів», виконують функції незалежного свідка, фіксуючи наслідки окупації, руйнувань та судових процесів над російськими військовими. Журналісти цього ЗМІ у своїх матеріалах регулярно висвітлюють наслідки воєнних злочинів. Наприклад, 16 березня 2022 року у статті Суспільного «У Чернігові російські війська обстріляли людей, які стояли в черзі за хлібом: як мінімум 10 загиблих» [2] зафіксовано один із випадків порушення росіянами з стратегій і тактик ведення війни. Військові Російської Федерації з важкої артилерії стріляли по мирному населенню.

У трисерійному документальному фільмі «Битва за Чернігів» [4], відображена історія оборони обласного центра, яка містить спогади безпосередніх учасників тих подій. Він неодмінно стане одним із переконливих доказів, що Росія має відповідати перед світом за скоєні злочини.

Регіональний мовник, по який ідеться в пропонованому дослідженні, не лише фіксує воєнні злочини, але й об'єктивно та системно демонструє розвиток подій, які спричинені незаконним вторгненням Росії в Україну. Це промовисто ілюструє сюжет «На Чернігівщині чоловік зміг вибратися з могили після того, як його розстріляли росіяни», датований травні 2022 року [3], – розповідь про трьох братів, які потрапили у полон після окупації села, пережили три доби жорстких допитів і були розстріляні. Один із них – Микола Куліченко – переміг смерть і став живим свідком. Він дав цінну інформацію про нелюдські вчинки ворога

У листопаді 2022 року Суспільне у сюжеті «Віддав наказ розстріляти трьох братів біля Вишневого: у Чернігові оголосило підозру росіянину Костянтиніві Смирнову» [7], а також подало інформацію про те, що правоохоронці заочно повідомили двом військовослужбовцям Російської Федерації про підозру у жорстокому поводженні із цивільним населенням, про умисне вбивство мирних людей. Зокрема, йдеться про полковника Костянтина Смирнова, який був комендантом села Вишневе на Чернігівщині, що його окупували росіяни, і його голос згодом упізнав потерпілий Микола Куліченко. Підозру оголосили й іншому військовому РФ, який причетний до справи, – Денисові Підгорному.

Журналісти відвідували судові засідання у цій справі протягом кількох років, про що свідчать матеріали, які вони опиявнили. Зокрема, 3 лютого 2025 року в сюжеті «Довічне для "Закону": двох військових РФ заочно засудили за викрадення та розстріл братів із Чернігівщини» [6] – йдеться про ухвалу суду щодо справі розстрілу братів.

Проаналізовані матеріали, які стосуються контексту висвітлення воєнних злочинів росіян у матеріалах Суспільного мовлення («Суспільне Чернігів»), є підстави констатувати, що регіональні журналісти не лише фіксують події, але й беруть активну участь у розслідуванні злочинів, надаючи суспільству доступ до важливої інформації, зокрема, про перебіг судових процесів. Засоби масової інформації формують історичну та доказову базу, що може бути використана в міжнародних трибуналах.

Література

1. Репецький В. М., Лисик В. М. Поняття та ознаки воєнних злочинів. *Альманах міжнародного права*. 2009. Вип. 1. С. 120-125.
2. Суспільне Чернігів. «У Чернігові російські війська обстріляли людей, які стояли в черзі за хлібом: як мінімум 10 загиблих». 2022. URL: <https://suspilne.media/chernihiv/218099-u-cernigovi-rosijski-vijska-obstrilali-ludej-aki-stoali-v-cerzi-za-hlibom-ak-minimum-10-zagiblih/> (дата доступу: 22.11.2023).
3. Суспільне Чернігів. «На Чернігівщині чоловік зміг вибратися з могили після того, як його розстріляли росіяни». 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=LPzKh5od_Sg (дата доступу: 30.12.2023).
4. Суспільне Чернігів. «Битва за Чернігів». 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aro7D2-yXgA> (дата доступу: 22.11.2024).
5. Драгоненко А.О. Поняття та ознаки воєнних злочинів у міжнародному кримінальному праві. *Вісник юридичних наук*. 2022. №3(25). С. 45–52.
6. Суспільне Чернігів. «Довічне для "Закону": двох військових РФ заочно засудили за викрадення та розстріл братів з Чернігівщини». 2025. URL:

<https://suspilne.media/chnihiv/940047-dovicne-dla-zakona-dvoh-vijskovih-rf-zaocno-zasudili-za-vikradenna-ta-rozstril-brativ-z-chnigivsinii/> (дата доступу: 22.11.2024).

7. Суспільне Чернігів. «Віддав наказ розстріляти трьох братів біля Вишневого: у Чернігові оголосили підозру росіянину Костянтину Смирнову». 2023. URL: <https://suspilne.media/chnihiv/617209-viddav-nakaz-rozstrilati-troh-brativ-z-visnevogo-u-chnigovi-sudat-rosijskogo-polkovnika-kostantina-smirnova/> (дата доступу: 12.12.2025).

МАТЮК Тетяна,

магістрантка 1 курсу філологічного факультету,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

ВИГОТОВЛЕННЯ ВІДЕО ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ РІЗНИХ СПОЖИВАЧІВ: ІННОВАЦІЙНІ ТА АВТОРСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ

Сучасна відеоіндустрія зазнає стрімкого розвитку, що зумовлено технологічним прогресом, зміною запитів аудиторії та розширенням можливостей цифрового контенту. Виготовлення відеопродукції стало доступним не лише для великих студій, а й для незалежних авторів та компаній, які прагнуть створювати унікальний контент. Сьогодні відео використовують у рекламі, кіно, блогінгу, освітніх матеріалах та навіть корпоративних комунікаціях.

Дослідник А.В. Струнгар вважає, що одним із ключових етапів створення відеопродукції є аналіз цільової аудиторії. Наприклад, рекламні відео відомих брендів, таких як Apple або Nike, орієнтовані на широку аудиторію та використовують високоякісні зйомки з акцентом на емоційний вплив, тоді як освітні відео, наприклад курси на платформі Coursera або Khan Academy, створюються з фокусом на логічну подачу інформації та інтерактивні елементи [4, с. 48].

Формат відео також має значення. Для соціальних мереж популярні короткі вертикальні відео, як у TikTok чи Instagram Reels, які залучають користувачів швидкими та динамічними сценами. Документальні фільми або кінематографічні рекламні ролики, наприклад кампанії від Red Bull або National Geographic, використовують довготривалі кадри, глибокий монтаж та високу якість відео [4, с. 50].

Розвиток технологій значно розширив можливості створення відеопродукції. Однією з ключових інновацій є штучний інтелект, який використовують у відеомонтажі, обробленні зображень та навіть у створенні повністю штучного контенту. Наприклад, платформа Runway ML забезпечує всі умови для створення відео без традиційної зйомки, послуговуючись лише алгоритмами [3].

Доповнена (AR) та віртуальна реальність (VR) змінюють підхід до відеовиробництва, роблячи його більш інтерактивним. Наприклад, IKEA створює відео з елементами AR, дозволяючи клієнтам віртуально розміщувати меблі у власному домі. В ігровій індустрії VR застосовують у проєктах таких компаній, як Oculus та Sony PlayStation, що створюють відеоконтент нового рівня взаємодії.

Технологія 360°-відео стала популярною у сфері туризму та віртуальних екскурсій. Наприклад, Google Street View дозволяє користувачам «подорожувати» містами у форматі панорамного відео, а музеї, як Лувр, пропонують віртуальні тури [3].

Дослідники О.С. Братко, І.Р. Саламон зазначають, що, крім технічних аспектів, важливу роль у виробництві відеопродукції відіграє творчий підхід. Авторські

технології роблять контент унікальним і таким, що запам'ятовується [1, с. 29]. Наприклад, у рекламі Chanel застосовано унікальну естетику, що поєднує кінематографічний стиль, ретро-ефекти та емоційно насичені сцени.

Сторітелінг відіграє вирішальну роль у створенні відео. Відомий режисер Крістофер Нолан застосовує складні нелінійні сюжети у своїх фільмах, що робить їх глибшими та багатограннішими. У рекламній індустрії компанія Coca-Cola бере на озброєння сюжети, що пробуджують ностальгію та асоціації з родинним теплом.

Особлива увага приділяють звуку та музиці. Наприклад, у трейлерах до фільмів Marvel використовують драматичні музичні теми, які посилюють ефект епічності, а в YouTube-блогінгу популярні автори, такі як Peter McKinnon, створюють власні саундтреки для відео, додаючи унікальності своєму контенту.

Дослідник Є.В. Деяк зазначає, що з розвитком технологій та зміною уподобань аудиторії змінюється і підхід до створення відео. Однією з основних тенденцій є персоналізація контенту, коли алгоритми підбирають відео для кожного користувача окремо [2]. Наприклад, платформи Netflix та YouTube використовують AI для аналізу вподобань глядачів, що пропонує контент, максимально відповідний їхнім інтересам. Також спостережено зростання популярності інтерактивного відео, де глядачі можуть впливати на розвиток сюжету. Промовистим прикладом є інтерактивний фільм «Bandersnatch» від Netflix, де глядачі обирають подальший хід подій. Завдяки покращенню технологій мобільного відео та 5G-мереж відбувається швидкий розвиток live-трансляцій, що стають все популярнішими серед блогерів, компаній та навіть новинних агентств.

Отже, виготовлення відеопродукції для різних споживачів вимагає балансу між технологічними інноваціями та творчими підходами. Завдяки штучному інтелектові, VR, AR та 360°-відео стає можливим створювати контент нового рівня, що забезпечує глибше залучення глядачів. Водночас авторські методи, як, наприклад, унікальний сторітелінг, оригінальна музика та нестандартні стилістичні рішення, – надійний підмурок для створення незабутніх відео, які залишаються в пам'яті аудиторії. З урахуванням технологічного прогресу та нових викликів у сфері медіа, майбутнє відеопродукції спрямоване на персоналізацію, інтерактивність та багатоканальну взаємодію з аудиторією. Відеоконтент продовжить еволюціонувати, відкриваючи нові перспективи для креативного вираження та комунікації з глядачами.

Література

1. Братко О.С., Саламон І.Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. С. 24–38.
2. Деяк Є.В. Вплив візуального маркетингу на поведінку споживача. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/052d34cc-54f5-43ea-a6d6-07c9becea080/content> (дата звернення: 03.02.2025).
3. Повний посібник зі створення відео: від ідеї до публікації. 2024. <https://webpromoexperts.net/ua/blog/povniy-posibnik-zi-stvorennya-video-vid-ideyi-do-publikaciyi/> (дата звернення: 03.02.2025)
4. Струнгар А. В. Аналіз поведінки споживачів у онлайн-середовищі: як впливають візуальні та текстові елементи на рішення про покупку. *Агросвіт*. 2024. № 13. С. 48-57.

МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА Олена,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Державного університету «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ

Українські журналісти працюють за різних умов: в осаді, тимчасовій окупації, прифронтових селах або прикордонних містах, в яких майже немає електрики, інтернет та мобільного зв'язку. Російська армія використовують глушіння сигналу, обстріли телекомунікаційних систем, станцій мобільного та інтернет зв'язку. Тому актуально та важливо дослідити зміни у підготовці, створенні та поширенні інформації під час активних воєнних дій.

Медіакомунікації розглядають як вид соціальних комунікацій або власне засоби масової інформації. В. Різун і Є. Цимбаленко вважають, що «1) медіакомунікації є синонімічним поняттям масової комунікації і під час їх розгляду слід послуговуватися теоріями масової комунікації; 2) медіакомунікації є окремим видом комунікації» [1, с. 50].

У західній академічній науці увага приділяється поняттю «інформаційному безладу», циркуляції дезінформації, теорій змов, деструктивних наративів, пропаганди в соціальних медіа та в онлайн-просторі в цілому. Професійні журналістські медіа є вкрай важливими у період криз, війн, занепаду. Українські журналісти мають новий досвід роботи під час війни у порівнянні із закордонними колегами. З одного боку, в Україні за рахунок «жорсткої» воєнної сили (за Дж. Наєм) знищуються умови роботи, зокрема для створення та розповсюдження інформації. Наприклад, ворожі обстріли знищують приміщення та техніку редакцій, і найголовніше – будь-які типи зв'язку з колегами та аудиторією. З іншого боку, ворог чинить тиск на роботу журналіста за допомоги погроз (дзвінки, смс, листи на особисті імейли) або пропозиції щодо співпраці, також можуть відбуватися репресії та взяття в полон. За даними НСЖУ, станом на 20 березня 2025 р. від початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну загинуло 117 медійників, серед них 18 – під час виконання професійних обов'язків; 10 – як цивільні жертви; 89 – як захисники України у лавах ЗСУ [2].

Журналісти, які працюють на прифронтових чи деокупованих територіях, знаходять різні канали комунікації, щоб задовольнити інформаційні потреби аудиторії. Наприклад, до районів, де нема зв'язку через обстріли або глушіння сигналу з боку РФ, медійники самостійно доставлять друковану періодичну пресу. Під час активних бойових дій, коли є слабкий мобільний інтернет, вони створюють свої канали в месенджерах та інших соціальних платформах, щоб аудиторія мала змогу швидко завантажити короткі новини з їхніх особистих журналістських каналів або офіційних каналів медіа.

Нами було проведено дослідження за допомогою методу інтерв'ю, під час яких журналісти ділилися своїм досвідом роботи в умовах активних воєнних дій [3, с. 204]. Основні результати дослідження свідчать про наступне: 1) на початку повномасштабного вторгнення російські пропагандисти та агенти активно намагалися вербувати журналістів, пропонуючи їм співпрацю; 2) українські журналісти створювали власні канали в популярному месенджері Telegram як платформу для публікацій; 3) журналісти самостійно готували контент, друкували та розповсюджували пресу в умовах закриття поштових відділень, відсутності електрики та зв'язку у прифронтових районах. Варто зазначити роботу маріупольських журналістів під час блокади міста, адже вони разом із волонтерами та патрульною поліцією створювали листівки з важливою інформацією і розповсюджували їх у багатолюдних шелтерах або розвішували в центрі міста. Крім того, автори документального фільму «20 днів у Маріуполі» М. Чернов, Є. Малолетка та В. Степаненко акцентували увагу на технічних спроможностях журналіста,

наприклад, треба мати павербанки для заряду фото чи відеокамер, жорсткі диски для збереження інформації і засоби передачі інформації, наприклад, старлінки.

Отже, після повномасштабного вторгнення РФ в Україну відбулася комплексна зміна професійної ролі журналістів, які опинилися в зоні бойових дій, стали мішенню для ворога, були змушені освоювати нові технічні навички.

На сьогодні кількість релокованих медіа з Донецької, Луганської, Запорізької, Харківської, Херсонської областей збільшилась. Журналісти продовжують інформувати свою аудиторію про їхні міста та життя в окупації, рух опору. Також існує проблема доступу до української інформації на тимчасово окупованих територіях, яку варто дослідити в перспективі.

Література

1. Різун В., Цимбаленко Є. Медіакомунікації: до визначення понять. *Українське журналістичкознавство*. 2013. Вип. 14. С. 50-56.
2. Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії. URL: <https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv> (дата звернення: 20.03.2025).
3. Melnykova-Kurhanova O. The Ukrainian journalists' work on the frontline territories as a counter to Russian propaganda. *Vernadsky Kyiv Polytechnic National University Scientific Notes*. Series: Philology. Journalism. Vol. 35 (74) No. 4 2024. Ч. 1. С. 200-205.

СКОРИК Алла,
магістрантка філологічного факультету
(спеціальність Журналістика),
Національний університет «Чернігівський колегіум»
(м. Чернігів, Україна)
Науковий керівник – Навальна Марина,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

АДАПТИВНІСТЬ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПЛАТФОРМ РЕГІОНАЛЬНОЇ РЕДАКЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Під час широкої війни споживання новин в Україні зазнало значних змін. Регіональні редакції фронтових та прифронтових областей мусили частково або повністю евакуюватися та змінювати алгоритми роботи. Відбулися демографічні зміни через евакуацію людей та окупацію певних територій. У перші дні широкомасштабного наступу аудиторія гостро потребувала інформації та відчувала її дефіцит. Зникнення мобільного зв'язку, інтернету, електроенергії, зміна способу життя через безпекові фактори, а саме переміщення людей із квартир у бомбосховища, укриття, метро – вплинули на спосіб споживання інформації.

Київський міжнародний інститут соціології у серпні 2023 року провів опитування жителів звільнених та прифронтових територій. Згідно з цією аналітикою, 78% людей споживають новини щодня, абсолютна більшість (59%) отримують інформацію з місцевих джерел [2, с. 8]. 65% респондентів висловилися, що найзручніша форма споживання новин для них це короткі відео до 15 хвилин, 53% обирають читати короткі інформаційні повідомлення. І це пояснює популярність та зручність телеграм-каналів. 63% опитаних зазначили, що

користувалися цим джерелом протягом останнього тижня, а це більше, ніж YouTube (40%), сайти українських медіа (38%), Facebook (33%), ТБ-марафон (28%).

Телеграм-канал регіональної редакції «Суспільне Чернігів» у березні 2022 року виріс у 33 рази – з 3 тисяч підписників до 100 тисяч. Потім, після деокупації Чернігівщини, ця тенденція збереглася. Станом на березень 2025 року він налічує 184 тисячі користувачів. Доцент кафедри журналістики О. Васьківська зростання популярності телеграму у воєнний час пояснює ще й тим, що люди потребували вираження емоцій. «Задля спілкування та отримання зворотної реакції підписників на повідомлення всі ці інформаційні канали використовують різноманітні смайли. Це стало чудовою альтернативою коментарям, які закриті від початку російсько-української війни» [1, с. 73].

З точки зору організації виробництва інформаційного продукту, ведення сторінок у соцмережах та телеграм-каналів потребує менше ресурсу. Достатньо мати ноутбук, іноді смартфон, існує безліч зручних додатків для монтажу та обробки фото. Підготовка випуску новин для телебачення потребує в рази більше персоналу, технічного забезпечення та часу. В умовах активних бойових дій, коли редакції вимушені працювати дистанційно, є обмежений доступ до електропостачання та інтернету, активізація роботи в соцмережах та месенджерах призвела до збереження інформування як такого. При цьому редакції могли присвятити більше часу пошуку інформації та її верифікації.

Адаптація мультимедійних платформ передбачає використання різних каналів комунікації одночасно, використовуючи переваги кожної з них заради якісної дистрибуції інформації. Зокрема сайтів, соціальних мереж (Facebook, Telegram, Instagram), месенджерів і відеохостингів, наприклад, YouTube. Важливим аспектом є перехід на мобільну журналістику, що дозволяє створювати якісний контент із мінімальним технічним обладнанням, забезпечуючи оперативність і зручність роботи. Сучасний медіапростір вимагає мультимедійності контенту, яка включає текст, відео, фото, інфографіку, подкасти та прямі ефіри. Також особливу увагу приділяють фактчекінгу й перевірці інформації за допомогою таких інструментів, як Google Reverse Image Search, InVID і OSINT-методи, що сприяють підвищенню достовірності матеріалів.

Література

1. Васьківська О.Є. Особливості інформаційних каналів соціальних мереж під час російсько-української війни. Актуальні проблеми науки, освіти та суспільства в сучасних умовах: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. Полтава: ЦФЕНД, 2022. Ч. 2. С. 72-73.

2. "Медіа споживання на звільнених і прифронтових територіях". Аналітичний звіт. Київський міжнародний інститут соціології. Серпень 2023. с.8.

СЕМАШКО Тетяна,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКОЇ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

В умовах сучасних деструктивних викликів, продукованих російсько-українською війною, зростає інформаційний вплив на особистість, де суттєвим засобом впливу є

інформаційна війна. Інформаційна війна охоплює різні види комунікативного й некомунікативного впливу, де особливою значущістю вирізняється саме комунікативний вплив інформаційних засобів на особистість. Тому в умовах війни доцільно простежити вплив комунікативних засобів на особистість в умовах інформаційної війни. Задля цього варто виокремити комунікативні стратегії інформаційної війни, що дасть змогу скласти реальну картину її комунікативного потенціалу.

У змістовій частині різних журналістських жанрів, які використовуються в інформаційній війні, застосовують різноманітні комунікативні стратегії. Насамперед, варто окреслити розуміння відповідного поняття. Ф. Бацевич комунікативну стратегію потрактовує як «оптимальну реалізацію інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації» [1, с. 118]. Звідси, комунікативна стратегія постає результатом організації мовленнєвої поведінки мовця відповідно до прагматичної спрямованості й інтенції комунікантів. У більш широкому значенні, комунікативну стратегію розуміємо як загальний намір, завдання у глобальному масштабі, надзавдання мови, що диктується практичною метою.

У сучасних наукових розвідках співіснують різні підходи до виділення корпусу комунікативних стратегій. Так, дослідниця О. Селіванова пропонує такий поділ комунікативних стратегій: кооперативні, конфліктогенні та маніпулятивні стратегії [6, с. 605]. А. Белова виокремлює універсальні – етнічно-специфічні; загальноновживані – індивідуальні; загальноновживані – статусно-зумовлені; загальноновживані – вікові; унісекс – гендерно-марковані; вербальні – невербальні; атемпоральні – обмежені в часі; кооперативні – конфліктні; адресантно-орієнтовані – адресатно-орієнтовані; інформативні – спонукальні [2, с. 14] комунікативні стратегії. М. Літвінова дотримується думки про виділення таких комунікативних стратегій, як: встановлення контакту, самопрезентації, аргументації, спонукування [3, с. 87-92]. І. Пянковська у ЗМІ виокремлює такі види комунікативних стратегій: інформаційно-інтерпретаційну, аргументативну, стратегію емоційного впливу, агітаційну, стратегію критичного аналізу держструктур, формування громадської думки, інформування громадськості, стратегію маніпулювання [4, с. 87].

З-посеред комунікативних стратегій О. Саморукова особливу роль відводить стратегії звернення до національної самосвідомості та патріотизму, яка може бути реалізована через спотворення фактів, активне використання тези про націоналістично (радикально) налаштоване, «фашизоване» українське суспільство, публікацію та тиражування фейкових фото- й відеоматеріалів; зображення, зроблені в інших військових умовах, кадри з художніх фільмів, героїзація військових [5].

На нашу думку, найбільш небезпечною у контексті інформаційної війни є стратегія маніпулювання, яка може легко поєднуватися з усіма іншими комунікативними стратегіями. Визначальною ознакою маніпулювання є його прихований характер – будь то приховування інформації (викривлення, вибірковість, підтасовування фактів) чи приховування істинних намірів. Маніпулятивна комунікативна стратегія передбачає п'ять видів маніпуляції: маніпуляція образами (представлення стимулів, які актуалізують необхідну маніпулятивну потребу, проникаючи в свідомість та підсвідомість людини); конвенційна маніпуляція (використання норм, правил, ритуалів та інших конвенційних сил для створення ситуацій, необхідних для маніпулятора, для скерування об'єкта маніпуляції за готовими взірцями); операційно-предметна маніпуляція (базується на таких автоматизмах як інерція, сила звичок, навик виконання певної роботи, а також особливості поділу уваги між елементами структури діяльності); експлуатація особистості адресата (перекладання відповідальності за виконані дії на адресата у такий спосіб, що у нього виникає ілюзія свободи в прийнятті рішень); маніпуляція духовністю (базується на використанні життєвих смислів та

цінностей, зокрема на смислові установки людини). Відтак, маніпулятор використовує внутрішні потенції особистості для активізації процесу виконання дій, які сам і навіює.

Для визначення провідних комунікативних стратегій, які використовуються в інформаційній війні періоду збройного конфлікту було проведено опитування журналістів сучасних ЗМІ (опитуванням були охоплені 25 журналістів) через Google-форму. Респондентам пропонувалося оцінити частоту використання комунікативних стратегій: систематично, інколи, рідко, не використовується. Дані опитування журналістів уможливили виокремлення релевантних комунікативних стратегій періоду війни: стратегію формування позитивного іміджу захисника; стратегію формування позитивного іміджу силових структур, позитивної оцінки їхньої діяльності; стратегію формування образу ворога; стратегію емоційного налаштування; стратегію маніпулювання; стратегію формування громадської думки; стратегію інформування громадськості про найбільш важливі події; стратегію формування, коригування картини світу; стратегію створення публічного іміджу певної організації, структури, окремої особи; стратегію популяризування політичних ідей; стратегію зацікавлення громадськості в отриманні інформації; стратегію емоційного впливу; стратегію звернення до національної самосвідомості та патріотизму.

Отже, за результатами впливу комунікативних засобів на особистість в умовах інформаційної війни періоду російсько-української війни були виокремлені релевантні комунікативні стратегії, що підтверджені фактом опитування журналістів ЗМІ. Виокремлення комунікативних складників інформаційної війни дасть змогу скласти реальну картину її комунікативного потенціалу періоду російсько-українського конфлікту.

Література

1. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики. Київ: ВЦ «Академія», 2011. 302 с.
2. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми. Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. пр. Київ, 2004. № 10. С. 11–16.
3. Літвінова М. М. Мовна реалізація комунікативних стратегій і тактик в ted talks виступах. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2023. Том 34 (73). №2. Ч. 1. С. 87–94.
4. Пянкоська І. В. Комунікативні стратегії і тактики у німецькомовних політичних коментарях на тему «Krieg in der Ukraine». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2022. № 55. С. 86–89.
5. Саморукова О. Маніпулятивні технології у висвітленні зарубіжними ЗМІ ситуації в Україні. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 351–359.
6. Селіванова О. О. Мовленнєвий вплив в комунікативній взаємодії. *Психолінгвістика: зб. наук. пр. Переяслав-Хмельницький*, 2012. Вип. 10. С. 223–229.

СЕМАШКО Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
ДІВНІЧ Олександра,
бакалавр 2 року навчання
спеціальності «Журналістика»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ: ІНТЕГРАЦІЯ БЕЗ КОРДОНІВ У СВІТІ МЕДІА

У сучасному глобалізованому світі взаємодія між представниками різних культур стає щоденним явищем, яке вимагає чіткого розуміння культурних особливостей, соціальних цінностей та комунікативних традицій. Медіа, будучи потужним інструментом масової комунікації, істотно впливають на формування образів та стереотипів інших культур. Порушення принципів об'єктивного відображення культур часто створює у споживачів інформації односторонній погляд, посилюючи упередження і конфлікти на міжкультурному рівні. Тому актуальним є дослідження особливостей міжкультурної комунікації в медіа та способів забезпечення її конструктивного впливу на аудиторію.

Питання міжкультурної комунікації у медійному контексті активно вивчалось науковцями. Так, Е. Голл, розробивши концепцію висококонтекстних та низькоконтекстних культур, зробив важливий внесок у розуміння особливостей кодування інформації, зумовлених культурними відмінностями [3]. Г. Хофстеде досліджував культурні виміри, такі як дистанція влади, індивідуалізм і колективізм, уникнення невизначеності, а також маскулінність і фемінінність, наголошуючи на їхній ролі у формуванні комунікативних практик та впливі на соціальну взаємодію [4]. Науковці підкреслюють, що медіа стали потужними інструментами у формуванні єдиного інформаційного простору, який впливає на взаємодію між культурами, сприяючи як інтеграції, так і появі нових культурних викликів.

Сьогодні толерантність і культурне порозуміння є основоположними принципами мирного співіснування у глобалізованому світі. Роль медіа в інтеграції культур є надзвичайно важливою, оскільки вони мають унікальну здатність поширювати інформацію, формувати громадську думку та вчити аудиторію сприймати відмінності як цінність. На жаль, у медійному дискурсі досить часто використовуються спрощені та стереотипні образи інших культур, що сприяє поширенню упереджень і може призводити до ескалації конфліктів.

Сьогодні мас-медіа виступають потужним інструментом у створенні образів культур, часто акцентуючи на специфічних характеристиках та формуючи стереотипи. Так, засоби масової інформації можуть суттєво впливати на громадську думку, висвітлюючи культурні феномени як з позитивної, так і з негативної сторони. У сучасному глобалізованому світі роль мас-медіа у формуванні міжкультурних відносин є надзвичайно важливою. Засоби масової інформації не лише інформують про події та явища, але й формують уявлення аудиторії про інші культури, впливаючи на соціальні установки та поведінку [1, с. 15]. За твердженням дослідників, медіа можуть як сприяти міжкультурному діалогу, так і поглиблювати культурні розбіжності, залежно від того, як вони висвітлюють ті чи інші події [2, с. 28]. Наприклад, вивчення новинних порталів і телеканалів показало, що мусульманська культура часто зображується через призму конфліктів, що призводить до викривленого сприйняття ісламських

народів як агресивних та нетолерантних. Дослідження контенту міжнародних ЗМІ виявили тенденцію до негативного висвітлення мусульманських громад, де акцент робиться на темах тероризму, екстремізму та соціальної нестабільності [3, с. 45]. Такий підхід сприяє формуванню стереотипних уявлень про ісламські народи як агресивних та нетолерантних. Тоді як західна культура в медіа часто позиціонується як «розвинена», «демократична» та «прогресивна», що підсилює чинну культурну ієрархію та сприяє культурній гегемонії. Робимо висновок, що медіа відіграють значну роль у створенні культурних образів, які можуть як підсилювати, так і долати стереотипи [1, с. 75].

Стереотипізація є небезпечною, адже вона сприяє загостренню культурних розбіжностей і створенню «ворожого образу» представників іншої культури. Наприклад, дослідження американського телеканалу CNN виявило, що, висвітлюючи мусульманські громади в Європі, журналісти нерідко акцентують на питаннях інтеграції та проблемах, пов'язаних із «інакшістю» мусульман, що може формувати негативне ставлення до них у глядачів. Це підтверджує висновки про роль медіа у створенні культурних образів, які підсилюють чи, навпаки, долають стереотипи.

Водночас, існують і позитивні приклади використання медіа для міжкультурної інтеграції. Наприклад, європейські телеканали на кшталт BBC і Euronews все частіше висвітлюють культурне різноманіття через програми, присвячені культурним фестивалям, мистецтву, фільмам інших культур [2, с. 183], що сприяє формуванню толерантного ставлення та зменшенню міжкультурної відчуженості. Такий контент має на меті заохотити аудиторію до прийняття інших культур, усвідомленню цінності культурного розмаїття, і тим самим зменшує міжкультурну відчуженість.

Згідно з дослідженнями, означені підходи сприяють зниженню дистанції між культурами та підвищенню рівня міжкультурної компетентності [4, с. 260]. Отже, засоби масової інформації мають подвійний потенціал у сфері міжкультурної комунікації. Вони можуть як сприяти інтеграції та взаєморозумінню між народами, так і посилювати культурні розбіжності та упередження [1, с. 102]. Дослідження механізмів впливу медіа на аудиторію є важливим для розробки стратегій, спрямованих на зниження негативного впливу стереотипів. Застосування освітніх програм для медіа-працівників, впровадження етичних стандартів та принципів культурної чутливості може покращити якість медійного контенту та сприяти міжкультурному діалогу [2, с. 220].

Проведений аналіз підтверджує, що медіа є значущим інструментом впливу на процеси міжкультурної комунікації та інтеграції. Результати дослідження свідчать, що зміст медійних повідомлень значно впливає на сприйняття культурних відмінностей. Відтак, важливо розробляти та впроваджувати методики, які дозволяють журналістам і редакторам уникати культурної стереотипізації та забезпечувати об'єктивне висвітлення культурних тем.

Література

1. Міжкультурна комунікація і глокалізаційні процеси у соціологічному вимірі: зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф., 16 квітня 2021 р., Маріуполь : Маріупольський держ. ун-т, 2021. 156 с.
2. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 25–26 листопада 2022 р., м. Одеса. Ч. 3. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2022. 364 с.
3. Hall E. V. Beyond Culture. Garden City : Anchor Press, 1976. 316 p.
4. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills : Sage Publications, 1984. 327 p.
5. Kizilhan Taner, Menderes Aydın Adnan, Bal, Sevil. The Rise of the Network Society. Wiley-Blackwell, 2016.

СЕМАШКО Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
ЗАЄЦЬ Віталіна,
бакалавр 2 року навчання
спеціальності «Журналістика»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВІЙНА В УКРАЇНІ ЯК КАТАЛІЗАТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕДІА

Медіа у сучасному світі – індикатор сприйняття реальності, невід’ємна частина повсякденного життя кожного, яка формує нове інформаційно-цифрове суспільство. Засоби масової інформації, своєю чергою, створюють доступне середовище для загалу, яке під впливом сучасних технологічних інновацій та суспільно-політичних подій змінюється та еволюціонує. Значний вплив на медіа завжди здійснювали надзвичайні ситуації воєнного характеру, але в умовах сучасних технологій такий вплив набув безпрецедентних масштабів.

Воєнна тематика повсякчас була частиною українського телебачення, оскільки медійники висвітлювали збройні конфлікти ще з перших років незалежності нашої держави. Проте 2014 рік, коли росія анексувала Крим та почала війну на Сході України, став для нас усіх переломним. Відтак, українське телебачення відтоді перейшло від розважальних програм до висвітлення воєнних тем.

Наступним ударом стало повномасштабне вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року. Відтоді всі медіа України зазнали кардинальних змін: розважальний контент поступився місцем постійному висвітленню воєнних дій, мобілізаційному контенту, соціальним та аналітичним програмам. Телебачення стало не лише головним джерелом інформації, але й осередком психологічної підтримки населення та інструментом спротиву російській агресії.

Від початку війни українські медіа мали швидко адаптувались до нових реалій, впровадивши нові формати програм та спеціальні ефіри, спрямовані на висвітлення та інформування громадян. Замість традиційних шоу в ефірі почали домінувати новини. Телебачення стало своєрідною платформою для волонтерських та соціальних ініціатив: з’явилися телепередачі присвячені збору коштів, речей та необхідних матеріалів на допомогу армії та постраждалим від війни.

З перших днів повномасштабного вторгнення було створено національний цілодобовий телемарафон «Єдині новини», що об’єднав провідні телеканали нашої країни для спільного інформаційного мовлення. За даними, які надає Київстар ТБ, щодня його переглядають щонайменше 40% глядачів. Першочергове призначення телемарафону – елемент захисту від російських спроб підкорити українську державу, проте згодом тематика завдань телемарафону значно розширилась: забезпечення громадян оперативною, достовірною та об’єктивною інформацією; протидія російській пропаганді та дезінформації; формування єдиного незалежного інформаційного простору; надання психологічної підтримки шляхом роз’яснення ситуації на фронті тощо. Регіональні телеканали також адаптували свою програмну сітку, активно співпрацюючи з місцевими органами самоврядування та оперативно реагуючи на потреби населення.

Оскільки ворог використовує телебачення як інструмент гібридної війни, тому одним із головних завдань українських медіа під час надзвичайного стану стала боротьба з дезінформацією, російською пропагандою, спотворенням фактів та інформаційними атаками. Відтак, «Єдині новини» стали важливим елементом інформаційної безпеки країни, адже у воєнний час дезінформація може бути такою ж небезпечною, як і воєнні дії.

За даними Інституту масової інформації, за три роки повномасштабного вторгнення в Україну, росія скоїла проти журналістів і медіа 823 злочини. Робота у гарячих точках – щоденний ризик для кореспондентів, знімальної групи, ведучих тощо. Як повідомляє ІМІ (Інститут масової інформації), серед основних російських злочинів проти журналістів і медіа: вбивства журналістів (97), викрадення (29), обстріли (45), поранення (42), переслідування, погрози і залякування журналістів (127), пошкодження редакцій медіа внаслідок обстрілів (25), обстріли телевеж (21), вимкнення українського мовлення і запуски на базі українських медіа російської пропаганди (35), кіберзлочини (100), закриття медіа внаслідок фінансової і кадрової кризи, спричиненої повномасштабною російською агресією (332), юридичний тиск (29) [1].

Зауважимо, що війна завдала значного удару по українській медіаіндустрії. Численні телеканали втратили більшість своїх прибутків через скорочення рекламних бюджетів та зниження купівельної спроможності бізнесу. За даними Всеукраїнської рекламної коаліції, рекламний медіаринок України у 2022 році втратив близько двох третин (63%) свого обсягу у гривнях, без урахування інфляційних процесів. Зазначається, що початок року для реклами на телебаченні був обнадійливим і навіть перевищував прогнози щодо зростання, але з початком війни ринок рухнув. Поступове відновлення почалося з серпня, а осінні об'єми вже становили майже третину від довоєнного рівня. В цілому, пряма ТБ-реклама в 2022 році скоротилась майже на 80% і становить 2,37 млрд грн, спонсорство втратило 87% й не перевищує 234 млн грн. [2].

Проте українське телебачення не стоїть на місці, розвиваються такі напрями, як: документалістика («Йди за мною» (2022); «Мирні люди» (2024); «У пошуках Ніки» (2024); «Ми, наші улюбленці та війна» (2024); «Все має жити» (2024); «Довга доба» (2023); «Люди зі сталі» (2024); «20 днів у Маріуполі» (2022)); військова аналітика («ШКОЛА ВІЙНИ»; «Армія сьогодні»; «PRO Військо»; «Техніка війни»; «Воїн – це я»; «Рекрут.ua»; «11 запитань»; «ТИ В ЗСУ»; «Лінія фронту»); розважальний контент патріотичного спрямування («Я люблю Україну»; «Україна неймовірних людей»; «Клуб 1%»); діяльність волонтерів та благодійних фондів; сюжети про життя людей на окупованих та прифронтових територіях; гуманітарна та фінансова допомога тощо.

Оскільки населення України у переважній більшості перейшло на онлайн-споживання контенту, численні телеканали запустили власні YouTube-канали з повним мовленням, Telegram-канали з екстреними новинами, додатки та стрімінгові платформи для перегляду новин у будь-якому місці.

Аспектно, що телебачення сьогодні – це ключовий інструмент у психологічній підтримці громадян. Через програми різноманітного характеру медіа допомагають людям адаптуватися до складних реалій сьогодення. Заслуговує на увагу якісний україномовний контент: від початку війни усі медіа України зобов'язалися перейти виключно на україномовне програмне забезпечення, що сприяє зміцненню національної ідентичності та єдності нації.

Отже, війна внесла корективи у всі галузі суспільства, де особливо кардинальних змін зазнало українське телебачення. Саме війна стала каталізатором трансформації медіа та зробила телебачення більш гнучким, оперативним та патріотично спрямованим, змусивши медіа швидко адаптуватися до реалій. Попри всі труднощі, як матеріальні, так і фізичні, українське телебачення продовжує свою роботу, підлаштовуючи контент під потреби сучасного суспільства. Наше українське медіа доводить, що в часи воєнного протистояння,

воно є не лише засобом масової інформації, але й важливим елементом національного спротиву.

Література

1. Електронний ресурс: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3963773-rosia-za-tri-roki-povnomasstabnoi-vijni-v-ukraini-skoila-823-zlocini-proti-zurnalistiv-i-media.html>
2. Електронний ресурс: <https://biz.censor.net/n3385002>

СЕМАШКО Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
МОЙСЮК Єлизавета,
магістр першого року навчання
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА: ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ТА СКЛАДНИК ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Інформаційні війни супроводжують всю історію людства. На етапі зародження вони були релігійними та ідеологічними, але з розвитком цивілізації набули нових видів і форм: раніше війни велися заради фізичного знищення, зараз знищують критичне мислення. Війна інформації на сьогодні стала одним з найнебезпечніших видів зброї.

Інформаційні війни, як складники ідеологічної боротьби, не призводять безпосередньо до кровопролиття, руйнувань, при їх веденні немає жертв, ніхто не позбавляється їжі, даху над головою. Попри те, вони породжують серйозну небезпеку, оскільки руйнування, яких завдають інформаційні війни у суспільній психології, психології особи за масштабами і за значенням цілком співмірні, а часом і перевищують наслідки збройних воєн.

Що ж таке інформаційна війна, як саме науковці пояснюють таке явище в сучасному світі. Поняття «інформаційна війна» використовується у контексті різних наук – психології, політології, філософії, соціології, журналістики тощо, що зумовлює поліаспектність дефініції означеного феномену. Найчастіше терміносполуку «інформаційна війна» визначають як боротьбу з інформаційними технологіями, які базуються на виробництві, розповсюдженні та нав'язуванні інформації. Інформаційна війна може характеризуватися як вид інформаційного протиборства та форма протиборства між суб'єктами, що передбачає інформаційний вплив на населення з використанням засобів масової інформації, комп'ютерних мереж тощо, з метою формування відповідної суспільної думки, підризу морального духу як усього суспільства, так і окремих його індивідів [1, с. 556–557].

Поділяємо думку А. Фісун, за якої інформаційна війна – «це комплексний, відкритий чи прихований цілеспрямований інформаційний вплив однієї сторони, чи взаємний вплив сторін одна на одну, який містить систему методів і засобів впливу на людей, їхню психіку та поведінку, на інформаційні ресурси та інформаційні системи, з метою досягнення інформаційної переваги, що зумовлює прийняття сприятливих для ініціатора впливу рішень

або знищення інформаційної інфраструктури противника, з одночасним зміцненням і захистом власної інформації та інформаційних систем» [3, с. 534–538].

3-посеред характерних ознак інформаційної війни виділяють такі: гнучкість арсеналу озброєння, високий рівень непередбачуваності, багатогранність впливу на цільові спільноти, нечіткість логіки, невідчутний або навіть доброзичливий вплив на супротивника, неспрацювання захисних механізмів суспільства через відсутність видимих руйнувань [5, с. 64]. Означений перелік доповнюємо активним і всебічним використанням засобів інформаційно-психологічного впливу на супротивника, що провокує зміни психічного здоров'я особистості, втрату адекватності відображення світу та ставлення до нього у свідомості людини, деградацію особистості; зміни у життєво-ціннісних орієнтаціях особистості, світоглядній концепції, прояви антисоціальної поведінки. Спостережено, що вектор впливу інформаційної війни зміщується на суспільно-інформаційний простір у зоні як формальної, так і неформальної комунікації.

Аналіз дефініцій феномену та його характерних ознак уможливають окреслення основних завдань інформаційної війни: створення керованої, некритичної людини, провокування астенічних психічних станів (занепокоєння, тривоги, депресії, апатії, страху, паніки тощо); ініціювання агресивних емоційних станів; провокування внутрішньоособистісних і міжособистісних, міжетнічних конфліктів [2, с. 233].

Акцентуємо на суттєвому впливі засобів масової інформації на цільові аудиторії, що детерміновано роллю ЗМІ, які наділені здатністю формувати громадську/суспільну думку. Саме тому під час інформаційної війни, насамперед, встановлюється контроль над ЗМІ супротивника, які надалі вже використовуються як інструмент просування потрібних повідомлень. У межах інформаційної війни форми впливу на цільові аудиторії можуть бути різними: білими – ЗМІ відкрито називають себе та розкривають джерело інформації; сірими – вирізняються тим, що має місце просування спеціально створених матеріалів; чорними – ЗМІ поширюють інформацію від третіх осіб [4, с. 284].

Розширенню можливостей інформаційних воєн сприяло тотальне упровадження інформаційно-комунікаційних технологій, адже у таких умовах фіксується збільшення впливу ЗМІ на соціум та особистість; активне втручання в особисте життя людини; виникнення проблеми з відбором інформації; розрив між поколіннями щодо розуміння та використання інформаційних технологій. Відтак, інформація набуває ознак потужної зброї, яка здатна впливати на велику аудиторію.

Яскравим прикладом інформаційних воєн може бути російсько-грузинський конфлікт 2008 р., сучасний російсько-український конфлікт та багато інших. Росія веде наймасштабніші інформаційні війни у світі, втручається в життя інших країн, створюючи фейковий контент і розводячи фальшиву активність.

Отже, інформаційна війна є ефективною технологією і складником політичної комунікації, що готує «громадську думку» до прийняття певних рішень через використання засобів масової комунікації та адресних груп. Інформаційні війни належать до найбільш небезпечних воєн і видів озброєння, специфіка яких полягає в активному й всебічному використанні засобів інформаційно-психологічного впливу на супротивника, у зміні комунікативної установки в суспільстві і підпорядкування його інтересів інтересам агресора.

Література

1. Правові засади розвитку інформаційного суспільства в Україні: монографія / В.А. Ліпкан, І.М. Сопілко, В.О. Кір'ян; за заг. ред. В.А. Ліпкана; Київ : ФОП Ліпкан О.С., 2015. С. 556–557.

2. Пророк Н.В. Гібридна війна: вплив на психічне здоров'я особистості. Психічне здоров'я особистості у кризовому суспільстві: збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (18 жовтня 2019 року) / уклад. З. Р. Кісіль. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2019. С. 233–237.
3. Фісун А.О. Генеза поняття «інформаційна війна». *Гілея*. 2011. №49. С. 534–538.
4. Хорошко В., Хохлачова Ю. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. *Scientific Journal of Information Security*. 2016. №22 (3). С. 283–288.
5. Череватюк В. Б., Бойко О. О. Інформаційні війни (конфлікти): теоретико-правовий аспект. *Юридичний вісник*. 2021. №2 (59). С. 62–69.

СЕМЕНКО Світлана,
кандидат філологічних наук, доцент,
професор, завідувач кафедри журналістики
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка
(м. Полтава, Україна)

СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ТЕМАТИКИ В ПОЛТАВСЬКИХ ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ У ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ

Українські регіональні медіа мають важливе значення для такого складного явища як царина культури. Завдяки висвітленню питань культури регіональні медіа стають ефективними платформами для суспільного обговорення про шляхи її розвитку, розвивають світоглядні орієнтації української спільноти, особливо в умовах повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну.

У часи війни медіа виконують роль транслятора культури, є важливим інструментом, що активно впливає на світоглядні переконання української спільноти. Власне журналістика, особливо в часи інформаційної війни, допомагає зробити культуру надійною фортецею в протидії ворожій пропаганді. Медійники регіональних видань активно розвінчують російські фейки про українську культуру, створюючи масив якісних публікацій про функціонування національної культури в період повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Магістральним завданням українські журналісти у царині культурологічної тематики вважають фіксацію воєнних злочинів росії в культурній сфері: переслідування українських митців, руйнацію і грабування інституцій. Висвітлення культурної тематики у період воєнного стану вимагає від журналістів ще більш уважної перевірки фактів, щоб протистояти російським вкидам і пропаганді, тому сьогодні жодне регіональне видання не друкує думок опозиційних російських культурних діячів.

Одним із ключових завдань редакційної політики регіональних медіа у період повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну є формування культурного образу територіальної громади; збереження культурної та історичної самобутності малої батьківщини.

Провідними аспектами висвітлення питань культури у період повномасштабного вторгнення в онлайн-виданні «Полтавська хвиля» є: культурно-мистецькі виставки про війну; роль традиційних українських ремесел; цікаві культурні проєкти; зустрічі з провідними культурними діячами; театральне мистецтво у період війни; концертно-мистецька діяльність обласної філармонії; створення культурного образу міста; розвиток українського кіномистецтва у період війни.

Публікації культурної тематики у «Полтавській хвилі» носять системний характер, у виданні є постійна рубрика «Культура». Найбільше серед тематичного діапазону про культуру в «Полтавській Хвилі» зустрічаємо рецензій на театральні прем'єри (Улибін Віталій ««Буде тобі, враже...» – ковток свіжого повітря у Полтавській драматургії, але..», ««Той самий Мюнхгаузен» – прем'єра Павлюка в Полтаві: не провал, але й не успіх»; Єгор Рудь «На кожен ваш постріл буде «ответка» – у Полтаві показали виставу про українського воїна-співака» тощо).

Із початком повномасштабного вторгнення онлайн-видання «ЗМІСТ» регулярно в рубриці «Культура» висвітлює такі аспекти теми культури: робота музеїв; культурні діячі на захисті України; роль української культури на фронті; театральне мистецтво у період війни; роль традиційних українських ремесел; цікаві культурні проєкти; благодійні культурні заходи на допомогу ЗСУ. Як і в «Полтавській хвилі», в онлайн-виданні «ЗМІСТ» найбільше маємо різножанрових публікацій про функціонування театру у період війни (Альони Ягольник «Як полтавський театр розвивається у воєнний час», Євген Даценко «У Полтаві хочуть заснувати театр ветеранів», Яніна Мурдза «Як полтавський театр імені Гоголя допомагає перемогти у війні», «Забрав кольори, мову й пісні. У Полтаві показали нову виставу для дітей»).

Отже, оприлюднення різних аспектів культури у регіональних медіа – це дієва платформа для вибору багаточисельних тем, що їх покладено в основу забезпечення територіальних громад інформацією про розвій і збереження національної культури в період воєнного стану.

