



**NAUKA O SOCJOKOMUNIKACJI
W PARADYGMACIE PRZEMIAN SEMANTYCZNYCH:
WYZWANIA SPOŁECZNE, TRENDY EDUKACJI
I DZIAŁALNOŚCI ZAWODOWEJ**

*Zbiór materiałów
VI Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej online,
(22 maja 2026 roku)*

**СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА НАУКА
В ПАРАДИГМІ СМИСЛОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ:
СУСПІЛЬНІ ВИКЛИКИ,
ТРЕНДИ ОСВІТИ І ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Збірник матеріалів
VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції
(22 травня 2026 року)*

Redakcja naukowa:
Tetiana Hyrina
Nataliia Moshenets

Наукова редакція:
Тетяна Гиріна
Наталія Мошенець

Łomża-Irpiń, 2026
Wydawnictwo: MANS w Łomży

UDK 811.161.2:316.7(06)

ББК 81.2(Укр)я431

У 45

*Rozpatrzone i zatwierdzone na posiedzeniu Rady Naukowej Państwowego Uniwersytetu Podatkowego
(protokół nr 20 z dnia 29 czerwca 2026 r.)*

Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets

Nauka o socjokomunikacji w paradygmacie przemian semantycznych: wyzwania społeczne, trendy edukacji i działalności zawodowej [wydanie elektroniczne] : zbiór materiałów VI Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej online, Irpiń - Łomża, 22 maja 2026 r. / Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets. Irpiń: Państwowy Uniwersytet Podatkowy; Łomża: Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2026. 338 s.

Recenzenci:

Anastasiia Bessarab, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, profesor Zakładu Psychologii i Pracy Socjalnej, Khortytska Narodowa Academia Edukacyjno-Rehabilitacyjna, Ukraina;

Anzhelika Dosenko, doktor nauk społecznych, profesor nadzwyczajny, kierownik Katedry Dziennikarstwa Narodowego Uniwersytetu Tavri im. VI.I. Wernadskiego, Ukraina

Rada Redakcyjna:

Tetiana Hyrina, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, docent, kierownik Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

Nataliia Zykun, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, dziekan Kierunku Technologii Społecznych i Humanitarnych, Sportu i Rehabilitacji, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

Olena Kalyta, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, docent, docent Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

Nataliia Moshenets, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska;

Zoia Sharlovych, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska.

ISBN 978-83-68480-26-9

DOI <https://doi.org/10.58246/NFHK6772>

Niniejszy zbiór zawiera materiały VI Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji Online pt. „Nauka o komunikacji społecznej w paradygmacie transformacji znaczeniowych: wyzwania społeczne, trendy edukacyjne oraz zawodowe”, która odbyła się 22 maja 2026 roku na Wydziale Technologii Społeczno-Humanistycznych, Sportu i Rehabilitacji Państwowego Uniwersytetu Podatkowego (Irpiń, Ukraina) przy Katedrze Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury. Publikacje odzwierciedlają kierunki oraz wyniki badań naukowych poświęconych następującym zagadnieniom: komunikacja społeczna w kształtowaniu kapitału strategicznego społeczności i terytoriów; planowanie strategiczne w sferze bezpieczeństwa i obronności; współczesna edukacja w obszarze komunikacji społecznej: wyzwania i innowacje; kompetencje językowe oraz kultura języka w dobie cyfrowych technologii komunikacyjnych; technologie mobilizacji kapitału społecznego za pomocą narzędzi reklamy i PR; dziennikarstwo ekonomiczne jako instrument wpływu na opinię publiczną; strategie komunikacyjne dziennikarstwa rozwiązań (solutions journalism) w procesie kształtowania dialogu społecznego; cyfrowe praktyki artystyczne i projektowanie w wymiarze współczesnego paradygmatu społeczno-humanistycznego. Wydanie adresowane jest do naukowców, wykładowców, studentów i doktorantów, praktyków z zakresu mass mediów, reklamy i PR, a także wszystkich osób zainteresowanych poruszoną problematyką komunikacji społecznej. Publikacja jest przeznaczona dla szerokiego grona czytelników zainteresowanych przedstawioną problematyką.

Zbiór został opracowany na podstawie gotowych materiałów dostarczonych przez autorów. Za kompletność i rzetelność przedstawionych faktów i przepisów odpowiadają autorzy publikacji. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za materiały przekazane do publikacji.