Література

1. Даценко Євген У Полтаві хочуть заснувати театр ветеранів // ЗМІСТ – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=l3PyVBQbqZM>
2. Мурдза Яніна Забрав кольори, мову й пісні. У Полтаві показали нову виставу для дітей // ЗМІСТ – Режим доступу: <https://zmist.pl.ua/news/zabrav-kolory-movu-j-pisni-u-poltavi-okazaly-novu-vystavu-dlya-ditej-foto>
3. Мурдза Яніна Як полтавський театр імені Гоголя допомагає перемогти у війні // ЗМІСТ – Режим доступу: <https://zmist.pl.ua/publications/yak-poltavskiy-teatr-imeni-gogolya-dopomagaye-peremogty-u-vijni>
4. Рудь Єгор «На кожен ваш постріл буде «ответка» — у Полтаві показали виставу про українського воїна-співака» // Полтавська хвиля – Режим доступу: <https://poltavawave.com.ua/p/na-kozhen-vash-postril-bude-otvietka----u-poltavi-pokazali-vistavu-pro-ukrayinskogo-voyina-spivaka-661814>
5. Улибін Віталій «Буде тобі, враже...» – ковток свіжого повітря у Полтавській драматургії, але... // Полтавська хвиля – Режим доступу: <https://poltavawave.com.ua/p/bude-tobi-vrazhe---kovtok-svizhogo-povitria-u-poltavskii-dramaturgiyi-ale-783958>
6. Улибін Віталій «Той самий Мюнхгаузен» — прем'єра Павлюка в Полтаві: не провал, але й не успіх // Полтавська хвиля – Режим доступу: <https://poltavawave.com.ua/p/toi-samii-miunkhgaуzen---premiera-pavliuka-v-poltavi-ne-proval-ale-i-ne-uspikh-789471>
7. Ягольник Альона «Як полтавський театр розвивається у воєнний час» // ЗМІСТ – Режим доступу: <https://zmist.pl.ua/publications/yak-poltavskiy-teatr-rozvyvayetsya-u-voyennyj-chas>

СЕМЕНЮК Олег,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри міжнародної журналістики
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка
(м. Київ, Україна)

ТЕРМІНИ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Останніми роками доволі популярним у сучасних медіа є висвітлення проблем енергоефективності, енергозбереження та в цілому енергетичних трансформацій. Актуальність означеної теми пов'язана з глобальними викликами епохи – кліматичними змінами, досягненням цілей сталого розвитку тощо.

Процес енергетичних трансформацій пов'язаний зі змінами в економічній, технологічній, природоохоронній, соціальній сферах. З одного боку – він стосується глобальних питань існування людства, якісно нового розвитку держав, міст, громад, а з іншого – торкається якості життя кожної окремої людини і вимірюється простими побутовими критеріями «вигідно – невигідно», «корисно – некорисно». Важливу роль у процесі роз'яснення нюансів цього процесу відіграють медіа як «посередники», що продукують або ретранслюють тематичні тексти і спеціальну (галузеву) лексику, які є важливими для розуміння проблеми членами суспільства.

Як відомо, галузева *лексика* – це сукупність термінів, які висловлюють поняття певної галузі науки й техніки, що сформувалися історично. Багатство і розвиненість терміносистеми засвідчує ступінь вивченості наукової проблеми, а «включення» термінології до загальнонаціональної лексики є маркером її важливості для суспільства. Як зазначають дослідники (Т. Лепеха, Л. Симоненко, Л. Томіленко та ін.), термінологія від часу свого становлення стала невід'ємним і важливим складником лексичної мовної системи. Крім того, вона – невіддільна частина наукової мови, що засвідчує досягнення кожної окремої ділянки знання на певному етапі її розвитку. По суті, багатство і ступінь розвитку термінології свідчить про рівень прогресу в певній галузі, її актуальність для суспільства [1].

Метою нашого дослідження є аналіз присутності в українському медійному просторі термінів енергетичних трансформацій та використання їх як одного з інструментів роз'яснення проблеми.

У багатьох мовах, зокрема й українській, терміни цієї галузі є кальками або дублетами англomовних одиниць: *енергетичні трансформації* (*energy transformations*), *сталий енергетичний розвиток* (*sustainable energy development*), *енергетичний перехід* (*energy transition*) тощо. Вони свідчать про інтернаціональний характер проблеми та створюють спільну для країн термінологічну лексику її опису. У такий спосіб українське суспільство ефективніше приєднується до загальносвітових трендів. Показовою ілюстрацією цього є інформаційний текст із заголовком «Зелена стратегія» ЄС має перетворитися на життєву філософію для українців»: «*Зелена стратегія*», яку ЄС прийняв лише півтора року тому, стала головним чинником інноваційного розвитку європейської економіки... Україна зможе долучитися до цих процесів, коли розвиток технологій «*зеленого*» водню стане життєвою філософією не лише для представників уряду, але й для всіх українців. ...За короткий період європейський «*зелений*» курс, поряд із європейською інтеграцією, став ключовим пріоритетом діяльності для нас та для всього Євросоюзу» (Укрінформ, 26.02.20).

Термін «зелені» (англ. «green») відносно швидко набув багатозначності та почав активно використовуватися в науково-технічному, політичному, публіцистичному і побутовому дискурсах. Така метафоричність є і результатом використання його у мові медіа. Наприклад, у

різноманітних текстах зустрічаємо словосполучення: *зелена хімія; зелений анархізм, зелена філософія, зелені технології, зелена економіка, зелена відбудова України, зелена енергія, зелений туризм, зелена енергетика, зелений тариф* тощо.

Проблема енергетичних трансформацій багатогалузева, про що свідчить різноманітність термінології, яка використовується в медійних текстах: *охорона атмосферного повітря, природно-ресурсний потенціал, антропогенне забруднення, невичерпні природні ресурси, раціональне природокористування, охорона довкілля, сталий розвиток, енергоощадні лампочки, енергетична система України* тощо.

Показово, що медіа активно користуються термінами, в яких є виразний оцінний компонент: *здорове довкілля, зелена енергетика, чиста енергетика, енергоощадні технології, альтернативна енергетика* тощо.

Зазвичай у вітчизняних медіа увага до проблеми енергетичної трансформації традиційно активується певними катастрофічними подіями. Після Чорнобильської аварії українці, а з ними і значна частина європейців, зі сторінок газет, з екранів телевізорів засвоїли терміни: *атомний реактор, ядерне паливо, графітові стержні, тепловиділяючі елементи, шкода довкіллю, радіонукліди* тощо. Початок війни з Росією у 2014 році, обмеження постачання російського газу вивели в медійне поле терміни: *твердопаливні котли, біопаливо, пелети, енергетична незалежність, верифікація шляхів постачання енергоресурсів* тощо. Обстріли української енергосистеми під час повномасштабного вторгнення додали нових термінологічних елементів: *енергетична диверсифікація, розподільча генерація* тощо.

Наприкінці маємо акцентувати увагу ще на одній ролі термінів – вони не тільки формують підґрунтя для сприйняття нової реальності, але й завжди виконують функцію інтелектуалізації мови. Формування і поширення термінологічної лексики проблеми сприяє її розумінню, веденню коректної суспільної дискусії та сприйняттю громадою і конкретною особистістю запропонованих фахівцями шляхів вирішення.

Література

1. Томіленко Л. М. Термінологічна лексика в сучасній тлумачній лексикографії української літературної мови: монографія. Івано-Франківськ, 2015. 160 с.

СТЕПАНЕНКО Микола,

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

МУСІЧ Євангеліна,

магістрантка 1 курсу гуманітарно-
педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВОЄННІ НАРАТИВИ У ВІЗУАЛЬНО-ТЕКСТОВОМУ ФОКУСІ АВТОРСЬКОЇ СТОРІНКИ

Авторська сторінка асоціюється передусім не з текстом, а із способом його подання. Візуальне оформлення тут не є випадковим, воно підсилює зміст, допомагає донести емоції, структурує інформацію так, щоб читач одразу занурився в тему. Важливо не лише написати

сильний текст, а оформити його так, щоб він зачепив ще до того, як будуть прочитані перші рядки.

Поєднання тексту та графічного контенту є ключовим для створення атмосфери. Війна – це не просто події, а образи, які залишаються в пам'яті. Саме тому фотографії, відео, схеми або навіть ілюстрації мають значення не менше, ніж самі слова. Журналіст чи автор блогу може написати про розбитий міст або понівечене місто, але одна фотографія покаже більше, ніж будь-яке речення. Вона створює емоційний зв'язок, викликає миттєву реакцію, додає правдивості.

Дизайн авторської сторінки працює так само, як і текст: він несе смислове навантаження. Наприклад, для воєнної тематики важливо дотримуватися стриманого, лаконічного стилю. Занадто яскраві кольори, надмірна графіка можуть відволікати або навіть викликати дисонанс. Навпаки, чітка типографіка, добре продумані заголовки, акценти на ключових тезах дозволяють швидко зрозуміти, про що йдеться, навіть за умови побіжного перегляду сторінки.

Ще один важливий аспект – структурованість. Людина, яка заходить на авторську платформу, рідко читає все від початку до кінця. Вона сканує очима, виділяє важливі фрагменти, шукає передусім те, що зачепить її особисто. Тому добре продумані підзаголовки, цитати, марковані блоки швидко занурюють реципієнтів в основну ідею. Якщо це мультимедійний формат, то важливо, щоб відео або інтерактивні елементи не перевантажували сторінку, а доповнювали текст. Наприклад, відеоінтерв'ю з військовими чи волонтерами може не просто ілюструвати статтю, а й давати змогу читачеві почути голос людини, побачити її емоції, зрозуміти, що це не просто черговий матеріал, а реальна історія.

Зрештою, авторська сторінка – це не просто місце для публікацій. Це платформа, яка має бути зручною, зрозумілою, візуально привабливою, але водночас чесною в подачі інформації. Тут важливий баланс між стилем і змістом, між емоціями та фактами, між текстом і візуальними елементами. Саме цей синтез робить авторську сторінку ефективною, змушує читача залишитися, дочитати до кінця і відчувати, що він отримав не просто інформацію, а пережив її разом з автором.

Не менш важливим є баланс між текстом і візуальним наповненням, адже війна – це не лише слова, це образи, емоції, моменти, що закарбовуються в пам'яті. У центрі сторінки – історія конкретної людини, не загальні розповіді про війну, не статистика, не сухий виклад подій, а персональна історія, подана так, щоб читач міг відчувати її індивідуальність. Текст будується навколо емоцій, деталей, діалогів, поглядів, які вможливають «уходження» в цю реальність. Для цього використовують різні жанрові форми: інтерв'ю, есе, репортаж, особисті колонки. Автор не просто переповідає події, а й мимовільно змушує їх пережити – через голоси тих, хто був там, хто бачив, хто відчув на собі війну. Щоб створити правильний настрій, текст завжди супроводжується сильними візуальними матеріалами. Це можуть бути портрети героїв у форматі документальної фотографії – не реальні кадри, а справжні, живі емоції, погляди, в яких прочитається в різних вимірах історія. Окрім портретів, важливі фотографії деталей: руки волонтера, що перебирають медикаменти, стара фотографія родини в руках військового, сльоза на щоці матері, яка тримає листа від сина. Саме такі деталі відрефлексовують справжню емоційну глибину. Графічні елементи допомагають структурувати історію, робити її зрозумілішою. Це можуть бути інтерактивні мапи, на яких позначено місця подій, інфографіка, що пояснює певні факти, таймлайни, які відображають розвиток ситуації в часі. Дизайн авторської сторінки подають у стриманих тонах, що відповідає серйозності теми, але водночас не перевантажує уваги, забезпечує «дихання» тексту.

Особливу роль відіграють цитати – короткі, сильні висловлювання героїв, що винесені у візуальну частину сторінки окремими блоками. Вони допомагають із першого погляду зрозуміти емоційний посил матеріалу. Це може бути фраза військового, проартикульована в

найкритичніший момент, або слова матері, яка чекає на сина з фронту. Такі цитати залишаються в пам'яті надовго, вони резонують і викликають емоційну реакцію.

Ще один важливий аспект – інтерактивність. Читач не просто гортає сторінку, він взаємодіє з нею. Це можуть бути аудіозаписи голосів героїв, відеофрагменти тощо. Війна не є статичною, її історії-сюжети не можуть існувати лише у формі нерухомого тексту, вони живуть, розвиваються, змінюються, а сама сторінка має передавати цей динамізм.

Проект «Герої не мовчать» – це не просто сторінка в журналі, а портал у реальність війни, де текст і візуальний контент доповнюють одне одного, створюючи ефект присутності. Людина, яка відкриває цей матеріал, не просто читає його – вона опиняється всередині історії, відчуває її, розуміє і, можливо, змінює власне ставлення до війни, до людської стійкості, до важливості пам'яті.

Текст сам по собі – лише частина історії. Візуальне оформлення працює разом із ним, підсилює емоції, формує сприйняття, змушує зупинитися, вдивитися в деталі. Люди читають очима, і те, як вони відчують матеріал, значною мірою залежить від того, як його подано. Війна – не лише чорне й біле, вона має безліч відтінків, і важливо знайти правильний баланс між строгістю та читабельністю. Темні кольори (глибокий сірий або темно-синій) створюють атмосферу серйозності, додають глибини. Але поряд із ними можна використати різнотональні акценти – теплі відтінки жовтого або червоного, які ніби пробиваються крізь темряву. Вони працюють на емоцію: привертають увагу до важливих слів, підкреслюють моменти, які не можна пропустити. Це можуть бути цитати військових, якісь ключові фрази з розповіді або навіть назва статті, що має закарбуватися в пам'яті.

Шрифтам також притаманна своя мова. Потрібно обрати легко читабельний шрифт для основного тексту, без зайвого декору – він має бути чітким і зрозумілим, бо важливо не відволікати уваги від змісту. А ось заголовки можна зробити виразнішими: жирніші, з невеликою різкістю в лініях, щоб вони ніби «били в ціль», одразу давали відчуття ваги написаного. Основне ж у цьому контексті – фотографії. Вони мають не просто доповнювати текст, а «вести задушевну розмову» з ним. Ідеться, зрозуміло, не про постановочні кадри, бо ж війна – не вистава. Потрібно обирати портрети військових, волонтерів, цивільних, які пережили жахіття обстрілів, евакуації, полону. У центрі мають бути очі, а в них усе: страх, біль, надія, виснаження, лють, жага до життя. Треба домогтися того ефекту, щоб читач не просто пробіг поглядом текст, а спочатку побачив обличчя, зупинився, відчув щось і водночас усе, а вже потім занурився в історію. Графічні елементи мають бути там, де вони доречні. Це можуть бути карти, які промовисто демонструють місце події, або інфографіка із цифрами – скільки людей евакуювали, скільки міст опинилися під ударами. Сутнісним є те, аби вирізнені й інші візуальні деталі не перевантажували сторінки, а «працювали злагоджено», в органічній єдності висвітлювали історію.

Інтерактивність також має значення, особливо якщо говорити про цифровий формат. Доцільно буде додати QR-код, який веде на відеоінтерв'ю з героєм історії, або покликання на аудіосвідчення, оскільки не завжди текст спроможний транслювати всю емоцію. Голос людини, її інтонації, павзи, зітхання – усе це створює ефект присутності.

Важливо думати й про те, як читач сприйматиме кожен історію, як він гортатиме сторінку, що бачить спочатку, куди спрямує свій допитливий погляд. Потрібно, щоб текст, фото, кольори, акценти діяли синхронно, гармонійно, щоб людина відчула всіма фібрами душі побачене, а самі історії не губилися серед інших новин, не ставали «черговими» матеріалами про війну, а залишатися в пам'яті.

СТЕПАНЕНКО Ніна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*
ЗАВАДОВСЬКА Яна,
*студентка 4 курсу гуманітарно-
педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ФЕЙКОВА ІНФОРМАЦІЯ – РІЗНІ АВДИТОРНІ ГРУПИ: МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ

Ефективність фейків як одного з важливих інструментів впливу значною мірою залежить від їхньої здатності апелювати до іманентних кодів тих або тих соціальних груп. Приміром, старше покоління традиційно віддає перевагу друкованим виданням, а також телебаченню, які наділені винятково здатністю впливати на суспільство загалом, а не на окремі його верстви. Молодша генерація є чутливішою до інформації, яку транслюють соціальні мережі. В обох випадках фейк, що слугує об'єктом пропонованого дослідження, створює штучний ажіотаж навколо провокаційної інформації резонансного характеру, бо ж його стратегічне завдання – якнайдовше й найсильніше впливати на аудиторію, тримати її у своєму полоні й цим створювати ефективне середовище для маніпулювання свідомістю доведеного до такого рівня, коли люди починають сприймати нав'язану їм інформацію як власні переконання (3).

Сприйняття фейків значною мірою детерміноване психологічними особливостями різних аудиторних груп. Дослідники відзначають, що ключовим чинником, який уможливорює поширення фейків, є емоційна реакція реципієнтів. Передусім цим можна пояснити широту ареалу фейків, пов'язаних із загрозами здоров'я, безпекою та іншими життєво важливими темами, що викликають сильні емоційні реакції. Вельми сутнісну роль також відіграє попередній досвід взаємодії з інформацією – люди схильні вірити тим повідомленням, які системно, послідовно й результативно корелюють з уже сформованими уявленнями та переконаннями.

Механізм впливу фейків на масову свідомість має свої особливості в Україні. Дослідження І. Мудрої засвідчує, що «основна мета фейкових повідомлень як інструменту інформаційної війни – це посіяти сумніви і переконати аудиторію у правдивості поданої інформації» (5, с. 184). Комплекс завдань, які реалізують за безпосередньою участю фейків, включає дезінформування аудиторії, пропагування певної політичної позиції, появу агресії, знепотужнення усталених переконань, сіяння паніки, зміну громадської думки, спонукання до певних конкретних дій, і радикальних також, привернення уваги до чітко конкретизованих об'єктів та переконання в істинності неістинних фактів. В українському контексті особливу ефективність мають фейки, спрямовані на дискредитацію державних інституцій, підрив довіри до офіційних джерел інформації та поляризацію суспільства за мовною, релігійною й іншими ознаками.

Важливою характеристикою фейку як інформаційного вкиду є наявність спеціально підготовленої провокаційної інформації резонансного характеру, запроєктованої на формування викривленої картини реальності. В умовах війни її формують, живлять інформаційний вакуум та панічні настрої в суспільстві, вони активізують множення фейкових новин, мемів, інформаційних укидів та маніпулятивних технологій через заангажовані експертні групи (1).

Ефективність впливу фейків посилюють також технології сьогодишнього медіаспоживання. Активно побутує думка, що в сучасному інформаційно насиченому середовищі користувачі часто обмежуються читанням заголовків або коротких анонсів, не заглиблюючись у зміст матеріалів, що створює сприятливі умови для маніпуляцій, особливо з використанням техніки «клікбейт», коли заголовок не відповідає змістові матеріалу або відчутно перебільшує його сенсаційність. То ж цілком закономірно, що фейки «мають дуже широкий діапазон ураження» і часто продукуються з тією метою, щоб впливати на конкретні демографічні групи з урахуванням соціально-психологічних особливостей, світоглядних орієнтацій та інформаційних уподобань (2).

Фейк як соціальне явище представляє новий етап у розвитку технологій інформаційного впливу та масової комунікації, він постав унаслідок інтегрування резонансної інформації з «вірусними» технологіями її поширення. Фейки – найефективніший (без перебільшення) елемент дезінформування та пропаганди, який трансформувався в потужний інструмент інформаційної війни та формування антинаціональних настроїв.

У контексті російської війни проти України проблема дезінформації набула критичного значення, позаяк, крім боротьби за територіальну цілісність, українцям доводиться воювати на світоглядному фронті – за свідомість громадян, повертаючи їх у лоно національного медіапростіру та очищаючи від штучних російських наративів, різних міфів.

В умовах інформаційного протистояння фейки регулярно використовують для дискредитації політичних опонентів, підриву довіри до національних інституцій та створення атмосфери недовіри й страху. Реальним нині є те, що російська пропаганда прямо-таки експлуатує їх з метою формування негативного ставлення до української державності, європейської інтеграції та реформ. Водночас важливо зацентувати на тому, що маніпулятивний вплив має стабільні характеристики, а саме: здійснюється навмисно і приховано; обов'язково містить алгоритми програмування мислення, сприйняття та поведінки об'єкта; застосовує методи й техніки, які чинять цілеспрямований тиск на психіку, другу сигнальну систему, на свідомість об'єкта впливу (див.: 1).

Дослідники чітко ідентифікували ключові механізми, які підвищують ефективність впливу фейкової інформації: ефект первинності (перша отримана інформація здійснює найсильніший вплив), ефект повторення (багаторазове повторення інформації підвищує довіру до неї), авторитетність джерела (інформацію від авторитетних джерел сприймають як достовірнішу), емоційна конотованість (емоційно заряджену інформацію краще запам'ятовують, вона викликає сильнішу реакцію). Розуміння цих механізмів – своєрідна стратегія і тактика розроблення ефективних засобів протидії фейкам та підвищення медіаграмотності різних аудиторних груп (4).

Механізм дії фейкових технологій на різнорангову аудиторію охоплює всі суспільства, виявляючи, зрозуміло, національні, континентальні й інші особливості. До того ж він не одноразовий, а перманентний процес, що системно еволюціонує.

Література

1. Глушук Є. Феномен фейку як інструменту інформаційної війни. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 67. С. 96–107.
2. Інноваційні психологічні засоби розвитку медіаосвіти в умовах екстремальної дистанційності війни: методичний посібник / Л. А. Найдьонова, О. Вознесенська, Н. Л. Дятел, та ін. /Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2023. 335 с.

3. Кияниця Є. О. Фактори формування та сприйняття медіаконтенту сучасними аудиторіями. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31 (70), № 3, ч. 3. С. 210–215.

4. Мишок Р. Р. Фейки в середовищі учнівської молоді (на прикладі м. Львова). *Перспективи. Соціально-політичний журнал*. 2022. № 1. С. 147-155.

5. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188.

СТЕПАНЕНКО Ніна,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)

ОКСЕНЮК Дарія,

студентка 4 курсу гуманітарно-
педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Нині роль російської пропаганди в інформаційній війні по-особливому відчутна, оскільки держава-агресор відверто й цинічно маніпулює на широких просторах, – а українському найактивніше, – громадською думкою, наполегливо формує пріоритетні для неї суспільні настрої, вимodelьовує свої меркантильні плани. Пропаганда шириться різними каналами, з-поміж яких традиційні засоби масової інформації, платформи соціальних мереж і навіть проксі-сервери та посередники.

Мета російської пропаганди в контексті інформаційної війни – підтримка власних інтересів та жорстка дискредитація опонентів. Для цього використано передусім дезінформацію в різножанрових її виявах. Загалом же російська пропаганда постає у формі конфлікту, що фокусує традиційні і нетрадиційні військові, економічні та психологічні тактики. Інформаційна війна спрямована на вразливі точки держави-мішені. У хід пущено широкий спектр методів для дестабілізації і підризу її уряду, економіки, гуманітарної аври. Щодо ключових способів ведення інформаційної війни, то домінувальну позицію займає пропаганда, яку застосовують насамперед для створення розбіжностей усередині суспільства, а також для впливу на поведінку цільових аудиторій.

Загальновідомо, що інформаційна війна – сценарна послідовність операцій, вибудованих на технології спотворення, у стратегічних планах якої – знищення систем управління противника, максимальне впотужнення власних систем управління. Термін «системи управління» використано тут у широкому контексті, який охоплює і систему цінностей соціуму, і канали їхньої ретрансляції, і технологічну інфраструктуру інформаційного поля [див.: 2]. Для світу не є таємною, що інформаційна війна – непередбачуваний за своїми діями й наслідками виклик національній безпеці. Важливо розробляти та застосовувати стратегії, які забезпечать ефективну протидію інформаційним загрозам, надійну, результативну боротьбу з

ними. Боротьба з інформаційною війною потребує різновекторного підходу, консолідації всіх суспільних інституцій і громадянського суспільства загалом.

Одним із найпоширеніших каналів зв'язку, який системно та послідовно експлуатують для поширення пропаганди за умов інформаційної війни, – платформи соціальних мереж. Переваги цього каналу в тому, що він завжди зорієнтований на певну аудиторію як чітко задекларовану суспільну рефлексію. Інші можливі канали включають традиційні засоби масової інформації, зокрема телебачення та радіостанції, а також цільові канали – листівки, плакати тощо. Важливою є роль інших соціальних мереж, бізнес-або соціально виробничих мереж, геосоціальних сервісів, фото- та відеохостингів, віртуальної освіти, соціальних ігор, форумів, навіть сайтів знайомств, сайтів відгуків, соціальних закладів, блогів, мікроблогів і под. [1].

Виграють, зрозуміло, ті, які послуговуються вдосконаленими інтернет-технологіями. Як закономірність варто констатувати те, що завдяки технологійно зумовленим особливостям функціонування соціальні мережі, а як точніше, соціальні медіа стали в наш час основним майданчиком для ведення інформаційних воєн.

Формування інформаційної обстановки в соціальних медіа відбувається шляхом природного об'єктивування реальності безпосереднього спілкування між учасниками будь-яких подій та поширенням ними інформації через соціальні мережі на різні аудиторії, а також формуванням інформаційних ситуацій через ретельно сплановані акції підготовленими фахівцями. Доведення інформаційних ситуацій до критичного ступеня, що вже спроможний переконати громадськість у правдивості тих чи тих подій, провокувати її на активні дії (ідеться і про масові протести), здійснюється шляхом впливу на інформацію, що циркулює або вже вірусує в соціальних мережах, поширенням чуток, підготовкою фактів-доказів або фактів-спростувань тих чи тих прецедентних чи менш сутнісних, однак соціально релевантних відомостей. Створення такої інформаційної обстановки, провокування громадськості на активні дії передбачає відповідне (не завжди адекватне) реагування, приміром, із боку військово-політичного керівництва іноземних держав, свого вищого керівництва чи громадськості, наприклад усунення чи обмеження повноважень окремих керівників. Отже, такими й іншими провокаціями можна домогтися сковування або активізації ініціативи керівництва різного рівня чи формування громадської думки та настрою, що перешкоджає роботі органів державної влади [3].

Отже, російська пропаганда в контексті інформаційної війни є потужним інструментом впливу, що базується головно на маніпуляціях, дезінформації та використанні сучасних технологій. Її метою є не лише часткова чи докорінна зміна громадської думки, але й розкол у суспільствах, дестабілізація ситуації в інших державах (в Україні передовсім) та досягнення геополітичного домінування чи навіть панування. Для протидії цій загрозі важливо розвивати медіаграмотність, виявляти й спростовувати фейки, а також посилювати міжнародну співпрацю у сфері інформаційної безпеки.

Література

1. Ващенко Н. М. Головні наративи сучасної російської пропаганди як впливогенна проблематика в умовах конскієнтальної війни Росії проти України. *Наукові записки Інституту журналістики*. №1 (76) 2020. С.180–202.
2. Полторає А.В., Стадник А.Г. Пропаганда та її місце в процесі ведення інформаційних воєн. Основні форми пропагандистського впливу: пряма пропаганда, джінса, паблісіті, пропаганда 2.0. *«Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences»*, 2020, 3 (1). С. 126–137.

3. Почепцов Г. Сьогодні першими стріляють когнітивні війська. URL: <https://psyfactor.org/psyops/cognitive-war-2.htm> (дата звернення: 01.02.2025).

СТЕФАНИШИН Софія,

бакалавр 4 року навчання
спеціальності «Журналістика»,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

*Науковий керівник – Семашко Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ,*

Україна)

ПОДІЄВИЙ ФОТОРЕПОРТАЖ У КОНТЕКСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМ МЕШКАНЦІВ ПРИКОРДОННЯ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Тема російсько-української війни займає ключове місце в інформаційному просторі України, впливаючи на національну свідомість і міжнародне сприйняття конфлікту. Важливу роль у висвітленні подій відіграють соціальні мережі, які використовуються для інформування, мобілізації суспільства та збору коштів на підтримку військових і цивільного населення. Війна також вплинула на українську культуру, зокрема, кінематограф, літературу та мистецтво, які допомагають документувати події та формувати суспільну свідомість.

Проектом, що допоміг фільмувати проблеми мешканців прикордоння, є «Сумщина в об'єктиві: хроніки незламності», присвячений створенню циклу фоторепортажів, що документують проблеми, виклики та стійкість мешканців прикордонних районів Сумщини під час російсько-української війни. Мета проєкту – не лише зафіксувати історії людей через фотографії та інтерв'ю, поширити інформацію про реалії життя в прикордонних районах та створити візуальний архів пам'яті, а й підкреслити стійкість, мужність та сподівання мешканців прикордоння.

Фоторепортаж – це важливий жанр сучасної зображальної журналістики, що дозволяє ефективно передавати емоції та динаміку подій через візуальні образи. Він не лише інформує про події, відображає їх без втручання, передаючи їх документальний та емоційний складник, але й створює художній образ, здатний викликати глядацькі асоціації та співпереживання. Успішний фоторепортаж вимагає ретельної підготовки, уваги до деталей і вміння працювати в умовах, що змінюються, щоб донести до аудиторії атмосферу та емоції моменту.

Основний продукт реалізації проєкту «Сумщина в об'єктиві: хроніки незламності» – це створення фотожурналу, який документує життя мешканців прикордонних територій Сумщини в умовах війни. Фотожурнал містить серії знімків і супровідні інтерв'ю, які розкривають особисті історії, труднощі та ініціативи місцевих мешканців, зокрема, їхню соціальну активність і волонтерство. Репортажні серії передають реалії життя прикордонних територій Сумщини через документальні кадри, що демонструють глибокі емоції; зображення зруйнованих будівель, пустих вулиць і наслідків обстрілів доповнюються історіями людей, які

залишилися у своїх громадах. Важливим складником є висвітлення соціальних проблем: відсутність інфраструктури, зв'язку, медичних послуг, міграція молоді; економічних труднощів; психологічних стресів тощо. Попри те, вони демонструють надзвичайну стійкість, намагаються адаптуватися до нових умов, де базові потреби часто залишаються нереалізованими. Інтерв'ю з місцевими жителями допомогли зібрати особисті історії, які підкреслюють їхні переживання, прагнення до стабільності, стійкість та боротьбу за вільне майбутнє.

Фоторепортажі створеного проєкту поєднують документальність, емоційність та соціальну відповідальність; візуальна наративність допомагає будувати історії через серії знімків, які розкривають побутові труднощі та психологічний стан мешканців. Фоторепортажі, фіксуючи події та реалії війни, викликають у глядачів співпереживання, формують громадянську свідомість та позицію.

Ефективне просування фотожурналу «Сумщина в об'єктиві: хроніки незламності» вимагає комплексного підходу. Важливими методами при тому є контент-маркетинг, активне використання соціальних мереж, співпраця з блогерами та впливовими особами, оптимізація контенту для пошукових систем (SEO) та електронні розсилки. Оскільки відео є потужним інструментом для залучення уваги, пропонується створити маркетингову стратегію з відеоконтентом для соціальних мереж TikTok та Instagram. На нашу думку, основними перевагами відеоконтенту у маркетингу є такі: здатність привертати увагу, передавати значний обсяг інформації за короткий час, викликати емоції, покращувати SEO та розширювати аудиторію через поширення в соціальних мережах. Використання відео для просування фотожурналу дозволяє не тільки підвищити видимість, а й створити глибший зв'язок з аудиторією через візуальний та аудіо-вплив.

Отже, документування життя на прикордонні має важливе значення для підвищення обізнаності про труднощі місцевих жителів, формування активної громадянської позиції та підтримки місцевих ініціатив у часи кризи, що сприятиме покращенню умов життя через підтримку з боку державних і недержавних організацій. Створений фотожурнал «Сумщина в об'єктиві: хроніки незламності» став рупором, що закликає до активних дій та підтримки тих, хто переживає виклики війни, зберігаючи пам'ять про їхні історії, спонукаючи до дій для покращення життя останніх.

ФЕДОРОВА Ганна,
студентка 1 курсу магістратури
філологічного факультету,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

ФЕЙКОВІ НОВИНИ ЯК ВИКЛИК СОЦІОКУЛЬТУРНИМ ТРАНСФОРМАЦІЯМ: РОЛЬ АНТИФЕЙКОВИХ РЕСУРСІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ

У сучасному інформаційному просторі проблема фейкових новин набула глобального масштабу. Вони впливають на суспільні настрої, формують хибні уявлення про події та можуть використовуватися як інструмент інформаційної війни. В Україні це питання стало особливо актуальним у зв'язку з російською агресією, що супроводжується масованими кампаніями дезінформації. Соціокультурні трансформації, які відбуваються в умовах цифровізації та гібридних загроз, створюють нові виклики для суспільства, зокрема у сфері медіаграмотності та довіри до традиційних ЗМІ.

Проблема фейкових новин полягає не лише в їхньому поширенні, а й у здатності впливати на громадську думку, провокуючи соціальну напругу, політичні маніпуляції та підриг демократичних цінностей. У цьому контексті особливу роль відіграють антифейкові ресурси, які працюють над виявленням та спростуванням неправдивої інформації.

Для протидії цьому явищу в українському медіапросторі функціонують антифейкові ресурси, такі як «StopFake», «Брехунець», «НотаЄнота» та «Детектор медіа». Вони займаються виявленням та спростуванням неправдивих повідомлень, а також підвищенням медіаграмотності населення [5].

Покликаючись на статтю Л. С. Доскіч, можемо сказати, що фейкові новини є потужним інструментом маніпуляції, який поширюється через соціальні мережі та підригає довіру до традиційних медіа. Автор наголошує на тому, що дезінформація впливає на соціокультурні трансформації, формуючи викривлене сприйняття реальності та сприяючи політичним маніпуляціям. Для протидії цьому явищу необхідно розвивати критичне мислення, підвищувати рівень медіаграмотності та використовувати спеціалізовані антифейкові ресурси [1].

Дослідження Массачусетського технологічного інституту (MIT) виявило, що фейкові новини у Twitter поширюються на 70% швидше, ніж правдиві. Вчені проаналізували близько 126 тисяч повідомлень, які ретвітували 3 мільйони користувачів. Результати показали, що неправдиві новини досягають ширшої аудиторії та розповсюджуються швидше, ніж достовірна інформація. Це дослідження підкреслює важливість розробки ефективних стратегій для боротьби з дезінформацією в соціальних мережах [3].

Тему фейкових новин та їх вплив на соціокультурні трансформації в Україні досліджували різні науковці та організації. Наприклад, ГО «CAT-UA: Communication Analysis Team – Ukraine» підготували дослідження «Дискурс щодо фейків і дезінформації в українському медіапросторі та перспективи підтримки локальних медіа в умовах війни», яке аналізує поширення дезінформації та роль місцевих медіа [2]. USAID-Internews щорічно проводить дослідження медіаспоживання українців, зокрема у 2024 році, де аналізується стійкість громадян до фейкових новин та довіра до медіа [6].

Фейкові новини є серйозним викликом для сучасного суспільства та соціокультурних трансформацій. Антифейкові ресурси відіграють ключову роль у боротьбі з дезінформацією, проте потребують вдосконалення методів та інструментів. Підвищення рівня медіаграмотності та використання сучасних технологій може стати ефективною стратегією для зменшення впливу фейкових новин у медіапросторі України.

Література

1. Доскіч Л. С. Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації. *Бібліотекознавство*. 2022. № 4. С. 72–77. DOI 10.32461/2409-9805.4.2022.269809.
2. Дискурс щодо фейків і дезінформації в українському медіапросторі та перспективи підтримки локальних медіа в умовах війни: Дослідження експертної думки / ГО «CAT-UA: Communication Analysis Team – Ukraine». *Виконано на замовлення Netzwerk für Osteuropa-Berichterstattung e. V. (n-ost)*, 2022. 55 с.
3. Массачусетський технологічний інститут: дослідження поширення фейкових новин у Twitter [Електронний ресурс]. *Радіо Свобода*. 2018. Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/29089049.html>.
4. Шульська Н. М., Зінчук Р. С. Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ). *Південний архів (Філологічні науки)*. 2022. Вип. ХС. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2022-90-9>.

5. Шульська Н. М., Зінчук Р. С., Навальна М. І. Антифейкові ресурси сучасного медіапростору України в умовах інформаційної війни. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 33 (72), № 4, Ч. 2 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.4.2/44>.

6. USAID та Internews. Медійне споживання українців у 2024 році: дослідження / USAID та Internews. 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://mediamaker.me/usaaid-internews-2024-mediaspozhyvannya-ukraincziv-12518/?utm_source=chatgpt.com.

ШИНКАРУК Олександра,
кандидат юридичних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА ЕТИКА У МЕДІА: ВИКЛИКИ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Доброчесність та етика є важливими складовими морального життя кожної людини. Ці якості формують фундамент здорового і гармонійного суспільства. Наслідки відсутності етики та доброчесності можуть бути руйнівними для будь-якої спільноти. Відсутність моральних орієнтирів веде до деградації суспільства, появи корупції і нечесності. Дотримання етичних принципів сприяє розвитку взаємної поваги, довіри і стабільності, що позитивно впливає на кожного індивіда та на соціум загалом, тому важливо не лише мати моральні стандарти, але й слідувати їм у повсякденному житті.

У медіа доброчесність та етика є важливими аспектами для забезпечення чесності та відповідальності в інформаційному просторі. Медіа відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, тому дотримання етичних принципів є необхідним для підтримки довіри між журналістами, їх аудиторією та суспільством загалом. Основні етичні стандарти в медіа включають правду, об'єктивність, неупередженість, а також визнання важливості поваги до особистих прав. Неетичне висвітлення подій або маніпулювання інформацією можуть призвести до дезінформації та соціальних конфліктів.

Г.В. Старкова, К.В. Яресько, О.М. Афанасьєва (2021) відзначають, що «українські медійники мають чітко визначені етичні орієнтири для здійснення професійної діяльності». Доброчесність у медіа полягає в тому, щоб журналісти та редактори відповідали за подану інформацію і несли відповідальність за її точність і достовірність. Вони повинні діяти на користь суспільства, дотримуючись високих стандартів професіоналізму, та уникати корупційних впливів або компромісів, які можуть порушити принципи чесності. Доброчесність також включає відмову від поширення чуток, маніпулювання фактами та сенсаційності, які можуть шкодити репутації окремих осіб або цілих громад.

Медіа-етика та доброчесність важливі не тільки для підтримки високих професійних стандартів, а й для захисту демократії. Відповідальні медіа не лише інформують, але й служать платформою для обговорення важливих соціальних і політичних питань. Без етичних принципів медіа можуть стати інструментом маніпуляцій і пропаганди, що зашкодить інтересам суспільства, тому важливо, щоб журналісти завжди дотримувались норм етики, підтримуючи доброчесність і об'єктивність у своїй діяльності.

Виклики етики та доброчесності у медіа зростають у міру розвитку цифрових технологій і зростання впливу соціальних мереж. Одним з основних викликів є поширення дезінформації та фейкових новин. Зі зростанням кількості онлайн-платформ і швидкістю, з якою новини

поширюються, стало важче перевіряти факти та відокремлювати правду від маніпуляцій, що ставить журналістів перед завданням підтримки стандартів достовірності та точності. Іншим викликом є комерціалізація медіа та тиск на редакційну незалежність. У сучасному світі багато медіакомпаній орієнтуються на отримання прибутку через залучення уваги аудиторії, що часто призводить до сенсаційного висвітлення подій чи маніпулювання фактами. Це може порушувати принципи об'єктивності та нейтральності, коли новини публікуються не з метою інформування, а для того, щоб викликати емоційну реакцію. Така практика ставить під сумнів етичні стандарти і доброчесність. Ще одним викликом є етичні питання, пов'язані із захистом прав осіб, про яких публікуються новини. Із розвитком цифрових технологій та соціальних мереж стало важче захищати особисту інформацію. Медіа стикаються з проблемою балансування між правом на інформацію та правом особи на приватність, а також із питанням, як не завдати шкоди репутації осіб, про яких йдеться в матеріалах. Журналісти мають відповідальність за те, як подають інформацію, та повинні бути обережними в розкритті особистих даних чи чутливих тем, щоб не порушити моральні та етичні норми.

Медіа мають особливу відповідальність за захист прав людини та забезпечення свободи слова, а також за запобігання поширенню ненависті, насильства чи дискримінації. Вони повинні враховувати етичні стандарти, коли висвітлюють конфлікти, катастрофи чи інші чутливі теми, щоб не завдати шкоди постраждалим або не маніпулювати емоціями аудиторії. Журналісти повинні дотримуватись принципу балансу і не піддаватися зовнішнім тискам, щоб не спотворювати реальність або не служити інтересам певних політичних чи економічних сил. Ще одним важливим аспектом відповідальності є етичне ставлення до осіб, про яких йдеться у матеріалах. Інформація, особливо чутлива або особиста, повинна подаватися з повагою до приватного життя людини, без порушення її прав чи репутації. Водночас медіа повинні активно протистояти дезінформації та фейковим новинам, що можуть зашкодити як окремим особам, так і суспільству загалом, тому відповідальність медіа не обмежується лише тим, що вони повинні бути об'єктивними та чесними, а й тим, що вони мають активно працювати на благо суспільства, сприяючи розвитку довіри та стабільності в інформаційному просторі.

Отже, доброчесність та етика у медіа є ключовими факторами, що визначають якість інформації, її вплив на суспільство та є запорукою стабільності, довіри і розвитку здорового інформаційного середовища.

Література

1. Старкова Г. В., Яресько К. В., Афанасьєва О. М. (2021). Етичні засади діяльності журналіста традиційних і нових медіа / Теорія та історія журналістики. Том 32 (71) № 6 Ч. 3. С. 177-181.

ШКУРОВ Євген,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та реклами
Державний торговельно-економічний університет
(м. Київ, Україна)
БРЮХНО Оксана,
студентка спеціальності
«Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»,
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
(м. Київ, Україна).

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'ю є одним із найпотужніших методів збору інформації у журналістиці, соціологічних дослідженнях, підборі персоналу та розслідувальній діяльності. Коректно проведене інтерв'ю дозволяє отримати не лише фактичні дані, а й глибше зрозуміти позицію, емоції та мотивації співрозмовника. У сучасному світі, де інформація відіграє ключову роль, володіння навичками інтерв'ювання є важливим інструментом для фахівців різних галузей, особливо в умовах цифрової трансформації.

Інтерв'ю є важливим засобом формування громадської думки. При цьому, критичне мислення, перевірка фактів, а також розуміння нюансів комунікації є обов'язковими навичками журналіста. Під час створення інтерв'ю журналіст повинен ретельно підбирати питання, враховувати контекст розмови, бути уважним до відповідей і готовим коригувати бесіду відповідно до поведінки співрозмовника. Саме це дозволяє створити якісний, професійний продукт, що буде сприяти адекватному сприйняттю інформації аудиторією. Володіння інструментами медіаграмотності [13] та критичного мислення [14] дозволяє журналістові не тільки уникнути маніпуляцій та упередженості, але й сприяти формуванню довіри до медіа та журналістики загалом.

Серед вчених та фахівців, які досліджували та аналізували особливості проведення ефективного інтерв'ю можемо визначити таких як: К. Гавриловська, В. Гапоненко, О. Гарматій, О. Глазова, О. Голуб, О. Калита, С. Кісіль, О. Кузьменко, Л. Мар'їна, Д. Титаренко, О. Титаренко та інші.

У класичних дослідженнях інтерв'ю розглядається як діалогічна форма комунікації, що поєднує в собі ознаки інформаційного, аналітичного та художньо-публіцистичного тексту [12]. Як зазначає О. Калита, інтерв'ю є одним із найпоширеніших жанрів журналістики, що постійно зазнає трансформацій унаслідок змін у медіасередовищі. Сучасна журналістика все більше комбінує жанри, зокрема, поєднуючи інтерв'ю з репортажем або розслідуванням, що створює нові формати журналістських матеріалів [6].

Інший важливий аспект – використання різних способів подачі інтерв'ю. Дослідження А. Червінчук, зокрема показує, що українські медіа («Українська правда», «The Ukrainians») активно використовують як традиційну форму «питання-відповідь», так і структурований монолог, що дозволяє глибше розкрити особистість респондента [11].

У статті А. Медведєвої та С. Черненко в свою чергу, наголошується на складності жанру інтерв'ю, зокрема, у телевізійному форматі. Автори аналізують проблеми ведення інтерв'ю, серед яких відсутність достатньої кваліфікації ведучих, недотримання балансу між питаннями та відповідями, а також вплив психологічних факторів на процес спілкування [7].

Ю. Казімова аналізує поняття «формату жанру інтерв'ю» та наголошує на важливості професійної підготовки журналіста, оскільки саме логіка постановки запитань визначає

ефективність цього жанру. Недотримання стандартів ведення інтерв'ю призводить до спотворення інформації та втрати довіри аудиторії [5].

Порівняльний аналіз телевізійних інтерв'ю у США та Західній Європі, проведений А. Гречишкіною, демонструє суттєві відмінності у підходах до цього жанру. В американських ток-шоу домінує розважальна складова, що надає особливої видовищності розмовам, тоді як європейські програми дотримуються більш аналітичного підходу [3].

З розвитком медіа та цифрових технологій кількість інтерв'ю в різних форматах (друкованих, аудіо, відео, онлайн) постійно зростає, відображаючи загальні тенденції в інформаційному просторі. Під інтерв'ю розуміють структуровану розмову між двома або більше особами, у межах якої одна сторона (інтерв'юер) ставить запитання, а інша (респондент) надає відповіді [1]. Метою інтерв'ю є отримання інформації, виявлення думок, з'ясування фактів або аналіз досвіду співрозмовника. Інтерв'юер відіграє активну роль у спрямуванні бесіди та може ставити додаткові запитання для уточнення або розширення відповідей респондента [2; 4].

Для ефективного проведення інтерв'ю необхідно комплексно підготуватися: визначити його мету; дослідити обрані теми та респондента, оскільки ретельний аналіз теми розмови та особи співрозмовника сприяє формуванню релевантних запитань. Важливо використовувати відкриті запитання, що спонукають до розгорнутих відповідей. Окрім цього, необхідно вирішити організаційні питання: узгодити з респондентом час, місце та формат інтерв'ю, створити комфортні умови для спілкування [8].

Початок інтерв'ю має розпочинатися із легких запитань або невимушеної бесіди для зменшення напруги та встановлення контакту. Інтерв'юер повинен уважно слухати відповіді респондента, уникаючи перебивань, демонструючи зацікавленість та розуміння. Важливо пам'ятати, що, хоча підготовлені запитання є необхідними, інтерв'юер повинен бути гнучким та готовим відійти від плану, якщо розмова набуває нового, не менш значущого напрямку. У разі агресії або небажання відповідати на певні запитання варто зберігати спокій, запропонувати перерву або змінити тему розмови. Якщо респондент відходить від основної теми, інтерв'юер повинен м'яко скерувати бесіду у потрібне русло за допомогою уточнювальних фраз, наприклад: "Давайте повернемося до питання про..." [10].

Проведення інтерв'ю є ключовим інструментом отримання глибоких та унікальних інсайтів від співрозмовників. Проте навіть досвідчені інтерв'юери можуть стикатися з труднощами. Однією з найпоширеніших помилок є недостатнє дослідження теми або особистості респондента, що може спричинити поверхневі або некоректні запитання. Також надмірне використання вторинних джерел, попередніх інтерв'ю чи публікацій може обмежити оригінальність розмови та призвести до повторення вже відомої інформації. Нетактовні або упереджені запитання можуть створити дискомфорт у респондента та сформувати негативне ставлення до інтерв'юера [6].

Як уже зазначалося, в умовах стрімких змін інтерв'ю перетворюється на мистецтво, що потребує не лише професійних знань, а й творчого підходу. Сьогодні недостатньо просто поставити запитання – необхідно створити атмосферу, що сприятиме відкритості співрозмовника.

В епоху інформаційного надлишку унікальність стає головною перевагою інтерв'юера. Відповіді, що раніше вражали, можуть здатися банальними, якщо не знайти правильний кут зору або не відчути тонкий зв'язок із респондентом. Важливо не боятися експериментів: використання нових форматів, нестандартних локацій для бесіди, несподіваних запитань – усе це може зробити інтерв'ю живим та неповторним.

У цьому контексті доцільно розглянути нові підходи до інтерв'ю. Наприклад, серія інтерв'ю під спільним підзаголовком створює брендовану рубрику, що приваблює постійну аудиторію (наприклад, усі інтерв'ю англомовного видання Esquire об'єднані у серію «What I've

Learned».) [9]. Крім того, інтерв'ю у нестандартних умовах може допомогти розкрити справжній характер респондента. Іншим цікавим форматом є інтерв'ю з вигаданими персонажами, де використання штучного інтелекту дозволяє створювати відповіді від їхнього імені, що додає інноваційності у підхід.

Отже, наріз проведення інтерв'ю – це і вміння ставити запитання, а і здатність слухати, аналізувати та адаптуватися до ситуації. Якісна підготовка, дотримання етичних норм та готовність до непередбачуваних ситуацій є ключовими факторами успішного інтерв'ю, що дозволяють отримати цінну інформацію та забезпечити ефективність комунікації.

Література

1. Гоманюк М.А. Інтерв'юер у масовому опитуванні. Кишеньковий навчально-методичний посібник. Херсон: Гілея, 2013. 84 с.
2. Гапоненко В.А. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник / В. А. Гапоненко, В. А. Рихлік. — К. : КНЕУ, 2015. — 238 с.
3. Гречишкіна А. Жанр інтерв'ю на телебаченні: практика США та Західної Європи. *Молодий вчений*, 11. (75), С. 96–100.
4. Дрешпак В. М. Жанрологія журналістських творів: навчальний посібник / Дрешпак В. М. – Дніпро : УМСФ, 2021. – 186 с.
5. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : *Журналістські науки*. 2018. № 896. С. 59–62.
6. Калита О. П. Жанрові особливості інтерв'ю на сторінках українських онлайн видань. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 34 (73) № 1 Ч. 2 2023. С. 308–312.
7. Медведєва, А. і Черненко, С. 2021. Проблематика жанру інтерв'ю в сучасному медійному просторі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: *Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 4, 1 (Чер 2021), 11–17.
8. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2011 – 496 с. учбової літератури, 2011 – 496 с.
9. 5 ідей для незвичайних форматів інтерв'ю. TheLede. <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/02/20/1021/?utm> (дата звернення 11.01.2025).
10. Чекмишев О. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.
11. Червінчук, А. Інтерв'ю в сучасній українській журналістиці: Способи оформлення та репрезентації (на прикладі видань «Українська правда» та «The Ukrainians»). *Медіастудії*, 27, С. 227-232.
12. Френкель О. Жанрова своєрідність інтерв'ю як типу комунікації: портретне інтерв'ю. 2014. С. 30–31. URL: <https://salon.li/5E913C7> (дата звернення: 20.01.2025).
13. Kyiianytsia, I., Holik, O., Kurban, O., Yatsiuk, D., & Shkurov, Y. (2023). Information hygiene in the media space as a factor of environmental consciousness of society. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 13(2, special issue XXXVI), 73–79. Retrieved from <https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/PDF/130236.pdf>
14. Moon, J. (2007). *Critical thinking: An exploration of theory and practice*. Routledge

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ВИМІРІ ТРАДИЦІЙНОЇ ТА НОВОЇ ЛІНГВІСТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ

ЖЕЖЕРА Ніна,

доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет
біоресурсів і природокористування України
(Київ, Україна)

КУКСАЧ Єлизавета,

бакалавр 3 року навчання
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України (Київ, Україна)

ДОКУМЕНТАЛЬНА ПРАЦЯ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА «ЛИХО З РОЗУМУ» ЯК ПІДҐРУНТЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ГУМАНІТАРИСТИКИ

В'ячеслав Чорновіл належить до плеяди видатних представників українського дисидентського руху, чия громадсько-політична діяльність була спрямована на захист прав людини та національно-культурне відродження України в умовах тоталітарного радянського режиму. Його документальна праця «Лихо з розуму» становить значущий історичний артефакт, що репрезентує інтелектуальний спротив українських дисидентів та відіграє фундаментальну роль у розвитку української гуманітаристики, акцентуючи парадигмальне значення боротьби за свободу та верифіковану історичну правду.

Твір Чорновола має методологічні та концептуальні особливості. «Лихо з розуму», або «Портрети двадцяти "злочинців"» — документальне дослідження, створене Чорноволем у 1967 році. Інтертекстуальна алюзія на літературний твір О. С. Грибоєдова у назві функціонує як іронічний маркер, що символізує парадоксальність радянської дійсності, де інтелектуальна діяльність, спрямована на досягнення істини, призводила до систематичних переслідувань та репресивних заходів. Основна методологічна стратегія цього дослідження полягає в експлікації масштабів репресивної політики та висвітленні інтелектуального опору українських діячів культури, яких офіційна радянська ідеологія стигматизувала як «ворогів народу». Праця представляє собою детальну хроніку судових процесів над представниками української інтелігенції, яких репресивний апарат переслідував за їхні політичні переконання, антирусифікаційну діяльність та відстоювання національно-культурних цінностей.

Дослідивши соціоісторичний контекст дослідження, з'ясовуємо, що період створення документальної праці характеризувався загостренням політичної ситуації в Україні: інтенсифікація репресивних заходів проти української інтелектуальної еліти набувала систематичного характеру [2]. У своєму дослідженні Чорновіл артикулює проблематику національної самосвідомості, що трансцендує індивідуальний рівень і трансформується в основу суспільно-політичного руху. Окрім деконструкції репресивної системи, «Лихо з розуму» представляє багатовимірні психологічні портрети визначних українських діячів — Василя Стуса, Івана Світличного, Левка Лук'яненка та інших, — які, попри систематичні переслідування, демонстрували непохитну вірність своїм ідеологічним принципам.

Соціокультурний вплив «Лиха з розуму» поширювався на значні кола української інтелігенції і мав значний резонанс: праця стала каталізатором для розвитку національно-визвольного руху та інспірувала багатьох правозахисників. В умовах інформаційної блокади

та фальсифікації відомостей про репресії, Чорновіл здійснив документальну фіксацію систематичних порушень прав людини, актуалізуючи проблематику злочинів проти українського народу [1]. Дослідження також мало міжнародний резонанс, презентуючи світовій спільноті верифіковані дані про репресивну політику щодо українців у СРСР.

«Лихо з розуму» становить основу для розвитку сучасної української гуманітаристики, пропонуючи об'єктивну інтерпретацію радянської системи та її репресивних механізмів. Праця інспірувала не лише представників дисидентського руху, а й наступні генерації інтелектуалів, які артикулювали ідею незалежності України. Постать Чорновола трансформувалася у символ резистентності та самопожертви в ім'я свободи, а його дослідження залишається джерелом національної гордості та меморіалізації трагічних сторінок історії.

Документальна праця «Лихо з розуму» В'ячеслава Чорновола являє собою не лише історичне дослідження, а й культурно-національний маніфест, що ініціював нові дискурсивні практики в українській гуманітаристиці, зокрема проблематику національної ідентичності, свободи особистості та цінності історичної правди.

Дослідження Чорновола демонструє високий рівень методологічної рефлексії та аналітичної глибини, що дозволяє класифікувати його як фундаментальний текст для розуміння механізмів функціонування тоталітарної системи та форм інтелектуального спротиву.

Література

1. Деревінський В. Ф. Праці В. Чорновола «Правосуддя чи рецидиви терору?» та «Лихо з розуму» як джерело до вивчення радянських репресій 1965 – 1966 рр. // Магістеріум. – 2007. – Випуск 28.
2. Яременко В. Так починався В'ячеслав Чорновіл // Чорновіл В. Твори в 10-ти т. – Т. 1.

КОНОНЕНКО Ольга,
аспірантка відділу стилістики,
культури мови та соціолінгвістики
Інституту української мови НАНУ
(м. Київ, Україна)

МОВА НАУКОВО-ОСВІТНЬОГО МЕРЕЖЕВОГО ДИСКУРСУ В ДОБУ СОЦІАКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Соціокультурні трансформації пов'язані з процесом глибоких змін у суспільстві, що впливають на його культуру, цінності, норми, традиції та способи комунікації. Вони відбуваються під впливом різних факторів: війн, глобалізації, технологічного розвитку, урбанізації, міграційних процесів, економічних криз тощо.

Можемо виокремити основні аспекти соціокультурних трансформацій: зміни в цінностях і світогляді (переосмислення традиційних уявлень про родину, гендерні ролі, освіту тощо); еволюція мови та комунікації (поява нових слів, зміни у стилі спілкування, вплив цифрових технологій на мовні практики); культурна взаємодія (поширення запозичень, зокрема англізмів, поява гібридних форм мистецтва, релігійних вірувань); освіта та наука (трансформація освітніх систем, адаптація до нових соціальних викликів); інформаційне суспільство (зростаючий вплив медіа, соціальних мереж на формування суспільної думки).

Науково-освітній мережевий дискурс у добу соціокультурних трансформацій зазнає значних змін під впливом цифрових технологій, глобалізації та нових комунікативних практик.

1. Цифровізація комунікації: використання онлайн-платформ (масові відкриті онлайн-курси, освітні платформи, вебінари, наукові блоги, форуми) змінює формат подачі

наукової інформації; інтерактивність і мультимедійність стають невід'ємною частиною освітнього процесу.

2. Глобалізація наукової мови: останнім часом англійській мові відводять чільне місце в академічному середовищі; відбувається адаптація міжнародної термінології до локальних мовних реалій з перевагою англізмів над українськими відповідниками.
3. Гібридизація наукового стилю: поєднання формальної академічної мови з елементами неформального стилю (короткі публікації, тренди в соцмережах, меми як засіб популяризації науки); використання спрощеної термінології для ширшої аудиторії.
4. Нові форми наукового та освітнього дискурсів: поява блогів, науково-популярних відео, подкастів та онлайн-дискусій; активізація коментаторської культури: відкритий діалог між науковцями та суспільством через соцмережі.
5. Виклики академічної доброчесності: проблеми плагіату та дезінформації через легкий доступ до онлайн-ресурсів; необхідність розвивати критичне мислення та навички аналізу інформації.

Таким чином, мова науково-освітнього мережевого дискурсу стає більш динамічною, інтерактивною та доступною, що відображає глибокі соціокультурні трансформації сучасного суспільства.

Динамічність і мультимедійність науково-освітнього мережевого дискурсу полягає у використанні гіперпосилань, інтерактивних елементів, відео, зображень; взаємодії із читачами через коментарі, обговорення, тести; адаптації тексту під різні формати (блоги, відеолекції, подкасти, онлайн-курси).

Інформація в науково-освітньому мережевому дискурсі подається у коротких абзацах, списках, інфографіках; активно використовуються заголовки, підзаголовки, марковані списки для кращої навігації; складні синтаксичні конструкції зведено до мінімуму. Тобто йдеться про лаконічність та структурованість матеріалів. Основною функцією заголовків стало привернення уваги, зацікавлення читачів. Заголовки мають бути короткими, змістовними та інтерактивними; пунктуація в них спрямована на читабельність, простоту та динаміку. У заголовках часто уникають ком і складних конструкцій, щоб зробити їх коротшими й динамічнішими, натомість активно використовують двокрапку для уточнення, адже це допомагає структурувати заголовок і зробити його зрозумілішим: Вивчаємо українську через тексти: конспект завдань до уроку для 4, 7 та 8 класів («НУШ», 11.03.2025), Атестація педпрацівників у 2025 році: відповідаємо на актуальні питання («Всеосвіта», 11.03.2025), Освітні тренди 2025: підходи та новації для українських вчителів («На урок», 11.03.2025).

Англізація науково-освітнього мережевого дискурсу: Роль фідбеку (відгуків про роботу учня) в академічній успішності учня – британське дослідження («НУШ», 12.03.2025); У чому сенс челенджів та чи можна їх використовувати з користю для навчання? («Всеосвіта», 12.03.2025); Хоумскулінг: плюси та мінуси домашньої освіти («На урок», 12.03.2025).

Паралельне вживання або ігнорування норм чинного українського правопису (редакція 2019 року) та попереднього (редакція 1992 року) повсякчас трапляється у науково-освітньому мережевому дискурсі України: Дати можливість потренуватися в командній роботі, підготуванні групових проєктів («НУШ», 10.03.2025), Пілотні ліцеї отримали гранти на реалізацію освітніх проєктів («НУШ», 10.03.2025), Це гостра реакція на несправедливість, на необхідність відновлення гідності, честі й демократичних цінностей («НУШ», 10.03.2025).

Відмічаємо непослідовне вживання фемінітивів, навіть в одному тексті, або ж нагромадження слів на позначення осіб чоловічої та жіночої статі: Магістр філології, випускниця філологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна («На урок», 10.03.2025), Новий освітній омбудсмен Надія Лещик висловила бажання

послабити надмірне навантаження на вчителів, що викликано необхідністю проведення різноманітних конкурсів та олімпіад («Освіта.ua», 10.03.2025), За словами Сергія Колебошина, допомагатимуть школярам і школяркам долати освітні втрати 90 тренерів / тренерок і СЕН-педагогів, яких підтримуватимуть 15 методистів і методисток проєкту («НУШ», 10.03.2025).

Таким чином, попри численні переваги (доступність, інтерактивність, динамічність), розвиток науково-освітнього мережевого дискурсу має і негативні наслідки. Основні проблеми пов'язані зі спрощенням інформації та поверхневості наукового контенту, використання ненормативної термінології, суржику, надмірних запозичень, поширенням псевдонауки, зниженням академічних стандартів.

КОЧУКОВА Наталія,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

НОВА ТЕХНІЧНА ЛЕКСИКА В МОВІ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

Сучасний інформаційний простір активно оновлюється й поповнюється новою технічною лексикою, що зумовлено стрімким розвитком технологій та їх поширенням у різних сферах життя. Повсякчас з'являються нові галузі науки зі своїм специфічним інноваційним термінологічним апаратом, що поступово стає надбанням українського загалу і його мови. Українські медіа відіграють важливу роль у популяризації нових технічних назв, поширюючи знання про технічні новинки. Особливо це стосується номінацій новітніх приладів, систем, що використовуються в російсько-українській війні та світовій оборонній промисловості. ЗМІ, будучи потужним засобом інформаційного впливу, не лише відображають зміни у військовій сфері, а й сприяють закріпленню нових термінів у мовній практиці. Напр.: *«Маск заявив, що системою **Starlink** «кинув виклик» путіну, і без неї весь український фронт «обвалиться»»* (<https://hromadske.ua/viyna/241110-mask-zaiavyv-shcho-systemoiu-starlink-kynuv-vyklyk-putinu-i-bez-neyi-ves-ukrayinsky-front-obvalytsia>); *«**Мавіки** з гранатами. Як роблять і використовують дешеву та небезпечну новинку війни в Україні»* (<https://www.bbc.com/ukrainian/features-64594233>); *«Українські військові перетворили важкий **мультикоптер** у носій **дрона-квадропода**»* (<https://mil.in.ua/uk/news/ukrayinski-vijskovi-pidvisyly-robosobaku-do-vazhkogo-multykoptera>). Такі слова поступово входять до активного словника носіїв мови.

Неолексеми називають здебільшого такі пристрої, механізми, які вже використовує чимала кількість людей, що засвідчує поступовий процес їхньої детермінологізації. Широке залучення їх до мови української преси, збільшення кількості користувачів відповідними приладами та засобами дає підстави стверджувати, що вони перебувають на межі термінів і загальноновживаних мовних одиниць. Хоч спеціалізовані значення згаданих слів є більш виразними, ніж загальномовні, за активного функціонування в мові періодики такої диференціації за значеннями згодом може не бути. Особливо часто досліджувані лексеми використовують в молодіжних і рекламних виданнях, публікаціях спеціальної тематики, в інтерв'ю фахівців, а також на інформаційних сайтах. Напр.: *«Оренда **інстапринтера** в Києві – один з видів діяльності компанії **Smileboth**. Інстапринтер, або, як його ще називають, **інстабокс** або **інстабудка**, добре підходить для створення соціальної активності, що буде доречно при проведенні публічних акцій або рекламних кампаній, хоча також є гідною*

розвагою для гостей і на приватних вечірках» (<https://smilebooth.com.ua/orenda-instaprintera/>). Молодь їх сприймає і активно ними послуговується.

Нові технічні терміни часто утворюють внаслідок словоскладання, що дозволяє уточнити функцію чи призначення пристрою, напр.: *фітнес-трекер*. Спостережено, що такі інновації в українській мові є переважно запозиченнями з англійської, що зумовлено глобальним лідерством англomовних країн у сфері технологій. Напр.: *девайс, гаджет, квадрокоптер / коптер, геймпад, спінер, сетвей / гіроборд / гіроскутер / моноколесо, інстапринтер / хешпринтер / інстабокс / інстабудка / фотобудка, лептон, хромбук, геймерська мишка* тощо. Напр.: «На території функціонуватиме **#хешпрінтер**. Відвідувачі, розмістивши своє фото з фестивалю у соціальних мережах під хештегом **#lesia_grand_fest**, зможуть його безкоштовно отримати у друкованому вигляді» (<https://zvyagel.com.ua/news/16528-lesia-grand-fest-2019.html>); «Ви коли-небудь переживали захоплюючі пригоди з **екин-камерою**, щоб зафіксувати деякі з ваших хвилюючих моментів? Дійсно, це найкраще заняття, яке може вивести вас на новий рівень розваг, незалежно від того, чи є ви наркоманом адреналіну, який з нетерпінням чекає задокументувати свої екстремальні види спорту...» (<https://www.sjcam.com/uk/blogs/what-is-an-action-camera-and-do-i-really-need-it/>); «Із початком коронавірусу, а відтак і війни, чи не всі задумалися над оновленням своїх **гаджетів**, адже робота і навчання перейшли здебільшого в онлайн, і їхня якість напряду почала залежати від потужності пристроїв» (<https://molbuk.ua/news/281602-noutbuky-dlia-navchannia-i-rozvag-iakyi-leptop-zaslugovuie-staty-pershym-dlia-vashoi-dytyny.html>); «Міський голова Києва Віталій Кличко заявив, що за останній рік погладшав на 3 кілограми, і що його **смарт-годинник** сигналізує про брак життєвих сил» (<https://www.pravda.com.ua>); «Не все так просто з **коптерами**» (<https://www.bbc.com/ukrainian/features-64594233>).

Українські друковані та електронні видання пропагують моду на активне вживання англomовних слів, формуючи певні мовні смаки, моду на слововживання. Недосконале знання норм української літературної мови в передаванні слів іншомовного походження, ігнорування правил правопису призводить до неправильно оформлених нових запозичень у медійній мові, напр., *хешпрінтер* замість *хешпринтер*.

Нові назви технічних приладів поширено в мові українських медіа через огляди новинок, рекламні матеріали, технічні блоги та журналістські розвідки. Контекст використання визначає ступінь засвоєння термінів: деякі залишаються вузькоспеціалізованими, тоді як інші входять до широкого вжитку. Мода на активне вживання нових запозичених лексем сприяє їхньому закріпленню в мові й витісненню з ужитку раніше вживаних назв, наприклад, *мобільний телефон* → *смартфон*, *пристрій* → *гаджет*, *ноутбук* → *лептон*, *фітнес-браслет* → *фітнес-трекер*. Напр.: «Ультратонкі **лептопи** стали популярними завдяки своїй компактності та стильному дизайну» (<https://mediacom.com.ua/suchasni-trendi-noutbukiv-sho-varto-znati/>); «**Фітнес-трекери** обманюють: насправді, ви пробігаєте менше? (заголовок). Деякі **фітнес-трекери** неправильно вимірюють відстань, яку ви пробігаєте, свідчать тести британської мережі споживачів *Which?*» (<https://www.bbc.com/ukrainian/features-48076155>).

Українські медіа активно співпрацюють з виробниками техніки, що сприяє швидкому поширенню нових термінів і слів. Офіційні презентації, маркетингові кампанії та технічні огляди є важливими каналами адаптації нової лексики. Функціонування назв нових технічних приладів у мові ЗМІ є динамічним процесом, що відбувається під впливом глобальних технологічних змін.

МАРЧУК Людмила,
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики,
Кам'янець-Подільський національний
університет імені Івана Огієнка
(м. Кам'янець-Подільський, Україна)

ПРИЧИНИ ТА ПРИНЦИПИ ПРОЦЕСУ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНИХ ЗМІ

Згідно з енциклопедією «Українська мова» **запозичення** трактуємо як «... звук, морфема, слово або його окреме значення, фразеологізм, синтаксична конструкція, перенесені з однієї мови в іншу, а також сам процес подібного перенесення» [5, с.179], запозичені слова – це «іншомовні слова, цілком засвоєні мовою, що їх запозичила» [5, с.179].

У словнику лінгвістичних термінів запозичення тлумачаться як «...іншомовні слова – слова, засвоєні українською мовою з інших мов. Напр.: хлопець, місто, гудзик, ліжко (з польської), сенсація, етикет, мода, костюм (з французької); шоу, чемпіон, джаз, менеджер (з англійської); кран, цех, шахта, офіцер (з німецької); гарбуз, майдан, козак, ковбаса (з тюркських мов) та ін.» [1, с.63].

Т. Жалко відносить запозичення до маркованої лексики, яка несе «...будь-яку супровідну, додаткову інформацію (до лексичного й граматичного значення) про сфери вживання, часову віднесеність, емоційно-експресивне забарвлення або функціонально-стильове використання лексичних одиниць» [2, с. 73].

Н. Юрійчук узагальнює причин запозичень, поділяючи їх на 2 групи: «...серед позамовних чинників можна виділити дві підгрупи, а саме соціальні, які тісно пов'язані з динамічними процесами, що відбуваються у певну добу в соціумі, а також психолінгвістичні, що є відображенням сучасної моди на слова та відіграють значно вагомішу роль у процесі засвоєння нових елементів мовою, аніж чинники інтралінгвальні» [7, с. 151].

В. Сімонок вважає процес запозичення цілком природним явищем, оскільки до української мови входять нові запозичення як неологізми або звужується їх сфера вживання й вони переходять до пласту застарілої лексики, окремі «...вживаються українською мовою для найменування специфічних для того чи іншого народу явищ і стійко зберігаються на периферії лексичної системи як екзотизми» [4, с. 254]. Наприклад, це можна сказати про слово «хайп», яке означає:

- 1) агресивну та нав'язливу рекламу;
- 2) намагання виставити щось більш важливим та захоплюючим;
- 3) ажіотаж [<https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BF>].

На платформі УНІАН в інформації за 19.09.2024 року натрапляємо на такий приклад: *«Головний відеохостинг планети YouTube почав розгортати нову функцію для користувачів. Це незвичайна опція – вона пропонує глядачеві «захайпнути» відео своїх улюблених авторів, щоб їхній контент частіше помічали, пише The Verge. Механіка буде такою: щотижня користувачі отримують по три «хайпи», якими можна голосувати за нещодавні ролики авторів-початківців з менш ніж 500 тис. передплатників, а «найхайповіші» з них потраплять в оновлюваний топ-100 (для кожної країни він буде свій). Журналісти припускають, що «хайп» стане спеціальною валютою, яку в майбутньому можна буде купувати для YouTube. При цьому частина коштів від продажів надходитиме самим авторам контенту»*, де хайп вжито в значенні реклами і продемонстровано процес адаптації іншомовізму в українській мові через словотвірний ряд: хайп-захайпити-найхаповіші. В іншому тексті «Дзеркала тижня» від 29.12.2024 року це слово вжито в значенні галасу, який виникає внаслідок перебільшення

якоїсь інформації: «...почала її спростовувати, назвавши депутата “безвідповідальним любителем хайпу”».

Отже, сучасна лінгвістика визначає запозичення як процес перенесення одиниць різних структурних рівнів з однієї мови в іншу в результаті їх взаємодій, міжмовних контактів.

Найчастіше запозичення приходять через мову ЗМІ. На сучасному етапі розвитку української мови найчастіше мова мас-медіа запозичує слова та словотвірні конструкції: «Дзеркало тижня», 27.12. 2024 року : «Серед переданої **номенклатури озброєння** є позиції, які ми могли бачити майже в кожному пакеті допомоги: 155-мм снаряди, ракети для **HIMARS**, БПЛА, ракети для ППО, набої для стрілецького озброєння та польове обладнання. Тобто так звані розхідники. Також є окремі види озброєння, що надаються раз на кілька місяців, або ж узагалі надавалися одноразово за весь час війни. Серед них – БМП **Bradley**, БТРи **M113**, гаубиці **M777** і САУ **M109**. Зброя, яку надавали раз за весь час війни, – це 31 танк Abrams, про передачу яких оголосили взимку 2023-го». Це розповсюджені латинізми (номенклатура), англізми (особливо назви зброї, яку передають США, Великобританія збройним силам України під час повномасштабного російського вторгнення). На недавнє входження до сучасної української мови свідчать записи слів латиницею.

Запозичення на фонетичному рівні відбуваються рідше. Крім того, фонетичні запозичення зумовлюють різні форми їх передавання через українську абетку. Тобто виникнення варіантних номінацій, що безумовно пов'язано з особливостями їх фіксації в писемному мовленні. Саме це спричинило введення нових правил щодо правопису запозиченої лексики [6, с. 155 – 166], де чітко визначаються умови вживання тієї чи тієї букви на позначення певного звука при переданні іншомовізму.

В архівних матеріалах «Дзеркала тижня», № 29 (454) 2 – 8 серпня 2003 натрапляємо на таку лексему: «Невдовзі вже не божевільні професори, завчені студенти й підступні хакери (О.С. англ. *hacker* — людина, яка «ламає» комп'ютерні системи) (не ті, що «ламали», а ті, що «будували») були основною інтернет-аудиторією...» і «Дзеркало тижня», 22 (601) 10-16 червня 2006: «У новому фільмі буде «живе» середовище, але дуже жорстка драматургія. Фабулу взято з однієї газетної історії. Колись, будучи студентом, я прочитав статтю про те, як маленький гакер (О.С. гакер — орфоепічний варіант слова хакер) в Америці пограбував три банки».

Отже, запозичення – природня складова історії кожної мови. Воно зумовлене низкою зовнішніх та внутрішніх чинників: соціально-економічним становищем, розвитком науки і культури, комунікативною модою.

Література

1. Єрмоленко С.Я., Биби́к С.П., Тодор О.Г. Українська мова: короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. Київ: Либідь, 2001. 224 с.
2. Жалко Т. Запозичена лексика сучасної української мови як інноваційна форма маркованої лексики. Науковий вісник Східноєвропейського університету імені Лес Українки. Р.І. Мовознавча рецепція Шевченкового слова. № 12, 2024. С. 72 – 77.
3. Сенік Г.І. Українсько-німецькі мовні контакти на Буковині: дис... к.ф.н./ 10.02.01 – українська мова, 2014. 215 с.
4. Сімонок В.П. Запозичена лексика в українській мовній картині світу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія, 2014. №8. Т.2. С. 250 – 254.
5. Українська мова. Енциклопедія /За ред. В. М. Русанівського. Київ: «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2000. 752с.

6. Український правопис. Київ: Наукова думка, 2019. 391 с. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/zagalna%20serednya/Pravopys.2019/ukr.pravopys-2019.pdf>.

7. Юрійчук Н.Д. Дискусійні питання теорії іншомовних запозичень. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: ілологія. Соціальні комунікації. Том 31 (70), № 4. Ч. 1. 2020. С. 148 – 154.

МЕЖОВ Олександр,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри української мови та лінгводидактики,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки
(м. Луцьк, Україна)

СИНТАКСИЧНА КОМПРЕСІЯ ЯК ОЗНАКА СУЧАСНОГО МЕДІАЗАГОЛОВКУ

У сучасних заголовках медіатекстів простежуємо два протилежні явища – синтаксичну компресію (стиснення, конденсацію) та синтаксичне ускладнення (розширення, розгортання) реченнєвих структур. Як слушно зауважує А. П. Загнітко, «...синтаксичною компресією репрезентуються ті чи інші площини закону мовленнєвої економії, яка пов'язана з лаконічністю, стислістю і якою засвідчується постійна динаміка в українському синтаксисі» [2, с. 138–139]. Синтаксична компресія зазвичай представлена такими типами речень, як неповні, еліптичні, незакінчені (обірвані, перервані). Із структурно-семантичного погляду їх об'єднує лаконічність (декілька компонентів-синтаксем), із прагматистичного – експресивність, динамічність, інформаційна навантаженість, емоційна напруженість, образність. Також синтаксична компресія заголовків не лише привертає увагу реципієнтів, а й активізовує їхню уяву, спонукає до глибоких роздумів, аналітики, домислювання, викликає яскраві емоції та почуття, формує позитивну чи негативну оцінку тощо. Лінгвопрагматична мета стилістичної фігури умовчання у медіазаголовках, навмисно створеної автором за посередництвом обірваних, неповних, еліптичних структур – інтригувати читача, спонукати його до прочитання тексту, натякаючи на актуальних, суспільно важливих проблемах політичної, економічної, соціальної, воєнної сфери, міжнародних відносин, нерідко з драматичним і навіть трагічним підтекстом.

Водночас кожна із синтаксично компресованих конструкцій формально, семантично, стилістично, комунікативно й пунктуаційно специфічні. Якщо неповним та еліптичним реченням властива інтонаційна й змістова завершеність, то обірваним, навпаки, її відсутність, що марковано характерним розділовим знаком – три крапки. У медіазаголовках простежуємо переважно постпозиційне умовчання, за якого журналісти ставлять три крапки наприкінці висловлення, рідше – інтерпозиційне, тобто перерваність фрази (на письмі три крапки) всередині, та відсутність препозиційного. Пунктуаційним маркером еліпсису є зазвичай тире, яке сприяє експресивізації заголовку. Тож завдяки пунктуаційному оформленню читач здатен спершу візуально ідентифікувати вид синтаксичної компресії, а потім виявити змістовий та комунікативно-прагматичний потенціал мовної конструкції.

Якщо у власне-неповних реченнях пропущені компоненти можна відновити контекстуально чи ситуативно, в еліптичних – безпосередньо з їхньої семантико-граматичної структури, то в незакінчених реченнях зміст обірваної, недоговореної частини реципієнт не здатен точно відтворити, а лише уявити й домислити. Це змушує його прочитати текст, який і

розкриє необхідну інформацію, невербалізовані, завуальовані графічно (трьома крапками) в заголовку авторські думки, емоції, настрої. В лінгвоукраїністиці вперше комплексно проаналізували такі типи синтаксичних конструкцій на матеріалі різностильових текстів сучасної української мови В. В. Богатько [1] та В. І. Пітель [3].

Незакінчені висловлення у заголовках побудовані за структурно-семантичними моделями різних типів речень: простих: *У Слов'янськ і Краматорськ знову вдерлася війна...* (Голос України, 06.07.2022); *А за дверима стояв лютий ворог...* (Високий замок, 03.03.2022); *На фронті обіцяв бути до Перемоги...* (Високий замок, 08.04.2023); складних безсполучникових: *Палили траву – підпалили себе...* (Високий замок, 23.03.2022); підрядних частин: *Коли приїжджаєш у Бучу, Ірпінь, Гостомель...* (Голос України, 29.04.2022); питальних і розповідних: *За що воюємо? З передової видніше...* (Голос України, 30.06.2024); *Буча... Як це пережити і що з цим робити?* (Українська правда, 06.04.2022). Інтенсифікують експресивність заголовків різні стилістичні прийоми, зокрема антитеза: *Біда жене, біда й об'єднує...* (Голос України, 16.06.2023); *Колись подорожував Росією. Тепер захищає від неї рідне місто...* (Голос України, 06.07.2022), ампліфікація: *У вогні гинуть комахи, їжаки, зайчики, сови...* (Високий замок, 29.03.2024) тощо.

В еліптичних структурах заголовків здебільшого еліміновано дієслівні предикати, відновлення яких уможлиблюють субстанційні або адвербіальні синтаксеми: суб'єктні та локативні (місця): *«Добробрат» – в Ірпені* (Голос України, 03.08.2022); *На львівському вокзалі – атмосферний концерт хору Верьовки* (Високий замок, 05.04.2024); *У Бучі – вуличні бої, звідти женуть кадірівців* (Газета по-українськи, 03.03.2022); *На Сумщині за вечір – майже 40 ворожих мінометних прильотів* (Українська правда, 05.05.2024); *На Львівщині – комендантська година* (Високий замок, 25.02.2023); локативи напрямку руху: *Із калюжі – на чисті води!* (Високий замок, 22.06.2022); *Із фронту на ринг, з рингу на фронт: історія спортсмена, який взяв до рук зброю, аби захищати країну* (Українська правда, 06.07.2022); суб'єктні й адресатні: *Ветерани Другої світової – Путіну: Випустіть людей із «Азовсталі»* (Українська правда, 07.05.2022); *Кім – херсонцям: Потерпіть, скоро ленд-ліз дійде* (Українська правда, 14.05.2022); *Санкції для дочок путіна* (Високий замок, 06.04.2022); *Новонародженим тваринам – «фронтові» клички* (Високий замок, 06.04.2023); часу: *Готель на орбіті – вже за три роки* (Високий замок, 11.04.2024); причини: *За спекуляцій з цінами на гречку чи молоко – тюрма* (Українська правда, 08.06.2022); мети-призначення: *Австралія дасть Україні \$70 млн допомоги. Більшість – на зброю* (Газета по-українськи, 01.03.2022); міри і ступеня: *Літр молока – понад 4 долари, кіло помідорів – 11!* (Високий замок, 12.06.2023). Пропущені суб'єктні синтаксеми читач здатен відновити з попереднього контексту або за допомогою предиката: *Ніч в областях: на сході окупанти убили волонтерів, на Одещині – пошкодили електропідстанцію* (Українська правда, 09.05.2022); *Разом – сильніші: «Контінентал» підтримує країну* (Високий замок, 05.04.2022). Експресивізації заголовків сприяє нанизування еліптичних конструкцій: *Ніч у регіонах: Харків – без обстрілів, Донбас – у вогні, Первомайське обстріляли* (Українська правда, 17.05.2022).

Отже, синтаксична компресія медіазаголовків зумовлена насамперед прагненням автора до мовної економії, експресивізації висловлень з метою психоемоційного впливу на читача, спонукання його до уважного прочитання, критичного осмислення, об'єктивної оцінки тексту. Стиснення синтаксичної форми речення-заголовку можливе внаслідок авторської еліпсації малозначущих (іноді змістово надлишкових, переобтяжливих) синтаксем, які адресат може словесно експлікувати через синтаксично залежні компоненти, контекст, мовленнєву ситуацію, екстралінгвальні чинники, власний тезаурус, набуті знання й досвід. Така форма синтаксичної компресії, як обірвані чи перервані речення також сприяють активізації мисленнєвої та психоемоційної сфери реципієнта, приверненню його уваги до викладених у тексті актуальних проблем.

Література

1. Богатько В. В. Синтаксис і стилістика неповних речень у мові сучасної української періодики. Вінниця : Нова книга, 2010. 176 с.
2. Загнітко А. П. Структурні і семантичні різновиди українських синтаксичних інновацій. *Лінгвістичні студії*: зб. наук. праць: у 2 ч. Донецьк : ДонНУ, 2003. Вип. 11. Ч. I. С. 135–147.
3. Пітель В. І. Функціонально-семантична структура незакінчених речень у сучасній українській мові: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Івано-Франківськ, 2000. 188 с.

ПЕВСЕ Андрея,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри філології
Закарпатський угорський інститут
імені Ференца Ракоці II
(м. Берегове, Україна),
Ніредьгазький університет
(м. Ніредьгаза, Угорщина)

ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ КІБЕРСТІЙКОСТІ: ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ СТРАТЕГІЙ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У сучасному цифровому світі кіберстійкість відіграє важливу роль для захисту інформаційного середовища. Кіберстійкість означає здатність систем або організацій протистояти кіберзагрозам, швидко відновлюватися після атак і забезпечувати безперервність роботи. Здебільшого дослідники фокусуються на технічних аспектах кіберстійкості, проте мовні аспекти, які впливають на комунікацію під час кризових ситуацій та процеси інформаційного захисту, також заслуговують на увагу. Наше дослідження аналізує мовні стратегії, що використовуються для забезпечення кіберстійкості, включаючи стандартизацію термінології, метафоричні концепти та роль інформаційної комунікації в захисті інформації.

Існує багато мовних стратегій у забезпеченні кіберстійкості.

Одним з основних є стандартизація кібертермінології, яка допомагає мінімізувати непорозуміння в процесі обміну інформацією, що є надзвичайно важливим у кризових ситуаціях. Наприклад, Джордж Хатчинсон та Марія Кілат вивчали стандартизацію термінів у кібербезпеці, підкреслюючи її значення для міждисциплінарної комунікації (Hutchinson & Kilat, 2019). Відсутність узгодженої термінології може створювати труднощі у взаємодії між спеціалістами з кібербезпеки та іншими зацікавленими сторонами, що знижує ефективність захисту.

У кібербезпеці часто використовують метафори для пояснення абстрактних концептів і полегшення розуміння складних явищ. Наприклад, такі метафори, як "вогняна стіна" (firewall) або "віртуальний простір" (cyberspace), дають можливість формувати уявлення про складні технічні процеси. Дослідження, проведене Люком Романовським, показало, що метафори сприяють популяризації кібербезпеки та кращому розумінню кіберзагроз серед непрофесіоналів (Romanovsky, 2020).

Інформаційна безпека вимагає швидкого та точного обміну даними для ідентифікації та реагування на загрози. Дороті Денджерфілд досліджувала роль інформаційного менеджменту у комунікації кіберзагроз та їх запобіганні (Dangerfield, 2021). Вона підкреслює важливість чіткого формулювання інформації та уникнення двозначностей у повідомленнях для ефективного реагування на інциденти.

Культурні особливості комунікації також відіграють важливу роль у забезпеченні кіберстійкості. Річард Вонг підкреслює важливість врахування мовних та культурних бар'єрів

при розробці стратегій захисту для транснаціональних компаній (Wong, 2018). Він вважає, що багатомовна та міжкультурна комунікація може забезпечити кращу координацію в умовах кіберзагрози, дозволяючи швидше розробити ефективні заходи безпеки.

Мовні аспекти мають вирішальне значення для розвитку кіберстійкості, оскільки сприяють точності та узгодженості в комунікації, необхідній для запобігання кіберзагрозам і реагування на них. Стандартизація термінології, використання метафор, швидкий інформаційний менеджмент та врахування культурних аспектів комунікації є основними елементами мовних стратегій для кіберстійкості. Науковці, такі як Хатчинсон, Романовський, Денджерфілд та Вонг, підкреслюють, що ці стратегії повинні активно використовуватись для забезпечення ефективного захисту інформації в умовах сучасного цифрового простору.

Література

1. Hutchinson, G., & Kilat, M. (2019). Standardization in Cybersecurity Terminology: Enhancing Multidisciplinary Communication. *Journal of Cybersecurity Research*, 12 (3), 45-62.
2. Romanovsky, L. (2020). Metaphors We Defend By: The Role of Figurative Language in Cybersecurity Communication. *Digital Security and Society*, 5 (2), 89-105.
3. Dangerfield, D. (2021). Effective Communication in Cyber Threat Management: Information Management Strategies for Incident Response. *International Journal of Information Security*, 27 (1), 22-40.
4. Wong, R. (2018). Cross-Cultural Communication in Cyber Defense: Addressing Language and Cultural Barriers in Global Security Operations. *Global Cybersecurity Journal*, 9 (1), 11-29.

САБЕЛЬНИКОВА Тамара,

кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ФЕМІНІТИВИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

Мова є показником реальних відносин між людьми, невід'ємним складником людської взаємодії. Особливої ваги в сучасному суспільстві набуває соціолінгвістика, яка досліджує соціальні діалекти, мовну політику й міжкультурну комунікацію. Проблеми гендерної асиметрії в мові розглядає феміністська лінгвістика, яка ставить перед собою завдання не лише описати наявні в мовленні відмінності між статями, а й використати мовні знання в боротьбі за гендерну рівність.

Фемінізм як частина постмодерністської філософії розглядає мову як основу, яка формує навколишню реальність. Потрібно зауважити, що багато теоретиків постмодернізму звертали увагу на гендерну асиметричність мови.

В основі феміністської лінгвістики виявлення гендерних асиметрій у системі мови як проявів жіночої дискримінації, а також пропозиція способів нівелювання стереотипів, нав'язаних чоловічою картиною світу.

Сучасне українське суспільство активно розвиває європейські демократичні цінності, зокрема й утворює політику гендерної рівності, що знаходить відображення в мові. Нині все частіше і в засобах масової інформації, і в усному мовленні чуємо слова, що називають осіб жіночої статі за сферою діяльності (*прем'єрка, професорка, лікарка, слухачка, директорка тощо*).

Використання фемінітивів у мовленні відповідає потребі соціальної репрезентованості жінки в суспільстві. Ці мовні одиниці культурно детерміновані й потрібні для того, щоб позначити присутність жінок в окремих професіях, які до певного часу вважалися суто чоловічими, подолати стереотипи й розбіжність між реальною картиною світу й відображуваною в мові. Зокрема, висловлювання типу «лікар у відпустці у зв'язку з вагітністю» спотворюють об'єктивну реальність.

Виразниками мовної політики, спрямованої на утвердження гендерної рівності, в українському суспільстві є ЗМІ. За результатами дослідження Л. Марчук [3], послідовно вживати фемінітиви в прямих ефірах та публікаціях на сайті намагається Громадське радіо, а серед телеканалів найбільш сміливим є СТБ, у програмі якого «Вікна новини» можна найчастіше почути гендерно чутливу мову.

Нині в Україні діє проєкт «Гендерний простір сучасної журналістики: від теорії до практики», в межах якого журналісти й журналістки влаштовують «медіа-кав'ярні», презентують результати гендерного моніторингу місцевих медіа та обговорюють потребу й особливості вживання фемінітивів.

Львівська дослідниця Христина Дацишин наголошує, що медіа є рушійною силою, здатною впливати на суспільство, тому через них потрібно формувати «моду» на фемінітиви, популяризувати їх [1].

Хоча в усному мовленні, у засобах масової інформації фемінітиви нині активно вживаються, про документи й офіційно-діловий стиль сказати так поки що не можемо, оскільки вони зберігають нав'язану радянською наукою тенденцію послуговуватися назвами професій у чоловічому роді. До того ж у документах назви посад повинні відповідати Класифікатору професій.

Відповідно до Наказу Мінекономіки від 18.08.2020 № 1574 «Про затвердження Зміни № 9 до національного класифікатора ДК 003:2010» [2] професійні назви робіт було запропоновано наводити в чоловічому роді, окрім назв, що застосовуються виключно в жіночому роді, наприклад, *економка, нянька, покоївка, сестра-господиня, швачка*. Далі зазначено, що відповідно до пункту 4 параграфу 32 Українського правопису у разі потреби користувача під час внесення запису про назву роботи до кадрової документації професійні назви робіт можуть бути адаптовані для означення жіночої статі особи, яка виконує відповідні роботи. Як приклад, у документі вжито слово «*соціологія*», що свідчить про недбале ставлення чиновників щодо дотримання мовних норм.

Проте, зазначаючи про можливість використання фемінітивів, згаданий документ водночас не подає переліку назв професій осіб жіночої статі. Тому питання про юридичне закріплення назв професій жіночого роду залишається неврегульованим, адже юридичний документ повинен містити точну інформацію.

Невпорядкованим є й питання щодо вживання назв наукових ступенів та вчених звань. З одного боку, в збірках матеріалів конференцій та інших наукових виданнях вживають відповідні фемінітиви: *кандидатка, докторка, доцентка, професорка тощо*, проте в офіційних документах використовують *кандидат, доктор, доцент, професор* стосовно осіб жіночої статі, оскільки в дипломах та атестатах закріплено саме такі назви.

Проблеми гендерної рівності в сучасному українському суспільстві набуває особливої ваги в контексті європейської інтеграції України. Наше мислення перебуває під впливом мови та її лінгвістичних категорій, тому питання про назви професій, наукових ступенів, вчених звань у жіночому роді потребує додаткового вивчення й розв'язання на законодавчому рівні.

Література

1. Дацишин Х. Засоби масової інформації і динаміка мовної норми: новітні фемінітиви як відображення суспільних викликів сьогодення. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*. 2020. Вип. 4. С. 183 – 191.
2. Зміна № 9. ДК 003:2010. Класифікатор професій. Видання офіційне. Київ: Мінекономіки, 2020. 9 с.
3. Марчук Л. М. Лінгво-культурологічний аспект оцінної характеристики фемінітивів у мові ЗМІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 38 том 3. С. 118 – 121.

ЧЕРНЯК Владислав,

магістрант 1 курсу філологічного факультету,
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка
(м. Чернігів, Україна)

*Науковий керівник – Хомич Тетяна, кандидат філологічних наук,
доцент, завідувачка кафедри української мови, літератури та журналістики,
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка*

НАУКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРНІГІВСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНО- МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ-ЗАПОВІДНИКА МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

Чернігівський літературно-меморіальний музей-заповідник Михайла Коцюбинського – відомий духовний храм, розміщений у колишній садибі письменника, яку він придбав у 1898 році. Сам музей було створено 1934 року з нагоди 70-ліття Михайла Коцюбинського. Садиба й досі зберігає той вигляд, який мала за життя видатного українського класика.

Музей Коцюбинського славиться науковою діяльністю. Одним із стратегічних напрямів її – осягнення рукописної спадщини письменника. Учені досліджують його твори, епістолярій, особисті записи, що допомагає глибше зрозуміти літературний стиль, світоглядні погляди, особисте життя та еволюцію творчості М. Коцюбинського. Крім того, Музей регулярно проводить конференції, семінари та круглі столи, присвячені літературознавчим, культурологічним, історичним питанням. Його учасниками були відомі науковці-філологи, філософи, культурологи, історики, музеєзнавці. Видано збірники наукових праць, оприєвлено рукописи, опубліковано статті, що розширюють уявлення про Коцюбинського як письменника та його вплив на розвиток української культури.

Наукову діяльність Чернігівський літературно-меморіальний музей-заповідник Михайла Коцюбинського веде від початку свого заснування. У Музеї є власна бібліотека, зберігаються цінні архівні матеріали, а також твори Коцюбинського, його сучасників, листи, наукові збірники, газети та ін. Усі охочі можуть особисто познайомитися як зі старими виданнями, так і сучасними. У 2015 році видано книгу «Меморіальна бібліотека Михайла Коцюбинського. Короткий опис», у якій подано опис меморіальної бібліотеки письменника. Серед видань – як ті, що належали особисто письменникові, так і ті, які належали членам його родини. Багато книг – подарунки різних літераторів особисто М. Коцюбинському з дарчими написами [6]. У цьому виданні наголошено, що «Меморіальна бібліотека Михайла Коцюбинського налічує 1547 одиниць зберігання і включає в себе книги, журнали, газети, альманахи, літературні та нотні збірники, які належали письменнику та його родині» [6].

Є в бібліотеці й «старіші» книги, а саме: «Михайло Коцюбинський. Бібліографічний

показчик 1964-1988». Цей показчик містить відомості про видання творів М.М.Коцюбинського, здійснені в 1964-1988 роках, а також про «критичну літературу, надруковану в тому часі»[7]. Цікаво, що це друга частина аналізованого видання, яку надруковано 1989 року. Перша частина побачила світ 1964 року.

Не варто забувати й про наукові збірники, які також зберігаються в бібліотеці. Друге, доповнене, видання «Першого збірника» з'явилося 1941 року до 75-річчя з дня народження Коцюбинського. Його впорядкував молодший брат Михайла Михайловича й керівник Музею на той час – Х. М. Коцюбинський. Збірник складається більшою мірою зі статей про Музей та особисте життя письменника, але є там й аналіз його творчості, наприклад повісті «Фата Моргана», різні листи – як від Коцюбинського, так і до нього.

«Збірник 2» прийшов до читача 1940 року. У нього немає доповненої версії, тому це видання невелике за обсягом: складається з передмови Х. Коцюбинського, двох доповідей, листування та спогадів про М. Коцюбинського.

У 1946 році видано ілюстрований збірник П. Павловича «Слідами Михайла Коцюбинського», який також знаходиться в бібліотеці. 1948 року вийшов «Літературно-меморіальний музей М.М.Коцюбинського (провідник)», що складається з передмови та чотирьох розділів, які розповідають про життя М. Коцюбинського й діяльність Музею, причому нерідко з ідеологічних позицій радянського часу. «Створений на основі вивчення спадщини великого письменника-демократа, Музей прагне ще ширше розгорнути роботу, щоб стати гідною зброєю в боротьбі з буржуазно-націоналістичними течіями в українському літературознавстві, зняряддям виховання молодого покоління в дусі радянського патріотизму», – пишеться в ньому [3].

У 1960 році вийшов «Збірник 4», де вміщено спогади сучасників М. Коцюбинського та дві науково-дослідні статті. Є в бібліотеці й «Збірник 5», який побачив світ через 2 роки, у 1962 році, й містив матеріали Першої наукової конференції на пошанівку М. Коцюбинського. До цього видання ввійшли основні матеріали конференції [5].

1989 року в двох частинах надруковано тези доповідей Обласної науково-методичної конференції, присвяченої 125-річчю з дня народження М. Коцюбинського (понад 100 доповідей на різні теми).

«Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої 130-річчю з дня народження Михайла Коцюбинського», опубліковано 1994 року. У цьому виданні «вміщені матеріали науково-практичної конференції, присвяченої 130-річчю з дня народження М.М.Коцюбинського. Розкриваються літературознавчі, мовознавчі, мистецтвознавчі, філософські аспекти творчості митця, вивчення життєвого та творчого шляху письменника у навчальних закладах» [1].