Wydawnictwo: MANS w Łomży



© Zespół autorski, 2026

©Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina, 2026

© Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska, 2026

УДК 811.161.2:316.7(06)
ББК 81.2(Укр)я431
У 45

*Розглянуто та затверджено на засіданні вченої ради Державного податкового університету
(протокол No 20 від 29 червня 2026 р.).*

Наукова редакція: Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець

Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, Ірпінь – Ломжа, 22 травня 2026 р. / Наукова редакція : Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець. Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2026. 338 с.

Рецензенти:

Бессараб Анастасія, докт. наук із соц. ком., професор, професор кафедри психології та соціальної роботи Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії, Україна;

Досенко Анжеліка, канд. наук із соц. комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики Таврійського Національного університету ім. В. Вернадського, Україна

Редакційна колегія:

Тетяна Гиріна, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор, завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, Україна;

Наталія Зикун, декан факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Державний податковий університет, Україна;

Олена Калита, к. п. н., доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, Україна;

Наталія Мошенець, Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща;

Зоя Шарлович, к. п. н, Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща.

ISBN 978-83-68480-26-9

DOI <https://doi.org/10.58246/NFHK6772>

Збірник містить матеріали VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності», що відбулася 22 травня 2026 року на базі кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації Державного податкового університету (м. Ірпінь, Україна). Публікації відображають напрями та результати наукових досліджень, присвячених таким актуальним питанням: соціальні комунікації у формуванні стратегічного капіталу громад і територій; стратегічне планування комунікацій у сфері безпеки та оборони; сучасна освіта у сфері соціальних комунікацій: виклики та інновації; мовна компетентність та культура мовлення в епоху цифрових комунікаційних технологій; технології мобілізації соціального капіталу засобами реклами та PR; економічна журналістика як інструмент впливу на громадську думку; комунікаційні стратегії журналістики рішень у системі формування суспільного діалогу; цифрові мистецькі практики та дизайн у вимірі сучасної соціально-гуманітарної парадигми. Видання розраховане на науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти, практиків у галузі масмедіа, реклами, PR та всіх, хто цікавиться окресленою соціокомунікаційною проблематикою.

Збірник сформований з готових матеріалів, наданих авторами. За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій. Видавець не несе відповідальності за надані до публікації матеріали.

Wydawnictwo: MANS w Łomży



© Авторський колектив, 2026

©Державний податковий університет, Україна 2026

©Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі, Республіка Польща, 2026

Ministerstwo Edukacji i Nauki Ukrainy
Ministerstwo Finansów Ukrainy
Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Zakład
Komunikacji
Społecznej, Literatury i Kultury (Irpın, Ukraina)
Międzynarodowa Międzynarodowa Akademia Nauk
Stosowanych
w Łomży (Rzeczpospolita Polska)
Państwowa Uczelnia Zawodowa im. prof. Edwarda F.
Szczepanika w Suwałkach (Suwałki, Rzeczpospolita
Polska)
Wyższa Szkoła Ekonomii (Bydgoszcz, Polska)
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
(Rzeczpospolita Polska)
Kijowski Narodowy Uniwersytet Technologii i Designu
Katedra Sztuki Cyfrowej (Kijów, Ukraina)
Chortycka Akademia Narodowa, Zakład Projektowania
(Zaporoże, Ukraina)
Chortycka Narodowa Akademia
Katedra Dyscyplin Społeczno-Humanistycznych i
Przygotowania Językowego Katedra Projektowania
(Zaporoże, Ukraina)
Кафедра дизайну (м. Запоріжжя, Україна)

PODZIĘKOWANIA

Składamy serdeczne podziękowania naszym Szanownym Partnerom i Współorganizatorom za połączenie sił na rzecz budowania wspólnej przestrzeni bezpieczeństwa i humanistyki. W dobie wyzwań wojennych oraz wielkich transformacji społecznych 2026 roku, żywy dialog naukowy między uczelniami wyższymi Ukrainy a wspólnotą europejską stał się prawdziwą infrastrukturą odporności i intelektualnego oporu. Kreatywny i naukowy potencjał zaprezentowanych referatów dowiódł, iż współczesna humanistyka, sztuka cyfrowa oraz kompetencje językowe stanowią te mentalne kotwice, które podtrzymują nasze społeczeństwo. Niniejsza konferencja potwierdziła, że nasze bezpieczeństwo i przyszły rozwój opierają się na solidarności, zaufaniu oraz wspólnej wierze w innowacyjny postęp nauki. Razem ku nowym intelektualnym zwycięstwom!