1996 року з'явилися «Наукові записки (випуск перший)». У збірнику наголошено, що «за рішенням науково-методичної ради відновлюється видання Наукових записок Чернігівського літературно-меморіального музею-заповідника Михайла Коцюбинського. Саме відновлюється, адже раніше виходили збірники музею – 1939, 1940, 1941, 1962 та інших років. Вони несли цілком відповідне часові ідеологічне навантаження, яке занадто часто викривляло постать і творчість М. Коцюбинського за законами "соціалістичного реалізму", "пролетарського інтернаціоналізму", "гегемонії робітничого класу", тощо. А до деяких тем доступ дослідникам був закритий взагалі. Тому то зараз, в незалежній Україні, є потреба налагодити видання Наукових записок музею М. Коцюбинського, щоб відтворити ту гармонію, пошуковувачем якої все життя був видатний письменник» [8].

1998 року Ніжинський державний педагогічний університет імені Миколи Гоголя підготував десятий випуск «Літератури та культури Полісся» під назвою «Творчість М. Коцюбинського та громадсько-культурний і літературний процес у Чернігові кінця ХІХ – поч. ХХ ст.». «Книга присвячена творчості М. Коцюбинського, його зв'язкам з різними діячами

культури, зокрема Б. Грінченком, В. Самійленком, М. Вороним, Г. Коваленком, М. Жуком, М. Чернявським та іншими, а також основним тенденціям культурно-мистецького та літературного життя в Чернігові у кінці XIX – поч. XX ст.» [2].

18 – 19 вересня 2014 року відбулася Всеукраїнська науково-практична конференція з нагоди 150-річчю від дня народження Михайла Коцюбинського, пізніше видано збірник «М. Коцюбинський: погляд з XXI століття». «В роботі конференції взяли участь 84 чоловіки: викладачі вузів Чернігова, Києва, Чернівців, Рівного, Тернополя, Кам'янця-Подільського, Запоріжжя, Слов'янська, музейні працівники, учителі Чернігівської, Кіровоградської, Хмельницької, Вінницької областей, студенти старших курсів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т.Г.Шевченка. Обговорювалися літературознавчі, мовознавчі, мистецтвознавчі, філософські аспекти творчості митця, вивчення життєвого та творчого шляху письменника у навчальних закладах. Особливу увагу звертали науковці на властивість стилю та мови творів М. Коцюбинського» [4].

2020 рік відбулася Всеукраїнська науково-практична конференція «Художній світ прози Михайла Коцюбинського», присвячена 155-річчю від дня народження письменника. Її учасники – науковці з Чернігова, Києва, Слов'янська, Запоріжжя, Львова, викладачі та студенти Національного університету «Чернігівський колегіум», музейні співробітники, науковці Чернігівського інституту післядипломної педагогічної освіти імені К. Ушинського, педагоги. «Обговорювалися літературознавчі, мовознавчі, мистецтвознавчі, філософські аспекти творчості митця, вивчення життєвого та творчого шляху письменника у навчальних закладах. Особливу увагу звертали науковці на властивості стилю та мови творів М. Коцюбинського» [9].

Окрім наукових збірників, Музей видавав й іншу літературу. Наприклад, мемуарний твір Юлія Коцюбинського «Шрами на серці», у якому йдеться про життя внука Михайла Коцюбинського, на долю якого випали тяжкі поневіряння. Видавав музей і «Листи до Михайла Коцюбинського» у чотирьох томах, а також «Листи Ганни Барвінок до Іллі Шрага» у трьох томах.

Проаналізоване – лише частина з наукової спадщини Чернігівського літературно-меморіального Музею-заповідника М. Коцюбинського, але й вона промовисто засвідчує, що наукова діяльність цього відомого мистецького закладу є досить насиченою.

Література

1. Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої 130-річчю з дня народження Михайла Коцюбинського. Чернівці, 1994. 169 с.
2. Література та культура Полісся. Творчість М. Коцюбинського та громадсько-культурний і літературний процес у Чернігові кінця XIX - поч. XX ст. / відповідальний ред. і упорядник Г.В.Самойленко. Вип. 10. Ніжин: ТОВ «Наука-сервіс», 1998. 220 с.
3. Літературно-меморіальний музей М.М.Коцюбинського (прівідник). Чернівці, 1948. 64 с.
4. М. Коцюбинський: погляд з XXI століття: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 150-річчю від дня народження Михайла Коцюбинського. Чернівці: Видавець Лозовий В.М., 2014. 396 с.
5. Матеріали першої наукової конференції пам'яті М.М.Коцюбинського. Збірник 5. Київ, 1962. 105 с.
6. Меморіальна бібліотека М. Коцюбинського. Короткий опис. Чернівці: Десна Поліграф, 2015. 336 с.
7. Михайло Коцюбинський. Бібліографічний покажчик 1964-1988. Львів, 1989. 262 с.
8. Наукові записки (випуск перший). Чернівці, 1996. 111 с.
9. Художній світ прози Михайла Коцюбинського. Чернівці: Десна Поліграф, 2020. 200 с.

ЧЖАН Болінь,
аспірант,
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
(м. Київ, Україна)

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЧИННИКІВ НА ДИНАМІКУ ЛЕКСИЧНИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Сучасні суспільні процеси впливають на розвиток лексики ХХІ століття: це період значних змін у суспільстві, період глобалізації, активного розвитку новітніх технологій, диджиталізації, розвитку соціальних мереж та змін у житті людини загалом. Усі ці зміни можна вважати фундаментальними, оскільки вони призвели до появи нових соціокультурних реалій. Як результат, на розвиток світових мов, зокрема української, впливають соціальні, культурні, політичні й технологічні трансформації.

Крім того, сучасні соціокультурні реалії пов'язані з особливостями конкретного соціокультурного середовища різних країн світу, а також із загальним розвитком культури, мистецтва, освіти та науки. У цьому контексті можна також помітити особливу роль медіареальності, яка сьогодні фактично стає сучасним соціокультурним простором. Особливу роль у цьому відіграють кризові процеси, одним із яких є повномасштабна російсько-українська війна. Війна росії проти України стала причиною виникнення низки змін у лексичній системі української мови, наприклад спричинила появу нових слів та нових значень.

Отже, основний процес, що відбувається під впливом нових соціокультурних реалій, - це активна неологізація лексичної системи української мови, яка нині є дуже мобільною, постійно розвивається і збагачується новими мовними засобами, які поступово стають загальноновживаними. Справа в тому, що лексична структура мови у цьому випадку відображає всі актуальні тенденції та зміни у суспільстві. Можна виділити такі тенденції неологізації української мови [1]:

– появу нових слів у результаті технологічного прогресу та змін у суспільстві, наприклад: *селфі, мем, криптовалюта*;

– появу сленгових слів у молодіжному словнику через розвиток соціальних мереж, медіа та сучасних субкультур: *ЛОЛ (laughing out loud), сус (suspicious, від suspect)*.

Варто також додати, що виникнення неологізмів спричинене повномасштабною війною Росії проти України. Авторами неологізмів є як звичайні українці, так і журналісти, політики, письменники, блогери. Основною сферою функціонування неологізмів є онлайн-медіа, насамперед соціальні мережі та месенджери. Крім того, з часом вони з'являються на телебаченні, стаючи більш уживаними: *бавовна, кадирівці-тік-токери, хороший руський, Привид Києва та ін.* Також деякі неологізми представлені в музичних композиціях відомих українських виконавців: *ванька-встанька, доброго вечора, ми з України, закобзонити* тощо. Багато з них уже стали звичними у повсякденному розмовному мовленні українців: *затридні, закобзонити, задвохсотити, тік-ток-війська, чотирилане військо, батальйон «Монако», іхтамнети, аналоговнет, замогилити, байрактарити* тощо [3].

Продуктивним шляхом трансформації української лексики в умовах нових соціокультурних реалій є запозичення слів з інших мов, коли ці слова стають загальноновживаними та набувають нових значень. Наприклад, це такі лексеми: *дрон, лендліз, чекпойнт, рамишайн та ін.* На сьогодні найбільш поширеними є англізми: *дебрифінг* (аналіз операції або події), *деконструкт* (розбір на складові), *контент-мейкер* (особа, яка створює інформаційний продукт), *релокейт* (переміщення бізнесу у безпечний регіон) та ін. [2].

Також можна спостерігати активний вплив цифрової культури на виникнення нових слів або їхнє більш активне використання. Зокрема, з'являються нові слова, пов'язані з соціальними

мережами, які використовуються в онлайн-комунікації. Прикладами таких слів є: *віртуальний, інфлюенсер, фоловер, дірект* тощо.

Отже, у XXI столітті відбуваються значні зміни у лексичній системі української мови. У результаті соціальних, політичних, культурних і технологічних трансформацій з'являються нові лексичні одиниці, а слова, що вже існували раніше, набувають нових значень. Лексична структура української мови постійно змінюється, що є наслідком впливу нових соціокультурних реалій.

Література

1. Лебедева А. В. Неологізація лексичного складу англійської мови сучасного періоду. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/352692063_NEOLOGIZACIA_LEKSICNOGO_SKLADU_ANGLIJSKOI_MOVI_NOVITNOGO_CASU
2. Шинкар Т. С., Левченко Т. М., Чубань Т. В. Функціонування англіцизмів у мові сучасних українських масмедіа: лінгвоекоекологічний аспект. Закарпатські філологічні студії. 2022. №25 (1). С. 66-71
3. Вусик Г.Л., Павлик Н.В. Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року. Закарпатські філологічні студії. 2022. №23. Том 1. С. 52-57.

ШИНКАРУК Наталія,
кандидат юридичних наук, доцент,
Кабінет Міністрів України
(м. Київ, Україна)

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНА ІНТЕГРАЦІЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Соціально-культурна інтеграція в умовах російсько-української війни є важливим процесом, який забезпечує адаптацію вимушених переселенців та сприяє зміцненню національної єдності. Війна значно активізувала інтеграційні процеси як всередині України, так і за її межами, змушуючи українців швидко адаптуватися до нових умов життя та взаємодіяти з різними культурами. Громади, які приймають вимушених переселенців, відіграють ключову роль у створенні сприятливого середовища, що сприяє соціальній згуртованості, швидкому входженні людини в нове соціокультурне середовище, гармонійному співіснуванню різних культур у межах одного суспільства. Соціально-культурна інтеграція передбачає адаптацію новоприбулих до норм, цінностей, традицій і способу життя спільноти, зберігаючи при цьому їхню культурну ідентичність. Ефективна інтеграція допомагає уникнути конфліктів, сприяє розвитку толерантності та формуванню багатокультурного суспільства.

Основними механізмами соціально-культурної інтеграції є освіта, міжкультурний діалог, участь у громадському житті та спільні культурні ініціативи. Освіта відіграє ключову роль, оскільки сприяє ознайомленню з мовою, історією та традиціями суспільства. Важливим аспектом є міжособистісна взаємодія, що дає змогу встановлювати соціальні зв'язки, які полегшують процес адаптації. Крім того, державні та громадські організації можуть сприяти інтеграції через різноманітні програми підтримки.

Успішна соціально-культурна інтеграція має двосторонній характер: не лише вимушені переселенці пристосовуються до суспільства, а й приймаюче середовище змінюється, адаптуючи свої структури до культурного різноманіття. Такий підхід сприяє створенню відкритого та інклюзивного суспільства, у якому всі його члени мають рівні можливості для

соціальної та економічної реалізації. Зрештою, це зміцнює соціальну згуртованість, сприяє економічному розвитку та формуванню стабільного суспільства.

Соціально-культурна інтеграція в умовах російсько-української війни набуває особливого значення, адже мільйони українців вимушено переїхали до інших регіонів країни або за кордон. Вимушені переселенці стикаються з необхідністю адаптації до нових соціальних умов, освоєння місцевих традицій та норм, а також встановлення зв'язків із місцевими громадами. Водночас, спільноти, які приймають українців, відіграють важливу роль у цьому процесі, адже від їхньої відкритості та готовності до діалогу залежить рівень комфортної інтеграції переселенців.

Мовна адаптація є ключовим фактором успішної соціально-культурної інтеграції. Багато українців, які опинилися в інших країнах, стикаються з необхідністю вивчення іноземної мови, що впливає на їхню здатність знайти роботу, отримати освіту та інтегруватися в місцеву громаду. Водночас у межах України відбувається процес активного переходу на українську мову, що сприяє зміцненню національної ідентичності та формуванню спільного культурного простору.

Важливу роль відіграють волонтерські ініціативи, громадські організації та державні програми підтримки переселенців. Вони забезпечують житло, психологічну допомогу, курси перекваліфікації та культурні заходи, що допомагають людям відчувати себе частиною нової громади. Крім того, спільні соціальні та культурні проєкти сприяють взаємному порозумінню між місцевими жителями та вимушеними переселенцями, створюючи міцні соціальні зв'язки.

Попри труднощі, російсько-українська війна також сприяла консолідації українського суспільства. Спільний досвід втрат, боротьби та взаємної підтримки став основою для посилення національної єдності та громадянської відповідальності. Соціально-культурна інтеграція в цей період не лише допомагає переселенцям адаптуватися, а й сприяє створенню стійкого, згуртованого суспільства, яке готове до подальшої відбудови України після війни.

Значну роль у процесі інтеграції відіграють державні та громадські ініціативи, спрямовані на підтримку переселенців, створення спільних проєктів і заходів, що сприяють взаєморозумінню між різними соціальними групами. Ці заходи допомагають не лише окремим людям знайти своє місце в новому середовищі, а й сприяють формуванню більш згуртованого і толерантного суспільства. Є. Головаха та С. Макеєв (2022) відзначають, що показовим підтвердженням суспільної згуртованості є показники хорошого морального клімату у взаєминах між людьми в українському суспільстві у період важких воєнних випробувань. Згідно з соціологічними опитуваннями «Психологічні маркери війни» стосунки та взаємодія з рідними для переважної більшості опитаних громадян (94%) є миролюбними. Також більшість громадян (89%) зберігають хороші взаємини.

Загалом, соціально-культурна інтеграція в умовах російсько-української війни є не лише викликом, а й можливістю для українського суспільства стати міцнішим, більш об'єднаним і стійким до майбутніх викликів та сприяє формуванню нової суспільної свідомості, заснованої на підтримці, взаємодопомозі і патріотизмі, що є важливим чинником у процесі відновлення України після війни.

Література

1. Українське суспільство в умовах війни (2022): Колективна монографія /за ред. Є. Головахи, С. Макеєва. Київ: Інститут соціології НАН України. 410 с.

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ І МОДЕРНІ ОСОБИСТІСНІ, НАЦІОНАЛЬНІ, ЄВРОПЕЙСЬКІ ТА ЗАГАЛЬНОЦИВІЛІЗАЦІЙНІ КОМУНІКАТИВНІ КОДИ

БРОВЧЕНКО Дар'я,

бакалавр 4 року навчання
спеціальності «Журналістика»,

Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

*Науковий керівник – Семашко Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ,
Україна)*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ

Екологічні проблеми, з якими стикається людство сьогодні, є не лише локальними викликами, а й глобальними загрозами для майбутнього нашої планети. Зміни клімату, забруднення довкілля, втрата біорізноманіття – все це впливає на життя людей та тварин, змінюючи баланс екосистем. З урахуванням цих обставин важливо, щоб кожен брав активну участь у збереженні природних ресурсів і вирішенні екологічних проблем. В умовах сучасного світу, де медіа стали основними каналами комунікації, роль інформаційних технологій у підвищенні екологічної свідомості є незамінною.

Екополітика є основою для розвитку екологічної свідомості громадян, оскільки вона включає впровадження державних програм і ініціатив, спрямованих на збереження екосистем і сталий розвиток. Важливим елементом екополітики є інтеграція екологічних питань у всі сфери суспільного життя, що проявляється через законодавчі, економічні та соціальні ініціативи. Важливу роль у реалізації цих ініціатив відіграють медіа, які сприяють поширенню інформації про нові екологічні закони та заходи. Вони також мобілізують громадськість на підтримку змін [2].

У контексті цифрової епохи цифрові медіа стали потужним інструментом для формування суспільної думки у контексті екології. Через соціальні мережі, відеоконтент, блоги та інші платформи важлива інформація про стан навколишнього середовища швидко досягає широкої аудиторії. Такі платформи не лише інформують, а й активно залучають громадян до обговорення актуальних екологічних проблем, що сприяє формуванню екологічної культури.

ЗМІ мають великий вплив на екологічну культуру, оскільки змінюють ставлення громадян до природи. Вони не лише інформують, а й мотивують до змін у поведінці, наприклад, таких як зменшення використання пластику чи заощадження енергії. Мультимедійні формати, такі як відео, анімація та інфографіка, дозволяють спростувати складні екологічні проблеми та робити їх доступними для широкої аудиторії, надаючи емоційний та візуальний вплив [1].

Так, анімація, є потужним інструментом для формування екологічної свідомості,

особливо серед молоді. Через анімаційні ролики та мультфільми можна ефективно донести складні екологічні проблеми у доступній формі, що сприяє формуванню відповідального ставлення до природи [4].

Соціальні медіа, такі як Instagram, Facebook та YouTube, стають важливими майданчиками для екологічних кампаній, де поширюються ініціативи з охорони довкілля, створюються вірусні акції, що спонукають громадськість до дій. ЗМІ також сприяють зміні споживчих звичок, просуваючи ідеї відповідального споживання та раціонального використання ресурсів [5].

Екологічні медіа ініціативи можуть також впливати на законодавство, оскільки через медіа суспільство стає обізнанішим про екологічні проблеми, що, своєю чергою, сприяє прийняттю нових законів або змін у вже чинні. Блогери, інфлюенсери та відомі особистості також мають значний вплив на формування екологічної свідомості, поширюючи через свої платформи інформацію про екологічні проблеми та мотивуючи своїх підписників до змін у поведінці. Їхня популярність дозволяє залучити широку аудиторію до вирішення важливих екологічних питань [3].

Література

1. Вплив медіа на свідомість людини – психологічні особливості та їх виявлення. *Факт*. URL: <https://fact-news.com.ua/vpliv-media-na-svidomist-lyudini-psixologichni-osoblivosti-ta-ix-viyavlennya/>
2. Екологічна політика в Україні: природоохоронне законодавство, міждержавні угоди. *На Урок*. URL: <https://naurok.com.ua/ekologichna-politika-v-ukra-ni-347190.html>
3. Сорокотяга Діана. Екологічні ікони: як українські зірки впливають на свідомість суспільства. *FORMAT*. URL: <https://newformat.info/culture-culture/ekolohichni-ikony-iak-ukrainski-zirky-vplyvaiut-na-svidomist-suspilstva/>
4. Leveraging Animation for Environmental Awareness. *Yellowbrick*. URL: <https://www.yellowbrick.co/blog/animation/leveraging-animation-for-environmental-awareness>
5. The Role of Mass Media in Environmental Awareness and Action. *Journalism.university*. URL: https://journalism.university/development-journalism-for-social-change/mass-media-environmental-awareness-action/?utm_source=chatgpt.com

ЖЕЖЕРА Ніна,

доцент кафедри журналістики та мовної
комунікації, заслужений журналіст України,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(Київ, Україна)

ЛАЗЮК Катерина,

бакалавр 3 року навчання гуманітарно-педагогічного
факультету, Національний університет біоресурсів
і природокористування України (Київ, Україна)

КІНЕМАТОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ ФІЛЬМУ «БУДИНОК «СЛОВО» РЕЖИСЕРА ТАРАСА ТОМЕНКА ЯК ОБ'ЄКТ ІСТОРІОГРАФІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Кінематографічна робота режисера Тараса Томенка «Будинок «Слово» представляє собою історико-культурологічне дослідження долі української інтелектуальної еліти 1920-30-х років. Об'єктом аналізу виступає харківський будинок, спеціально збудований для представників творчої інтелігенції, який згодом трансформувався у символічний простір тоталітарного контролю та репресій.

Кінострічка досліджує трагічну долю представників української інтелігенції, які, керуючись ідеологічними переконаннями щодо формування нової соціокультурної парадигми, стали мешканцями спеціалізованого житлового комплексу в Харкові [2]. Режисер здійснює багаторівневий аналіз не лише індивідуальних життєвих траєкторій, але й соціополітичної атмосфери досліджуваного періоду, характерними рисами якого були амбівалентність соціальних очікувань, деструкція гуманістичних ідеалів та ідеологічна детермінованість особистих долі.

Томенко реалізує концептуальний підхід до інтерпретації «Будинку «Слово» як багатовимірного семіотичного простору, що функціонував не лише як фізичне місце проживання представників інтелектуальної сфери, але й як інструмент системної ізоляції з подальшою ліквідацією національної культурної еліти. Кінематографічне дослідження експлікує авторську гіпотезу щодо ілюзорності наданої творчої свободи резидентам будинку, демонструючи стратегію державної влади, спрямовану на формування фіктивного культурного ренесансу з метою подальшої реалізації репресивної політики.

Операторська робота характеризується застосуванням специфічних технік, зокрема контрастного освітлення та домінування темної колористики, що забезпечує посилення драматичного ефекту. Використаний візуальний інструментарій сприяє репрезентації атмосфери соціального пригнічення та тоталітарного тиску. Особливої уваги заслуговують крупні плани, зосереджені на мімічній експресії персонажів, що візуалізують психоемоційні стани тривоги, підозри та страху — методологічний прийом, який забезпечує глибоке занурення глядача у психологічний вимір досліджуваного періоду.

Наративна структура фільму демонструє детально розроблену концепцію психологічної трансформації персонажів: від ідеологічно вмотивованих ентузіастів до психологічно дезінтегрованих індивідів. Автори диференціюють поведінкові моделі персонажів: конформістську адаптацію, компромісну взаємодію з авторитарним режимом або резистентну позицію, що призводить до летального результату.

Акторська інтерпретація характеризується високим рівнем психологічної достовірності у відтворенні емоційного спектра персонажів. Особливої уваги заслуговує багатовимірність образів історичних постатей, зокрема Миколи Хвильового та Майка Йогансена, які демонструють психологічну варіативність відповідно до соціальних обставин. Висока якість виконавської майстерності забезпечує емпатичний зв'язок з аудиторією, даючи можливість сприйняття емоційного досвіду протагоністів.

Центральною проблематикою кінострічки виступає антагонізм між творчою автономією та державним диктатом. Режисер акцентує увагу на «Будинку «Слово» як символі деструкції соціальних очікувань, коли замість прогресивного культурного розвитку інтелектуальна еліта зазнала систематичних репресій [1]. Інтертекстуальний вимір фільму, що включає документальні свідчення та літературні цитати, підсилює трагізм наративу.

Кінематографічне дослідження Томенка представляє тему в універсальному соціокультурному контексті: доля українських митців розглядається як частина глобального феномену репресій проти інтелектуальної еліти в авторитарних системах. У цьому аспекті «Будинок «Слово» демонструє концептуальні паралелі з антиутопічними творами західної літератури, зокрема з роботами Джорджа Орвелла та Рея Бредбері, зберігаючи при цьому специфіку національного історичного контексту.

Фільм «Будинок «Слово» становить значущий внесок у історіографію української культури через кінематографічний аналіз трагічних подій національної історії. Режисер Тарас Томенко здійснив комплексну реконструкцію соціоісторичного контексту та акцентував увагу сучасного реципієнта на фундаментальній значущості свободи творчості у суспільному розвитку. Фільм характеризується високим рівнем емоційного впливу та стимулює критичну рефлексію. Колективна робота режисера, сценаристів, операторів та акторського складу

створила кінематографічний твір, що поєднує високий рівень естетичної виразності з глибиною історичного аналізу, формуючи важливий дискурс щодо історичної пам'яті як інструменту запобігання соціальним деструкціям.

Література

1. [Куліш В. Слово про будинок «Слово»: Спогади. – Торонто: Гомін України, 1966. – 68 с. https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/1741/file.pdf](https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/1741/file.pdf)

2. Смолич Ю. К. Розповідь про неспокій: дещо з книги про двадцяті, тридцяті роки в українському літературному побуті – К., 1968. – 286 с.

ЖЕЖЕРА Ніна,

доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,

заслужений журналіст України,,

Національний університет біоресурсів і природокористування України

(Київ, Україна)

ОЖЕРЕЛЬЄВА Олександра,

студентка 3 курсу

гуманітарно-педагогічного факультету,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ, Україна)

ПРАЦЯ ІВАНА ДЗЮБИ «ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМ ЧИ РУСИФІКАЦІЯ?» ЯК ПОЛІТИКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС УКРАЇНСЬКОЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕЛІТИ 1960-Х РОКІВ

Іван Дзюба, визначний український літературознавець, соціальний критик та громадський діяч, належить до когорти провідних інтелектуалів українського шістдесятництва. Його фундаментальне дослідження «Інтернаціоналізм чи русифікація?» становить значущий історичний документ, що репрезентує критичний аналіз офіційної радянської політики щодо національних меншин. Праця експлікує суперечності між декларованими принципами інтернаціоналізму та фактичною імплементацією мовно-культурної асиміляції в умовах домінування російської лінгвокультурної парадигми в соціокультурному просторі СРСР.

Період 1960-1970-х років характеризувався трансформацією радянської національної політики, що набула особливої інтенсивності після лібералізаційних процесів хрущовської «відлиги» [1]. Цей період відзначався певною амбівалентністю: з одного боку, спостерігалися тенденції до часткової деконструкції сталінської репресивної системи, з іншого — зберігалася фундаментальна стратегія асиміляції національних лінгвокультурних спільнот. Русифікація як багатовимірний процес реалізовувалася в усіх соціальних інституціях: від освітньо-наукової сфери до масмедійного простору. Українська мова та культура, як і інші національні культури СРСР, підлягали системній субординації відносно російських соціокультурних моделей.

Центральною теоретичною концепцією праці Дзюби є критична рефлексія щодо феномену кризи інтернаціоналізму в умовах радянської дійсності. Автор аргументує, що декларований інтернаціоналізм функціонував як ідеологічний конструкт, за яким приховувалася системна русифікаційна політика. Дзюба постулює, що автентичний інтернаціоналізм мав би базуватися на принципі взаємної поваги до культурно-мовних особливостей народів, що входили до складу СРСР. Натомість, практична реалізація радянської національної політики демонструвала експансіоністські тенденції російської мови та культури на всіх рівнях соціальної організації.

Дзюба детермінує цей процес як деструктивний щодо національних ідентичностей, оскільки він не лише не сприяв збереженню етнокультурних особливостей, але й активно нівелював їх. Одним із фундаментальних проявів русифікації автор визначає експансію російської мови в повсякденних комунікативних практиках, науковому дискурсі, інформаційному просторі, а також посилення гегемонії російської культури та мистецтва за рахунок маргіналізації українських національних традицій. Подальші публікації автора лише підтверджують тези, сформульовані ним раніше [2].

Автор праці піддає критичному аналізу радянську політику так званої «позитивної дискримінації», згідно з якою національні меншини мали обов'язково адаптуватися до культурних стандартів, сформованих у центральних органах влади. Відповідно до концепції автора, фундаментальна проблема полягала в тому, що радянська система прагнула до формування штучного конструкту «радянської людини», позбавленої національних характеристик та уніфікованої за мовно-культурними параметрами.

Особливу увагу Дзюба приділяє проблематиці освіти та науки, де російська мова систематично витісняла українську, що обмежувало потенціал розвитку національних культур. Він аргументує, що в умовах русифікації неможливо було реалізувати автентичний розвиток національної культури, оскільки радянська система все більше вимагала від індивідів, зокрема українців, конформізму щодо російської ідеологічної моделі.

Дослідження «Інтернаціоналізм чи русифікація?» набуло статусу ідейного маніфесту для української інтелектуальної еліти 1960-х років. Дзюба не лише експлікував механізми русифікації, але й артикулював необхідність боротьби за збереження української мови та культури, за реалізацію принципів автентичного інтернаціоналізму, що передбачає рівноправність культур і народів. Праця була піддана цензурі в СРСР, а автор зазнав репресивних заходів, включаючи арешт та знищення його творів у бібліотечних фондах.

Завдяки аналітичній глибині та концептуальній чіткості, робота Дзюби стала одним із ключових текстів для розуміння механізмів радянської національної політики та залишила значний слід в українському літературознавчому та політичному дискурсі [3].

Дослідження Івана Дзюби «Інтернаціоналізм чи русифікація?» являє собою фундаментальну працю, що здійснила критичний аналіз радянської національної політики з позицій захисту автентичного інтернаціоналізму. Автор експлікував суперечності між декларованими принципами та реальними практиками русифікації, що становили загрозу для збереження національних ідентичностей народів СРСР. Дослідження набуло статусу ідейного маніфесту української інтелігенції 1960-х років та залишається актуальним джерелом для розуміння соціокультурних процесів радянського періоду.

Література

1. Грицак Я. Подолати минуле: глобальна історія України. – К.: Портал, 2021. – 432 с.
2. Дзюба І. М. Україна у пошуках нової ідентичності : статті, виступи, інтерв'ю, памфлети / вступ. слово М. В. Поповича. Київ : Україна, 2006. – 848 с.
3. Мокрик Р. Бунт проти імперії: українські шістдесятники. Київ : А-БА-БА-ГА-ЛАМА-ГА, 2023. 416 с.

ЖЕЖЕРА Ніна,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
заслужений журналіст України,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
(Київ, Україна)

ПЕТРУК Тетяна,
студентка 3 курсу гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України (Київ, Україна)

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ АУДИТОРІЇ ДО МЕДІАПРОДУКТІВ НАПРИКІНЦІ 20-ГО – НА ПОЧАТКУ 21-ГО СТОЛІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ РОДИН З КРИВОГО РОГУ ТА ЧЕРНІГОВА)

У запропонованій роботі здійснено аналіз медіаспоживання членів родин, які мешкали в містах Кривий Ріг Дніпропетровської області та Чернігів в період кінця 20-го – початку 21-го століття. Аналіз медіаспоживання виявив диференціацію інтересів залежно від вікових та соціальних характеристик членів родин.

Зокрема, в Кривому Розі дитина надавала перевагу друкованим виданням (книгам), а телевізійне споживання обмежувалося дитячими програмами (мультфільми каналу "Disney") та музичними каналами ("M1"). Мати натомість активно споживала телевізійний контент, включно з серіалами "Санта Барбара", "Просто Марія", також дивилась мультсеріал "Том і Джері", канал "MTV", мультсеріал "Гей, Арнольд!", та висловлювала ностальгію за журналом "Cool".

Батько, у зв'язку з великою зайнятістю, мав обмежене телевізійне споживання, надаючи перевагу музичним програмам ("Територія А"), та значну частину часу проводив за прослуховуванням радіо ("Наше радіо"). Він висловив критичне ставлення до телевізійного та радіоефіру через надмірну кількість реклами та низьку якість контенту, проте телепередача "Квартирне питання" сприяла його професійному розвитку [3].

Старше покоління (дідусь та бабуся) надавало перевагу телевізійному контенту, включно з новинами, розважальними шоу, серіалами, концертами, документальними фільмами про природу. Серед телеканалів виокремлюють СТБ, Україна, Тоніс, Інтер. Бабуся, так само як дідусь, демонстрували високу емоційну залученість до перегляду телевізійних програм. Вони зберігали інтерес до друкованих видань (тижневик «Пульс») та не виявляли інтересу до радіо. Інша бабуся надавала перевагу фільмам на воєнну тематику («Список Шиндлера»), зберігала інтерес до друкованих видань (газети «Кур'єр Кривбасу», «Пульс») та не виявляла інтересу до радіо.

Інша родина в досліджуваний період мешкала в місті Чернігів на півночі України. Ось якими є її медіа вподобання.

Серед телепрограм родина надавала перевагу розважальному контенту, що є певною закономірністю для різних соціальних груп в багатьох країнах світу [2]. Зокрема, передачі «Територія А» — це українська мистецька агенція, що займалася культурно-мистецькими, благодійними та медійними проєктами. Була представлена на телеканалі ICTV з 1995 по 2000 роки, потім на Першому національному у 2005 році після 5-річної перерви.

Ще один улюбленець родини виходив у ефір з 1993 по 1996 рік на телеканалі «ТЕТ-А-ТЕТ», це передача «Пост» із ведучим, журналістом, музикантом, політтехнологом, медіаекспертом і панком Олексієм Ковжуном. Кожен випуск мав свою тему, а під неї вже підганяли кліпи популярних західних колективів.

Також користувалось популярністю «Лото-Забава» - українська лотерея, що належить оператору державних лотерей «М.С.Л.», який є правонаступником радянського

держпідприємства «Спортлото». Лотерея має ліцензію Міністерства фінансів України. Полюбляли в родині дивитися «Фабрику зірок» - телевізійний проєкт у форматі реаліті-шоу, створений для підтримки молодих виконавців. В Україні проєкт «Фабрика зірок» стартував вперше влітку 2007 року, на «Новому каналі». Ще один проєкт подібного формату - «Шанс», оригінальна українська ідея співочого талант-шоу Ігоря Кондратюка. «Шанс» став ідейним продовженням іншого проєкту того ж продюсера - «Караоке на майдані».

Назвемо побіжно ще деякі телепроєкти, які знайшли визнання серед численної глядацької аудиторії. Це «Танці з зірками» — українська версія міжнародного телевізійного проєкту, який був започаткований у Великій Британії і став популярним у багатьох країнах світу. В Україні він стартував у вересні 2006 року на телеканалі «1+1». Його ведучими стали Тіна Кароль та Юрій Горбунов. А от шоубізнес нульових років неможливо уявити без «Мелорами». Бекстейджі з концертів, зйомки кліпів, прем'єрна рубрика для співаків-початківців – усе це було в «Мелорами».

Результати дослідження демонструють, що медіаспоживання членів двох родин у досліджуваний період характеризувалося диференціацією інтересів залежно від вікових та соціальних характеристик, переважанням телевізійного контенту над іншими видами медіа, збереженням інтересу до друкованих видань, особливо серед старшого покоління, та критичним ставленням до надмірної кількості реклами та низької якості контенту в телевізійному та радіоефірі [1]. Дослідження базується на ретроспективному аналізі особистих спогадів членів родин та не претендує на репрезентативність.

Література

1. Балабанова, К. Аналіз тенденцій медіаспоживання в Україні за 2022 – 2024 роки – Режим доступу : https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50643/1/K_Balabanova_IK_1_17_2024_FZH.pdf
2. Крайнікова Т. С. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму (за наук. ред. В. В. Різуна) – Бориспіль : Люкс, 2014. – 371 с.
3. Лазарева Л. М. Медіакультура та її функції – Режим доступу : <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/318-mediakultura-ta-yiyi-funktsiyi.html>

ІВАЩУК Максим,
аспірант кафедри міжнародних
відносин і суспільних наук,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

МОВНЕ ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ: ЗНАЧЕННЯ ВЕРХОВНОЇ РАДИ ВОСЬМОГО СКЛИКАННЯ У ФОРМУВАННІ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Мовне питання завжди було одним із ключових аспектів державної політики України. Верховна Рада восьмого скликання (2014 - 2019 рр.) відіграла визначальну роль у формуванні сучасного мовного законодавства, ухваливши низку важливих рішень, які закріпили статус української мови як державної та визначили її місце в освіті, медіа, культурі та інших сферах суспільного життя.

Після Революції Гідності 2014 року Україна взяла курс на зміцнення національної ідентичності, зокрема через захист української мови. Це було особливо актуально на тлі російської агресії, яка супроводжувалася інформаційною війною та використанням мовного

питання для політичних маніпуляцій.

Важливим чинником мовної реформи стало скасування так званого “закону Колесніченка-Ківалова” (Закону України “Про засади державної мовної політики” 2012 року), який фактично легалізував двомовність у регіонах та послаблював позиції української мови [1]. Конституційний Суд України у 2018 році визнав цей закон неконституційним, що створило передумови для прийняття нового мовного законодавства.

Одним із перших кроків у реформуванні мовної політики стало ухвалення Закону України “Про освіту” 5 вересня 2017 року. Він закріпив українську мову як основну мову навчального процесу в школах і вищих навчальних закладах. Закон передбачав поступовий перехід шкіл з навчання мовами національних меншин на українську мову викладання, що викликало як схвалення, так і критику з боку окремих країн-сусідів [2]. Угорщина та Румунія виступили із критикою закону, стверджуючи, що він обмежує права національних меншин. Угорщина навіть блокувала співпрацю України з НАТО через мовне питання.

Мовні положення Закону “Про освіту” 2017 року стали важливим кроком у зміцненні позицій української мови, але також спричинили політичні дискусії. Закон підтримали українські патріотичні сили та більшість суспільства, оскільки він сприяв зміцненню статусу державної мови. Водночас дехто вважав, що він може ускладнити інтеграцію національних меншин.

Найважливішим досягненням Верховної Ради восьмого скликання у сфері мовної політики стало ухвалення 25 квітня 2019 року Закону України “Про забезпечення функціонування української мови як державної”.

Цей закон визначив українську мову єдиною державною та обов’язковою для використання в органах влади, освіті, медіа, сфері обслуговування та інших суспільно важливих сферах [3]. Парламентом було встановлено перехідний період для адаптації бізнесу та державних установ до нових мовних норм. Також було запроваджено посаду Уповноваженого із захисту державної мови та передбачено санкції за порушення мовного законодавства.

Прийняті мовні закони суттєво вплинули на мовну ситуацію в Україні. Вони сприяли підвищенню рівня використання української мови в освіті, медіа, публічному просторі. Водночас виникли певні виклики, зокрема необхідність забезпечення якісного переходу освітніх закладів на українську мову викладання та налагодження діалогу з національними меншинами щодо їхніх мовних прав.

Крім того, питання імплементації мовного законодавства залишалося в центрі політичних дискусій. Деякі політичні сили закликали до перегляду прийнятих норм, проте їхній перегляд міг би підірвати курс на утвердження української мови як основи національної ідентичності.

Верховна Рада восьмого скликання відіграла ключову роль у формуванні сучасної мовної політики України. Закони, ухвалені в цей період, значно зміцнили статус української мови та створили правові механізми для її розвитку. Водночас питання їхньої реалізації залишалося актуальним і потребувало подальшого контролю та адаптації. Мовне законодавство, ухвалене в 2014-2019 роках, стало важливим кроком у розбудові незалежної української держави, заклавши основу для майбутнього розвитку національної мовної політики.

Література

1. Закону України Про засади державної мовної політики : прийнятий 3 липня 2012 р. № 5029-VI // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5029-17#Text>
2. Закон України Про освіту: прийнятий 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
3. Закон України Про забезпечення функціонування української мови як державної : прийнятий 25 квітня 2019 р. № 2704-VIII // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

КОТЕНКО Катерина,
магістр першого року навчання
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник – Семашко Тетяна,
доктор філологічних наук, професор, професор
кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ЕТНОКУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ ПО-НОВОМУ: УКРАЇНСЬКА КУХНЯ В СУЧАСНОМУ ФОРМАТІ

У сучасному суспільстві зростає інтерес до етнічної автентичності, традиційних рецептів і харчових традицій. Крім того, сучасні тенденції здорового та свідомого харчування стимулюють пошук нових форматів презентації української кухні, які б поєднували її унікальні особливості з інноваційними підходами до приготування та подачі страв. Тому актуальним є дослідження шляхів адаптації етнокультурних традицій української кухні до сучасних умов та запитів споживачів.

Дослідження етнокультурних традицій української кухні та їх трансформації в сучасних умовах є відносно новою та мало дослідженою темою у вітчизняній науці. Спостережено, що науковці здебільшого зосереджують увагу на загальних тенденціях розвитку національної кулінарної спадщини (праці Плюти О. [2], Плюшка О. [4]), тоді як питання адаптації автентичних кулінарних традицій до сучасних споживчих запитів залишаються мало дослідженими. Відтак, важливим є вивчення шляхів інтеграції традицій української кухні у формати, що відповідають очікуванням сучасних споживачів, зокрема, з огляду на здорове та свідоме харчування.

Українська кухня має давнє коріння, яке сформувалося під впливом місцевих природно-кліматичних умов та культурного середовища. Географічне розташування України, зокрема, родючі чорноземні ґрунти та помірно-континентальний клімат, визначили вибір основних продуктів харчування – зернових, овочів, фруктів, м'яса та молочних продуктів, які стали основою для багатьох традиційних українських страв. Регіональна кухня різних міст України також має свої унікальні особливості, зумовлені місцевими харчовими традиціями та культурними впливами. Наприклад, на Слобожанщині здавна готують борщ з пампушками та вушками, в Галичині популярні вареники з різноманітними начинками, на Полтавщині славляться галушки та молочні страви, а на Півдні України – рибні та овочеві страви [1].

Важливу роль в українській кухні відіграють обрядові страви, пов'язані з народними святами та традиціями. Серед них – кутя на Різдво, паска на Великдень, пісні страви на Великий піст тощо. Ці страви мають глибокий символічний зміст і відображають світогляд та вірування українського народу.

Сучасні кухарі та ресторатори активно працюють над адаптацією рецептів традиційної української кухні до потреб сучасних споживачів. Вони впроваджують спрощені технології приготування страв, використовують нові інгредієнти, поєднують українські страви з кухнями інших народів. Наприклад, відомий ресторатор Євген Клопотенко популяризує українську кухню, пропонуючи оновлені версії традиційних страв. У його ресторанах можна скуштувати борщ із зеленню, цитрусовою цедрою та хрусткими овочевими чіпсами або вареники з

каштанами та пряними травами. Інший ресторатор, Михайло Ковальов, створює власні інтерпретації української класики, поєднуючи її з сучасними технологіями та прийомами подачі, наприклад, равіолі з відвареною свининою або смажений буряк з мигдальною заправкою [3].

Крім того, українська кухня все більше інтегрується у світові гастрономічні тренди. Так, рецепти багатьох традиційних страв адаптуються для вегетаріанського та веганського харчування. Наприклад, овочевий борщ або вареники з грибною начинкою стають популярними серед прихильників здорового харчування. При тому спостерігається тенденція до використання місцевих, сезонних та органічних інгредієнтів, що відповідає принципам української кухні.

Також спостерігаємо використання технологійних інновацій. Так, використання технології сувід для приготування м'яса, риби або овочів дозволяє досягти неймовірно ніжної текстури і відчуття «вершковості» в страві при збереженні максимального смаку і аромату. Використання пароконвектоматів, своєю чергою, відкриває нові можливості для більш точного контролю температури і вологості під час теплової обробки страв.

Заразом із технологійними інноваціями сучасні українські ресторатори активно експериментують з новими форматами подачі страв, які поєднують автентичність з естетикою. Наприклад, ресторан «Канапа» пропонує дегустаційні сеті українських страв з детальним історико-культурним коментарем від шеф-кухаря. Своєю чергою, ресторан «Спотикач» використовує місцеві сезонні інгредієнти у стравах, які мають елементи традиційної подачі, але з авторською інтерпретацією.

Отже, сучасні шеф-кухарі та ресторатори України активно працюють над адаптацією автентичних українських кулінарних традицій до потреб сучасного споживача. Вони впроваджують інноваційні технології та креативні формати подачі страв, поєднуючи традиційні рецепти з новими інгредієнтами та технологіями приготування.

Література

1. Бербец Т. М. EDIBLE FLOWERS ARE A NEW TREND IN MODERN COOKING. *Bulletin of Uman National University of Horticulture*, 2, 52–57. <https://doi.org/10.31395/2310-0478-2021-2-52-57>
2. Плюта О. П. Українська кухня в сучасному суспільстві. *Культура України. Серія: Культурологія*. Вип. 58. С. 283–292.
3. Polinkevych O. Стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Economic journal of Lesia Ukrainka Eastern European National University*. 4 (24). С. 24–29. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-24-29>
4. Pushka O., Sharan L., Arpul O., Sharan A. Ethnic Ukrainian cuisine as an element gastonomic tourism in ukraine. *geography and tourism*. (59). С. 29–35. <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2020.59.29-35>

КУЦ Олена,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української мови
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
(м. Київ, Україна)

КАТЕГОРІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕНЦІЇ ТА НАСТАНОВИ В АСПЕКТІ ЗДІЙСНЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ВПЛИВУ

Вивчення комунікативного впливу має як наукове, так і соціальне значення, адже йдеться передусім про вербалізацію стратегій комунікативного впливу в різних типах дискурсу, що відображає, формує й модифікує суспільну думку. Комунікативні потоки втілені в інформації, що передбачає організацію й оформлення мисленнєвої діяльності людини переважно у вербальній формі – у формі речення-висловлення, яке є ієрархічно організованою одиницею мови, що має власне-семантичний, семантико-синтаксичний, формально-граматичний та комунікативний (комунікативно-прагматичний) рівні. Опис категорій комунікативної структури речення передбачає також і врахування взаємодії суб'єкта (адресанта, мовця), адресата й повідомлення (інформації, що комуніканти передають під час комунікативного акту).

М. Вінтонів зазначає, що комунікативна автономність – це та повнота, завершеність одиниці, що дає змогу бути реалізованою й сприйнятою (зрозумілою) без будь-яких доповнень (Вінтонів, 2013, с.25).

Речення і висловлення – це двобічні синтаксичні одиниці, що мають план змісту і план форми, але змістова характеристика висловлення складніша, адже воно репрезентує інформацію, яка виявлена в конкретних умовах перебігу інтеракції, враховує фонові знання та пресупозиції.

М. Мірченко витлумачує категорію настанови як надкатегорію, яка орієнтує зміст речення на вираження в ньому комунікативного наміру, завдання мовця передати або ж об'єктивний стан речей дійсних (гіпотетичних, ірреальних), або дізнатися про цей стан (подію, факт, явище, особу), або спонукати когось до дії чи розмови, або висловити бажання чогось, про щось тощо (Мірченко, 2007, с. 125). С. Шабат-Савка пропонує розглядати категорію настанови у взаємозв'язку з міжрівневою категорією комунікативної інтенції. Настанова асоціюється зі структурою речення / висловлення, з комунікативною метою, інтенція пов'язана з мовцем, з його бажанням використати саме ту чи ту синтаксичну структуру для передавання певної мовленнєвої потреби. Інтенція мовця репрезентує не тільки широкий діапазон мовних намірів, а й детермінує прагматику висловлень, зміст мовленнєвого акту, від цього мовного феномену залежить і вибір конкретних синтаксичних засобів, найбільш релевантних для відображення певної ситуації. Виокремлює чотири типи комунікативно-модальних інтенцій: комунікативні інтенції розповідності, запиту, спонукання та оптативності (Шабат-Савка, 2014, с. 50 – 53; 196). Міжрівнева категорія інтенції як така, що вирізняється антропоцентричним характером, когнітивним, психоментальним підґрунтям, дискурсивно-жанровими виявами та мовними засобами експлікації, реалізується у висловленні і в дискурсі, дозволяє описати природу комунікативної діяльності людини, зокрема ілокутивного акту, репрезентувати взаємодію змісту і форми мовних одиниць у комунікації (Шабат-Савка, 2014, с. 357).

Отже, інтенційні потреби й мотиви мовця знаходять втілення в реченнях за категорією настанови як експлікатори комунікативно-прагматичних інтенцій розповідності, запиту, спонукальності, оптативності.

Розповідні речення містять констатувальну інформацію, що виражає наміри мовця повідомити її адресату. Комунікативний вплив на адресата при цьому може бути різним залежно від актуальності надаваної інформації і форми її вербальної організації. Питальні речення містять інформацію, що засвідчує прагнення мовця заповнити прогалини (лакуни) в знаннях про позамовну дійсність, і адресат при цьому володіє необхідною інформацією, тобто виступає потенційним мовцем. Спонукальні речення передають інформацію, що спрямована на різного роду вольовий вплив (наказ, вимога, прохання тощо) суб'єкта на адресата з метою виконання певних дій, набуття станів чи перебування в процесах, при цьому адресат є потенційним мовцем і виконавцем. Характер спонукування, його інтенсивність може бути розглянута на осі категоричність / некатегоричність. Оптативні (бажальні) речення містять інформацію про реальні чи ірреальні мотиви мовця, які представлені у формі висловленого бажання, прагнення тощо, що може стосуватися як суб'єкта (адресанта) (тоді він є потенційним діячем, носієм стану чи процесу), так і самого мовця (тоді спостерігаємо адресантно-адресатне вираження комунікантів при внутрішній комунікації).

Відзначаємо поєднання в структурі речення-висловлення інформаційного й емоційного компонентів як експлікацію когнітивних процесів й емоційних станів, що забезпечує ефективність впливу на адресата при комунікативній взаємодії.

Отже, при здійсненні комунікативного впливу значну роль відіграють вербальні засоби, основним з яких є речення-висловлення. Іntenційний компонент при аналізі речення-висловлення уможливорює врахування особливостей компонентів комунікації, складників комунікативного акту й прагматичних аспектів комунікації, що сприяє комплексному вивченню природи синтаксичної одиниці, а отже, пізнанню процесів комунікації і ролі мовної особистості в них, з'ясуванню взаємозв'язку когнітивних і комунікативних процесів.

Література

1. Вінтонів М. О. Актуальне членування речення і тексту: формальні та функційні вияви. Донецьк, 2013. 327 с.
2. Мірченко М. В. Структура синтаксичних категорій. Луцьк, 2004. 393 с.
3. Шабат-Савка С. Т. Категорія комунікативної інтенції в українській мові. Чернівці, 2014. 412 с.

ЛАНОВІЮК Людмила,
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин і суспільних наук
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ДЕЗІНФОРМАЦІЙНІ ВПЛИВИ НА АРХІТЕКТУРУ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ

В умовах глобальних трансформацій стрімко змінюється архітектура міжнародної безпеки. Світ зіткнувся з періодом часу, в якому майбутнє визначатимуть сили не обмежені жодним порядком. Тривожними сигналами зміни системи регіональної європейської та міжнародної безпеки на початку ХХІ ст. стали недостатньо рішучі дії глобальної спільноти та провідних світових акторів щодо агресивної політики Російської Федерації у різних регіонах світу, зокрема щодо держав пострадянського простору. Їй вагому роль у цьому процесі відіграли, й продовжують відігравати, численні дезінформаційні кампанії Російської Федерації.

Вивчення зовнішньополітичної діяльності кожної держави – це не лише оцінка поточного стану двосторонніх та багатосторонніх форматів співпраці. Передусім це відповідь на фундаментальні питання про спосіб мислення та поведінки країни, інструментарій її зовнішньої політики, сприйняття нею ключових для національної безпеки категорій – «безпека», «ворог», «середовище», «загроза». У даному контексті виникає дуже багато запитань: чому певна держава діє на міжнародній арені одними й тими ж методами протягом тривалого історичного розвитку; чим визначається її сприйняття міжнародного середовища; яким чином формується ставлення до інших країн як до ворожих чи дружніх?

Питання історичного досвіду та політики в Росії є винятково ілюстративними з погляду присутності соціальних конструктів, особливо історичних міфів. Історія держави щиро прагне бути подібною до життя святих (за К. Аксаковим) і масштаби фальсифікацій давності й правдивості мають вікові традиції. Росіянам невластивий критичний патріотизм, натомість має місце селективна історична пам'ять, що є ще одним референтом безпеки та простором політичної боротьби, сек'юритизованим до крайнощів. При загальній для стратегічної культури дилемі безпеки існує ще й «дилема мнемонічної безпеки» – посягання на минуле є також вагомою загрозою з точки зору соцієтальної безпеки. Боротьба за історію знайшла відображення навіть в поправках до російської конституції – декларується право та обов'язок держави «захищати історичну правду».

Для Росії всіляка боротьба безальтернативно має бути переможною, а тому головним є результат, а не ціна, сплачена за його досягнення. Усіляка війна для Росії – Вітчизняна. У радянські часи поразки перших років нападу нацистської Німеччини послуговували приводом для повернення до традиційної російської фразеології у вигляді концепції «Великої Вітчизняної війни», що нині є основою російської ідентичності та ключовим елементом історичної пам'яті.

На офіційному рівні в Росії відсутня державна релігія, проте вона носить статус найбільшої православної країни. Декілька десятиліть атеїзму, а також існування значних мусульманських громад підриває значення православного християнства як консолідуючого фактору, проте є «зброєю», спрямованою назовні, а також дарує «російській ідеї» та зовнішній політиці держави категоріальний апарат.

Надзвичайно сильним у російській стратегічній культурі є месіанський елемент, що знаходив вираження в межах різних концепцій. Прагнення послужити прикладом до наслідування, визволителем і лідером принижених і знедолених так чи інакше частково проявилось і в концепції Третього Риму, де Московська Русь діє як останній бастион православ'я, що несе відповідальність за недержавних братів-слов'ян; Російська імперія як основна захисниця прав південних слов'ян в Османській імперії; Росія як втілення особливого шляху розвитку, протилежного традиційному західному й азійському, що втілюється в конотації богообраності як національно-етнічної прерогативи. На практиці ж це перетворюється на ефективний інструмент політики й благородного прикриття для реалізації національних інтересів – Третій Рим легітимує владу Москви через візантійський і римський імператорський і православний спадок і надає підставу для «збирання земель руських»; захист слов'ян передбачає втягування недержавних народів в орбіту єдиної православної ойкумени як або нових губерній, або клієнтських спільнот для дестабілізації внутрішнього життя інших держав тощо.

Росія прагнула та прагне бути великою державою; як і всяке соціально сконструйоване явище, це має проблеми з тлумаченням та критеріями – чи достатньо площі державної території, кількості ядерних і конвенційних озброєнь, широти арсеналу інструментів реалізації зовнішньополітичних цілей або здатності формувати правила гри в міжнародній системі? Розпад Радянського Союзу – не лише «найбільша геополітична катастрофа ХХ століття» в російському баченні, а й своєрідна «історична травма» для населення, що пов'язана з кризою

ідентичності. Утрата економічних і політичних зв'язків, державної території 14 республік і буфера у вигляді соціалістичного табору є для Росії непоправною та позбавляє необхідних умов для буття в якості великої держави. Росія – апріорі держава поліетнічна – ніколи не була власне національною. Росія – або імперія, або її немає взагалі.

Широкомасштабна агресія проти України стала найсерйознішим викликом для системи міжнародної і регіональної безпеки з часів Другої світової. Ця війна продемонструвала неспроможність безпекових інститутів, створених понад 70 років тому, і знову порушила питання ролі міжнародних організацій та суверенних держав у підтриманні миру.

ЛИТВИНСЬКА Світлана,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СУХОРУКОВ Андрій,

магістр 1 курсу факультету комп'ютерних наук та технологій,
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У XXI СТ.: ЦИФРОВІ, ОСВІТНІ ТА КУЛЬТУРНІ ІНІЦІАТИВИ

Розвиток української мови залишається одним із пріоритетних напрямів державної мовної політики і у XXI столітті. В епоху глобалізації та активного розвитку цифрових технологій особливої ваги набувають стандартизація мови, її адаптація до сучасних науково-технічних реалій та посилення ролі в міжнародному інформаційному просторі.

Одним із ключових факторів сучасного мовного розвитку є цифровізація. Використання технологій штучного інтелекту, автоматизованого перекладу та голосового розпізнавання сприяє ширшому застосуванню української мови, а також підвищує її конкурентоспроможність. Вагому роль у цьому процесі мають україномовні онлайн-ресурси, зокрема електронні словники, мовні корпуси та віртуальні асистенти.

Не менш важливим рушієм є освітня та наукова сфери. Залучення української мови до міжнародних наукових проєктів, розвиток україномовних наукових видань та баз даних сприяє її закріпленню на глобальному рівні. Особливу увагу слід приділяти розширенню та оновленню наукової термінології, що дозволить мові відповідати сучасним викликам у різних галузях знань.

Вагомий вплив на мовні норми та їх популяризацію серед молоді мають соціальні мережі та засоби масової інформації. Виробництво якісного контенту українською мовою, розвиток блогосфери та медійних ініціатив сприяють зміцненню її позицій. Державна підтримка у вигляді грантів і законодавчих механізмів може стати додатковим стимулом для створення та поширення україномовного контенту.

Попри позитивні тенденції, на шляху поширення української мови виникають певні бар'єри, зокрема це надмірне запозиченням англіцизмів, вплив цифрових технологій на чистоту мовлення, проблеми мовної асиміляції. Тому збереженню української мовної ідентичності сприятимуть просвітницькі заходи, активізація мовознавчих досліджень та популяризація грамотного використання української мови.

Отже, майбутнє української мови значною мірою залежить від комплексного поєднання цифрових, освітніх та культурних ініціатив. Завдяки підтримці державних і громадських

проектів, розширенню її ролі в науці, освіті та медіапросторі можна забезпечити її стабільний розвиток і вплив у майбутньому.

Пропонуємо на заняттях з української мови більше мотивувати учнів / студентів / слухачів і розвивати їхні творчі здібності шляхом інтенсивного впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Застосування мультимедійних презентацій, інтерактивних вправ та онлайн-ресурсів робитиме навчальний процес динамічнішим і цікавішим. А використання інтерактивних платформ для вивчення української мови забезпечить якісними навчальними матеріалами всіх користувачів незалежно від місця їхнього проживання, популяризуватиме й поширюватиме вивчення української мови й україномовний контент в Україні та за її межами. Важливо активніше протидіяти асимілятивним процесам і зберігати свою національну самобутність.

Література

1. Пономарів О. Д. Культура слова: мовностилістичні поради. 2-ге вид., стер. Київ: Либідь, 2020. 240 с.
2. Черкашина У. Проблеми та виклики української мови в умовах сучасності URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/61305/1/Zbirka_Aktualni_pytannya_suchasnoho_sotsiohumanitarnoho_znannya_2024-304-305.pdf (дата звернення: 05.03.2025).

МОРОЗ Олег,
аспірант кафедри педагогіки,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІДЕРСТВА СЛУЖІННЯ ТА ДЕСТРУКТИВНОГО ЛІДЕРСТВА

Лідерство служіння є типом лідерства, конструктом і стилем управління який позначає особливий спосіб побудови взаємовідносин лідера і послідовників, що базуються на гуманістичних цінностях турботи про потреби співробітників та зосередження уваги лідера на цілях організації шляхом використання влади і статусу з метою ефективного вирішення головного групового завдання. Поняття «servant leadership» введено у 1970 р. до наукового обігу американським консультантом з управління Робертом Грінліфом, який працював у телекомунікаційних компаніях США та прийшов до висновку, провівши цілий ряд емпіричних досліджень, що лідерство служіння приводить до підвищення показників продуктивності та рентабельності підприємств і трудових колективів.

У той же час, норвезький учений С. Ейнарсон розробив концепт деструктивного лідерства – який є антиподом конструктивного лідерського стилю до якого ми відносимо також лідерство служіння. Деструктивний лідер може бути популярним, у той же час руйнівним, тиранічним, вдаватися до булінгу (цькування), мьобінгу (психологічного терору) навіть грубої фізичної сили за допомогою якої береться нав'язувати свою волю послідовникам.

Натомість сервант-лідерство є гуманістичним типом лідерства і зорієнтоване на надання допомоги оточенню і підтримку послідовників у їх професійному та особистісному рості. Сервант-лідер покладається на команду односторонців, делегує повноваження, робить послідовників співучасниками лідерського процесу, створює сприятливий морально-психологічний клімат. На відміну від лідерства служіння, деструктивне лідерство базується на грубих висловлюваннях, різкій тональності сказаного, страху і залякуваннях. Зазвичай, деструктивне лідерство має місце в організованих злочинних угрупованнях мафіозного типу. До деструктивних лідерів можна віднести Аль Капоне, Лакі Лучано, Пабло Ескобара,

літературного героя роману Маріо П'юзо - Віто Корлеоне.

На відміну від деструктивного лідера, сервант-лідер поводить себе етично і дбає про послідовників та успіх колективу і організації. Показником ефективності обслуговуючого лідерства є професійний ріст і розвиток особистості підлеглого, ступінь його свободи у творчій самореалізації.

Отже, сервант-лідеру притаманні такі якості і ознаки як емпатійне слухання, націленість на самовдосконалення, вміння використовувати методи переконання, концептуальне мислення, розвинена уява та здатність бачити картину майбутнього, управління шляхом задоволення потреб інших людей, турбота про професійний ріст послідовників, вміння формувати ефективне співтовариство працівників, готовність жити колективними та організаційними інтересами., демократичний стиль управління. Натомість, деструктивне лідерство передбачає домінування шляхом нав'язування своєї волі послідовникам з використанням грубої сили, авторитарних методів, побудови стосунків шляхом використання негативних емоцій, страху, гніву, приниження. Якщо деструктивне лідерство базується, в основному на егоїстичних, меркантильних мотивах, то лідерство служіння на етичних, альтруїстичних

Література

1. Greenleaf, R. (1977). *Servant leadership: A journey into the nature of legitimate power and greatness*. Paulist Press.
2. Ейнарсен С. (2007). Деструктивна лідерська поведінка: визначення та концептуальна модель. *The Leadership Quarterly*. № 18, С. 207–216.
3. Сопівник Р.В., Рахманіна А.С., Санченко О.В. (2023) *Лідерологія: підручник*. К.: Компринт, 695 с.

ЧЕРЕДНИК Лідія,

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри
педагогіки, Національний університет
біоресурсів і природокористування України
(Київ, Україна)

Ці Кунь,

аспірантка ОНП 011 Освітні, педагогічні науки,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України (Київ, Україна)

ВПЛИВ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТІВ

Лідерство в сучасному суспільстві набуває особливого значення у зв'язку зі швидкими соціокультурними трансформаціями. Глобалізація, цифровізація, зміни у цінностях суспільства, демократизація управлінських процесів та розвиток інклюзивних моделей управління зумовлюють необхідність перегляду традиційних підходів до лідерства та формування лідерських якостей.

Увага науковців і педагогів-практиків до проблеми лідерства та формування лідерських якостей пояснюється наступними аспектами, продиктованими сучасними соціокультурними трансформаціями:

1. Зміна парадигми лідерства. В умовах сьогодення традиційні авторитарні моделі поступаються місцем адаптивному, емоційно-інтелектуальному та етичному лідерству. При цьому лідер стає не лише керівником, а й натхненником, фасилітатором змін [1].
2. Цифровізація та технологічні виклики. Розвиток інноваційних технологій

(штучного інтелекту, автоматизації, цифрових комунікацій тощо) змінює спосіб взаємодії між лідером і командою. Відповідно розвивається дистанційне керівництво, яке потребує формування нових навичок управління. Основні напрями дослідження дистанційного лідерства спрямовані на вивчення методів підтримки ефективної комунікації в командах, що працюють віддалено (О. Нестуля, С. Нестуля, Н. Кононець та інш.); розробку підходів до зміцнення згуртованості та мотивації в умовах відсутності фізичної присутності; аналіз використання цифрових платформ для управління проектами та комунікації (Керол С. Вілсон (Carol S. Wilson); дослідження впливу дистанційної роботи на психологічний стан працівників та лідерів (Річард Л. Дафт (Richard L. Daft) та інш.

3. Соціальна відповідальність та етика. Сучасні лідери все більше відповідальні перед суспільством у питаннях екології, соціальної рівності, корпоративної етики. Зважаючи на проблеми сьогодення, зростає роль етичного лідерства у формуванні довіри до організацій та установ. Ці аспекти акцентують увагу на тому факті, що сучасний лідер – це не тільки стратег і керівник, а й моральний авторитет, який формує культуру організації та впливає на суспільство (Деббі Хаскі-Левенталь (Debbie Haski-Leventhal).

4. Кроскультурний аспект. Глобалізаційні процеси, які є невід’ємною характеристикою сучасного суспільства, формують середовище мультикультурності в організаціях та колективах, що, в свою чергу, вимагає від лідерів володіння навичками міжкультурної комунікації, полікультурного спілкування, коли серед характеристик лідера на перший план виходять гнучкість, толерантність та вміння працювати з різноаспектними світоглядними системами. На цьому аспекті наполягає науковиця Н. Тодорова, досліджуючи якості сильних лідерів у різних культурах [2].

5. Зміна соціальних очікувань. Не можемо залишати поза увагою і той факт, що співробітники нових поколінь (Z, Alpha) мають інші очікування від керівників організацій: більше свободи, залученості до прийняття рішень, балансу між роботою та життям. Саме тому у сьогоденні набуває популярності саме демократичний стиль управління та колективного лідерства (Пітер Сенге, Хал Гамбрет та Джон Картер).

Отже, сучасні соціокультурні трансформації мають значний вплив на формування лідерських якостей студентів. Освіта, технології, зміни в соціальній структурі та глобалізація створюють нові виклики та можливості для розвитку майбутніх лідерів. Заклади вищої освіти повинні адаптувати свої програми таким чином, щоб сприяти всебічному розвитку студентів та їх підготовці до ролі лідерів у сучасному світі.

Література

1. Поліщук Ю. Соціокультурні трансформації в сучасній Україні як об’єкт дослідження вітчизняних науковців. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2016. Вип. 2. С. 4-26.

2. Тодорова Н.Ю. Кроскультурний менеджмент: навчальний посібник. Донецьк: ДонНТУ, 2008. 330 с.

CHERNELYA Iryna,
Senior Lecturer, Department of English Philology,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)
KUCHER Ivan,
1rd year student, Faculty of Law,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)

SOCIO-CULTURAL INTEGRATION AND DISINTEGRATION DYNAMICS OF MODERN MEDIA

Socio-Cultural Integration means ensuring cultural groups in a society understand each other, respect each other, and cooperate with each other. This is made up of a combination of different cultural identities, traditions, and practices which help people from different backgroups to live together peacefully. It is not about the hegemony of one culture over the others, but rather about an environment where different cultures can be an enrichment of society [1].

But media can divide just as much. It may propagate stereotypes or emphasize differences, which could result in socio cultural fragmentation. When people start to focus increasingly on their own group rather than being willing to understand those for whom this is not their culture, it becomes more difficult for cultures to interconnect. Similarly, social media can breed echo chambers, with individuals only exposed to ideas that reinforce their own opinions.

The interplay between integration and disintegration is in fact intimately linked to how media is deployed. Media is a big part of the world we live in today, when used positively, it's a way of bringing people closer; if in a negative way, a cause of division. Media should be used as a means to connect using multiple cultures but, also, respect and understanding among them [2, 20-21 pages].

These days, mass media including television, newspapers, internet, and books are the most used channels for spreading culture. These media enable cultural ideas to spread quickly to a wider audience, across larger, more diverse groups, outside personal networks, and share cultural forms across diverse groups.

Although mass media would benefit us in uniting people and promoting socio-cultural integration and development, it might also reinforce differences and reinforce misunderstandings and separation. When individuals began to see each other as strangers, it can cause socio-cultural disintegration. Online platforms or media outlets that cater to particular perspectives can entrench division and stifle understanding.

So, it is very important to use media to understand each other and develop respect between the cultures. The media also need to promote a sense of interaction and development rather than continue to create barriers between cultural groups. Today, mass media and personal networks work hand in hand to construct culture. How people relate to each other - in person and on the phone, as well as online - matters to how cultures develop and spread. Mass media have the power to bring people together or to tear them apart, depending on the way they are used. This allows for a healthier representation of cultures and societal values, as it can promote a healthier cultural exchange [3, 76 page].

Modern media, from the very first, has powerfully influenced the processes of socio-cultural integration and disintegration in society. Media, on one hand, is a prevalent facilitator of intermingling of different cultures, providing a foundation for mutual understanding, sharing ideas and values of people of diverse origins. Thanks to books, TV shows, the web, and social networks, people can be exposed to new customs and viewpoints, which facilitates sociocultural integration and cultural sharing. Similarly, media can also exacerbate conflicts between cultures, imposing superficial

stereotypes through social networks where members are only exposed to information confirming their own beliefs. This can separate cultures into ghettos, increasing distrust between social groups and decreasing understanding of each other. Hence, media which highlights differences alone, may act as a social cultural disintegrator. These concepts are transferable to one degree or another to the media world, where the use of media as tools for cultural expression should be balanced since its inception with the possibilities of mutual understanding. Without using the media to be dividing or being exclusive among different cultures, media must build up the interaction and development.

References

1. *Political Organization and Socio-cultural Integration*. Retrieved March 14, 2025, from: [https://socialsci.libretexts.org/Courses/HACC_Central_Pennsylvania%27s_Community_College/A_NTH_205%3A_Cultures_of_the_World_-_Perspectives_on_Culture_\(Scheib\)/08%3A_Political_Organization/8.01%3A_Political_Organization_and_Socio-cultural_Integration](https://socialsci.libretexts.org/Courses/HACC_Central_Pennsylvania%27s_Community_College/A_NTH_205%3A_Cultures_of_the_World_-_Perspectives_on_Culture_(Scheib)/08%3A_Political_Organization/8.01%3A_Political_Organization_and_Socio-cultural_Integration)
2. Wolfe, M. *Social integration: Institutions and actors*. Retrieved March 14, 2025, from: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/148792/1/862573882.pdf>
3. Fuhse, J. A. (2018). *New Media and Socio-Cultural Formations*. Retrieved March 14, 2025, from: <https://derroth.com/wp-content/uploads/2019/01/jan-fuhse.pdf>

ШКУРОВ Євген,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та реклами
Державний торговельно-економічний університет (м. Київ, Україна).
СОВА Наталія,
студентка спеціальності «Журналістика»,
Державний торговельно-економічний університет
(м. Київ, Україна)

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УНІВЕРСИТЕТУ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Використання сучасних цифрових технологій, PR-комунікацій та ефективних рекламних кампаній є ключовими складовими формування позитивного іміджу університету.

У сучасних умовах формування іміджу університету набуває стратегічного значення, особливо з урахуванням складних соціально-економічних та політичних обставин. Сідлецький та Шандар (2024) у своїй статті аналізують особливості розвитку вищої освіти в Україні в умовах воєнного стану. Автори визначають ключові виклики, які постали перед університетами: невідповідність освітніх програм потребам економіки, слабка інтеграція в міжнародний освітній простір, кадрові труднощі, недостатність фінансування, а також організаційні проблеми та ризики безпеки. Автори наголошують, що ефективне управління та стратегічна комунікація є критично важливими для збереження стабільності й конкурентоспроможності вищої освіти в умовах війни та післявоєнного відновлення країни (Сідлецький & Шандар, 2024). Гулай та Стойко (2023) розглядають інший аспект формування іміджу університету, досліджуючи інструменти маркетингових комунікацій у соціальних мережах. Автори зазначають, що використання цифрових технологій, зокрема соціальних платформ, таких як Instagram і Facebook, дозволяє університетам ефективно впливати на абітурієнтів, студентів та партнерів. Підкреслюється важливість створення сучасного, доступного і дружнього іміджу, що сприяє підвищенню привабливості освітнього закладу. При

цьому автори звертають увагу на необхідність активного використання інтерактивного контенту, що дозволяє залучати молодіжну аудиторію та формувати позитивне сприйняття бренду університету (Гулай & Стойко, 2023). Брижко, Швець та Ярошенко (2024) у своєму дослідженні звертають увагу на роль брендингу та піару в управлінні репутацією закладів вищої освіти. Вони наголошують, що імідж університету визначається не лише зовнішніми комунікаціями, але й внутрішнім середовищем, корпоративною культурою та цінностями. Автори вказують на необхідність інтегрованого підходу до формування іміджу, який би поєднував зовнішні рекламні активності та внутрішню комунікацію між співробітниками і студентами. Особливе значення має створення позитивного інформаційного простору всередині університету, що дозволяє формувати міцний імідж і ефективно управляти репутаційними ризиками (Брижко, Швець & Ярошенко, 2024). Івашина (2013) аналізує питання стратегічного планування та формування іміджу університету через призму маркетингу освітніх послуг. Автор наголошує на важливості позиціонування університету з урахуванням його конкурентних переваг та особливостей ринку освітніх послуг. Івашина пропонує використовувати методи сегментації та таргетингу для ефективнішої взаємодії з цільовою аудиторією. Важливим є також стратегічний підхід до формування повідомлень у рекламі та PR, що дозволяє краще комунікувати переваги навчального закладу та формувати його позитивний імідж (Івашина, 2013).

Формування позитивного іміджу університету значною мірою залежить від ефективного використання інструментів реклами та зв'язків із громадськістю. Прикладом успішної реалізації такої стратегії може слугувати Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ). Завдяки якісним академічним програмам, розгалуженій міжнародній співпраці та активній взаємодії зі студентами, цей заклад позиціонує себе як прогресивна інституція, що забезпечує високу конкурентоспроможність випускників. Висвітлення сильних сторін ДТЕУ відбувається через маркетинговий мікс, у якому приділено увагу освітнім продуктам, гнучкій ціновій політиці, ефективній логістиці (місцю) та стратегічному просуванню. Подібний підхід сприяє збільшенню зацікавленості з боку абітурієнтів та розширенню кола партнерів.

Цей заклад вирізняється високою активністю в соціальних мережах і прагне впроваджувати сучасні digital-інструменти для залучення аудиторії. Поряд з тим, конкуренти, зокрема Київський національний економічний університет та Львівська політехніка, мають сильні позиції завдяки масштабній SEO-оптимізації сайтів і стабільній PR-активності. Аналіз конкурентного середовища за моделлю п'яти сил Портера демонструє високу інтенсивність боротьби за абітурієнтів та партнерів, низькі бар'єри входу для онлайн-освіти, вплив держави як постачальника фінансування та вагому роль «покупців» – студентів. Дослідження структури конкуренції підтверджує, що загроза заміників у вигляді міжнародних сертифікатів та курсів інших платформ є досить істотною. Тому університет змушений активізувати маркетингові та PR-кампанії, спрямовані на підвищення цінності пропонованих освітніх продуктів.

У межах SWOT-аналізу іміджу ДТЕУ було виявлено сильні позиції, зокрема високу якість освіти та кваліфікованих викладачів. Розширення онлайн-навчання та міжнародних партнерств відкриває нові можливості для університету, але економічна нестабільність у країні й швидкий розвиток альтернативних форм освіти становлять загрози. Щоб протистояти цим викликам, ДТЕУ приділяє увагу удосконаленню рекламних та PR-стратегій: від участі в освітніх виставках до активної присутності в соціальних мережах.

Університет активно взаємодіє зі своєю аудиторією: проводить онлайн-заходи, дні відкритих дверей, створює навчальні вебінари та використовує сторінки в Instagram чи Facebook. Цей комплексний підхід дає змогу не приваблювати нових студентів та підтримувати зв'язки з випускниками та формувати лояльність серед усіх зацікавлених сторін.

Отже, формування іміджу університету засобами реклами й зв'язків із громадськістю вимагає гнучкої та продуманої стратегії. Кейс ДТЕУ ілюструє, як поєднання якісних освітніх

програм, активної взаємодії з бізнесом і використання сучасних маркетингових інструментів може посилити конкурентні позиції закладу. Ефективні PR-комунікації, орієнтовані на довгострокову взаємодію з абітурієнтами та партнерами, сприяють зміцненню репутації університету. Така модель підкреслює важливість постійного вдосконалення та адаптації до вимог цифрового середовища і динамічних викликів ринку освіти.

Література

1. Антонова, О. М. (2023). Реклама як інструмент формування бренду закладів вищої освіти в сучасних умовах. *Часопис Київського університету права*, (2), 89–99. <https://doi.org/10.36695/2219-5521.2.2023.19>
2. Державний торговельно-економічний університет. (n.d.). *Офіційний сайт*. Retrieved from <https://knute.edu.ua/>
3. Дмитрієв, В. (2013). Маркетингова стратегія ВНЗ. *Вища освіта України*, (1), 57–62. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/vou_2013_1_11
4. Морозова, О., Морозова, О., & Морозов, О. (2021). Вища освіта в Україні: стан, тенденції та перспективи. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (7), 152–163. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.18>
5. Сідлецький, С., & Шандар, А. (2024). Вища освіта в Україні в умовах воєнного стану: виклики та пріоритети. *Економіка та суспільство*, (64). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-151>
6. Шкуров, Є. В. (2023). Адаптація вищої освіти в умовах онлайн-навчання та війни. In *Кращі практики розбудови європейських студій в умовах російської збройної агресії: міжнародна науково-практична конференція (ДТЕУ, 20-21.10.2023, Київ)* (pp. 106–109). Київ. Retrieved from <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/ba77e4650ee3269072ba9f97fcfd4568.pdf#page=106>
7. Шкуров, Є. (2024). Виклики та можливості в адаптації навчання студентів спеціальності «Журналістика» в умовах війни. In *Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни* (pp. 98–103). Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Київ, 27–28.04.2024, ДТЕУ). Київ: Держ. торг.-екон. ун-т.
8. Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing management* (15th ed.). Pearson. Retrieved from http://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketing_Management.pdf
9. Kuzior, A., Grebski, M., & Grebski, W. (2021). Marketing of an academic program: case study of an engineering program. *Marketing i menedżment innowacji*. Retrieved from https://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/11159/6769/1/1796057185_0.pdf
- Perera, C. H., Nayak, R., & Nguyen, L. T. V. (2022). The impact of social media marketing and brand credibility on higher education institutes' brand equity in emerging countries. *Journal of Marketing Communications*, 29(8), 770–795. <https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2086284>

ШКУРОВ Євген,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та реклами,
Державний торговельно-економічний університет (м. Київ, Україна).
СОРОВЕЦЬКА Вікторія,
студентка спеціальності «Журналістика»,
Національний університет «Львівська політехніка»

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Соціальні медіа є ключовим чинником формування громадської думки та політичних процесів у сучасному світі. Вони виконують як позитивні, так і негативні функції: сприяють демократичній участі громадян, мобілізують суспільство, водночас створюючи ризики для поширення дезінформації та маніпуляції масовою свідомістю. Онлайн-платформи відкрили для суспільства безліч нових можливостей: миттєве обговорення ситуацій, висловлювання своїх думок без лишніх обмежень, а також швидке опрацювання всіх новин, які панують в царині соціальних мереж.

У дослідженні Базика (2024) аналізується вплив соціальних медіа на політичну активність суспільства, особливо через поширення пропаганди та маніпуляції інформацією. Автор наголошує, що соціальні мережі стали потужним інструментом політичного впливу, використовуючи алгоритмічні механізми для формування інформаційних бульбашок, що підсилюють когнітивні упередження користувачів (Базик, 2024). Філіпенко (2024) досліджує вплив соціальних мереж на формування суспільної думки під час російсько-української війни. У роботі підкреслюється подвійна роль соціальних платформ як засобу комунікації та джерела дезінформації. Аналізуються основні канали поширення дезінформації та механізми інформаційної війни, що ведеться через соціальні мережі. Зокрема, Росія активно використовує соціальні медіа для маніпуляції міжнародною громадською думкою, тоді як Україна застосовує контрпропаганду, фактчекінг і мобілізацію громадянського суспільства (Філіпенко, 2024). Голенок і Глухманюк (2024) акцентують увагу на впливі соціальних мереж у формуванні громадської думки в англomовному сегменті інтернету. Автори досліджують використання соціальних платформ як механізму міжнародної підтримки України та водночас поширення фейкових новин і маніпуляцій. Використання моделі Лассвелла дозволило проаналізувати, хто генерує інформацію, яким чином вона поширюється та який вплив має на аудиторію (Голенок, Глухманюк, 2024).

З огляду на зростаючу роль соціальних мереж у сучасному суспільстві, можна констатувати їхній вагомий вплив на формування громадської думки, особливо в періоди виборчих кампаній, політичних криз та суспільно значущих подій. У такі моменти громадяни виявляють підвищену активність у цифровому просторі, прагнучи взаємодіяти з медіа, висловлювати власні погляди та брати участь у дискусіях. Така комунікаційна динаміка сприяє розвитку критичного мислення, оскільки користувачі аналізують інформацію, зіставляють різні джерела та формують власну позицію щодо суспільно-політичних процесів. Водночас соціальні мережі можуть стати інструментом пропаганди та маніпуляції громадською свідомістю. У цифрову епоху важливо не лише активно споживати інформацію, а й відповідально ставитися до її достовірності, щоб уникнути маніпуляцій та дезінформації.

У межах дослідження ролі соціальних мереж у розвитку громадянського суспільства було проаналізовано Facebook-сторінку організації «Громадські Ініціативи України». Це об'єднання, яке сприяє розвитку місцевих громад через активізацію громадянської участі, розширення можливостей для громадських організацій та впровадження демократичних практик. Громадська спілка «Громадські Ініціативи України» була заснована у 2007 році як

неформальне об'єднання активістів та громадських організацій, що прагнули підтримувати громадянську активність на місцевому рівні.

Організація активно використовує соціальні медіа для висвітлення власних досягнень, анонсування подій і залучення нових учасників до своєї діяльності. Постійна комунікація з аудиторією сприяє підвищенню обізнаності громадян щодо актуальних ініціатив та створює простір для взаємодії між активістами, місцевими громадами та зацікавленими сторонами. На сторінках організації розміщуються заклики до участі у заходах, інформація про можливості долучитися до проєктів, а також нагадування про важливість суспільної активності.

Публікації, присвячені успіхам організації та її учасників, не лише інформують аудиторію, а й мотивують до активної громадянської позиції. Вони демонструють, що навіть невеликі ініціативи можуть приносити значні зміни, якщо об'єднати зусилля. Аналіз активності користувачів у соціальних мережах свідчить про позитивний вплив подібного контенту: вподобайки, коментарі, поширення дописів є індикаторами зацікавленості та підтримки громадських ініціатив. Особливо важливу роль відіграють дискусії в коментарях, які створюють простір для обміну думками, сприяють поширенню ідей та залученню нових людей до діяльності організації.

Діяльність таких платформ у соціальних мережах сприяє не лише розширенню інформаційного простору, а й зміні світогляду користувачів. Завдяки постійному залученню до громадських ініціатив люди набувають нового досвіду, підвищують свою обізнаність щодо суспільних процесів та поступово стають частиною активної громадянської спільноти. Це відбувається навіть на підсвідомому рівні: переглядаючи контент, люди переймають нові знання, натхнення та мотивацію до дій.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальні мережі є ефективним інструментом розвитку громадянського суспільства. Вони сприяють активній взаємодії між людьми, формують нові спільноти та підтримують обмін ідеями. При цьому важливо пам'ятати про критичне мислення та необхідність перевіряти джерела інформації, щоб уникнути поширення дезінформації та маніпулятивного контенту. Відповідальне використання соціальних медіа може стати потужним механізмом для підтримки демократичних цінностей, громадської активності та розвитку суспільства в цілому.

Література

1. Базик, Р. (2024). *Роль соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їх вплив на політичну активність суспільства*. *Політикус*, (4), 16–23. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2024-4.2>
2. Голенок, Л., & Глухманюк, Д. (2024). *Вплив соціальних мереж на формування громадської думки про війну в Україні в англомовному сегменті інтернету*. *Молодий вчений*, (7), 157–159.
3. Громадські Ініціативи України. (n.d.). *Facebook Page*. Retrieved from https://www.facebook.com/ngonetwork.org.ua/?locale=uk_UA&utm_source=chatgpt.com
4. Динник, І. П. (2018). *Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. Ефективність державного управління*, (50). <https://doi.org/10.33990/2070-4011.50.2017.150603>
5. Карпій, М. (2025). *Роль соціальних мереж у формуванні громадської думки*. *Пирого*. Retrieved from <https://porogy.zp.ua/2024/12/rol-sotsialnyh-merezh-u-formuvanni-gromadskoyi-dumky/>
6. Морики́т, Т. (2018). *Соціальні мережі як чинник формування громадянського суспільства*. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*, (12), 274–278. Івано-Франківськ: ЛІК.
7. Філіпенко, Л. (2024). *Роль соціальних мереж у формуванні суспільної думки під час російсько-української війни*. *Соціополіс: Журнал соціальних та політичних наук*, (1), 10–14.

8. Kyiianytsia, I., Holik, O., Kurban, O., Yatsiuk, D., & Shkurov, Y. (2023). *Information hygiene in the media space as a factor of environmental consciousness of society*. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 13(2, special issue XXXVI), 73–79. Retrieved from <https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/PDF/130236.pdf>
9. Oxford Internet Institute. (2019, September 26). *Use of social media to manipulate public opinion now a global problem, says new report*. Retrieved from <http://surl.li/roohsy>

ОСВІТОЛОГІЙНИЙ КОНТЕКСТ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

БАБКОВИЧ Роман,
аспірант ОНП 011 Освітні, педагогічні науки,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України (Київ, Україна)

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ГАЛУЗІ У СВІТЛІ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

У сучасному світі, характеристиками якого є (у числі інших) стрімкі соціокультурні зміни, екологічна культура набуває все більшого значення, а формування цього феномену у майбутніх фахівців агропромислової галузі стає одним із ключових завдань освітнього процесу університетів наук про життя. Екологічна культура стає не тільки невід’ємним компонентом загальної культури суспільства, але й ключовим елементом у вирішенні глобальних екологічних проблем, таких як зміна клімату, забруднення навколишнього середовища, глобальне потепління, втрата біорізноманіття та інш., адже сучасні соціокультурні трансформації суттєво впливають на всі сфери суспільного життя, зокрема, на агропромисловий сектор.

До сучасних викликів в агропромисловому секторі, продиктованих соціокультурними трансформаціями, належать, найперше, глобальні екологічні проблеми: зміна клімату, деградація ґрунтів, дефіцит водних ресурсів. Пошуки шляхів вирішення названих проблем вимагають від майбутніх фахівців агропромислової галузі високого рівня екологічної свідомості. Своєрідним викликом є також технологічний прогрес, тобто впровадження цифрових технологій, точного землеробства, органічного виробництва. Динамічний поступ розвитку сучасних технологій виробництва, обробітку, зберігання харчової продукції тощо змінює вимоги до знань та компетенцій спеціалістів, які мають бути сформованими на засадах екологічної культури та природоцільного користування ресурсами.

Соціокультурні суспільні трансформації, зміна життєвих пріоритетів та переосмислення ставлення до власного здоров’я диктують і зміни у споживчих пріоритетах населення: зростання попиту на екологічно чисті продукти вимагає від аграрного сектору дотримання принципів сталого розвитку: екологічної відповідальності (використання ресурсоефективних технологій, які мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище, раціональне використання води, енергії та ґрунтів, а також зменшення викидів парникових газів; економічна доцільність (забезпечення економічної стійкості агропідприємств через впровадження інноваційних підходів, які дозволяють збільшувати продуктивність без шкоди для довкілля); соціальна справедливість: (підтримка сільських громад, забезпечення справедливих умов праці та сприяння розвитку сільських територій);

збереження біорізноманіття (провадження практик, які сприяють збереженню природних екосистем, зокрема через використання агроекологічних методів ведення сільського господарства).

До сучасних соціокультурних викликів, що актуалізують проблему формування екологічної культури у майбутніх фахівців агропромислової галузі, можемо віднести і проблеми глобалізації, зокрема, глобалізації освіти: інтеграція України в європейський освітній простір передбачає оновлення освітніх програм підготовки фахівців з урахуванням світових стандартів екологічної освіти. Зважаючи на те, що екологічна культура є аспектною характеристикою екологічної безпеки, її варто аналізувати «як інтегратор, який здатний об'єднувати суспільство, а також забезпечувати його прогресивний прогрес» [1].

Чи не найбільшим соціокультурним викликом сучасності для аграрного сектору економіки України є повномасштабне вторгнення: під загрозою опинились не тільки суверенітет нашої держави і її цілісність, але і «стан навколишнього середовища, адже військові дії мають прямий вплив на якість природних ресурсів» [2]. В умовах воєнного протистояння українці обмежені у можливості перебувати у безпечному для здоров'я та життя навколишньому середовищі, а негативні для довкілля наслідки ведення воєнних дій змушують шукати нові оптимальні шляхи подолання екологічної кризи, спровокованої повномасштабним вторгненням. Це, в свою чергу, формує оновлене розуміння поняття «екологічна культура» і диктує нові правила природододільної поведінки.

Отже, екологічна культура є ключовим чинником забезпечення сталого розвитку суспільства та ефективної діяльності майбутніх фахівців агропромислової галузі. Сучасні соціокультурні трансформації вимагають від системи освіти нових підходів до екологічної освіти, сучасних підходів до формування екологічної культури, що має забезпечити підготовку компетентних, відповідальних та екологічно свідомих спеціалістів, здатних ефективно працювати в умовах глобальних викликів.

Література

1. Хилько М. І. Екологічна безпека України. *Навчальний посібник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2017. С. 25-27
2. Polukarov Y., Kachynska N., Polukarov O., Zemlyanska O., Mitiuk L. Impact of the full-scale war in Ukraine on the environment: Environmental damage assessment. *Law. Human. Environment*. 2024. № 15(1). P. 85-100.

ВАН Хунмін,
аспірант,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ТРАДИЦІЇ Й НОВАЦІЇ У ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ КИТАЙСЬКИХ ПОЛІТЕХНІЧНИХ КОЛЕДЖІВ

Велике значення освіти та прагнення до соціального прогресу у поєднанні з ринковими реформами є одними з головних причин економічного зростання Китаю. Конфуціанство, яке є не тільки філософською школою, а й принципом організації суспільства й підґрунтям китайського способу життя, підтримує віру у здатність людини до набуття освіти. Китайське суспільство в цілому, а відтак і система освіти перебувають під сильним впливом конфуціанської культури. Тривалий час такі цінності, як традиції, гармонія, дух спільноти, конформізм, визнання ієрархій, цілісне мислення, мислення в контекстах, взаємність і гуаньсі (мережа відносин між людьми) вважалися серцевиною китайської культури

(Kirkbride/Tang/Westwood, 1991).

Проте за останні роки відбулись суттєві зміни у суспільному житті, які вплинули також на ставлення людей до роботи. Тепер для них працевлаштування є не тільки способом заробляння грошей; вони хочуть реалізувати свій потенціал і бути корисними суспільству (Liu, 2011). Тому дедалі більшого значення набуває прагнення молоді отримати освіту, зокрема, й професійну.

У червні 2014 року Державна рада Китаю прийняла постанову про сприяння розвитку сучасної професійної освіти, а в лютому 2019 року – «План впровадження реформи національної професійної освіти». До 2020 року Китай створив сучасну систему професійного навчання з китайською специфікою: статус системи професійного навчання та структура закладів і професійних сфер були адаптовані до економічних і соціальних потреб країни. Новацією стало запровадження паралельно з академічно орієнтованою вищою освітою система професійно орієнтованого навчання. До нього входять політехнічні коледжі, вищі професійні школи, університети прикладних наук, а також професійні програми магістратури та докторантури. Водночас почала функціонувати нова дуальна система вищої освіти.

Політехнічні коледжі стали у багатьох китайських провінціях доповненням до дослідницьких університетів у регіональних інноваційних системах. Такі організаційні інновації, до яких залучені коледжі, слугують вирішенню певних проблем у менш розвинених регіонах Китаю. Інновації у освітньому процесі політехнічних коледжів спрямовані, як зазначає V.Stewart, на такі аспекти:

1. Переорієнтація освітніх програм і навчальних планів таким чином, щоб надати студентам широку освіту, яка дозволить їм отримати нові уміння і навички під час розвитку їхньої кар'єри.
2. Надання можливостей засвоєння як когнітивних, так і некогнітивних навичок в реальних галузевих умовах і на сучасному обладнанні.
3. Створення шляхів від професійної освіти до академічного університету і навпаки.
4. Залучення до викладання фахівців, які мають сучасний досвід у певній галузі.
5. Розроблення стандартів та кваліфікацій, які постійно адаптуються до передових галузей, уособлюючи все більш глобальний характер професій.

Література

1. Kirkbride, P.S./Tang, S.F.Y./Westwood, R.I. (1991): Chinese conflict preferences and negotiating behaviour: Cultural and psychological influences. *Organization Studies*, 12: 365-386.
2. Liu, F. (2011): Research on Generational Differences of Employees' Work Values. Naikai University Doctoral Dissertation. 2011.5. Naikai University.
3. Stewart V. Chinese Innovations in Career and Technical Education. <https://asiasociety.org/global-cities-education-network/chinese-innovations-career-and-technical-education>

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ

Одним з важливих критеріїв формування правової культури майбутніх фахівців аграрного профілю є педагогічні умови за яких відбуватиметься зазначене формування.

Важливим завданням є формування особистості, яка братиме участь у розвитку та вдосконаленні громадянського суспільства. Проте, як показує практика, студенти закладів вищої освіти не завжди замислюються над своєю поведінкою, вчинками в межах правового поля, що проявляється в зневажливому ставленні до громадської оцінки своїх дій. Відсутність знань правових норм, що в свою чергу впливає на незнання правових наслідків своєї поведінки веде до негативних явищ, а саме нездатності інтегруватися в соціальне середовище, а також в соціально-економічні відносини в своїй діяльності.

Враховуючи зазначене, актуальності набуває проблема дослідження правової культури та необхідність її формування як у студентів в цілому так і в молодих фахівців аграрного профілю.

Педагогічні умови формування правової культури майбутніх фахівців аграрного профілю мають складатися з мотивації студентів щодо пізнавальної діяльності, ціннісного ставлення до правових норм з врахуванням сучасних суспільних реалій з використанням інноваційних форм та активних методів навчання, адаптація змісту навчальних дисциплін для позитивного ставлення майбутніх фахівців до правових знань.

Педагогічні умови формування правової культури можна розділити на декілька умов. Першою умовою є дослідження мотиваційної сфери розвитку особистості, формування стійких поглядів правомірної поведінки, нетерпимість до порушників законів. В зв'язку з цим за можливе є проведення лекцій проблемного характеру, семінарів-круглих столів, практичних занять-тренінгів, вечорів запитань і відповідей. З метою позитивного ставлення до правових норм, формування знань і навичок при організації і проведенні практичних робіт, навчальну діяльність молодих фахівців слід організовувати з використанням активних методів навчання: кейс-методу, дискусій, ігрових методик, мозкового штурму.

Ефективною формою правового виховання студентів є вечори запитань і відповідей на правові теми за участю юристів-практиків, конференції, диспути, вікторини.

Враховуючи вищезазначене, педагогічні умови формування правової культури майбутніх фахівців аграрного профілю мають складатися з мотивації пізнавальної діяльності, ціннісного ставлення студентів до норм права з урахуванням сучасних суспільних реалій з використанням інноваційних форм і активних методів навчання; адаптації змісту навчальних дисциплін для формування у молодих фахівців позитивного ставлення до правових знань.

КАЛИНОВСЬКА Оксана,
старший викладач,
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»
(м. Київ, Україна)

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЙНИЙ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ КОМПОНЕНТИ В СТРУКТУРІ СУЧАСНОЇ МОВНОЇ ОСВІТИ ДЛЯ НЕФІЛОЛОГІВ

У свідомості українського суспільства, що виборює право на існування в умовах гібридної російсько-української війни, відбуваються суттєві зрушення в переосмисленні суспільно значущих понять, пов'язаних із національною ідентичністю та національною безпекою. Досліджуючи екзистенційну сутність цих понять, учені зазначають, що «для постколоніальних спільнот, що продовжують боротьбу за власну державність, питання національної ідентичності стає не лише чинником державотворення, а передусім самозбереження й безпеки» [2, с. 73], і наголошують на тому, що найважливішим чинником збереження національної ідентичності, зміцнення національної безпеки є мова (В. Василенко, Л. Масенко, Г. Яворська).

Глибокі світоглядні трансформації українського суспільства, спричинені повномасштабним російським вторгненням, вимагають відповідних реакцій і в освітній сфері, пов'язаних із оновленням навчальних програм, введенням до них тих сегментів наукового знання, що, стаючи фактом суспільної свідомості, дозволяють формувати й застосовувати резистентні механізми поведінки, зокрема й мовної.

Давно назріла потреба запровадити в навчальні програми вищої школи інформацію з тих лінгвістичних дисциплін, що вчать майбутнього фахівця розуміти закономірності функціонування мови у суспільстві, у сфері обраного фаху, мотивувати рідномовну поведінку в професійній галузі з метою сформувати україномовний простір як безпековий для українського суспільства.

У сфері вищої школи мовна компетентність майбутніх фахівців усіх професійних галузей досі формується переважно в рамках курсу «Українська мова за професійним спрямуванням», в якому вдосконалення знань з української мови відбувається за системно-структурним та нормативно-правописним принципами. Проте, як зазначає В. Жайворонок, «мову не можна вивчати поза контекстами – соціальним, історико-культурним, інтелектуальним, власне лінгвальним» [1, с. 96]. Пізнання мови в усіх її проявах і взаємозв'язках сприяє глибшому розумінню, (базованому саме на науковому знанні), ролі мови для національної спільноти й окремої особистості.

Оскільки значення рідної мови як безпекового фактора виявляється передусім в парадигмі соціолінгвістики й лінгвокультурології, саме тому ці два аспекти лінгвістичного знання, на нашу думку, мають бути обов'язковими і в навчальних програмах для нефілологів, й можуть бути представлені інтегративним курсом, формуючи мовну компетентність усіх здобувачів вищої освіти.

Соціолінгвістика як сфера взаємодії мови і суспільства, мови і позамовної дійсності формує знання про суспільний характер мови, розуміння законів її функціонування, особливості мовних змін. Соціолінгвістичний підхід передбачає чітке розмежування власне мовних закономірностей, за якими розвивається й функціонує мова, і соціальних факторів, які впливають на дані процеси. Розглядаючи природу соціальних чинників та особливості їх впливу на мовну структуру, студент вчиться розуміти особливості функціонування мови в конкретному часовому проміжку, динаміку мовних змін. Засвоєння важливих соціолінгвістичних понять («мовна ситуація», «мовна політика», «білінгвізм», «мовна

поведінка», «мовна стійкість») сприятиме формуванню й закріпленню у студентів навички аналізу мовної дійсності, небайдужому ставленню до неї, а отже, й мотивуватиме мовну стійкість і в майбутній професійній діяльності, що є вкрай важливим для употужнення функцій української мови у фахових середовищах. Соціолінгвістичний компонент мовного знання безпосередньо впливає на утвердження світоглядно-ціннісних орієнтирів майбутніх спеціалістів, на визначеність їхньої мовної поведінки.

Лінгвокультурологічний компонент мовних знань передбачає розкриття складних взаємовідношень між мовою й культурою крізь вивчення впливу побутової обрядовості, традицій, вірувань народу на мовну структуру, а також аналіз мовних явищ, спрямований на вияв національно-культурної самобутності спільноти, як слушно визначав Е. Сепір, мова «є вказівкою на розуміння культури».

Оскільки культурологічний підхід до вивчення мови передбачає вияв специфічних мовних одиниць з національно-культурним компонентом значення, які виражають унікальний досвід народу, надзвичайно важливим є знайомство студентів із поняттям мовної картини світу, яке дає можливість конкретизувати поняття національної ідентичності, поглибити розуміння національних особливостей звичаїв, культурних цінностей, мовної поведінки, мовного етикету, національних стереотипів, породжених національною специфікою світосприймання, і збагнути унікальність рідної та інших культур.

Лінгвокультурологічний підхід також розширюватиме пізнання семантичних процесів у системі мови, зв'язку між мовними одиницями та навколишньою дійсністю, яку вони репрезентують, а це поглиблюватиме розуміння мовних одиниць не лише як абстрактних знаків, а як носіїв узагальненої історико-культурної інформації.

Отже, розуміння соціальних аспектів функціонування мови й відображення в ній особливостей менталітету рідного народу є вкрай важливим у час боротьби за українську ідентичність, і тому необхідним є впровадження в мовну освіту майбутніх спеціалістів усіх суспільних галузей компонентів соціолінгвістичного й лінгвокультурологічного знання.

Література

1. Жайворонок В. В. (2007). Українська етнолінгвістика: Нариси: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Довіра. 262 с.
2. Залізник Г. М. (2023). Мова як індикатор української національної ідентичності та цивілізаційного вибору киян. Українська мова, 2(86), 72 – 82.

КОСТИНЮК Василь,
аспірант, асистент кафедри педагогіки,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ОСВІТНІ ПРАКТИКИ КАНАДИ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: ДОСВІД МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО СУСПІЛЬСТВА

У сучасному світі питання національної самосвідомості молоді набуває особливої актуальності, адже воно є ключовим чинником збереження культурної ідентичності, громадянської активності та демократичного розвитку суспільства. У контексті повномасштабного військового вторгнення росії в Україну 2022 року, це питання стало ще більш нагальним, оскільки агресія спрямована не лише на територіальну експансію, а й на руйнування української культури, мови та національної ідентичності. В цих умовах формування національної самосвідомості молодого покоління стає стратегічно важливим

завданням для системи освіти [1].

Одним із найефективніших шляхів розбудови національної самосвідомості є звернення до міжнародного досвіду, зокрема до освітніх практик країн із розвинуеною демократією та мультикультурним суспільством. Особливий інтерес у цьому контексті викликає досвід Канади – держави, яка не лише успішно інтегрує представників різних етнічних груп, але й приділяє значну увагу питанням національної ідентичності, громадянської відповідальності та культурного розмаїття у своїй системі вищої освіти.

У цьому дослідженні розглядається, як освітня система Канади сприяє формуванню національної самосвідомості студентської молоді, які підходи використовуються для розвитку громадянської відповідальності та як цей досвід може бути корисним для України. Адже в умовах війни та боротьби за власну незалежність Україна потребує ефективних моделей виховання національно свідомої молоді, здатної не лише зберігати свою ідентичність, а й активно захищати її в інформаційному, культурному та політичному просторах [3].

Досвід Канади демонструє, що формування національної самосвідомості студентської молоді можливе навіть у багатокультурному суспільстві завдяки цілеспрямованій освітній політиці, що поєднує навчальні курси, практичні ініціативи та активне студентське самоврядування. У контексті української боротьби за незалежність особливо цінним є підхід, який дозволяє не лише зберігати, а й зміцнювати національну ідентичність через освіту. Інтеграція мультикультуралізму в освітні програми, підтримка етнічних спільнот, залучення молоді до природоохоронної діяльності та студентського самоврядування є ефективними механізмами, що сприяють формуванню свідомих громадян. З огляду на це, розгляд канадських освітніх практик, таких як курси з полікультурного виховання в Університеті Британської Колумбії чи природоохоронні ініціативи в Університеті Торонто, дозволяє адаптувати найкращі напрацювання для України. Впровадження подібних підходів у вітчизняну систему освіти може значно посилити патріотичне виховання, забезпечуючи розвиток молоді, здатної не лише зберігати свою національну ідентичність, а й активно її захищати [5].

Інтеграція мультикультуралізму в освітні програми Канади сприяє формуванню національної самосвідомості студентів, зокрема через курси з полікультурного виховання, білінгвальне навчання та підтримку етнічних спільнот. Університет Британської Колумбії (UBC) активно впроваджує ці підходи, допомагаючи студентам усвідомити свою роль у багатокультурному суспільстві. Крім того, університет активно підтримує наукові дослідження в галузі мультикультуралізму, що допомагає поглибити знання про етнічну різноманітність [4].

Природоохоронні ініціативи, такі як польові дослідження в національних парках Канади, що організовуються Університетом Торонто, допомагають студентам не тільки зануритись у природу країни, але й виховують почуття відповідальності за її збереження. Це також сприяє розвитку екологічної свідомості та командних навичок, необхідних для особистісного та професійного росту.

Університет Альберти активно підтримує студентське самоврядування, що є важливим елементом формування громадянської відповідальності. Студенти цього університету мають можливість брати участь у прийнятті рішень, що впливають на їхнє навчання та життя, розвиваючи навички лідерства і співпраці [2].

Також важливим напрямком є підтримка культурної спадщини корінних народів Канади. Програма кримськотатарських студій в Університеті Альберти є прикладом підтримки культурного різноманіття, зокрема через наукові дослідження історії та культури корінних народів, що сприяє глибшому розумінню національної спадщини.

Отже, освітні ініціативи Канади сприяють розвитку національної самосвідомості студентів, вихованню громадянської відповідальності та поваги до культурного різноманіття,

що є важливим для формування активної та свідомої молоді в умовах багатокультурного суспільства. Цей досвід є цінним для України, яка зараз переживає складні часи боротьби за свою національну ідентичність. Принципи канадської системи освіти можуть бути адаптовані для розвитку національної самосвідомості української молоді, допомагаючи зміцнити її громадянську активність та сприяти збереженню і захисту української культури, мови та цінностей у контексті сучасних викликів.

Література

1. Андрєєва, І. В. (2019). Мультикультуралізм в освіті: досвід Канади та його застосування в Україні. Педагогіка та психологія, 68(2), 45-52.
2. Пономаренко, О. В. (2018). Формування національної самосвідомості студентської молоді в умовах сучасної освіти. Вища освіта України, 15(4), 24-31.
3. Литвиненко, І. О. (2020). Інтеграція культурної різноманітності у вищу освіту: досвід Канади. Журнал української педагогіки, 11(1), 115-123.
4. Гнатюк, І. М. (2017). Роль студентського самоврядування у розвитку громадянської відповідальності в Україні. Науковий вісник, 9(3), 86-93.
5. Шевченко, Л. О. (2016). Екологічна освіта як фактор національної самосвідомості: досвід канадських університетів. Екологічна культура та освіта, 12(2), С. 101-107.

ЛИТВИНСЬКА Світлана,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

БОДНАРЧУК Еліна,

магістрантка 1 курсу факультету психології, комунікацій та перекладу,
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

ОПАНУВАННЯ МОВОЮ ЯК СКЛАДНИЙ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ ПРОЦЕС

Оволодіння мовою є складним психолінгвістичним процесом, що охоплює як біологічні, так і когнітивні механізми. Вивчення цього явища має важливе значення для розуміння того, як людина розвиває своє мовлення і засвоює рідну мову та опановує іноземні мови, які чинники на це впливають. Наразі сформульовано такі теорії оволодіння мовою, а саме: *біхевіористична, нативістська, соціокультурна, когнітивна*.

На думку Б. Скіннера [4, с. 112], засвоєння мови відбувається через наслідування та підтримку й повторення (біхевіористична теорія). Н. Хомський [X, с. 89] стверджує, що у людей існує вроджена здатність до засвоєння мови (Language Acquisition Device) – це нативістична теорія.

Автор когнітивної теорії Ж. Піаже [3, с. 76] вважає, що мовлення розвивається разом із мисленням. Він описує когнітивні процеси.

Сутність соціокультурної теорії Л. Виготського [2, с. 45] полягає в тому, що мова засвоюється через соціальну взаємодію. Дослідник виокремлює декілька основних етапів оволодіння мовою: від домовленнєвого періоду – до формування граматичної структури та становлення комунікативної компетенції [2, с. 45]. Він підкреслює роль соціального оточення у формуванні мовлення [2, с. 58].

Психолінгвістичний аналіз процесів оволодіння мовою полягає у вивченні взаємодії біологічних, когнітивних та соціокультурних факторів. Біологічні чинники охоплюють нейрофізіологічні особливості мозку та генетичну схильність [2, с. 132].

Когнітивні фактори, такі як пам'ять, увага та мислення, відіграють важливу роль у засвоєнні мовних структур [3, с. 94]. Соціальні фактори, воаховуючи комунікативне середовище та особливості виховання, впливають на швидкість і якість мовного розвитку [1, с. 211]. Культурні особливості, зокрема традиції, мовна політика та соціальні норми – все це також визначає характер мовленнєвої діяльності [1, с. 215].

Важливим є розрізнення етапів опанування мовою (як рідною, так й іноземною). На підготовчому етапі вчать розрізняти й вимовляти звуки, накопичують пасивний словниковий запас. На другому етапі відбувається опанування першою (рідною) мовою. Важливу роль відведено когнітивному розвитку й соціальній взаємодії. На третьому етапі відбувається опанування другою (іноземною) мовою / мовами. Необхідними стають додаткові когнітивні зусилля та контроль над можливістю змішування мовних кодів. Перехід від пасивного розуміння мови до активного мовлення.

Отже, оволодіння мовою є складним психолінгвістичним процесом, який залежить від поєднання біологічних, когнітивних та соціокультурних чинників. Психолінгвістичні дослідження дозволяють глибше зрозуміти механізми мовленнєвого розвитку та розробити ефективні методики навчання мовам. Подальші дослідження у цій сфері сприятимуть вдосконаленню освітніх програм і методик мовного навчання.

Література

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс: Лінгвістичні та екстралінгвістичні аспекти. Київ : Наук. думка, 2005. 365 с.
2. Виготський Л. С. Мислення і мова. Київ : Освіта, 1996. 287 с.
3. Піаже Ж. Психологія інтелекту. – Київ: Основи, 2001. – 320 с.
4. Скіннер Б. Ф. Вербальна поведінка. Київ : Наук. думка, 1972. 412 с.
5. Хомський Н. Аспекти теорії синтаксису. Харків: Гуманітарний центр, 2010. 295 с.

ЛИТВИНСЬКА Світлана,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВАЩЕНКО Діана,

магістр 1 курсу факультету психології, комунікацій та перекладу,
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

ІНШОМОВНИЙ ПЕРЕКЛАД:

ВІДТВОРЕННЯ ЗМІСТУ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ

Переклад іншомовного тексту є складним процесом, що поєднує точне відтворення змісту та інтерпретацію, враховуючи культурні, лінгвістичні та контекстуальні особливості. Інтерпретація ([лат. interpretatio](#)) в перекладі тексту передбачає не лише передання слів, але й адаптацію значень, стилю та емоційного забарвлення оригіналу, щоб зробити текст зрозумілим і природним для носіїв іншої мови.

Науковці тлумачать сутність перекладу як точне відтворення тексту з однієї мови на іншу, тоді як інтерпретація дозволяє вільніше передавати інформацію, враховуючи фразеологізми, культурні реалії та інші особливості мови. У юридичних, медичних чи технічних текстах особливо необхідна точність, тому перевага надається дослівному перекладу. Натомість у художніх творах або маркетингових матеріалах інтерпретація стає ключовою для збереження стилю та впливу оригіналу.

Перекладач виступає не лише як посередник між мовами, але й як інтерпретатор, який аналізує та передає авторський задум, емоції та стиль. Це особливо важливо в художньому перекладі, де необхідно зберегти літературну цінність твору, адаптуючи його до культурних та мовних особливостей цільової аудиторії.

Переклад сленгу, ідіом та культурно специфічних виразів є особливо складним, оскільки прямий переклад може не передати справжнього значення або навіть ввести в оману. Перекладач повинен глибоко розуміти обидві культури та мови, щоб знайти відповідні еквіваленти або адаптувати вирази, зберігаючи оригінальний зміст.

Отже, іншомовний переклад є не лише механічним перенесенням слів з однієї мови на іншу, але й творчим процесом інтерпретації, що вимагає від перекладача глибокого розуміння мовних нюансів, культурних контекстів та авторського задуму. Успішний переклад забезпечує точну та водночас природну передачу змісту, роблячи текст зрозумілим і близьким для цільової аудиторії.

ЛИТВИНСЬКА Світлана,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ГОЛУБ Анастасія,

магістр 1 курсу факультету психології, комунікацій та перекладу,
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

ПРОБЛЕМА МОДЕЛЮВАННЯ МОВЛЕННЯ І ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ У КОМП'ЮТЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ Й ПСИХОЛІНГВІСТИЦІ

Моделювання мовлення та перекладу за допомогою штучних нейронних мереж (англ. neural nets) є одним із найактуальніших напрямів сучасної психолінгвістики та комп'ютерної лінгвістики. Стрімкий розвиток штучного інтелекту та машинного навчання стали поштовхом до розвитку систем автоматичного перекладу та розпізнавання мовлення, що набуло значного поширення. Застосування нейронних мереж у цих сферах дозволяє досягти високої точності та природності мовлення, це суттєво впливає на якість міжкультурної комунікації [5].

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю удосконалення систем машинного перекладу та автоматичного розпізнавання мовлення. Попри значний прогрес, існують виклики, пов'язані з багатозначністю слів, контекстуальними особливостями, стилістичними варіаціями, культурними нюансами мовлення. Дослідження спрямовані на розроблення більш гнучких моделей, здатних ефективно працювати з природними мовами [2].

Метою цього є аналіз сучасних методів моделювання мовлення та перекладу за допомогою нейромереж, а також визначення перспектив їхнього розвитку. Зокрема, розглядаються архітектури нейромереж, що застосовуються для оброблення мовлення, їхні переваги та недоліки, а також можливі шляхи подальшого вдосконалення [4].

Основою сучасних систем автоматичного перекладу є трансформерні моделі (BERT, GPT та їх модифікації). Вони використовують механізм уваги людини, що дозволяє ефективно обробляти довгі контексти та розуміти значення слів у різних мовних конструкціях. Одним із найвідоміших застосувань є нейромережевий перекладач «Google Translate», який працює на основі таких моделей. Іншим важливим напрямом є використання рекурентних нейронних мереж (RNN) та їх вдосконалених аналогів (LSTM та GRU), що дозволяє ефективно працювати з послідовностями тексту [1].

Крім перекладу, моделювання мовлення охоплює автоматичне розпізнавання та синтез мовлення. Сучасні системи, такі як «Google Speech-to-Text» та «OpenAI Whisper», застосовують глибокі нейромережі для трансформації аудіо в текст. У сфері синтезу мовлення популярними є моделі, що використовують системи «WaveNet» та «Tacotron», які забезпечують природне звучання синтезованої мови [3].

Попри значні досягнення, існують виклики, зокрема проблема помилкового розпізнавання слів, потреба в значних обчислювальних ресурсах та труднощі з обробленням рідкісних мов (наприклад: суахілі, кечуа, айнська). Удосконалення нейромережевих моделей, використання мультимодального навчання та розвиток адаптивних алгоритмів є перспективними напрямками досліджень [5].

Таким чином, моделювання мовлення та перекладу за допомогою нейромереж є важливою сферою досліджень, що впливає на якість автоматичних систем опрацювання природної мови. Подальші дослідження сприятимуть створенню ще більш точних, адаптивних та ефективних мовних технологій.

Література

1. Chan, W., Jaitly, N., Le, Q., Vinyals, O. Listen, Attend and Spell // arXiv preprint. 2015. p.12.
2. Devlin, J., Chang, M.-W., Lee, K., Toutanova, K. BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding // arXiv preprint. 2018. p.16.
3. Oord, A. v. d., Dieleman, S., Zen, H., et al. WaveNet: A Generative Model for Raw Audio // arXiv preprint. 2016. p.9.
4. Radford, A., Wu, J., Child, R., et al. Language Models are Few-Shot Learners // arXiv preprint. 2020. p.28.
5. Vaswani, A., Shazeer, N., Parmar, N., et al. Attention is All You Need // Advances in Neural Information Processing Systems. 2017. p.6000–6010.

МАРУСЯК Василь,

аспірант ОНП 011 Освітні, педагогічні науки,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України (Київ, Україна)

ВПЛИВ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ БІОЕТИЧНИХ ПОГЛЯДІВ СТУДЕНТІВ-МАЙБУТНІХ ВЕТЕРИНАРІВ

Сучасні соціокультурні трансформації, що відбуваються у світі, мають значний вплив на формування ціннісних орієнтирів, морально-етичних принципів та професійної культури майбутніх фахівців різних галузей. Особливої уваги потребує питання біоетики у ветеринарній медицині, адже сучасний підхід до роботи з тваринами має базуватися на принципах гуманності, екологічної відповідальності та етичної взаємодії з живими істотами.

Формування біоетичних поглядів є міждисциплінарною проблемою, що знаходиться в полі зору науковців різних галузей (педагогів, медиків, соціологів, філософів), які переконані, що «проблеми людства, які поступово перетворюються у глобальні, безумовно,

потребують дійсно нових підходів до осмислення взаємодії природного й соціального оточуючого середовища, які повинні базуватися на глобальній неокласичній етиці, більше орієнтованій на сучасність й майбутнє, яка повинна поліпшити фундамент усебічного органічного зв'язку між сучасною Людиною та Природою» [1].

Серед сучасних соціокультурних трансформацій, які мають безпосередній вплив на формування біоетичних поглядів у суспільстві взагалі і студентів-майбутніх ветеринарів зокрема, варто назвати наступні:

- зміни в ставленні до тварин. Позитивним у цьому плані є те, що суспільство все більше розглядає тварин як істот, що мають право на повагу та гуманний догляд. Такий підхід знайшов відображення на законодавчому рівні: Закон України «Про захист тварин від жорстокого поводження (2006, зі змінами від 10.10.2024 р.), Методичні рекомендації з розроблення правил утримання домашніх тварин в населених пунктах (2007), Європейська конвенція про захист домашніх тварин (ратифікована 2013 р.) та інш. У США і Західній Європі відбувається інституалізація біоетики як спеціальної соціальної освіти, яка відпрацьовує процедури прийняття рішень в нетрадиційних біомедичних ситуаціях [2];

- розвиток біотехнологій: сучасні досягнення у ветеринарії ставлять нові морально-етичні питання щодо клонування, генної інженерії, трансплантації та евтаназії тварин.

- посилення екологічної відповідальності: зростає усвідомлення ролі ветеринарів у збереженні біорізноманіття та контролі за зоонозними захворюваннями. Науковці закликають суспільство діяти відповідно до принципів екологічної етики: принцип нешкідництва, принцип невтручання, принцип порядності і вірності, принцип дотримання прав природи і принцип справедливого відшкодування [3].

- етичні аспекти використання тварин у наукових дослідженнях: пошук альтернативних методів, які б мінімізували страждання тварин. Загальноприйнятим стандартом у цьому питанні став принцип трьох «R», запропонований у середині XX ст. науковцями з Британії Бергч та Рассел (Russel & Burch) а саме: Refinement - гуманне поводження з тваринами під час підготовки і проведення експерименту; Reduction - максимальне скорочення кількості тварин, використання яких є необхідним для проведення експерименту; Replacement - заміна високоорганізованих тварин низькоорганізованими або застосування альтернативних методів.

Таким чином, сучасні соціокультурні трансформації формують нові підходи до ветеринарної біоетики, вимагаючи від майбутніх фахівців не лише високого рівня професійних знань, а й усвідомлення морально-етичної відповідальності перед суспільством, природою та тваринами. Впровадження новітніх освітніх технологій, міжнародного досвіду та практико-орієнтованого навчання сприятиме підготовці ветеринарних спеціалістів нового покоління, здатних діяти відповідально та етично в умовах сучасних викликів.

Література

1. Пінський О. Біоетика і проблеми сучасних соціальних трансформацій. *Педагогіка здоров'я: збірник наукових праць VII Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Чернігів, 7-8 квітня 2017 р.) в 2 т. Чернігів, 2017. Т. 2. С.43-46.
2. Денисенко С.В., Глебова Л.Ю., Назаренко С. М. Біоетичні питання експериментів на тваринах. *Актуальні проблеми сучасної медицини: Вісник Української медичної стоматологічної академії*. Том 6. Вип. 3. С. 186-189.
3. Екологічна етика: навчальний посібник. За заг. ред. О.М. Шуміла / Борейко В.Є., Шуміло О.М., Шеховцов В.В., Шуміло О.О. Х. : Право, 2015. 304 с.

ПЕДАГОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ДО НАЦІОНАЛЬНИХ ГЕРОЇВ

Україна існувала в різних державницьких формах: Київська Русь, Галицько-Волинське князівство, Запорізька Січ, Гетьманат, Карпатська Україна, Українська держава тощо. На кожному із етапів її розвитку відслідковується певна тяглість державницької самоорганізації нашого народу. І на цих відтинках минувшини вивищуються постаті уславлених князів, кошових отаманів, гетьманів, воєвод і полководців, громадських, політичних і державних діячів, митців, лідерів національно-визвольного руху, які здійснили вагомий внесок у визволення нашого народу, продовження тягlosti форм його державницького існування. Можна відстежити провідну роль у процесі відродження, розбудови української державності національних героїв, які, в умовах важкої, виснажливої боротьби з ворогами-поневолювачами, відстоювали право українського народу на свою незалежну, суверенну державу. Виокремлення таких постатей, належна оцінка їх подвижницької і жертвовної праці в ім'я утвердження щасливого життя для нашої країни і народу мають бути критерієм для формування пантеону національної слави і формувати патріотичний світогляд, відповідне ставлення громадян України до видатних постатей минулого і сучасності.

Отож, маємо акцентувати увагу на понятті «ціннісного ставлення». Так, ставлення – це вибірково встановлений у свідомості суб'єкта зв'язок з об'єктом світу, що оточує і проявляється в раціональній (вербальна), емоційній (переживання, психічні стани), практичній (вчинок, поведінка) формі. У той же час, «цінність» – це поняття, яке вказує на людську, соціальну і культурну значимість певних явищ і предметів дійсності. Цінність є світоглядною орієнтацією людини, уявленнями, які склалися в тій чи іншій культурі про ідеал, моральність, добро, красу.

Звідси випливає, що ті чи інші постаті минулого або сьогодення сприймаються не лише за допомогою науково обґрунтованих підходів, а й пропускаються через призму власного ставлення до них (емоційно-почуттєва сфера).

Отже, ціннісне ставлення до національних героїв – це такий зв'язок людини з уславленими посталями минулого чи сучасності, що характеризується усвідомленням їх значимості, емоційно-позитивною оцінкою та виявляється у прагненні наслідувати зразки поведінки героїв та популяризувати їх діяння і подвиги.

Ті, чи інші постаті аналізуються нами крізь призму добра і зла, істини чи хибності, краси чи потворності, патріотизму чи зради, справедливого чи несправедливого, піднесеного чи нищого. У результаті цього, такі Герої набувають вартості, або переоцінюються і девальвуються. Звідси і формується референтне коло вибору для окремо взятої людини, як громадянина України, що визначає її суб'єктивний погляд на Героїв виходячи із національних ідеалів і цінностей.

Цікавими у цьому контексті є дослідження Національного університету біоресурсів і природокористування України у якому ми шляхом експертного оцінювання, у листопаді 2017 року, у ході у російсько-української війни, визначили перелік Героїв, яких обирає студентський колектив з визначенням вагового коефіцієнта участі у державотворчих процесах з подальшим ранжування за значимістю (див. Табл.1).

Таблиця 1.

Підсумок ранжування експертами Героїв

	Ім'я Героя	Ранг
1	Військові ЗСУ, добровольці, волонтери	1
2	В'ячеслав Чорновіл	2
3	Володимир Великий	3
4	Михайло Грушевський	4
5	Герої Небесної Сотні	5
6	Тарас Шевченко	6
7	Іван Франко	7
8	Іван Мазепа	8
9	Богдан Хмельницький	9
10	Стапен Бандера	10
11	Петро Сагайдачний	11
12	Григорій Сковорода	12
13	Леся Українка	13
14	Микола Амосов	14
15	Іван Виговський	15
16	Дмитро Байда Вишнівецький	16
17	Ярослав Мудрий	17
18	Василь Стус	18
19	Роман Шухевич	19
20	Андрій Шептицький	20

Література

1. Вишневський О. І. (2008). Теоретичні основи сучасної української педагогіки / О. І. Вишневський. 3-є вид., доопр. і доп. К.: Знання. 568 с.
2. Сопівник Р.В. (2017). Організація виховної роботи у закладах вищої освіти (навчальний посібник для студентів спеціальності «Педагогіка вищої школи») / Р.В. Сопівник, І.В.Сопівник. К.: ЦП «Компринт», 632 с.

МІРОШНІЧЕНКО Валентина,

доктор педагогічних наук, професор,

професор кафедри педагогіки,

Національний університет

біоресурсів і природокористування

України

(м.Київ, Україна)

ПАЛАШ Софія,

студентка 3-го курсу спеціальності «Професійна освіта»

(м.Київ, Україна)

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ ДО НАВЧАННЯ

У педагогічному енциклопедичному довіднику мотивацію розглядають як сукупність мотивів або чинників, що заохочують людину до конкретної діяльності або вчинків [1]. Л. Орбан-Лембрик визначає мотивацію як комплекс психологічних чинників (систему мотивів), що впливають на поведінку та вчинки людини, визначаючи їхнє виникнення, напрям і рівень

активності [2]. Змістовні концепції мотивації базуються на вивченні потреб особистості та спробі пояснити, як процес задоволення потреб впливає на трудову діяльність. Найвідомішою з цієї категорії є теорія А. Маслоу. Спостереження, які зробив цей знаменитий американський науковець і психолог, надали змогу сформулювати принципи теорії ієрархії потреб. Зокрема, А. Маслоу висловлював думку, що люди постійно відчують певні бажання, які спонукають до дій, а саме до задоволення потреб. На підтвердження цього він написав «людські потреби розташовуються у вигляді ієрархії» [3]. Систематизація цих потреб дозволила виявити, що наявні потреби можна розділити на дві категорії: базові та вищі. А. Маслоу зазначав, що потреби перебувають у ієрархічному взаємозв'язку між собою[4]:

1. Фізіологічні потреби (їх задоволення є обов'язковою умовою для підтримки функціонування організму. Задоволення цих потреб у трудовій діяльності можливе за умови існування стимулів матеріального характеру.

2. Безпекові потреби щодо бажання людей відчувати себе захищеними від будь-яких загроз. Для забезпечення відчуття безпеки серед працівників керівник повинен забезпечити не лише безпечні умови праці з технічної та санітарної точки зору, але й брати до уваги індивідуальні особливості працівників.

3. Потреби в належності та причетності охоплюють усі аспекти соціального життя людини, такі як дружба, спілкування, відчуття приналежності до певної групи чи колективу. На практиці ці потреби можна задовольнити шляхом створення комфортної атмосфери в колективі, запобігання конфліктним ситуаціям та сприяння гармонійним взаєминам між працівниками.

4. Потреби в сприйнятті та усвідомленні себе компетентними фахівцями та отримувати схвалення від оточуючих. Для задоволення цих потреб керівнику слід ефективно використовувати методи нематеріальної мотивації, такі як публічна похвала, об'єктивна оцінка досягнень працівників та визнання їхнього внеску в спільну справу.

5. Потреби в самовираженні відображають прагнення працівників до реалізації свого творчого та інтелектуального потенціалу, отримання задоволення від виконаної роботи. На практиці це може бути досягнуто шляхом створення умов для розвитку креативності, самореалізації та участі у цікавих проектах.

Можна з упевненістю говорити про практичну цінність застосування теорії ієрархії потреб. Для менеджера важливо, перш за все, забезпечити задоволення базових (первинних) потреб працівників, оскільки лише після цього вони зможуть бути мотивовані досягненням вищих (вторинних) потреб. Крім того, менеджер повинен вміти оцінювати та аналізувати, які потреби є найважливішими для кожного працівника окремо. При цьому важливо враховувати, що хоча всі люди мають схожі потреби, мотиви, які спонукають їх до дії, можуть суттєво відрізнятися. Мотивація до досягнення характеризується перевагою потреб у реалізації цілей, енергійністю та наполегливістю в діях, прагненням подолати труднощі при їх появі та готовністю брати відповідальність за виконання особливо складних завдань.

У сучасному суспільстві спостерігається низький рівень мотивації студентів до навчання, що зумовлено як особистими, так і зовнішніми факторами. Основними причинами є відсутність внутрішньої мотивації, невизначеність життєвих цілей, низький рівень підтримки з боку викладачів та сім'ї. Війна суттєво вплинула на пріоритети молоді, змушуючи їх зосереджуватися на волонтерстві, допомозі сім'ї чи боротьбі зі стресом, що відсуває навчання на другий план. Також багато студентів вступають до вишів без усвідомленої мети, що спричиняє пасивність та низьку академічну успішність.

До основних чинників, що впливають на мотивацію студентів, варто додати вплив сучасних технологій і зміну форматів навчання. Онлайн-освіта, доступ до великої кількості інформації та інтерактивних платформ сприяють розвитку самостійності у навчанні, проте можуть також знижувати дисципліну та концентрацію уваги. Також важливим фактором є

рівень зацікавленості викладачів і застосування ними інноваційних методів навчання. Використання інтерактивних підходів, залучення студентів до проєктної діяльності, створення комфортного освітнього середовища сприяє підвищенню їхньої мотивації. Окрім того, варто враховувати індивідуальні особливості студентів: рівень їхньої самоорганізації, стресостійкості, емоційного інтелекту та здатності до самоаналізу. Розвиток цих навичок у навчальному процесі може стати одним із ключових аспектів підвищення мотивації до навчання.

Отже, мотивація до навчання формується під впливом багатьох чинників – особистісних, соціальних та освітніх. Її підвищення можливе шляхом створення сприятливих умов для навчання, індивідуального підходу до студентів та адаптації освітнього процесу до сучасних викликів.

Література

1. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 376 с.
2. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. К.: Академвидав, 2003. 568 с.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. К.: КНЕУ, 2011. 397 с.
4. Маслова С.О. Мотивація як фактор ефективності праці. *Вісник ЖДТУ*. 2018. №2. С.85-89.

ПРИТИКА Оксана,
аспірантка,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПРОФЕСІЙНУ ПІДГОТОВКУ МАЙБУТНІХ АГРОБІОЛОГІВ

Суспільство постійно змінюється під впливом соціокультурних трансформацій, які охоплюють різні сфери життя, включаючи освіту. Реформа освітньої системи, вважає Ю.І.Лошков, проголошена українським урядом, актуалізує необхідність визначення специфіки її становлення та з'ясування характерних ознак функціонування в соціокультурних умовах сьогодення [1].

У зв'язку з цим професійна підготовка майбутніх агробіологів також зазнає суттєвих змін. Аграрний сектор активно впроваджує новітні технології, що вимагає від фахівців не лише ґрунтовних знань у біології та агрономії, а й володіння сучасними цифровими інструментами, екологічними підходами та менеджментом у сільському господарстві.

Одним із ключових аспектів соціокультурних трансформацій є глобалізація, яка впливає на методи навчання та зміст освітніх програм. Майбутні агробіологи повинні бути підготовлені до роботи в міжнародному середовищі, володіти іноземними мовами та розуміти принципи сталого розвитку. Глобальні зміни вимагають адаптації освітніх процесів, інтеграції новітніх досліджень і міждисциплінарного підходу до навчання.

Цифровізація та автоматизація аграрного сектору спричиняють необхідність перегляду традиційних методів підготовки фахівців. Використання дронів, GPS-навігації, штучного інтелекту та великих даних у сільському господарстві змушує майбутніх агробіологів оволодівати інформаційними технологіями. Це, у свою чергу, змінює навчальні програми, роблячи їх більш технічно спрямованими та практикоорієнтованими.

Вітчизняні науковці відзначають, що особливу роль відіграє орієнтація сучасної освіти на поглиблення спеціалізації, а не на всебічний розвиток особистості. Вузька спеціалізація,

безумовно, є виправданою об'єктивними причинами, насамперед, накопиченням величезного масиву наукових знань. Але вона не дозволяє людині правильно оцінювати загальну соціокультурну й політичну ситуацію, цілісність розуміння світу неминуче втрачається [2].

Сучасні соціальні виклики, пов'язані з екологічними проблемами та зміною клімату, також впливають на підготовку агробіологів. Освіта у цій сфері повинна включати знання про органічне землеробство, раціональне використання природних ресурсів, біотехнології та відновлювані джерела енергії. Важливим стає формування екологічної свідомості у студентів і розвиток відповідального ставлення до природи.

Соціокультурні зміни також зачіпають питання гендерної рівності та інклюзії у професійній підготовці. Жінки все активніше долучаються до аграрного сектору, що потребує створення рівних умов для їхньої освіти та професійного зростання. Крім того, необхідно адаптувати освітній процес до потреб людей з обмеженими можливостями, що сприятиме більшій доступності та інклюзивності освіти.

Розвиток підприємницьких навичок стає важливим елементом підготовки майбутніх агробіологів. Соціокультурні трансформації сприяють поширенню малих агробізнесів, кооперативних рухів та екологічного фермерства. У зв'язку з цим освітні програми мають включати дисципліни з аграрного маркетингу, економіки та управління підприємствами.

Зміна соціальних цінностей та поширення ідей сталого розвитку змінюють підходи до професійної підготовки агробіологів. Важливо не лише забезпечувати студентів теоретичними знаннями, а й навчати їх критичному мисленню, інноваційному підходу до вирішення проблем та креативності, що допоможе їм адаптуватися до нових умов та бути конкурентоспроможними на ринку праці.

Отже, соціокультурні трансформації мають значний вплив на підготовку майбутніх агробіологів. Вони спричиняють зміну освітніх програм, інтеграцію нових технологій, екологічну відповідальність, інклюзивність та розвиток підприємницьких навичок. Освіта має відповідати викликам сучасності та здійснювати підготовку фахівців, здатних працювати у динамічному середовищі аграрного сектору.

Література

1. Лошков Ю.І. (2021). Соціокультурні процеси трансформації сучасної музичної освіти України / Professional Art Education Scientific. Journal Volume 2 (2) С. 22-29.
2. Соціокультурні трансформації інформаційного суспільства (глобальний та регіональний контексти): монографія [Електронний ресурс] / О. М. Кузь, В. Ф. Чешко, І. В. Жеребятнікова та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 220 с.

ПРЯДКО Олександр

аспірант кафедри педагогіки

Національного університету біоресурсів і
природокористування України, Київ, Україна

priadko.o@ukr.net

ФАКТОРИ ВПЛИВУ ЕФЕКТИВНОСТІ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

У системі вищої освіти важливим фактором професійної підготовки фахівців є самостійна робота. У разі дистанційного навчання особливу увагу приділяється організації самостійної роботи студентів. Самостійна робота – один із методів організації роботи студентів. Якісна організація самостійної роботи є важливим питанням навчання. Самостійна робота включає творчі та репродуктивні процеси особистості студента, які сприяють успішному навчанню.

Самостійна робота має виховне значення — вона формує самостійність як сукупність

умінь і навичок, а й як рису характеру, що відіграє істотну роль в структурі особистості сучасного фахівця.

Таким чином, дистанційна система навчання, де основною формою організації пізнавальної діяльності студентів є їхня самостійна робота, повністю відповідає сучасним уявленням про сутність освітнього процесу.

Як і будь-яка форма освітнього процесу, самостійна робота покликана виконувати кілька функцій: освітню (засвоєння знань та умінь, їх систематизація та узагальнення), розвиваючу (розвиток пам'яті, мислення та мовлення), виховну (виховання стійких мотивів навчальної діяльності, навичок культури розумової праці, самоорганізації та самоконтролю, цілого ряду якостей особистості - працьовитості, вимогливості до себе, самостійності та ін.) [4].

Ступінь самостійності у всіх формах організації навчальної діяльності студентів різна і залежить від організації навчального процесу в очній, очно-заочній системі навчання та системі дистанційного навчання, від методики проведення занять, від особистості та рівня інтелектуального розвитку студентів, а також від особистості, педагогічної кваліфікації та стилю роботи викладача. З іншого боку, різна і структура цієї роботи. Вона складається з наступних компонентів: визначення цілей та завдань навчальної діяльності, сприйняття та осмислення навчального матеріалу; вирішення завдань, виконання вправ та інших завдань; підготовки доповідей та рефератів; виконання типових розрахунків; підготовки та виконання лабораторних робіт; підготовки до практичних та семінарських занять; підготовки до заліків та іспитів; виконання курсових робіт тощо. Ці та інші елементи самостійної роботи тісно пов'язані з формами та методами навчання [2].

Зазначимо, що основними факторами, що впливають на ефективність самостійної роботи студентів, є:

- 1) організація самостійної роботи з використанням систем дистанційного навчання;
- 2) визначення оптимального змісту навчального матеріалу для самостійної роботи;
- 3) формування завдань для самостійної роботи з метою розвитку найвищих рівнів навичок критичного мислення;
- 4) використання коштів ІКТ для виконання самостійної роботи;
- 5) встановлення чітких критеріїв для оцінювання виконання самостійної роботи та рефлексії [1; 7].

Самостійна робота одна із основних резервів підвищення ефективності навчання. Під час самостійної роботи стимулюється пізнавальна активність студентів, що досягається відбором відповідних методів навчання. Зокрема, високу ефективність мають практичні роботи, за умови їхньої максимальної самостійності. Окрім робіт репродуктивного характеру, доцільно проводити пошукові та дослідницькі роботи. У пошукових роботах викладач визначає мету та обладнання, за якими студент сам складає план виконання роботи, використовуючи теоретичні знання. У дослідженнях задається лише мета, а алгоритм роботи визначає студент [3; 5; 6].

Самостійна робота студентів у ЗВО є одним із найважливіших елементів отримання знань та умінь. Необхідно зазначити, що у ЗВО студент покликаний перш за все отримувати знання, які передбачені навчальною програмою, а викладач — керувати освітнім процесом, консультувати студентів, надавати їм методичну допомогу і контролювати успішність і якість знань, умінь та навичок.

Література

1. Друзь І. М. Самостійна робота студентів як важливий чинник професійної підготовки майбутніх фахівців. Пробл. інж.-пед. освіти: зб. наук. пр. Укр. інж.-пед. акад. Х., 2011. Вип. 30-31. С. 127–133
2. Кукалець М.В. Самостійна робота у контексті Болонського процесу. Болонський процес в Україні та Європі: досвід, проблеми, перспектива. Зб. наукових праць. 2008. Вип. 8. С.172-175

3. Кучай О., Дем'янюк А. Сучасні технології дистанційного навчання. Гуманітарні студії : історія та педагогіка, 2021, Вип. 2, 77-85. <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/45452/1/2-2021-77-85.pdf>
4. Лісова С.В. Болонський процес і якість освіти. Болонський процес в Україні та Європі: досвід, проблеми, перспектива. Зб. наукових праць. 2008. Вип. 8. С.194-198
5. Kuchai, O., Hrechanyk, N., Pluhina, A., Chychuk, A., Biriuk, L., & Shevchuk I. (2022). World Experience in the Use of Multimedia Technologies and the Formation of Information Culture of the Future Primary School Teacher. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 22(3), 760-768. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.3.100>
6. Polishchuk, G., Khlystun, I., Zarudniak, N., Mukoviz, O., Motsyk, R., Havrylenko, O., & Kuchai, O. (2022). Providing the Practical Component of the Future Specialist with Multimedia Technologies in the Educational Process of Higher Education. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 22(9), 714-720. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.93>
7. Puhach, S., Avramenko, K., Michalchenko, N., Chychuk, A., Kuchai, O., & Demchenko, I. (2021). Formation of Specialists' Legal Competence in the System of Life Long Education. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 13(4), 91-112. <https://doi.org/10.18662/rrem/13.4/472>

СЕНЧИЛО-ТАТЛІЛОГЛУ Надія,
кандидат філологічних наук, доцент,
Університет Ататюрка
(м. Ерзурум, Туреччина)

КОДИ «СВІЙ» ТА «ЧУЖИЙ» В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ НА ПОЧАТКУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Соціальні комунікації є ключовим механізмом конструювання реальності, формування ідентичностей та окреслення меж між «своїм» і «чужим». Особливо актуальним це питання стає в періоди соціальних трансформацій і воєнних конфліктів, коли інформаційний простір стає ареною боротьби за наративи.

В українському медійному дискурсі після 2022 року чітко простежується тенденція до підсилення дихотомії «ми» – «вони», що відображає як внутрішню мобілізацію суспільства, так і позиціонування України на міжнародній арені. Медіа відіграють вирішальну роль у формуванні цих уявлень, використовуючи специфічні лексичні та семантичні коди для позначення «своїх» (українці, союзники) і «чужих» (ворог, окупант).

Дослідження має на меті проаналізувати використання кодів «свого» та «чужого» у суспільних комунікаціях на прикладі матеріалів онлайн-видання «Українська правда». В основу розвідки покладений корпусний аналіз текстів за допомогою платформи Voyant Tools, що дозволяє виявити частотність, контекстуальні зв'язки та динаміку використання ключових лексем. Нашим завданням є проаналізувати лексеми, що найчастіше використовуються для позначення «своїх» і «чужих» у текстах інтернет-видання «Українська правда», які опубліковані після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. На меті також розглянути контекстуальні конотації, що супроводжують ці поняття. Для аналізу залучені авторські статті та колонки за період з 24 лютого 2022 по 1 березня 2022 року. Результати дослідження дозволять глибше зрозуміти, як через мову медіа відтворюються суспільні кордони та які комунікативні стратегії використовуються для реалізації певних наративів.

Аналіз лінгвістичних досліджень підтверджує інтерес науковців до вивчення категорій «свій - чужий» в межах соціальних наративів. Цими питаннями займалися як зарубіжні, так і українські дослідники, зокрема Т. Ван Дейк [1], Н. Ясакова [4], О. Холох [3] тощо.

Національна мова структурує світосприймання етносу, вибудовує неповторну картину світу, унікальні форми мислення, поведінки та сприйняття «іншого» кожним членом суспільства [2, с. 101] і важливу роль у цьому сприйнятті відіграють засоби масової комунікації.

В процесі автоматизованого аналізу матеріалів, аналітичних статей та авторських колонок, було визначено найуживаніші лексеми, пов'язані із поняттями «ми» («свої») та «вони» («чужі»), що з'явилися в медіа у перші дні повномасштабного вторгнення Росії в Україну. До слів «свої» відносимо – *українці, союзники, друзі*. Контекстуальний аналіз дав можливість виявити конотації цих слів, більшість із яких позитивні. Наприклад, *українці люблять, українців перерахували на потреби військових, українці допоможуть, українці об'єдналися, надихає поведінка відомих українців; Україна спільно із США, Британією та іншими відданими союзниками, ми тісно співпрацюємо з нашими партнерами та союзниками – США, Канадою, Великою Британією, Японією, Південною Кореєю та Австралією, обирати своїх союзників та друзів; американські та британські друзі, західні друзі України, Україна має друзів у світі* тощо. Найбільш використовувані лексеми на позначення «чужі» або «вони» – *ворог, окупант, росіяни*. Приклади з контекстуального аналізу – *«ворг може дезінформувати і підвищувати паніку, ворог відступив, ворог хоче зламати наш опір, ворог застосовує всі наявні сили, ворог хоче знищити столицю, ворог хоче зруйнувати все навкруги, цинізм нашого ворога, ворог зупинений, ворогу не віддамо»; «окупант змушує страждати, боротися з окупантами, російські окупанти захопили»; «росіяни здійснили прорив, росіяни вдаються до мародерства, росіяни обстріляли будинок»* тощо. Під час контекстного аналізу лексеми «росіяни» ми звернули увагу, що ця лексема також часто вживається в нейтральному контексті, наприклад, *«росіяни дуже штампові, росіяни працюють за певними лекалами, що можуть робити росіяни, прості росіяни, пересічні росіяни»* тощо.

В період війни коди «свій» та «чужий» є потужним інструментом соціальної взаємодії, що визначає динаміку суспільних комунікацій. Дослідження кодів «свій» та «чужий» в соціальних комунікаціях засвідчує, що це не тільки лінгвістичні категорії, а й соціально-психологічні конструкти, які можуть впливати на формування ідентичності. Аналіз текстів «Української правди» за допомогою програми Voyant Tools підтвердив, що у медіа за допомогою засобів мови творяться і відображаються образи «ми» та «вони» та закріплюються відповідні наративи. Подальше дослідження цієї теми може розширити часовий проміжок для аналізу медіаконтенту та охоплювати порівняльний аналіз національних та міжнародних медіа-ресурсів.

Література

1. Van Dijk, T. A. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London : SAGE Publications, 1998. 356 p.
2. Сенчило-Татліліоглу Н. Новотвори воєнної тематики в українському фольклорі. *Світові виміри освітніх тенденцій* : збірник наукових праць / за заг. ред. Г. В. Межжеріної, О. Ю. Корчук ; Навчально-науковий інститут міжнародного співробітництва та освіти. Національний авіаційний університет. Київ. 2024. Вип. 17. С. 100–106.
3. Холох О. Феномен «образу ворога» в дискурсі гуманітарних наук. *Сучасна війна: гуманітарний аспект*. VII Міжнародна наукова конференція ХНУПС ім. І.Кожедуба, 30 травня 2023. Харків. 2023. С. 133–140.
4. Ясакова Н. Займенникове конструювання національної ідентичності в сучасному медійному дискурсі України. Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України. Варшава. 2024. С.27–43.

ТАРАН Максим,
аспірант, асистент кафедри філософії та
міжнародної комунікації,
Національний університет
біоресурсів і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ЗАГРОЗИ ШІ, ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ, АВТОРСЬКЕ ПРАВО, МАНІПУЛЯЦІЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА РИЗИКИ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

З стрімким розвитком нових соціо-культурних та інформаційних технологій все більше постає питання штучного інтелекту. Зокрема й питання які загрози для майбутньої соціо-культурної комунікації, він, може нести та як їх запобігти. Для розуміння загроз та шляхів їх подолання для початку необхідно визначити що таке штучний інтелект? Отже з електронного довідника вікіпедія : « Штучний інтелект- це особливий розділ комп'ютерної лінгвістики й інформатики, який може швидко розвиватися шляхом накопичення баз даних з доступних йому джерел, та здатний виконувати завдання для яких зазвичай потребується людський інтелект». Слідуючи вище зазначеному означенню ШІ можна зробити наступні замітки за заданою темою:

1. Проблематика етики. Враховуючи те, що машина ні фізично ні віртуально не може відчувати людські емоції, їй не відоме таке поняття як етичність.
2. Маніпуляція інформацією та ризики дезінформації. Маючи доступ до базових систем даних, яку в ШІ прописує автор, він може створювати на її основі маніпулятивні та навіть дезінформаційні статті та теми, які можуть спричинити чи малі соціальні, політичні, економічні занепокоєння в певному регіоні якого вони будуть стосуватися.
3. Проблема авторського права. Ця проблема виникає в наслідок того що ШІ може з двох, трьох і більше першоджерел сформувати на перший погляд нову думку або знання, але при більш глибокому розборі це будуть виявлятися вже відомі думки авторів які були перебудовані в новий контекст і видані за нове знання.

Які ж є шляхи вирішення трьох вище визначених проблем? На мою думку для питання етичності, на даний момент розвитку людських технологій, це програмне обмеження ШІ у дослідженні та описанні певних тем та проблематик що є визнаними етично недопустимими. Для проблематики маніпуляцій та дезінформації це є розроблення певних програм та засобів розпізнавання маніпулятивних та дезінформаційних статей та тем шляхом аналізу текстів що подаються до публікацій як в мережі інтернет, так і поза нею. Також слід зазначити що здебільшого текст написаний ШІ можна розпізнати шляхом його вичитки та знаходження логічних розбіжностей між реальними фактами і тим що хоче нам донести текст написаний ШІ. Для проблематики авторського права ж, слід розробити більш сучасні засоби перевірки на антиплагіат котрі зможуть розпізнавати текст що був генерований ШІ і одразу позначати його як плагіат.

Отже, за темою доповіді можна сформулювати наступні висноки:

1. ШІ це новітня цікава технологія котра має стати незамінним помічником людині для вирішення буденних справ.
2. ШІ несе із собою певні ризики та виклики які необхідно визначити та подолати.
3. Не потрібно боятися ШІ, треба навчитися правильно його використовувати.
4. Для подолання вищеописаних проблем необхідно розвивати технології протидії плагіату, дезінформації а також вдосконалювати ШІ щоб питання етики для нього вирішувалося без фізичного та програмного обмеження автором.

Література

Штучний інтелект. [URL:https://surl.li/ibhqcf](https://surl.li/ibhqcf) (дата звернення: 24.02.2025)

ХАРЧЕНКО Світлана,
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(Київ, Україна),
Цао Юе
аспірантка ОНП 011 Освітні, педагогічні науки,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(Київ, Україна),
Pingdingshan Polytechnic College,
No.81, Huanghe Road, Pingdingshan 467000, China

ДИНАМІЧНІ ПРОЦЕСИ В ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ КИТАЮ

Професійна освіта є важливою частиною національної системи освіти Китайської Народної Республіки, розвитку людських ресурсів. Це один із реальних шляхів, способів молодих людей досягнути успіху. З іншого боку, глобальні виклики вимагають пильнішої уваги до професійної освіти. Зокрема наближення професійної освіти Китаю до міжнародних стандартів

У Китаї відбулася реорганізація фахової передвищої освіти, було запроваджено загальні стандарти професійної освіти, інтегровані з міжнародними системами професійної підготовки, зміцнено та розширено канали взаємодії освітніх організацій з потенційними наймачами, що не лише дозволило підвищити якість навчання, а й забезпечило економіку країни кваліфікованими кадрами [1]. Спостерігається перехід до дуального підходу до навчання у фахових передвищих закладах. Одночасно зі зростанням затребуваності «синіх комірців» на ринку праці наближення до міжнародних стандартів, професійної освіти, сприяло вирішенню проблеми підвищення її привабливості та престижу серед учнів середніх шкіл в Китаї.

2023 року середовище розвитку фахової передвищої освіти в Китаї більш оптимізовано, структура системи більш завершена, типові характеристики помітніші, соціальний імідж поступово покращується, а привабливість фахової освіти значно підвищується. Професійно-технічні училища досягли нових успіхів у розвитку зарубіжних шкільних брендів, просуванні китайсько-іноземних спільних освітніх проєктів, реалізації локалізованої підготовки вчителів, допомоги підприємствам, що виходять на глобальний рівень, в участі у міжнародному співробітництві зі створення виробничих потужностей та експорту стандартів професійної освіти з китайською специфікою. Вплив професійної освіти продовжує зростати, забезпечуючи новий потужний імпульс для розвитку фахової передвищої освіти в Китаї [1].

Фахова передвища освіта в Китаї називається вища професійна освіта (кит.: 职业高等教育 [zhíyè gāoděng jiàoyù]). У Китаї освіта поділяється на рівень дошкільної освіти (діти молодшого віку), рівень обов'язкової освіти (від початкової школи до молодшої середньої школи), рівень професійної освіти та рівень вищої освіти. (коледжі та університети). Найважливішою метою навчання на рівні професійної освіти є формування професійних навичок та оволодіння засобами, що забезпечать існування. Вища освіта в Китаї – це підготовка фахівців високого рівня для країни. Професійну освіту регулює Закон про професійну освіту КНР [2]. У першій статті цього закону зазначено, що «закон прийнято, щоб сприяти високоякісному розвитку професійної освіти, покращувати якість і технічні навички працівників, сприяти зайнятості та підприємництву, розбудовувати країну з сильною сферою освіти, потужними людськими ресурсами та суспільством, що володіє професійними

навичками, а також щоб просувати соціалістичну модернізацію (переклад наш. – Ц. Ю.)» [2].

Особливістю професійної освіти Китаю є, що вона поділяється на такі види:

1) середню професійну освіту, яку реалізовуватимуть середні професійно-технічні навчальні заклади (поміж ними і технікумами) на рівні старшої середньої освіти;

2) вищу професійну освіту, яку реалізують вищі професійні училища і звичайні коледжі, а також університети на молодшому, бакалаврському та вищому рівнях освіти.

Крім того, інші школи, навчальні заклади або кваліфіковані підприємства та промислові організації можуть запроваджувати відповідні рівні професійно-технічної освіти або надавати кредитні курси, що їх внесено в плани підготовки талантів відповідно до загального планування адміністративного департаменту освіти [2].

Зазначимо, що для розвитку професійної освіти Китаю важливі ефективна міжнародна співпраця й міжнародний обмін студентами. Це сприяє й реалізації дипломатичній стратегії Китаю, його «м'якій» силі. Міжнародну діяльність професійних освітніх закладів спрямовують на розвиток зарубіжних шкільних брендів, на просування китайсько-іноземних освітніх проєктів, на експорті стандартів китайської професійної освіти.

Отже, Китай заклав фундаментальну основу на цьому шляху, прийнявши новий закон «Про професійну освіту», впроваджуючи заходи стимулювання розвитку професійної освіти серед викладачів та мотиваційних заходів серед молоді.

Література

1. Випущено "Щорічний звіт про якість професійної освіти в Китаї за 2023 рік". Професійна освіта вступила на швидкий шлях якісного розвитку. URL: <https://www.takungpao.com/edu/zhiyejiaoyu/2024/0112/932554.html> (дата звернення 12.03.2025).

2. Закон про професійну освіту КНР URL: http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/sjzl_zcfg/zcfg_jyfl/202204/t20220421_620064.html (дата звернення 12.03.2025).

ЧЕРЕДНИК Лідія,

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки, Національний університет біоресурсів і природокористування України (Київ, Україна)

ЧЖУ Цзінькуань,

аспірант ОНП 011 Освітні, педагогічні науки, Національний університет біоресурсів і природокористування України (Київ, Україна)

ЗМІСТ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТІ

Процес впровадження інноваційних технологій в освітнє середовище закладів вищої освіти потребує ресурсів та професійного досвіду від науково-педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти, що зумовлює необхідність у проведенні систематичної підготовки бакалаврів й забезпеченні доступу до необхідних матеріалів і технічних засобів. Брак цих складників обмежує або ж, взагалі, унеможлиблює введення нових технологій в освітній процес, що може вкрай позначитися на якості підготовки майбутніх бакалаврів. Саме тому, використання інноваційних методів та технологій є важливим шаблоном у покращенні освітнього процесу.

Інновація - процес створення, поширення та використання нової технології, практичного засобу для задоволення актуальних потреб суспільства в цілому та окремих його представників. Інновації у можна типологізувати за такими базовими критеріями, як обраний

об'єкт впливу і використовувані методики роботи [1].

Характерологічним змістом інновацій є інноваційна діяльність, представлена як цілеспрямовані та активні дії щодо організації змін, або вирішення будь-якої проблеми (суперечності). Таким чином, інноваційна діяльність – це діяльність, пов'язана з трансформацією знань, результатів наукової діяльності у новий, інноваційний (або, у крайньому випадку, удосконалений) продукт. Інноваційна діяльність обов'язково передбачає комплекс наукових, економічних, технологічних, правових, організаційних, фінансових, юридичних, комерційних чи соціальних заходів, які у всій своїй сукупності призводять до інновацій.

Інноваційна діяльність спрямована на запровадження якихось значних змін у практику шляхом реалізації нових ідей та методів. Її результатом є інноваційний продукт - новий матеріальний чи інтелектуальний продукт, що є результатом системи діяльності чи конкретного, зазвичай, багатостадійного процесу втілення нової ідеї чи методу практики [2].

Аналіз змісту інноваційної діяльності, дослідження вимог до особистісних якостей фахівця інноваційного типу та особливостей організації навчання засвідчив, що підготовка до інноваційної діяльності, має бути націлена на розвиток креативності. Це викликано тим, що для реалізації науково-дослідної роботи, створення, прийняття нововведень, прояву постійної професійної активності, вирішення нестандартних ситуацій у педагогічній діяльності, формування творчої атмосфери у науковому колективі та на заняттях зі студентами необхідний розвиток творчих здібностей у бакалаврів.

Потреба у використанні інновацій у ході організації навчання бакалаврів демонструє, що новітні технології сприяють покращенню ефективності освітнього процесу, забезпечують якість засвоєння навчального матеріалу студентами й обумовлюють покращення вже набутих навичок і вмінь.

Інноваційні технології дозволяють створити умови для розвитку у студентів пізнавальної активності, самостійності та творчого мислення, сформувати у них навички та вміння, необхідні для успішного навчання та подальшого життя, а також зробити освітній процес більш цікавим та захоплюючим.

Література

1. Гуревич Р.С. Інформаційно-телекомунікаційні технології в підготовці майбутнього фахівця. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. 2002. № 4. С. 61-68.
2. Дубасенюк О.А. Інноваційні освітні технології та методики в системі професійно-педагогічної підготовки. *Професійна педагогічна освіта: інноваційні технології та методики: монографія*. Житомир: Вид-во ЖДУ ім.І.Франка, 2009. 14-47.

ЧУМАК Тетяна,

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

Національний університет біоресурсів і природокористування України

(м. Київ, Україна)

ВПЛИВ ВІЙНИ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ НА МЕДІАОСВІТУ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

В умовах повнозначної війни необхідно наголосити на потребі розвивати в майбутніх журналістів уміння та навички критичного мислення, оцінювати факти і події щодо їх достовірності. Медіаосвіта в огні воєнних дій – це реалії, в яких нині опинилося навчання майбутніх журналістів.

У зв'язку з особливостями інформаційного простору, в якому нині перебуває Україна, а

це насамперед стан воєнної агресії Росії, зростає роль інформаційної безпеки держави. Тому виникає потреба у підвищенні медіаграмотності майбутніх журналістів. Будь-яка інформація, яку можна знайти в медійному просторі, по-перше, потребує перевірки, адже поширення фейкової інформації, потоки її, спрямовані на викривлену оцінку суспільних явищ, на дестабілізацію суспільства, потребує заглиблення в окреслену проблему, насамперед необхідність встановлення первісного джерела інформації. Друге завдання – процес оцінювання інформації, визначення критеріїв цієї оцінки.

Для уточнення джерела інформації майбутній журналіст повинен виробити навички і засвоїти ґрунтовні знання для встановлення вірогідності отримуваної (поширюваної) інформації. У кризові суспільно-політичні часи в умовах воєнних дій надзвичайно зростає маніпулятивна роль неправдивої інформації. У народно-розмовній мові відомий такий вислів, як «одна баба сказала» (ОБС). Це стосується насамперед неперевічених фактів, спотвореної інформації, для нейтралізації якої тут мають працювати потужні інформаційні джерела.

Медіаграмотність більшість науковців вважають результатом медіаосвіти. Людина, вивчаючи сучасні медіа, здобуває навички з аналізу та оцінювання різних медіаматеріалів. На думку вчених, журналіст, який постійно вивчає медіа, стає медіаграмотним, здатним до експериментування, аналізу та створення медіатекстів [1, с. 11].

У сучасному світі необхідна медіаосвіта, бо в умовах інформаційного суспільства та глобалізації мас-медіа, висвітлюючи деякі події, впливають на людське світосприйняття. Часто медіа неправдиво інформують про факти та події дійсності. І тут саме медіаосвіта спонукає людину до самозахисту та вчить критично сприймати медіаінформацію [2].

Медійна грамотність спрямована передусім на те, щоб людина була активна та грамотна, розвивала в собі здатність сприймати, створювати, оцінювати медіаінформацію, аналізувати, розуміти політичний і соціокультурний контексти функціонування медіа в сучасному світі [3].

Формування інформаційної та медійної грамотності набуває особливої суспільної ваги в умовах війн та глобальних викликів. Журналістам як фахівцям, які працюють з найрізноманітнішою інформацією, важливо формувати, виробляти навички медіаграмотності. До цього процесу мають насамперед долучитися заклади вищої освіти. На прикладі критичного оцінювання усних і письмових висловлювань студентів-журналістів спеціалістам-викладачам варто стимулювати самостійне мислення, аналізувати різні джерела, зокрема ті, в яких описано конфліктні ситуації, повідомлено про певні соціальні явища і події, вміння лаконічно, коротко робити висновки із прочитаного.

Студенти-журналісти у процесі навчання працюють над обраною темою, здійснюють пошукову, творчу і дослідницьку діяльність, що сприяє розвитку інтелектуальних умінь творчого і критичного мислення, формуванню специфічних навичок роботи з інформацією. Н. Кобаль зазначає, що критичне мислення передбачає розвиток різних видів мислення: аналітичне мислення (аналіз інформації, відбір необхідних фактів та інше); асоціативне мислення (установлення асоціацій із раніше вивченими фактами, явищами тощо); логічне мислення (уміння вибудовувати логіку доведень прийнятого рішення); системне мислення (уміння розглядати проблему, досліджуваний об'єкт в цілісності їх характеристик і зв'язків) [7].

З підвищенням рівня критичного мислення підвищується інтелектуальний рівень студента. На думку науковців, саме застосування технології розвитку критичного мислення надають майбутнім фахівцям дослідницьких умінь, які полягають у таких здатностях, як миттєво розуміти, оцінювати, аналізувати новий матеріал; перетворювати окрему подію в сенсацію; відрізнити правдиву інформацію від вигаданої; реально оцінювати і глибоко досліджувати факти; думати сміливо, незалежно і творчо; знаходити різні способи перевірки і підтвердження будь-якої інформації [7]. Адже журналістська діяльність в умовах мультимедійної комунікації потребує комунікативних навичок співпраці на різних

медіаплатформах, спеціальної цілеспрямованої медіаосвіти. Практичні завдання створення і декодування медійних текстів мають бути передбачені у навчальних планах для сучасної освіти журналістів, особливо в умовах глобальних викликів.

Саме кваліфікована підготовка працівників ЗМІ свідчить про наявність в медіаосвіті журналістського напрямку [9]. Журналістський фах передбачає наявність професійно підготовлених, кваліфікованих кадрів для медіаіндустрії. Медіаосвітні функції журналістики полягають насамперед у розвитку здатності адекватно сприймати інформацію, використовувати її для саморозвитку та самоосвіти, підвищенні медіакомпетентності масової аудиторії, а також для залучення представників різних соціальних груп до створення потрібної суспільству інформації [3].

Отже, завдання реформування науково-дослідницьких технологій, освіти в умовах війни та глобальних викликів передбачає обґрунтування нових методик підготовки журналістських кадрів, які виявляють свою компетентність на різних медіаплатформах і працюють в умовах тісного зв'язку з громадськістю.

Література

1. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність : підручник для вчителів / пер. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Іванова, О. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси ; Академія української преси, 2017. 319 с.
2. Практична медіаграмотність : посібник для бібліотекарів / Л. Гуменюк, В. Потапова ; ред.-упор. О. Волошенюк. Київ : Академія української преси, 2015. 200 с.
3. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі. Вища освіта України. 2014. № 2. С. 80–87.

ШМАРКО Наталія,

аспірантка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(м. Київ, Україна)

Науковий керівник- Гречаник Наталія,

доктор педагогічних наук, доцент,

професор кафедри управління та освітніх технологій

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА РЕСУРСІВ НА ФОРМУВАННЯ ЕСТЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

У сучасному світі цифрових технологій естетична культура студентів фахової передвищої освіти зазнає значних змін під впливом новітніх технологій та ресурсів. Візуальні, аудіальні та інтерактивні засоби, такі як віртуальна та доповнена реальність, мультимедійні платформи, цифрове мистецтво та штучний інтелект, стають невід'ємною частиною освітнього процесу. Вони не лише розширюють можливості сприйняття та аналізу мистецтва, а й формують нові естетичні орієнтири молодого покоління.

Формування естетичної культури у студентів потребує інтеграції традиційних підходів до освіти з сучасними технологічними інструментами, що сприяють розвитку творчого мислення, візуальної грамотності та культурної самосвідомості. Водночас важливим є критичний аналіз впливу цифрового контенту, оскільки масове поширення технологій може як позитивно, так і негативно позначитися на естетичних уподобаннях студентської молоді.

У сучасному освітньому просторі технологічний розвиток відіграє ключову роль у формуванні естетичної культури студентів фахової передвищої освіти. Цифрові ресурси, мультимедійні засоби, віртуальні платформи та інноваційні технології впливають на

сприйняття мистецтва, розширюючи можливості студентів щодо аналізу, інтерпретації та створення художньо-естетичних продуктів. В умовах інформаційного суспільства важливим є не тільки доступ до культурних надбань людства, а й критичне ставлення до цифрового контенту, що формує естетичні смаки та культурну ідентичність молоді.

Одним із найпотужніших факторів впливу є використання мультимедійних ресурсів в освітньому процесі. Відеолекції, інтерактивні презентації, віртуальні екскурсії та аудіовізуальні проєкти дозволяють студентам глибше зануритися в різні види мистецтва, отримуючи доступ до найкращих світових зразків живопису, музики, кіно та архітектури. Наприклад, цифрові архіви Лувру, Британського музею чи Метрополітен-музею надають можливість студентам вивчати мистецькі твори в найдрібніших деталях без необхідності фізичного відвідування цих закладів [1, с. 63]. Це значно розширює можливості формування естетичних компетентностей у студентів, сприяючи розвитку їхньої візуальної культури.

Дистанційні освітні платформи та онлайн-курси також стали важливими інструментами в естетичному вихованні. Курси на Coursera, EdX, Prometheus чи Udemu пропонують навчальні програми, що охоплюють історію мистецтва, дизайн, кіномистецтво та музику, дозволяючи студентам поглиблювати знання в зручному форматі [2, с. 80]. Водночас розповсюдження цифрових технологій сприяє інтеграції нових форм мистецтва, таких як цифровий живопис, 3D-моделювання та VR-арт, які активно застосовуються у творчих спеціальностях.

Соціальні мережі та медіаплатформи, зокрема YouTube, Instagram, TikTok, значно впливають на формування естетичних орієнтирів студентів фахової передвищої освіти. Завдяки доступності інформації молодь отримує можливість ознайомлюватися з різними художніми стилями, сучасними трендами та авторськими концепціями. Як зазначає О. Ясенєв – цей вплив має і суперечливий характер: з одного боку, соціальні мережі сприяють поширенню культурних цінностей, а з іншого – можуть формувати стереотипне чи поверхневе уявлення про естетику [3, с. 85].

Окрему роль відіграють технології доповненої та віртуальної реальності, які відкривають нові перспективи для естетичного виховання. Наприклад, завдяки VR-екскурсіям студенти можуть відвідати музеї, театральні постановки чи історичні локації в інтерактивному режимі, що дозволяє їм більш емоційно занурюватися в мистецьке середовище [2, с. 83]. Використання таких технологій сприяє розвитку естетичного смаку, критичного мислення та здатності до аналізу художніх творів.

Відтак, сучасні технології та цифрові ресурси мають значний вплив на формування естетичної культури студентів фахової передвищої освіти. Вони розширюють доступ до культурного спадку, сприяють розвитку нових форм мистецтва та підвищують рівень художньо-естетичної свідомості. Водночас важливо зберігати баланс між використанням технологій та традиційними методами естетичного виховання, забезпечуючи критичний підхід до цифрового контенту. Синергія технологій та класичних методів навчання є запорукою формування гармонійної естетичної культури майбутніх фахівців.

Література

1. Жученко Є. В. Виховання морально-естетичної культури студентів технічних коледжів. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. 2016. № 4. С. 62-67
2. Кириченко Л. Формування естетичної культури як складова соціально-гуманітарної підготовки сучасної студентської молоді. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2021. № 4. С. 78-88
3. Ясенєв О. П. Формування художньо-естетичних компетентностей у студентів-художників у процесі навчання в ЗВО. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 4. С. 81-88

ЯРЕМА Олександр,
аспірант,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЯКОСТЕЙ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ ГЕОДЕЗІЇ ТА ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ

Міжкультурна комунікація є важливим чинником у формуванні професійних якостей майбутніх фахівців у галузі геодезії та землеустрою. В умовах глобалізації та міжнародного співробітництва спеціалісти цих сфер часто взаємодіють із колегами з різних країн, працюючи над спільними проектами, беручи участь у міжнародних конференціях та обмінюючись досвідом., тому володіння міжкультурною компетентністю сприяє ефективному спілкуванню та підвищенню професійної мобільності.

Л. Е. Лебедева відзначає, що «Перед міжкультурною комунікацією ставиться певне завдання, а саме: уникнення труднощів при комунікації та дослідження різноманітних підводних каменів спілкування представників різних культур. Інформація, що становить основу комунікації, існує не ізольовано, а в макро- та мікроконтексті, на тлі культурно зумовленої картини світу, що формується впродовж усього життя людини. Сам термін «контекст», на думку науковця, сьогодні двояко використовується в теорії мовленнєвої комунікації, оскільки стосується двох зовсім різних, хоч і взаємопов'язаних процесів, один з яких здійснюється всередині організму людини, а інший – поза ним» [2].

У професійній діяльності геодезистів і землеупорядників важливо враховувати культурні особливості різних регіонів, адже їхня робота часто пов'язана з міжнародними стандартами, нормативами та правилами. Знання мовної специфіки, традицій та звичаїв партнерів допомагає уникати конфліктних ситуацій і сприяє більш продуктивній співпраці. Саме тому міжкультурна комунікація є необхідною складовою професійної підготовки майбутніх фахівців.

Важливим аспектом міжкультурної комунікації є розвиток навичок міжособистісного спілкування та вміння адаптуватися до нових умов. Фахівці з геодезії та землеустрою можуть працювати в різних країнах, де існують відмінності у правовому регулюванні, технічних підходах і соціальних нормах. Гнучкість, толерантність і здатність швидко знаходити спільну мову з представниками інших культур є важливими професійними якостями.

Сучасна геодезія та землеустрій активно використовують цифрові технології, які полегшують міжнародну співпрацю. Використання геоінформаційних систем (ГІС), дистанційного зондування Землі та супутникових навігаційних систем передбачає взаємодію між фахівцями з різних країн. Ефективна міжкультурна комунікація сприяє узгодженню методів роботи, обміну знаннями та розширенню професійних горизонтів.

Освіта відіграє ключову роль у розвитку міжкультурної компетентності майбутніх спеціалістів. Включення курсів з міжкультурної комунікації до навчальних програм сприяє формуванню навичок ефективного спілкування, розуміння культурних відмінностей та розвитку емпатії. Студенти отримують можливість брати участь у міжнародних програмах обміну, що розширює їхній досвід та сприяє інтеграції в міжнародне професійне середовище.

Окрім освітнього процесу, важливу роль у формуванні міжкультурної компетентності відіграє професійна практика. Робота в міжнародних проектах, стажування за кордоном та участь у міжнародних конференціях дозволяють майбутнім спеціалістам на практиці застосовувати отримані знання та вдосконалювати навички спілкування з представниками інших культур.

Міжкультурна комунікація також сприяє розвитку навичок ведення переговорів та управління проектами. У сфері геодезії та землеустрою необхідно домовлятися з різними зацікавленими сторонами, включаючи державні установи, приватні компанії та міжнародні організації. Вміння знаходити компромісні рішення та налагоджувати ефективну співпрацю є важливими елементами професійної діяльності.

На думку О. Гутиряк, «Процес міжкультурної взаємодії є надзвичайно складним. Тому людина має бути готовою включитися у нього та ефективно реалізувати міжкультурну комунікацію. Для цього у неї має бути сформована низка компетенцій (аналітична, емоційна, креативна, поведінкова тощо)»[1].

Отже, міжкультурна комунікація відіграє значну роль у підготовці майбутніх фахівців з геодезії та землеустрою. Вона сприяє розвитку професійних якостей, необхідних для успішної роботи у міжнародному середовищі, полегшує адаптацію до нових умов та допомагає встановлювати ефективні професійні зв'язки. У сучасному світі такі навички є важливими для кар'єрного зростання та професійного успіху

Література

1. Гутиряк О. (2022). Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 47. Том 2. С. 205-208.
2. Лебедєва Л.Е. (2013). Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект / Філологічні студії. Вип. 9. С.246-252.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА УКРАЇНСЬКІ Й СВІТОВІ МЕДІЙНО-ОСВІТНІ ПРАКТИКИ: ЕКСПЕРИМЕНТИ, РЕАЛЬНІ ДОСЯГНЕННЯ, ЗАГРОЗИ

БАБИЧ Віра,

кандидат філологічних наук,

викладач кафедри журналістики та філології

Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика,

(м. Миколаїв, Україна)

TRANSFORMATIVE POTENTIAL OF GENERATIVE AI IN LANGUAGE EDUCATION

Generative Artificial Intelligence (GenAI) is rapidly transforming the educational landscape, with particular impact on language teaching and learning. Unlike traditional AI systems that primarily analyze existing data, GenAI creates new content such as text, images, and code, offering unprecedented opportunities and challenges for language education. This technology's capacity to generate human-like responses and adapt to individual needs is revolutionizing how languages are taught, practised, and assessed.

GenAI systems analyze individual student performance, learning styles, and areas for improvement to create tailored educational experiences. This personalization capability allows for custom learning materials and exercises targeting specific skill gaps, adaptive learning paths based on past performance and constructive feedback, and data-driven insights enabling strategic learning program development. These features accommodate diverse learning paces and styles, potentially increasing educational accessibility and effectiveness.

Beyond personalization, AI-powered systems create interactive learning environments through conversational agents serving as virtual language partners. These tools simulate authentic communication scenarios, provide real-time feedback on pronunciation and grammar, and generate engaging content such as interactive stories and immersive simulations. These features make language

learning more engaging and motivating, potentially improving student persistence and outcomes.

AI writing tools provide immediate feedback on grammar, vocabulary, and style, helping students refine their writing abilities. This instantaneous guidance can supplement traditional instruction, particularly beneficial for learners with limited access to teacher feedback. Additionally, automation of routine tasks such as grading, lesson planning, and content creation allows educators to focus on high-value interactions with students. GenAI tools can quickly compile and summarize content from diverse sources, streamlining resource development and course preparation.

Despite its numerous benefits, GenAI integration in language education presents significant challenges. The ease with which GenAI produces high-quality content raises concerns about plagiarism and academic dishonesty. AI models may perpetuate biases present in their training data, potentially leading to inaccurate or unfair outcomes. This is particularly concerning in language education, where cultural and linguistic diversity must be respected. Ensuring AI systems incorporate inclusive, representative datasets is crucial for equitable implementation. Furthermore, excessive dependence on AI tools may impede the development of essential skills including critical thinking and problem-solving. Educators must balance technological integration with preserving student agency and cognitive development in the learning process.

Addressing these challenges requires strategic approaches. Both students and educators need knowledge and skills to use AI effectively and ethically. Educational programs should incorporate an understanding of AI functionality, evaluation of AI-generated content, and responsible use practices. Designing evaluation methods that accurately measure student learning while discouraging over-reliance on AI is essential, with authentic assessments requiring application in meaningful contexts potentially better demonstrating genuine skill development. Developing more inclusive AI models and datasets representing diverse learners is necessary for ensuring equitable educational experiences, requiring deliberate incorporation of varied linguistic and cultural perspectives in AI development.

GenAI offers transformative potential for language education through personalized learning, enhanced engagement, and improved efficiency. However, realizing these benefits requires addressing significant challenges related to academic integrity, assessment practices, bias mitigation, and balanced implementation. Through thoughtful integration that prioritizes pedagogical principles alongside technological innovation, educators can harness GenAI to create more effective and equitable language learning experiences.

References

1. Alasadi, S., & Baiz, A. A. (2023). The impact of artificial intelligence on learning, teaching, and education: A bibliometric analysis and systematic review. *Sustainability*, 15(13), 10239.
2. Cambridge English. (2023). Generative AI and language education: Opportunities, challenges and the need for critical perspectives.
3. Chan, M., & Hu, P. J. (2023). Generative AI in education: Current applications and future directions.
4. Chiu, T. K. F. (2023). Exploring the impact of generative AI on language education: Insights from teachers. *Cambridge Papers in English Language Education*.
5. Chiu, T. K. F., Moorhouse, B. L., & Kohnke, L. (2023). The effects of generative AI on initial language teacher education: The perceptions of teacher educators.
6. Kohnke, L., Moorhouse, B. L., & Chiu, T. K. F. (2023). Generative AI in language education: A critical review.
7. Kuhail, A., Alhumaid, K., & Al-Twairish, N. (2023). The impact of generative AI on language learning: A case study.
8. Lehman, C. M., Purdy, N., & Luque, J. (2024). Caring assessments: A framework for culturally responsive assessment.

БАЛАН Світлана,
спеціаліст вищої категорії,
старший викладач; викладач математики ДПТНЗ
«Білоцерківський професійний ліцей»
(м. Біла Церква, Україна)

ГЕЙМІФІКАЦІЯ У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ: ФОРМУВАННЯ НОВИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ

Сучасна професійна освіта сьогодні перебуває на перехресті технологічних змін, що вимагає адаптації навчальних методик до умов цифрової епохи. Це вимагає нових підходів до навчання, орієнтованих на підвищення мотивації та формування практичних навичок. Гейміфікація (англ. gamification) як педагогічний інструмент дозволяє зробити навчальний процес більш інтерактивним, підвищити залученість здобувачів освіти і наблизити їхню підготовку до реальних умов праці. Хоча метод активно застосовується у різних сферах, його роль у підготовці робітничих спеціальностей залишається недостатньо дослідженою. Впровадження ігрових механік у навчальний процес може не лише підвищити мотивацію, але й сприяти кращому засвоєнню матеріалу та формуванню культури навчання через інтерактивність та кооперацію. У статті аналізується роль гейміфікації у навчанні, її вплив на моделі комунікації між викладачами та здобувачами освіти, а також перспективи застосування в професійній освіті.

1. Формування нових соціокультурних комунікаційних моделей через гейміфікацію:

- Сприяє демократизації освітнього процесу, коли викладач і здобувач освіти починають взаємодіяти як партнери.
- Розвиває навички співпраці між здобувачами освіти та створює здорову конкуренцію, що готує до реальних умов ринку праці.
- Адаптує здобувачів освіти до сучасних викликів інформаційного суспільства, де цифрові навички є конкурентно важливими в умовах професійної реалізації.
- Формує взаємодію на онлайн-платформах, які забезпечують ширший обмін досвідом.

2. Вплив гейміфікації на комунікаційну взаємодію викладач – учень:

- Роль викладача у навчальному процесі трансформується на модераторську, що сприяє гнучкості зворотного зв'язку, адже діалог відбувається на рівні учень-учень.
- Завдяки змагальним та практичним елементам здобувачі освіти стають більш активними та зацікавленими у вивченні матеріалу.
- Цифрові платформи дозволили персоналізувати освітній процес до потреб та здібностей кожного здобувача освіти.

3. Практичне застосування та адаптація гейміфікації до потреб професійної освіти

Гейміфікація особливо актуальна у технічних спеціальностях:

- Електромонтажники використовують віртуальні тренажери для підключення електромереж.
- Майстри діагностики електронного устаткування проходять віртуальні симуляції діагностики автомобілів.
- Оператори інформаційної обробки застосовують інтерактивні платформи для аналізу баз даних.
- Автослюсаря відпрацьовують навички на симуляторах несправностей.

Впровадження ігрових елементів – квестів, вікторин, змагань – не лише підвищує зацікавленість здобувачів освіти у навчанні, а й сприяє глибокому засвоєнню матеріалу. Це готує їх до реальних умов праці, сприяючи розвитку практичних та аналітичних навичок.

4. Виклики та ризики впровадження гейміфікації

→ *Відволікання від основної мети та зниження особистісної мотивації* – якщо гра домінує над навчанням, здобувачі освіти можуть концентруватися на отриманні винагород та миттєвого успіху – балів, а не на здобутті знань та розвитку компетенцій.

→ *Технічні обмеження* – освітні заклади стоять перед викликом у забезпеченні рівним доступом до сучасних технологій, це ускладнює застосування цифрових методів гейміфікації. Також проблемно забезпечити для усіх здобувачів освіти однаковий доступ до цифрових пристроїв, застосунків та інтернету.

→ *Спротив викладачів* – традиційні педагоги часто не мають досвіду і не готові до використання передових цифрових технологій. Це вимагає додаткового впливу, часу і ресурсів для навчання та підвищення кваліфікації педагогічного складу.

Отже, гейміфікація є сприятливим чинником активної участі здобувачів освіти у професійній освіті. Формуючи практичні навички, вона адаптує здобувачів освіти до ринку праці з сучасними викликами. Застосування цифрових технологій дає відчутти здобувачам освіти актуальність освіти та робить її інтерактивною, що підвищує зацікавленість навчанням. Впровадження гейміфікації має враховувати соціокультурні аспекти освіти та потенційні виклики. Для успішної реалізації в професійній освіті необхідно зважати на локальні умови, технічне забезпечення та підготовку викладачів. Подальші дослідження мають бути спрямовані на розробку спеціалізованих ігрових платформ для конкретних професій.

Література

1. Антонов Є. В. Гейміфікація як засіб мотивації освітнього процесу. *Діяльнісні засади підготовки майбутніх компетентних фахівців в умовах сучасних викликів : монографія*. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2024. – С. 229–258.
2. Мошкова Н. В., Алексєєва Г. М., Горбатюк Л. В., Кравченко Н. В., Кортєз Х. І. Гейміфікація як один із трендів сучасної освіти. *Молодь і ринок : науково-педагогічний журнал*. 2024. № 4 (224). С. 82–87.
3. Трішук О. В., Фіголь Н. М., Волик Н. С. Гейміфікація в освітньому процесі. *Технологія і техніка друкарства : збірник наукових праць*. 2019. №3 (65), С. 72–79.

ГАНДЗІЮК Віталій,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
завідувач кафедри журналістики реклами та зв'язків з громадськістю,
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
(м. Вінниця, Україна)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ДОСВІД СВІТОВИХ МЕДІА НА ПРИКЛАДІ THE GUARDIAN, REUTERS TA FORBES

Штучний інтелект (ШІ) дедалі активніше змінює сучасний медіапростір, відкриває нові можливості для журналістики і роботи з інформацією. Світові медіакомпанії впроваджують інноваційні технології для автоматизації новинних процесів, персоналізації контенту і покращення аналітики даних. Одними з найяскравіших прикладів успішної інтеграції ШІ в журналістику є видання *The Guardian*, *Reuters* та *Forbes*, які застосовують алгоритми для створення новин, виявлення фейкової інформації та підвищення ефективності редакційної

роботи.

Досвід цих медіа демонструє, як технології можуть стати потужним інструментом для журналістів, розширюючи їхні можливості та водночас ставлячи перед галуззю нові виклики. Тож розглянемо, як *The Guardian*, *Reuters* та *Forbes* використовують штучний інтелект, які переваги це дає редакціям і які ризики виникають у зв'язку з автоматизацією медійного контенту.

The Guardian обережно підходить до впровадження генеративного штучного інтелекту і наразі не використовує його для автоматичного написання новин. Натомість редакція застосовує ШІ для модерації коментарів, аналізу великих масивів даних та роботи з архівами.

Один із ключових напрямів використання ШІ – автоматична модерація коментарів. Видання впровадило систему на базі *Google's Perspective API*, що аналізує тон висловлювань і фільтрує образливі або токсичні повідомлення. Це допомагає зменшити рівень онлайн-агресії, зробити дискусії конструктивнішими й створити безпечне середовище для читачів.

Крім того, ШІ допомагає журналістам швидше обробляти великі обсяги інформації, знаходити зв'язки між подіями та аналізувати історичні матеріали. Це особливо корисно при підготовці аналітичних матеріалів і розслідувань, коли потрібно працювати з архівами або величезними масивами текстів [2].

Таким чином, хоча *The Guardian* поки не застосовує генеративний ШІ для створення новин, видання активно використовує технології штучного інтелекту для підвищення якості контенту і взаємодії з аудиторією.

Агентство *Reuters*, що є одним із провідних джерел глобальних новин, активно інтегрує штучний інтелект у свої журналістські процеси [3]. Однією з найбільш інноваційних розробок є система *Reuters News Tracer*, що аналізує соціальні мережі й визначає потенційно важливі новини ще до того, як вони стають вірусними. Ця технологія допомагає редакторам швидко ідентифікувати події, що викликають суспільний резонанс, та реагувати на них у реальному часі. Ще один ключовий інструмент – *Lynx Insight*, що дозволяє журналістам аналізувати великі масиви даних, знаходити закономірності та прогнозувати потенційні теми для розслідувань.

Оскільки проблема дезінформації стає дедалі актуальнішою, *Reuters* впровадив автоматизовані системи фактчекінгу, що перевіряють достовірність новин перед публікацією. Це дозволяє боротися з фейковими новинами та забезпечує високу якість інформації, що подається читачам.

Forbes – ще один яскравий приклад використання штучного інтелекту в журналістиці. Видання застосовує платформу *Bertie*, що допомагає журналістам створювати заголовки, пропонувати теми для публікацій і аналізувати уподобання аудиторії. Це дозволяє редакції більш ефективно адаптувати контент під інтереси читачів і збільшувати залученість.

ШІ також допомагає *Forbes* прогнозувати популярність матеріалів, що дає змогу стратегічно планувати публікації та розподіляти ресурси. Автоматизовані алгоритми оцінюють, які теми будуть найбільш актуальними для аудиторії, і рекомендують відповідні редакційні рішення.

Окрім цього, *Forbes* використовує ШІ для створення звітів на основі фінансових і бізнес-даних. Алгоритми аналізують ринкові показники та тенденції, що дозволяє оперативно генерувати аналітичні статті без залучення великої кількості людських ресурсів.

Попри очевидні переваги, впровадження штучного інтелекту в журналістику супроводжується певними викликами та ризиками. По-перше, алгоритми ШІ можуть мати вбудовані упередження, оскільки вони навчаються на історичних даних, що можуть містити стереотипи чи неточності. Це може впливати на подачу новин і формувати спотворене уявлення про події або групи людей. По-друге, автоматизовані системи створюють новини значно швидше, ніж люди, що може зменшити потребу у традиційних журналістах. Це

викликає дискусії про майбутнє професії та роль людської аналітики у сфері медіа. По-третє, ШІ дозволяє персоналізувати новини відповідно до вподобань читачів, але це також створює ризик «інформаційної бульбашки». Користувачі отримують лише ті новини, що відповідають їхнім інтересам, що може обмежувати їхній світогляд і сприяти поширенню однобоких поглядів [1, с. 132].

Отже, досвід *The Guardian*, *Reuters* та *Forbes* демонструє, що штучний інтелект є потужним інструментом, що здатен значно підвищити ефективність журналістики. Однак важливо враховувати потенційні ризики. Майбутнє журналістики залежить від балансу між технологічними можливостями ШІ та людським контролем. ШІ – це інструмент, який допомагає журналістам, але не замінює їх повністю.

Література

1. Крайнікова Т., ін. *Штучний інтелект у медіях*. Вид-во : Морфеус, 2025. 240 с.
2. Нановська Вероніка. Де журналісти можуть залучити штучний інтелект – кейси світових видань. *Медіамейкер*. 19 вер. 2024. URL: <https://surl.li/frfpbv>
3. Reuters and AI. *Reuters*. URL: <https://surli.cc/ohhjkw>

КРАВЧЕНКО Наталія,
кандидат історичних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАТИВНІ КОДИ В ЦИВІЛІЗАЦІЙНОМУ ВИМІРІ

Загальноцивілізаційні комунікативні коди — це система символів, знаків або систем комунікації, які є зрозумілими для широких груп людей і мають універсальне значення на рівні всього людства або конкретних культур. Вони можуть включати як вербальні, так і невербальні засоби комунікації, які використовуються для передачі інформації в різних контекстах.

Як зазначає філологиня Наталія Петрушова, «код є більш широким поняттям, аніж знак. Код – це система знаків та правил для кодування та декодування інформації. Комунікативний код – це знакова система (чи системи), що використовуються у процесі передачі або одержання інформації. Оскільки комунікація людей (вербальна й невербальна) носить знаковий характер, то в процесі спілкування люди користуються різними знаковими системами (кодами)» [1, с.82].

До таких кодів можна віднести мови, які використовуються для вербальної комунікації. Наприклад, англійська мова стала глобальною лінгва франка завдяки її поширенню в бізнесі, науці і техніці. Окрім того, різні системи письма, як латиниця, кирилиця, китайські ієрогліфи, є частиною комунікативних кодів цивілізації.

Своєрідною міжнародною мовою стали емодзі (маленькі зображення або значки, ідеограми, смайлики тощо), що розуміють навіть люди, які не володіють однією мовою. Це зменшує бар'єри у комунікації та сприяє розвитку нових форм соціокультурної інтеграції.

В 1999 році перші емодзі були створені в Японії компанією NTT DoCoMo. В 2010 році емодзі було включено до стандарту Unicode, що дало змогу їм стати доступними на всіх пристроях і платформах. В 2015 році Словник Oxford Dictionaries назвав емодзі “😂” (обличчя зі сльозами радості) словом року [2].

Невербальні знаки - жести, міміка, інтонація голосу, простір між людьми під час спілкування — усе це є частиною невербальної комунікації, яка має загальне значення в різних культурах, навіть якщо інтерпретація може відрізнятися залежно від контексту. Міжнародні

символи та стандарти – дорожні знаки, знаки безпеки, універсальні символи для позначення туалетів, інформаційних панелей, а також знаки, які використовуються в медичних або наукових контекстах (наприклад, символи для позначення хімічних елементів, медичних процедур, тощо). Глобальні медіа та культурні продукти – книги, фільми, музика, що здобули міжнародну популярність, створюють спільні культурні та комунікативні коди, які легко сприймаються людьми різних національностей і культур. Популярність Голлівуду або певних музичних жанрів, таких як поп чи рок, є прикладом таких кодів.

Соціокультурні трансформації та загальноцивілізаційні комунікативні коди взаємопов'язані. Зміни в суспільстві та культурі часто призводять до змін у способах комунікації, а нові комунікативні коди, у свою чергу, можуть впливати на соціокультурні трансформації.

Соціокультурні трансформації — це зміни у соціальних структурах, культурних нормах, цінностях, переконаннях і практиках, які відбуваються під впливом різноманітних факторів. Глобалізація сприяє поширенню інформації, культурних продуктів, ідей та економічних процесів на глобальному рівні. Це призводить до уніфікації певних аспектів культури, але також створює нові можливості для збереження та просування локальних традицій. Процеси глобалізації сприяють поширенню універсальних комунікативних кодів, які допомагають зберегти і розвивати міжнародне співробітництво, торгівлю та культурні обміни. Це, в свою чергу, веде до певної стандартизації культурних форм, таких як мода, музика, кіно. У таких умовах можуть виникати загальноцивілізаційні комунікативні коди, що використовуються людьми з різних культур. Логотипи великих міжнародних брендів, такі як Apple, Coca-Cola, McDonald's, стають символами глобальної культури, і їхнє значення інтерпретується однаково в різних країнах.

Технічні та інформаційні інновації стають поштовхом до розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та соціальних медіа, що радикально змінює способи комунікації, а також соціальні та культурні процеси. Ці зміни відкривають нові шляхи для трансформації традиційних культурних форм та створення нових соціальних норм. Інтернет і соціальні мережі створюють нові способи комунікації, зокрема через емодзі, меми, хештеги та інші новітні форми, які не лише сприяють передачі емоцій і думок, але й впливають на культурні процеси. Наприклад, меми стали важливою частиною сучасної культурної комунікації і здатні швидко трансформувати соціальні наративи.

Саме через свою здатність швидкого поширення та адаптації, меми є важливим елементом сучасної кіберкультури, який сприяє формуванню інтернет-спільнот, поширенню ідей та вираженню колективних емоцій та думок на глобальному рівні [3]. Нові способи комунікації стали частиною загальноцивілізаційного коду, що дозволяє людям по всьому світу обмінюватися ідеями та емоціями в короткий і зрозумілий спосіб.

В умовах культурної інтеграції та мультикультуралізму, коли різні культури взаємодіють, відбувається не лише обмін, а й створення нових культурних форм та ідентичностей. Комунікація між різними етнічними та культурними групами потребує розробки нових комунікативних кодів. Це може включати мовні інновації, нові соціальні практики та зміни у культурних нормах, що дозволяють успішно взаємодіяти людям з різних культур.

Комунікація є важливим елементом соціокультурних трансформацій. Коли змінюються культурні та соціальні умови, змінюються і способи спілкування, що відображають нові потреби, цінності та світогляд людей. З іншого боку, зміни в комунікаційних кодах (наприклад, через розвиток нових медіа, цифрових технологій чи глобалізацію) можуть ініціювати нові соціокультурні трансформації. Через комунікацію відбувається трансформація цінностей та ідентичностей, що засвідчує нерозривний зв'язок культури і комунікації. Поширення певних культурних практик через глобальні медіа або цифрові платформи може змінювати цінності та

ідентичності національних спільнот. Водночас зміни в комунікативних практиках можуть призводити до змін у ставленні до традиційних соціальних інститутів, як-от родина, релігія, влада.

Отже, соціокультурні трансформації і загальноцивілізаційні комунікативні коди постійно взаємодіють, сприяючи одне одному в умовах глобалізації та технологічних змін. Соціокультурні зміни вимагають нових форм комунікації, і ці нові комунікативні коди в свою чергу сприяють ще більшій трансформації соціальних і культурних норм.

Література:

1. Петрушова Наталя. Код у структурі комунікативного акту. Філологічні науки. 2015. № 19. С.78-84.
2. Емодзі: Універсальна мова цифрової комунікації. EXPERTtech. 12.08.2024. URL: <https://expert-tech.com.ua/emodzi-universalna-mova-cyifrovoyi-komunikacziyi/>
3. Мем – що це таке, визначення, суть, приклади та види. Як виникають та поширюються меми? Termin.in.ua. URL: <https://termin.in.ua/mem/>

КИЯШКО Святослав,
аспірант кафедри управління та освітніх технологій,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕРАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОФЕСІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

Усвідомлюючи актуальність проблематики, ЮНЕСКО присвятила Міжнародний день освіти 2025 року, викликам, пов'язаним із штучним інтелектом (ШІ). Організація наголошує на необхідності інвестувати в освітню галузь, зокрема, у підготовку викладачів та студентів для ефективного й відповідального застосування технологій ШІ в освіті. Цей заклик актуалізує проблему підготовки майбутніх керівників закладів освіти до інтеграції генеративних технологій штучного інтелекту в професійну комунікацію, яка сьогодні набуває нових якісних ознак.

Генеративні технології штучного інтелекту, такі як GPT-моделі, дедалі частіше стають інструментами комунікації у професійних освітніх середовищах. Їх використання здатне значно підвищити ефективність комунікаційних процесів, зокрема у вирішенні управлінських завдань, пов'язаних із створенням інформаційних повідомлень, аналітичних звітів, стратегічних документів, тощо. Саме тому актуальним завданням системи професійної освіти є формування у майбутніх керівників умінь ефективно та відповідально використовувати такі технології.

У сучасному освітньому просторі генеративні моделі ШІ дозволяють керівникам значно скоротити час на рутинні операції, такі як створення стандартних документів, звітів, планів роботи, комунікаційних повідомлень. Водночас, використання таких технологій ставить перед керівниками нові виклики, пов'язані з етичними питаннями, необхідністю контролю якості створюваних матеріалів, захистом інформації і дотриманням конфіденційності даних.

Дослідження, присвячені використанню генеративного ШІ в освітніх закладах, свідчать про те, що керівники, які мають відповідну підготовку та навички роботи із системами штучного інтелекту, значно ефективніше управляють закладами освіти, здатні швидко реагувати на виклики й приймати обґрунтовані управлінські рішення. Зокрема, впровадження генеративних моделей у професійну комунікацію дозволяє оптимізувати внутрішні процеси,

покращувати інформаційну взаємодію між педагогами, учнями, батьками та громадськістю.

Однак, поряд із перевагами, використання генеративних ШІ-технологій у професійній комунікації пов'язане із суттєвими ризиками. Одним з них є формування надмірної довіри до ШІ, що може призводити до послаблення критичного мислення, зниження професійної відповідальності керівників, посилення залежності від автоматизованих систем. Крім того, неконтрольоване використання генеративних технологій може створювати умови для розповсюдження недостовірної інформації або порушення етичних норм.

З огляду на це, підготовка майбутніх керівників до використання ШІ в професійній діяльності має бути комплексною і системною. Вона повинна включати не лише опанування технічних навичок роботи з генеративними технологіями, а й формування медіа грамотності, цифрової етики, критичного мислення. Майбутні керівники мають бути здатними оцінювати якість та достовірність інформації, створеної з використанням генеративних систем, і відповідально використовувати ці технології у своїй професійній діяльності.

Важливим завданням системи професійної освіти є розробка й реалізація спеціалізованих освітніх програм, спрямованих на розвиток саме необхідних цифрових компетентностей. Такі програми повинні передбачати як теоретичне навчання, так і практичні заняття, використання кейсів, симуляцій, реальних ситуацій, що дозволяє майбутнім керівникам навчитися застосовувати ШІ з урахуванням специфіки освітнього середовища.

Зважаючи на світовий досвід, успішна інтеграція генеративних технологій у професійну комунікацію майбутніх керівників закладів освіти можлива за умови чітких регуляторних стандартів та освітніх рекомендацій, розроблених на рівні державних освітніх органів. Україна, орієнтуючись на міжнародні рекомендації, зокрема на розробки ЮНЕСКО, може створити ефективні механізми для відповідальної й етично коректної інтеграції генеративного ШІ в освітню сферу.

Таким чином, генеративні технології штучного інтелекту відкривають значні перспективи для розвитку професійної комунікації керівників закладів освіти, але потребують відповідального підходу до їх використання. Підготовка майбутніх керівників до роботи з генеративними ШІ має бути спрямована на формування нових професійних компетентностей, критичного мислення та відповідального ставлення до потенційних ризиків та викликів.

Література

1. Miao F., Holmes W. Guidance for generative AI in education and research [Електронний ресурс]. – Paris : UNESCO, 2023. – Режим доступу: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693(https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693), вільний. – Дата звернення: 12.03.2025.
2. Giannini S. Generative AI and the Future of Education [Електронний ресурс]. – Paris : UNESCO, 2023. – Режим доступу: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385877(https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385877), вільний. – Дата звернення: 10.02.2025.
3. Nazaretsky T., Ariely M., Cukurova M., Alexandron G. Teachers' trust in AI-powered educational technology and a professional development program to improve it // British Journal of Educational Technology. – 2022. – Vol. 53, No. 4. – P.914–931. – DOI: [https://doi.org/10.1111/bjet.13232] (<https://doi.org/10.1111/bjet.13232>). – Дата звернення: 09.01.2025.

ЛИТВИНСЬКА Світлана,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ЧИКИЛЬОВ Арсеній,
магістр 1 курсу факультету комп'ютерних наук та технологій,
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В САМОСТІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Інноваційні технології значно поширені в навчальному процесі, особливо серед студентів, що вивчають комп'ютерні науки. Використання технологій доповненої реальності (AR) під час самостійної підготовки студентів до семінарських занять у закладах вищої освіти відкриває нові можливості для підвищення ефективності навчального процесу. AR-додатки дозволяють інтегрувати віртуальні об'єкти в реальний світ, що сприяє глибшому розумінню та засвоєнню навчального матеріалу [1].

Використання AR-додатків має низку переваг. По-перше, візуалізація AR-додатків допомагає зрозуміти складні наукові концепції: AR-додатки створюють можливість краще уявити та зрозуміти абстрактні або складні поняття, перетворюючи їх на інтерактивні тривимірні моделі. Це особливо корисно в таких дисциплінах, як анатомія, хімія чи інженерія, а також історія, культура, література, мистецтво та ін.

По-друге, AR-додатки підвищують мотивацію до навчання. Інтерактивний характер AR сприяє активнішій участі студентів у навчальному процесі, роблячи самостійну підготовку більш цікавою та захоплюючою.

По-третє, AR-додатки допомагають формувати і розвивати практичні навички, що особливо цінно для майбутніх фахівців. Використання AR-додатків дозволяє студентам відпрацьовувати практичні навички в безпечному віртуальному середовищі, що є важливим для підготовки до семінарських занять.

Використання цих інноваційних технологій потребує певних фахових знань і навичок. Так, необхідно обирати AR-додатки, які відповідають навчальним цілям та специфіці дисципліни. Наприклад, для вивчення біології можна використовувати додатки, що демонструють 3D-моделі органів або процесів. Тому викладачі розробляють методичні рекомендації щодо використання AR-додатків під час самостійної підготовки, визначивши конкретні завдання та очікувані результати. Сучасні заклади вищої освіти намагаються забезпечити студентів необхідними ресурсами та інструкціями для встановлення й використання AR-додатків, що сприятиме їх ефективному застосуванню [2].

Отже, впровадження AR-додатків у процес самостійної підготовки студентів до семінарських чи практичних занять значно підвищує якість освіти, сприяє кращому засвоєнню матеріалу та розвитку необхідних навичок. Крім того, це робить сучасне навчання цікавим і пізнавальним.

Література

1. Матвієнко Ю. Застосування технології доповненої реальності в освітній галузі. URL: <https://u.nu/6p7o> (дата звернення: 09.03.2025).
2. Ярушак М., Хандоняк Н. Використання технологій доповненої реальності (ar) у навчальному процесі Актуальні питання гуманітарних наук. 2021. Вип. 44. Т. 3. С. 277–280.

МАРТИНЮК Ірина,
кандидат психологічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри психології
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
ДУДНИК Юрій ,
аспірант
гуманітарно-педагогічного факультету
спеціальність 053 «Психологія»
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВПЛИВ ЗАСОБІВ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЗДІБНІСТЬ ДО САМОСТІЙНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ

Швидкий розвиток та відкритий доступ до інструментів штучного інтелекту (ШІ), у тому числі генеративних лінгвістичних моделей, для здобувачів вищої освіти створює необхідність перегляду загальноприйнятих факторів академічної успішності, а також сутнісних завдань системи освіти, одним із яких є розвиток визначеного переліку компетентностей. Однією із фундаментальних компетентностей у цьому контексті є самостійність у навчанні, яка є не лише зовнішньою, фактичною стороною навчальної діяльності студента, але й відображає внутрішні, психологічні здібності особистості.

Здібність до самостійності у навчальній діяльності студента є одним із проявів високого рівня розвитку емоційно-вольової сфери особистості. Відповідно до культурно-історичної концепції Л.С. Виготського, довільність, яка є основою для самостійності, формується внаслідок опанування індивідом культурних засобів організації власної поведінки. Тому розвиток здібності до самостійності у навчальній діяльності можливий лише за умови активного включення індивіда до процесу інтеріоризації культурних зразків і прийомів саморегуляції.

На відміну аналітичного, класичного ШІ, який виконує переважно рутинну роботу, генеративний ШІ (далі ГШІ) створює контент (тексти, код, зображення). Таким чином, студент має можливість делегувати частину навчальних завдань ГШІ, який фактично виконує роботу за нього.

Автори L. Cai et al. (2024) провели систематичний огляд наукової літератури з метою дослідження впливу інтеграції інструментів ШІ у вищу освіту. Було виявлено, що в наявних працях відзначено переважно позитивні впливи на освітнє середовище в цілому та звертається увага на необхідності його модернізації та дотримання принципів академічної доброчесності. Проте автори також відзначили, що існує значний дефіцит у лонгітюдних дослідженнях довгострокової оцінки впливу ШІ на компоненти навчальної діяльності.

Таким чином, дане дослідження фактично констатує широке залучення та позитивну оцінку засобів ШІ в освітньому середовищі без розуміння їх психологічних наслідків.

Тим не менш, є чимало досліджень, які акцентують свою увагу на вивченні впливу саме ГШІ. Так, дослідники S. Zhang et al. (2024) вивчали причини та наслідки залежності від ГШІ. Аналіз даних 300 студентів показав, що взаємозв'язок між академічною самоефективністю та залежністю від ГШІ був опосередкований академічним стресом і очікуваннями щодо успішності. А саме, було виявлено обернену кореляцію між академічною самоефективністю та залежністю від ГШІ, академічною самоефективністю та академічним стресом. Академічний стрес і очікувана результативність позитивно корелюють із залежністю від ГШІ. Академічний

стрес позитивно корелював із очікуваною успішністю. У даному дослідженні найбільш значущим фактором залежності від ГШІ виявилась очікувана результативність, тобто очікування студентами високих академічних показників, шляхом використання засобів ГШІ.

Систематичний огляд літератури, проведений авторами C. Zhai et al. (2024) показав, що використання ГШІ впливає на когнітивні здібності, оскільки люди все більше віддають перевагу швидким і оптимальним рішенням, а не повільним, обмеженим з точки зору практичності. Виявлено, що зловживання ГШІ здійснює найбільш негативний вплив на креативні здібності, критичне та аналітичне мислення, вміння вирішувати проблеми.

Проте, також зазначається, що компетентне використання засобів ГШІ в освітньому середовищі, навпаки, може покращити навчальний досвід. Тому наголошується на важливості збалансованого підходу.

Відповідно до результатів названих досліджень можна припустити, що більшість студентів зловживають ГШІ саме тому, що це є об'єктивною вимогою їх потребово-мотиваційного поля, відповідно до однойменної теорії К. Левіна (1939). Тобто, якщо студент пов'язує власну академічну успішність із результатами формального оцінювання створеного контенту, то це викликає мотивацію до використання більш швидких та простих засобів його створення.

У даний час класичним та найбільш поширеним способом відображення компетентностей студента є формальна оцінка. При цьому, часто оцінка формується за результатами опосередкованих процедур оцінювання, таких як самостійні роботи, домашні завдання, ІНДЗ та інші види контенту.

Таким чином, в сучасних умовах класичні способи вимірювання компетентностей студента стають все менш валідними. Зміщення в мотиваційній структурі окремих студентів мети (компетентності) на ціль (формальна оцінка), а також низька самоефективність та стресостійкість спонукають до зловживання ГШІ.

Отже, засоби ГШІ можуть розглядатись і як додаткові можливості для навчання, і як виклик, оскільки можуть призводити до зловживання та зниження самостійності у навчанні. Дане явище вимагає переосмислення та підвищення валідності форм та методів оцінювання знань, умінь та навичок студентів. Значної уваги потребує психологічна робота із студентами, а саме: просвіта щодо наслідків зловживання ГШІ, створення безпечного та довірливого середовища, допомога у профорієнтації, цілепокладанні та смислотворенні, ознайомлення із способами та методами ефективного навчання.

Література

1. Cai, L., Msafiri, M. M., & Kangwa, D. (2024). Exploring the impact of integrating AI tools in higher education using the Zone of Proximal Development. *Education and Information Technologies*. doi:10.1007/s10639-024-13112-0
2. Lewin, K. (1939). Field Theory and Experiment in Social Psychology: Concepts and Methods. *American Journal of Sociology*, 44(6), 868–896. doi:10.1086/218177
3. Zhai, C., Wibowo, S., & Li, L. D. (2024). The effects of over-reliance on AI dialogue systems on students' cognitive abilities: a systematic review. *Smart Learning Environments*, 11(1). doi:10.1186/s40561-024-00316-7
4. Zhang, S., Zhao, X., Zhou, T., & Kim, J. H. (2024). Do you have AI dependency? The roles of academic self-efficacy, academic stress, and performance expectations on problematic AI usage behavior. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1). doi:10.1186/s41239-024-00467-0

ХВІСТ Вікторія,
кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри
міжнародних відносин і суспільних наук,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України (м. Київ, Україна)

ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ РАДІОДИКТАНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЄДНОСТІ — УНІКАЛЬНИЙ ПРИКЛАД КОНСОЛІДАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Питання єдності, соборності, злуки, консолідації для українців далеко не пусті слова, а мають чи не сакральний сенс. Віками український народ був роз'єднаний різними країнами, але завжди усвідомлював потребу консолідації та створення власної держави.

Першоознакою будь-якого етносу є мова. Саме тому всі колоніальні уряди проводили цілеспрямовану політику на заборону вживання української мови. Одночасно все свідоме українство боролось за право розмовляти, писати та вивчати рідну мову.

Стаття 10 Конституції України на вищому законодавчому рівні встановила державною мовою в Україні - українську та визначила, що держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України.

Однак, мовне питання впродовж всього періоду існування незалежної України було одним з найгостріших. На якому намагалися спекулювати різні політичні сили та вносити розбрат. Мовне питання стало однією з причин приходу на українську землю «руського міру» та зрештою і повномасштабної війни.

Унікальна всесвітня традиція єднання всіх українців вже має 25-річну історію. Всеукраїнський радіодиктант національної єдності, започаткований ще в 2000 році став справді унікальним прикладом консолідації українського суспільства. Щорічний радіодиктант національної єдності пишуть українці з-за кордону, незалежно, де саме вони знаходяться; пишуть українці незалежно від віку, професії, соціального статусу; учні, студенти, науковці, послы, міністри, актори та інші; пишуть цивільні під час тривоги в укриттях та військові з фронту. Пишуть... Бо всі і кожний українець в цей момент перевіряє в першу чергу не грамотність, а стверджує існування нації, яка має багатостолітню історію та не менш довге майбутнє та демонструє нашу єдність, в якій і полягає наша сила, міць, незламність. Є мова – є народ, а мова це цегла, яка нас єднає в одне ціле. Нині мова ще й наша зброя, яка вбиває, знищує ворога... зброя, проти якої він дійсно безсилий.

Студенти та викладачі Національного університету біоресурсів і природокористування України є постійними учасниками радіодиктанту. Щороку всі по-справжньому стараються, намагаються не допустити помилок, а ще – кожен по-своєму – висловлює серцем і душею любов та шану до нашої рідної мови, бо важлива не перемога, а саме участь.

«...Україна звучить в ефірі планети власним голосом. І нашого голосу більше нікому й ніколи не вимкнути й не заглушити». Саме цими рядками завершився ювілейний 25-й радіодиктант національної єдності. Українці єдині, в єдності наша сила і безперечна перемога.

ЧИЖ Іван,
кандидат юридичних наук,
науковий співробітник Інституту держави і
права, заслужений журналіст України,
професор,
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО НА ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ПЕРШООСНОВА ТА НЕОБХІДНА УМОВА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Постановка проблеми. У науковому, політичному, публіцистичному і навіть побутовому обігу нині широко використовуються словосполучення «інформаційне суспільство», «громадянське суспільство», нерідко при цьому без глибокого осмислення змістовної сутності і взаємозалежності процесів, котрі стоять за цими означеннями. Не бракує досліджень цієї тематики, котрі зводяться переважно до практично необмеженого доступу до джерел інформації і так само безмежних комунікативних можливостей завдяки інформатизації. Саме інформатизацію, яка дала поштовх динамічним змінам в економіці, багатократно збільшила потік інформації, її поширення та обіг, вивела в пріоритет економіку знань та надсучасних технологій постіндустріальної доби і заклала основи нової якості продуктивних сил і виробничих відносин з домінуванням якісних послуг та сервісів, переважно і вважають «інформаційним суспільством» що дослідники-науковці, що технократи-управлінці. Дуже часто саме інформатизація та можливості, зумовлені широким застосуванням комп'ютерних технологій, видаються власне за головну ознаку інформаційного суспільства, а ось гуманістичний аспект, який, власне, і має бути основою такого комплексного явища якщо й береться до уваги, то заледве, зовсім побічно.

В контексті ж громадянського суспільства переважно йдеться про вплив на систему організації влади з боку неурядових організацій (нерідко створюваних і діючих за сприяння різноманітних зарубіжних фондів і фінансованих з їхніх джерел відповідними грантами), про свободу політичної діяльності, не забороненої Конституцією і законами України(ст.15 Конституції), діяльність політичних партій, професійних спілок, релігійних об'єднань, засобів масової інформації, можливість реалізувати конституційні права і свободи тощо.

Тим часом, інформаційне та громадянське суспільство – це одне і те ж саме суспільство, що складається з громадян та осіб, наділених такими ж правами і обов'язками за винятками, встановленими Конституцією, законами чи міжнародними договорами України(ст.26). У загально цивілізаційному контексті слід чітко розрізняти, де пріоритет за технологіями(з інформаційними в основі, коли говорити про високі технології), а де – в пріоритеті гуманістичне начало, яке є критерієм правового порядку.

Саме через призму утвердження гуманістичних начал, демократичних принципів, поєднаних сучасним інформаційно-технологічним інструментарієм та спрямованих на розвиток людини і громадянина, як найвищої цінності, розглядається автором конструкція «інформаційне громадянське суспільство» та, як тотожність, – «громадянське інформаційне суспільство», де лише акцент вказує на важливе. У першому випадку – більшої ваги набуває технологія, яка обслуговує потреби демократичного суспільства вільних громадян; у другому - суспільство, його потреби домінують над технологіями, задаючи певний запит на їх використання на свою потребу. Однак, на думку автора, немає жодної розумної підстави штучно ділити на «інформаційну» та «громадянську» людську спільноту, суспільство, поєднане не тільки географічно, але й ментально, культурно, релігійно чи світоглядно, та ще

безліччю інших зв'язків аж до родинних та, навіть, традиціями і віруваннями, не кажучи вже про конституційні та правові аспекти, що власне, виформовують політичну націю.

Актуальність теми дослідження. Конституція України, як і конституції більшості країн, що визнають демократію магістральним шляхом суспільного розвитку і прогресу, визначає права і свободи людини і громадянина, включно з правом на поширення інформації, поряд з іншими інформаційними правами та свободою слова і громадянського волевиявлення, пріоритетом держави. У той же час становлення інформаційного громадянського суспільства відбувається з великими труднощами, нерідко у конфліктах з трагічними наслідками як це було наприкінці 2013-на початку 2014 років. Суспільство нерідко зазнає утисків та маніпулювання із застосуванням інформаційних технологій, маніпулятивних впливів на свідомість людей, провокативних дій тощо. Проблемністю формування сучасного інформаційного громадянського суспільства зумовлена актуальність теми доповіді.

Метою і завданнями цього дослідження є аналіз цих процесів та вироблення деяких політико-правових пропозицій щодо забезпечення і гарантування конституційного права на поширення інформації, як умови формування та утвердження інформаційного громадянського суспільства.

Ступінь наукової розробки теми дослідження. Інформаційно-правовій проблематиці останніми роками у вітчизняній та зарубіжній юридичній науці надається чимало уваги. Різним аспектам правового забезпечення інформатизації та власне інформаційної діяльності, інформаційної безпеки, конституційного права на інформацію, формування інформаційного суспільства присвячені дослідження, зокрема, І. Арістової, О. Баранова, М. Биченка, В. Василюка, В. Горбуліна, О. Дзьобаня, В. Ліпкана, Ю. Максименка, О. Литвиненка, О. Олійника, В. Пилипчука, М. Швеця та інших вчених.

Переважно політологічні та міждисциплінарні дослідження цієї тематики, зокрема, й у контексті розвитку засобів масової інформації та особливостей сучасних комунікацій здійснили О. Гриценко, С. Демський, О. Дубас, О. Зернецька, Є. Макаренко, М. Ожеван, В. Іванов, Т. Приступенко, Г. Почепцов, В. Різун, А. Семенченко, О. Старіш, С. Телешун, А. Чічановський та інші.

Проте більшість учених, що досліджують інформаційне право, хоч і розглядають його різнобічно, однак поглиблено не досліджують ключове у системі інформаційних прав людини і громадянина – право на поширення інформації. Теж стосується і значного доробку відомих зарубіжних вчених.

Найпомітнішим комплексним доробком у юридичній літературі щодо конституційного права на інформацію, у тому числі на її поширення, є колективна монографія «Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні» [1] та науково-практичний коментар «Інформаційне законодавство України»[2], виконані в Інституті Держави і права імені В. М. Корецького НАН України (автори Ю. Шемшученко, В. Погорілко, І. Кресіна, А. Колодюк, Б. Кормич, О. Соснін, Т. Костецька, В. Петренко, В. Горобцов, І. Чиж), що певною мірою знайшло своє відображення у цій доповіді.

Виклад основного матеріалу. Становлення, функціонування і поступальний розвиток інформаційного суспільства можливі лише за умови існування демократичної, правової, соціальної держави, де забезпечується верховенство права і гарантуються права і свободи людини і громадянина. Тобто, демократизм і співпраця державних та громадянських інститутів, економічні, соціальні і політичні права, які у своїй сукупності фактично є основою громадянського суспільства, опираючись на новітні інформаційні технології, крок за кроком виформовують інформаційне громадянське суспільство.

Право висловлювати думки, за справедливим висновком Еріха Фромма, має сенс тільки тоді, коли ми спроможні мати власні думки; свобода від зовнішньої влади стає твердим надбанням тільки у тому випадку, якщо внутрішні психологічні умови дозволяють нам

стверджувати свою індивідуальність[3 с. 232-233]. Поведінкові патерни (pattern – схема, модель) більшою мірою, у тому числі й щодо конституційно визначеної свободи слова та права на інформацію в широкому контексті, орієнтують індивіда на «споживання» цих благ, на використання їх з користю для себе. І практично дуже незначною мірою фіксуються на відповідальності кожного і суспільства загалом за усе, що з нами і державою відбувається. Принцип: «Скільки свободи – стільки й відповідальності» трактується переважно з акцентом на першій тезі.

Тим часом, Декларація про державний суверенітет 16 липня 1990 року і Всенародний референдум 1 грудня 1991 року були виявом волі, бажання Українського народу мати свою незалежну державу з верховенством права в основі. А проголошення державної незалежності 24 серпня 1991 року та ухвалення Верховною Радою України 26 червня 1996 року Конституції України стали актами юридичного оформлення цієї волі.

Саме тому конституційні права і свободи людини мають завжди розглядатися в контексті балансу з конституційними громадянськими обов'язками. Отже, спроможність двобічного бачення цього єдиного у своїй природі процесу дає розуміння того, де ми, громадяни і суспільство, є, що з нами відбувається і кого ми уповноважуємо від нашого імені здійснювати управління інститутами створеної нами держави та виконувати нашу волю на високу якість життя нинішнього і майбутніх поколінь.

Такий кут зору однозначно вигравлює ситуацію і тенденції та чітко відповідає на сакраментальне – «Хто винен і що робити?». Саме особа виступає головним об'єктом і, водночас, суб'єктом конституційних правовідносин. Вона - набувач конституційних привілеїв, оформлених у права людини і громадянина, вона ж – відповідальна за реалізацію державою та її інституціями усієї повноти цих прав, оскільки здійснює демократичне волевиявлення, формуючи державну владу у виборчому змагальному процесі. Коло замикається!

З точки ж зору бурхливого розвитку технологій, їх впливу на світові процеси та тенденції, включно зі соціокультурними, медіа-комунікативними та навіть економіко-визначальними трансформаціями, то ми уже вступили у початковий етап нової інформаційної ери. І навіть активно просунулися на шляху до суспільства майбутнього. Як стверджує Йошита Масуда, суспільство майбутнього, - це суспільство, у якому стане можливим масове виробництво когнітивної інформації і систематизованого знання, відбуватиметься поступовий перехід від домінування матеріального до синергійного виробництва і синергійного користування інформацією всіма громадянами та формування високоосвіченого гуманістичного суспільства комп'ютопії на основі інформаційних технологій та фундаментальних наукових досягнень[4].

Звісно ж, ці «світлі обрії» майбутнього людської цивілізації затьмарені людиною ненависницькими діями, які щодень відчуваємо ми, українці, з боку сусіда-агресора. Свобода слова є базовою, домінуючою ознакою демократії. І ця «прикраса» існує у конституційно-формальних приписах навіть найреакційніших режимів. Проте, чи вільна при цьому людина? І навіть коли йдеться про цілком демократичні країни з усталеною традицією свободи слова і вільної преси, де відсутні старі обмеження та латентні чи явні прояви цензури і утисків, чи такою вже насправді вільною є людина?.. Чому відбувається «втеча від свободи» за визначенням Е. Фрома?..

Отже, право на інформацію. Україна. Це право є одним із основоположних і невід'ємних прав людини та громадянина. Конституція України(стаття 34) гарантує кожному право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань; право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб на свій вибір.

Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи

злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя. Ця норма Конституції України фактично відтворює положення Європейської конвенції про захист прав та основних свобод людини, Міжнародного пакту про громадянські і політичні права (статті 18, 19) та відповідає іншим міжнародно-правовим актам.

Це право має забезпечуватися ефективним законодавством як правовою гарантією забезпечення здійснення конституційного права людини на свободу інформації, включно з можливістю мати вільний доступ до інформації та вільне поширення інформації.

Грунтовно досліджуючи право громадян на інформацію та його гарантії, автор цієї доповіді та Володимир Горобцов дійшли висновку: конституційне право громадян України на інформацію є суб'єктивним правом[1, с. 286-293]. Інформація – це благо, яке має вільно поширюватися в суспільстві. Існування таємної інформації не повинно виправдовувати будь-яке обмеження її поширення. Контролювати поширення таємної інформації мають відповідні органи. **Суб'єктивне право – це гарантована правова можливість**, яка забезпечується матеріальними і суспільними відносинами демократичної правової держави. **Право на інформацію** – право, яке існує в рамках правовідносин та якому кореспондує обов'язок держави, зокрема, не запроваджувати цензури, не вилучати тиражі газет тощо, а також обов'язок невизначеного кола осіб не створювати перешкод у вільному збиранні, використанні, зберіганні та поширенні інформації

Право на інформацію може реалізовуватися як у конкретних, так і в загальних (загально регулятивних) правовідносинах. У загальних правовідносинах реалізується двосторонній характер об'єктивно існуючого зв'язку громадянина і держави, який віддзеркалює інтереси суспільства в цілому і інтереси громадян. Це має принципове значення для характеристики конституційного права на інформацію, оскільки **особливістю конституційних правовідносин є те, що однією зі сторін завжди виступає держава, яка є гарантом прав і правозобов'язаним суб'єктом.** Всією своєю діяльністю держава забезпечує необхідні умови для реалізації громадянами права на інформацію. Створення таких умов є незаперечним обов'язком держави перед народом і особою, який носить моральний, політичний чи юридичний характер.

У загальних правовідносинах при реалізації норм Конституції особливо наочно виявляється політичний характер обов'язків держави перед особою (зокрема, політичні обов'язки – заборона цензури; жодна ідеологія не може визнаватися державою як обов'язкова; захист інформаційної безпеки тощо). Подібні політичні обов'язки держави перед особою перетворюються в юридичні обов'язки органів державної влади та органів місцевого самоврядування, зокрема: здійснювати державну реєстрацію засобів масової інформації; надавати інформацію за інформаційними запитами громадян та ін. Закріплення в Конституції права на інформацію означає, що держава бере на себе обов'язок забезпечити це право, яке існує в загальних правовідносинах між державою і громадянином.

Особливою формою реалізації права на інформацію є застосування права. У цьому зв'язку визначальним є не декларативність, а реальний вплив громадської ініціативи на процеси у своїй країні, змістовність конституційно-правових приписів, орієнтованих на становлення інформаційного громадянського суспільства.

У світі існує багато моделей співпраці суспільства і держави, котрі прямо впливають на якість життя і розвиток цивілізації, що ґрунтовно дослідив у контексті управлінських взаємовідносин В. Алексєєв[5].

Розгалужена система інститутів громадянського суспільства, не залежних від держави і конкуруючих між собою за довіру громадян, гостро критикуючи і викриваючи проблеми у політиці, економіці, суспільному житті та на виробництві об'єднують, наприклад, у США

понад 70 відсотків громадян; більше половини громадян беруть участь одразу у кількох об'єднаннях. Тільки у 200 найбільших споживчих організаціях налічується понад 70 млн. громадян. Про динаміку становлення громадянського суспільства з розвинутою інформаційною складовою свідчить і те, що на початку 1950-х років у США діяли 50 тисяч неурядових організацій, а вже у середині 1980-х їх діяло майже мільйон[6, с.189-190]. Аналогічні тенденції у Японії, Франції, Німеччині, де, приміром, опіку майже над 40 відсотками дітей здійснюють неурядові організації, а у Великобританії цей показник перевищує 80 процентів. У цих країнах кожен десятий працевлаштований у сфері послуг отримав роботу завдяки неурядовим організаціям з використанням, зрозуміло, сучасних інформаційних технологій. Ці факти – пряма ілюстрація ефективності інформаційного громадянського суспільства.

В Україні громадяни не проявляли активної участі у діяльності громадських організацій, оскільки вони, як справедливо вказують дослідники [7, 190], створювалися переважно з метою отримання зарубіжних грантів та лобіювання інтересів грантодавців чи тих, хто за ними стоїть, а не для захисту інтересів суспільства.

Відсутність активного партнерства держави та суспільства в управлінні породжує нестабільність, корупцію, різноманітні соціальні виразки. За цими сумними показниками Україна «лідирє» у світових рейтингах. І це дуже шкодить нам, викликає сумніви у партнерів, підриває довіру.

Звісно, не можна не бачити активного громадянського руху чи, скажімо, волонтерства, патріотичної самопожертви захисників України, але це є здебільшого проявом індивідуальної чи навіть колективної волі та ніяк не системою, яка, власне, й здатна забезпечити стабільність і поступальний розвиток. **Бо така система може постати лише на засадах справедливості, глибокої поваги до людини і громадянина, чесної політики та мудрих управлінських рішень на користь кожного співвітчизника.** Усі ці постулати ущент руйнуються одним лише фактом: в Україні 20 родинних кланів контролюють 80 відсотків національного багатства, а тіньова складова тільки чистого прибутку фінансово-кредитних установ складає майже 70 відсотків![7, с.364].

І все ж Україна нині – нація героїв і нація звичайних у побуті та НЕЗВИЧАЙНИХ у самовідданій любові до землі рідної людей. Чого варта лише постійна всенародна підтримка ЗСУ через пожертвування (донати) усім суспільством?.. Волонтерство, фактично, всенародне... А вияв доброї волі через масовий рух добровольців?.. А здатність прийняти, прихистити, обігріти людей, нерідко навіть не знайомих?.. І за це маємо слати нашу вдячність також близьким і далеким сусідам нашим поза кордонами України.

Дуже важлива роль медіа в сучасному переосмисленні подій і явищ що українських, що світових реалій. Трохи більше року тому мені довелося говорити про конотацію символів і значень у ці складні часи на подібній конференції у нас в університеті. Дещо маю знову нагадати. Мушу із сумом визнати, що багато із тих передбачень здійснюються на наших очах із тривожним на цей час очікуванням наслідків для України. Тому на підмогу праву мають стати медіа. І стають. Пожертвою життів близько сотні журналістів. Ризиками і мужністю. Оборonoю честі і гідності України.

Бо обережні та все ж позитивні очікування від зміни адміністрації у нашого партнера і, здавалося б, союзника – США, обернулися намаганням зламати нашу волю до свободи і незалежності. Новий-старий президент, щойно увійшовши до Білого дому продемонстрував, з кого бере приклад: претензіями щодо суверенітету Канади, Гренландії, Панам(чим не «собірательство земель» на кшталт «великого пу»?)... Знову відмова від Паризької кліматичної угоди про захист довкілля(і це за часів, коли весь світ, у тому числі і самі Сполучені Штати потерпають від зміни клімату)... Демонстративне нехтування інтересами союзників, зокрема, України та Європи... Закриттям значущих гуманітарних програм... Спільним з росією

голосуванням в ООН Трамп демонструє так звану «рівновіддаленість»... І зупинка постачання військового спорядження, не ним наданого, але ним використано, як шантаж України, яку виставлено мало не як призвідцем агресії... І «на вухо» Європі тихцем «нашептаний» намір відмовитися від участі в розслідуванні злочинів росії, вчинених в Україні... Це теж, певно, «рівновіддаленість». Так само, як і голосно та неодноразово, ще до переговорного процесу, названо умовою «миру по-трампівськи» втрату суверенних територій і відмову від наміру захищатися із опорою на партнерів та перспективи вступу до оборонного альянсу НАТО.

«Вишеньки на тортіку» у більш ніж очевидному підіграванню путіну – наступ на демократичні медіа, які протистоять потужній пропагандистській машині кремля – припинення підтримки, що рівнозначне зупиненню діяльності, «Радіо «Свобода» і «Голосу Америки». Понад сім десятиліть ці корпорації несли правду для населення багатьох країн. Тепер одноосібно визначено Трампом, що ці медіа, є порушниками «стандартів журналістики», бо, бачте, посміли його десь колись критично зачепити... Приїхали... Розпрягайте... Що тут скажеш? Гуляй, раша!.. На повну качай брехню на весь світ! Бо ж рашистські «стандарты» відомі... ІПСО кремлівське пуститься берегів, не сумнівайтеся! Та хіба це хвилює «апологета рівновіддаленості»?...

А суспільство ще донедавна країни-взірця демократії – що ж?.. А політичний клас?.. А демократи і притомні республіканці?.. Де вони?.. Наче в летаргічний сон погрузли чи зомбовані якимось маніпулятором-гіпнотизером. Хочеться вірити, що «поснулих» американців розбудять-таки журналісти. Не «карлсони на побігеньках», а справжні журналісти! Акули пера, мікрофона і телекамери. Ті, котрі зберегли честь, гідність і справедливість...

Такі взірці демонструють українські медійники. Символи і значення в епоху глобального протиборства та в умовах реальної війни за суверенітет України, її свободу і незалежність, проти загарбника-поневолювача в інтерпретації журналістів нерідко наповнені емоційно-глибшими, точнішими та змістовнішими характеристиками, котрі несуть в собі величезної сили заряд очищення. Понятійне ядро – денотат – в нинішніх умовах прагнення перемоги добра над злом, внаслідок процесу конотації, подекуди набуває якщо не геть іншого звучання, то отримує «обсяг поняття» інший. **З точки зору відкритості, активного розвитку лексики, мабуть, нині настав час динамічного домінування лексико-правових і лексико-політичних означень предметів, подій, явищ в контексті зміни парадигми їх змісту, призначення та функціонування.** Така лексико-право-політична синергія має перспективу «розбудити неповоротке право» та «вивести на чисту воду» політиканство, замасковане «під політику»[8].

Висновки. Інформаційне суспільство є громадянським суспільством з розвинутим інформаційним виробництвом і високим рівнем інформаційно-правової культури, у якому розмаїття послуг та діяльність людей забезпечується новітніми інтелектуальними технологіями та сучасними технологіями зв'язку[8]. Однак варто наголосити, що тільки вільний рух інформації, конституційно гарантована можливість вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію(ст.34 Конституції України) є базовим чинником реального демократизму у суспільстві та якісним показником існуючих прав і свобод людини і громадянина. Без вільного слова не буває вільної людини[9].

Отож, інформаційне суспільство - це гуманістичне суспільство, а технології мають бути лише інструментом, що допомагає людству рости і розвиватися. Саме тому, **відгукуючись на нагальну потребу ввів до наукового обігу визначення «інформаційне громадянське суспільство» з акцентом на інформаційній складовій та, як тотожність, «громадянське інформаційне суспільство» з пріоритетністю громадянського складника.** Усе інше, пов'язане з поширенням сучасних цифрових технологій та комп'ютеризації, очевидно, підпадає під визначення «інформатизація».

Інформатизація дісталася навіть найглухіших закутків планети і телефони у

африканських племен, про що казав світлої пам'яті Стівен Гокінг, явище всякденне [10]. Але чи можна назвати інформаційними такі спільноти, котрі, вражені гуманітарною катастрофою, тяжко бідують, вимираючи нерідко від голоду і епідемій?... Без сумніву, високі та інформаційні технології допомогли КНДР підняти балістичні ракети, а Ілону Маску – зайнятися створенням моделі його глобального Інтернету STARLINK для усього людства...Різниця у намірах і діях очевидна і вона вражаюча! [11, с.48-53]. Шкодую, що Ілон Маск раптом забрів оце тепер десь у позацивілізаційні сфери і блукає, руйнуючи багато чого на своєму шляху. І, насамперед, самого себе, свою репутацію руйнуючи... Хочеться вірити, що вийде зрештою на світлу сторону.

Слід пам'ятати, що якими б «демократичними» і привабливими не були конституційні приписи та законодавчі декларації, у закритому суспільстві вони приречені, а держава, яка сповідує таку закритість та обмеження рано чи пізно змушена буде або демократично трансформуватися, або відійти в небуття. Інша крайність – наявність демократичних законів, відкритість інформаційних потоків, активна громадянська складова, демонстративне декларування «європейських цінностей» та рух «у фарватері» визнаних демократій, і при тому ігнорування реальних соціально-економічних проблем громадян своєї країни, безробіття, вражаюча бідність, деградуючі охорона здоров'я, наука, освіта... І, як наслідок, масова міграція трудової частини населення за межі своєї країни у пошуках засобів для існування і кращої долі. Якщо влада «глуха» або свідомо ігнорує проблеми населення, це зводить нанівець будь-які, навіть найдемократичніші закони і, зазвичай, призводить до колосальних потрясінь і збурень. Україна пройшла через це не один раз та й нині стоїть на дуже непевній межі.

Фактична «традиція» змінювати владу на майданах, а не внаслідок вільного демократичного волевиявлення через законом визначені виборчі процедури, котра складається на наших очах в Україні, свідчить: по-перше, про слабкість правових механізмів, котрі «падають» передовсім внаслідок ігнорування (приховане чи й очевидне) норм Конституції; по-друге, про відсутність реального народовладдя; по-третє, про «конфлікт невідповідності» влади мільйонерів та мільйонів злидарюючих громадян через величезне соціальне розшарування.

Нині не прийнято говорити про марксизм. А не завадило б! Адже процеси в Україні останніх десятиріч відбуваються за класичною марксистською теорією: верхи не можуть (ефективно і демократично управляти, реалізовувати волю громадян, адекватно реагувати на суспільні потреби і очікування тощо) в силу відомої і об'єктивної природи капіталу, орієнтованої на здобуття надприбутків будь-якими, аж до найбрутальніших, способами; низи не бажають далі терпіти(сваволлю чиновництва, здириницьку поведінку олігархів, брутальне приниження людської гідності, прояви різного роду гноблення і утисків).

Власне, трагічні події кінця 2013 – початку 2014 років, названі Революцією Гідності, мали в основі саме боротьбу за рух до Європи цінностей, а не Європу географічну, де ми і так у самісінькому центрі. Щоправда, індекси розвитку, з людським потенціалом в основі, ставлять сучасну Україну, котра ще після розпаду СРСР мала один з найвищих економічних, науково-освітніх та соціальних потенціалів, на останні щаблі у рейтингах країн, фактично на узбіччя цивілізаційного поступу. Можна стверджувати з високим ступенем вірогідності, що Україна перебуває на порозі чергових соціальних потрясінь, якщо й надалі ігноруватимуться чи й брутально порушуватимуться норми Конституції, права і свободи людей, передусім, право на гідне життя. У цьому випадку рано чи пізно виявиться потенціал громадянського інформаційного суспільства, яке, зорганізувавшись за допомогою комунікативного ресурсу, застосує пряму демократію і позбавить себе від далекої від його інтересів влади.

І це тенденції не лише українські. Громадянське інформаційне суспільство проявляє свою силу у багатьох країнах, захищаючи соціальні права, виборюючи достойні стандарти життя. Домінують у таких процесах потужні професійні спільноти. Майбутнє планети

обстоюють потужні екологічні організації, рух «зелених». За розвиток, безпеку і гідне життя для усіх, а не лише для «золотого мільярда» борються антиглобалісти... І це промовисті прояви солідарної боротьби за права людини з боку громадянського інформаційного суспільства. Хоча події останнього часу у Сполучених Штатах свідчать, що авторитаризм легко може зламати навіть, здавалося б, зацементовані упродовж століть демократичні механізми. Віриться, що вірус авторитаризму буде подоланий об'єднаною волею громадянського інформаційного суспільства.

Тим більше це актуально для суспільства Українського, яке після здобуття омріяного миру, після трагедії кровопролитної війни із рашистськими окупантами, перенесених жертв і втрат жодною мірою не толеруватиме маніпуляції, спроби посісти владу через зловживання, а тим більше, намагання влади узурпувати. Бажаючи зробити саме так, можна передбачити, зважаючи на роки обмеженої демократії внаслідок дії воєнного стану, знайдуться. Тому головне - забезпечити конституційну функцію народу, як джерела влади і носія державного суверенітету. Належить створити таку систему народовладдя, яка б назавжди усунула олігархічний вплив на формування представницьких органів та реально розмежувала бізнес і владу. Окрім того, мають бути створені бездоганні виборчі механізми, котрі апріорі не допускали б жодних переваг та преференцій будь-кому та жорстко припиняли політичне хабарництво у партіях та найменші спроби підкупу виборців.

Право, в основі якого – цінність особистості як творця й будівничого [12], поєднане із сучасними технологіями справді дозволяє створити нове гуманістичне громадянське інформаційне суспільство.

Література

1. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні/ За заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа. – К.: ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2006. – 384 с.
2. Інформаційне законодавство України: Науково-практичний коментар /За ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа. – К.: ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2006. - 232 с.
3. Фромм Е. Втеча від свободи. Науково-популярне видання/Еріх Фромм; перекл. з англ. М. Яковлєва. – Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2019. – 288 с.
4. Masuda Y. Information Society as Postindustrial Society/ - Wash., 1983. 171p.
5. Алексєєв В. М. Суспільство та держава: управлінські взаємовідносини: Монографія. – Чернівці: Технодрук, 2012. – 344 с.
6. Український соціум/О. С. Власюк, В. С. Крисаченко, М. Т. Степико та ін.; за ред. В. С. Крисаченка. – К.: Знання України, 2005. – 792 с.
7. Іван Чиж. Конотація символів і значень в епоху глобального протиборства: «інформаційний комунізм» чи «непритомність духовності». Доповідь на науково-практичній конференції. НУБіП України. Лютий 2024 р.
8. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти. – Х.: УВС, 2000.
9. Чиж І.С. Гарантія свободи. Без вільного слова не буває вільної людини: (За матеріалами радіоциклу «Конституцією гарантовано»). – К.: Навчальна книга, 2004. – 334 с.
10. Електронний ресурс: <https://lifter.com.ua/3301/Stiven-Hoking-v-ugase-Nastalo-samoe-opasnoe-vremya-dlya-nashey-planeti>.
11. Іван Чиж. «Невипадкові випадковості», що змінюють світ: від кібернетики до синергетики (технології, право, особа, суспільство в світлі сучасних інформаційних викликів). - Jurnalul Juridic National: Teorie si Practica (Republika Moldova), - №2(30), 2018.: - 191 с. .
12. Ющик О. І. Цінність особистості в праві: методологічні питання критеріїв виміру / Ющик О. І.// Альманах права. – 2017. – Випуск 8. с. 13 – 15.

ШКУРОВ Євген,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та реклами
Державний торговельно-економічний університет
(м. Київ, Україна).

МОСЕЙЧУК Єлизавета,
студентка спеціальності «Журналістика»,
Державний торговельно-економічний університет
(м. Київ, Україна)

III У ФОРМУВАННІ ТЕКСТІВ ВІКІПЕДІЇ

Штучний інтелект, уперше окреслений у наукових колах у 1950-х роках, привернув глобальну увагу передусім у контексті появи відкритого віртуального помічника ChatGPT наприкінці 2022 року. Упродовж лічених місяців цей сервіс став для мільйонів людей звичним інструментом виконання творчих, аналітичних та редакторських завдань. Одним зі сегментів, де ШІ дедалі помітніше демонструє свою корисність, є платформи онлайн-енциклопедій на кшталт Вікіпедії. Спираючись на дослідження про внутрішню організацію та принципи створення енциклопедичного контенту (Ayers et al., 2008; Giles, 2005), можна зазначити, що Вікіпедія, заснована 2001 року, має розгалужену систему взаємодії редакторів і добровольців, котра покликана забезпечувати як перевірку достовірності інформації, так і швидке оновлення вмісту.

У контексті дослідження впливу штучного інтелекту (ШІ) на онлайн-енциклопедії важливими є роботи, що досліджують принципи функціонування таких платформ, серед яких ключове місце займає Вікіпедія. Праця Айерс, Метьюза та Єйтса (2008) «How Wikipedia Works» розкриває механізми створення та редагування статей, організацію взаємодії у спільноті редакторів, а також окреслює основні правила і політики, що забезпечують якість енциклопедичного контенту. Автори підкреслюють, що попри відкритий характер доступу до редагування, існує складна ієрархічна система модерації та узгодження, яка уможливорює контроль за якістю інформації. Це є суттєвим фактором, який обмежує ризики, пов'язані з неналежним використанням технологій, у тому числі ШІ, при роботі з онлайн-енциклопедіями (Ayers, Matthews & Yates, 2008).

Ще одним релевантним джерелом є дослідження Джурджича і Стакіча (2021), які аналізують можливості використання Вікіпедії у навчальному процесі, порівнюючи її з новою платформою Everipedia, що базується на технології блокчейн. Автори підкреслюють значний освітній потенціал Вікіпедії завдяки відкритості, доступності та широкому охопленню тем. Дослідження демонструє, що студенти позитивно оцінюють роботу над статтями для Вікіпедії як більш цікаву та мотивуючу порівняно з традиційними формами завдань. Водночас автори наголошують на інноваційному потенціалі технологій на зразок блокчейну, які можуть значно посилити прозорість, надійність та точність онлайн-енциклопедій, хоча й зауважують, що Вікіпедія все ще залишається найбільш популярною та впливовою платформою (Djurdjic & Stakic, 2021).

Нині штучний інтелект здатний не лише генерувати пропозиції щодо формулювання та структури статей, а й виконувати завдання з коректури та виправлення помилок, що є особливо цінним для початківців та користувачів, які не володіють глибокими знаннями у певній галузі. Утім, науковці наголошують, що надмірне покладання на автоматизовані підказки без паралельного застосування критичного підходу може нівелювати якість публікацій (Djurdjic & Stakic, 2021). Зокрема, формується загроза поступового послаблення ролі редакторів у самостійному пошуку та перевірці джерел, адже швидкі й доступні відповіді ШІ здатні витіснити потребу у власному аналізі. Такий підхід спричиняє появу статей із неповним

фактажем, недостатньою логікою викладу та мінімальним залученням професійних знань. Цей брак людського контролю, якщо його вчасно не компенсувати традиційними механізмами рецензування, може вплинути на довіру до самої енциклопедичної платформи.

Водночас колаборація штучного інтелекту з досвідченими редакторами відкриває перспективи для швидшої та точнішої публікації динамічних даних, у тому числі оновлень про спортивні результати чи урядові вибори. Роботизовані боти, що працюють під керівництвом ШІ, здатні оперативно коригувати статистичні розділи та доповнювати технічні деталі, залишаючи за людиною функцію перевірки змісту та вдосконалення стилістики. Разом з тим, можливість дискутувати із чат-ботом, звертаючись до нього за порадами щодо оформлення, також спрощує процес підготовки до публічних виступів чи формування плану наукової статті. У таких ситуаціях особисті знання редактора поєднуються із різноманітними даними, які ШІ може швидко синтезувати.

Отже, вплив штучного інтелекту на онлайн-енциклопедії, зокрема такі, які можна вільно редагувати користувачам як Вікіпедія, водночас містить у собі й суттєві переваги, й потенційні загрози. Завдяки грамотному балансуванню між використанням автоматизованих інструментів та людською уважністю до джерел і фактів можна суттєво підвищити якість енциклопедичних текстів. Головним критерієм залишається виважений підхід, коли редагування із залученням ШІ супроводжується самостійною аналітикою. Саме свідоме застосування технологій дозволяє розкрити інноваційний потенціал ШІ без втрати критичного мислення, що в кінцевому підсумку позитивно позначається як на розвитку самої платформи, так і на знансєвому середовищі загалом.

Література

1. Бойко, Ю. О. (2016). Енциклопедія сучасної України – основний науковий проект Інституту енциклопедичних досліджень НАН України. Гілея: науковий вісник, (111), 96–99.
2. Боряк, Г., & Папакін, Г. (2013). Відкриті енциклопедичні гуманітарні ресурси в Інтернеті: сучасний стан і проблеми функціонування. Спеціальні історичні дисципліни, 21, 73–89.
3. Гуржій, А., Яцишин, А., & Лупаренко, Л. (2022). Концепт і генеза поняття «онлайн енциклопедія» на сторінках вітчизняної наукової літератури. Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Педагогічні науки, (2), 172–191.
4. Киридон, А. М. (Ред.). (2020). Енциклопедії як глокальні медії: колективна монографія. Київ: ДІА.
5. Киридон, А. М. (Ред.). (2017). Енциклопедичні видання в сучасному інформаційному просторі: колективна монографія. Київ: Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво».
6. Шкуров, Є. В. (2023). Онлайн-енциклопедії як засіб формування культурного образу міста в інформаційну епоху. У Сучасна енциклопедистика: тенденції розвитку (сс. 449–459). Київ. Взято з <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/71066a53-f08a-456f-9753-e1daed1294e9/content>
7. Ayers, P., Matthews, C., & Yates, B. (2008). How Wikipedia works. San Francisco, CA: No Starch Press.
8. Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society (2nd ed.). Singapore. Retrieved from https://urb.bme.hu/wp-content/uploads/2014/05/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.compressed.pdf
9. Djurdjic, D., & Stakic, D. (2021). Online encyclopedias Wikipedia and Everipedia as technological innovations and their application in the educational process. University of Belgrade.

10. Giles, J. (2005). Internet encyclopedias go head to head. *Nature*, 438(7070), 900–901.
<https://doi.org/10.1038/438900a>
11. Kyiianytsia, I., Holik, O., Kurban, O., Yatsiuk, D., & Shkurov, Y. (2023). Information hygiene in the media space as a factor of environmental consciousness of society. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 13(2), 73–79. Retrieved from <https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/PDF/130236.pdf>

Наукове видання

СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ: МЕДІА,
МОВА, КОМУНІКАЦІЇ

Матеріали
II Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Київ, 3 квітня 2025 року)

Упорядкування – Гирич З.І.

Адреса оргкомітету конференції:
Кафедра журналістики та мовної комунікації,
гуманітарно педагогічний факультет
Національного університету біоресурсів і природокористування України,
вул. Горіхуватський шлях, 19, навчальний корпус № 1, кім. 11 Київ, 03041
е-пошта: journalism_chair@nubip.edu.ua