Міністерство освіти і науки України
Міністерство фінансів України
Державний податковий університет,
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та
культури (м. Ірпінь, Україна)
Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі
(с. Ломжа, Республіка Польща)
Державний професійний університет імені
професора Едварда Ф. Щепаніка в Сувалках
(м. Сувалки, Республіка Польща)
Вища школа економіки
(м. Бидгощ, Республіка Польща)
Економічний університет у Катовіцах
(м. Катовіце, Республіка Польща)
Київський національний університет технологій та
дизайну
Кафедра цифрового мистецтва (м. Київ, Україна)
Хортицька національна академія
Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін та
мовної підготовки
Кафедра дизайну (м. Запоріжжя, Україна)

ПОДЯКА

Щиро дякуємо нашим вельмишановним партнерам та співorganizаторам за об'єднання зусиль навколо розбудови спільного безпекового та гуманітарного простору. У часи воєнних викликів та масштабних суспільних трансформацій 2026 року живий науковий діалог між закладами вищої освіти України та європейської спільноти став справжньою інфраструктурою стійкості та інтелектуального спротиву. Творчий і науковий потенціал представлених доповідей продемонстрував, що сучасна гуманітаристика, цифрове мистецтво та мовна компетентність є тими ментальними якорями, що тримають наше суспільство. Ця конференція довела: наша безпека й майбутній розвиток тримаються на солідарності, довірі та спільній вірі в інноваційний поступ науки. Разом до нових інтелектуальних перемог!

Міністерство освіти і науки України



Державна наукова установа
«Український інститут науково-технічної
експертизи та інформації»

ПОСВІДЧЕННЯ № 303
про реєстрацію проведення заходу
від 17 лютого 2026 р.

одержувач	Державний податковий університет Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі
назва заходу	VI Міжнародна науково-практична онлайн-конференція «Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності»
дата і місце проведення	22 травня 2026 року м. Ірпінь
орієнтовна кількість учасників	100

Завідувач відділу інформаційного
забезпечення міждержавного
науково-технічного співробітництва



ЗМІСТ

ПАНЕЛЬ 1. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ

ДЕРЖИПІЛЬСЬКА Галина

ЖУРНАЛІСТИКА В РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ЯК
ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО КАПІТАЛУ
ЛОКАЛЬНИХ ГРОМАД 15

ЗИКУН Наталія

ЛОКАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНФРАСТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ
ГРОМАД У ВОЄННИЙ ПЕРІОД 18

КОПЕСТИНСЬКИЙ Тарас

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО
МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 25

КОСІК Костянтин

МІЖКУЛЬТУРНІ ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ:
АДАПТАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ДО ГЛОБАЛЬНИХ
СТАНДАРТИВ 27

KRUPKO Olena

HIGHER EDUCATION IN UKRAINE DURING THE YEARS OF FULL-
SCALE WAR: CHALLENGES AND PROSPECTS 30

ЗОЗУЛЯ Наталія

МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ МІЖ БЕЗПЕКОЮ ТА РЕАЛЬНІСТЮ 33

КУРЕПІН Вячеслав

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕВАКУАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ У ЗОНІ РИЗИКУ АТОМНИХ
ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ: KEYС ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОЇ АЕС 37

ЛЮБОВЕЦЬ Надія

МЕМУАРИ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ РЕСУРС ФОРМУВАННЯ
СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ:
ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР 41

МОРДЗИНСКА Надія

СОЛІДАРНІСТЬ ЯК АКСІОЛОГІЧНИЙ ФУНДАМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО
КАПІТАЛУ ГРОМАД 45

SVYSTAK Vladyslava

MORAL AND ETHICAL IMPERATIVES OF MODERN LOCAL
JOURNALISM IN RECORDING STORIES OF FALLEN COMPATRIOTS 48

ФОМІЧОВА Ольга

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ
ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ 51

CHEREPNINA Yelyzaveta

MEDIATIZATION OF CRISIS PROCESSES VIA TELEGRAM CHANNELS
AS A FACTOR IN SHAPING UKRAINE'S INFORMATION SPACE 55

ШЛАГІН Валентин

ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВТРАТИ ТА ВШАНУВАННЯ ПАМ'ЯТІ В
ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ 59

ЯЦЕНКО Ніна

ВІДРОДЖЕНІ СЛОВА В МОВНОМУ БУТТІ ЗМІ 62

**ПАНЕЛЬ 2. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ
У СФЕРІ БЕЗПЕКИ ТА ОБОРОНИ**

БРАДОВ Володимир

ОСОБЛИВОСТІ МІНІМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ РИЗИКІВ МАСМЕДІА
ПІД ЧАС ВІЙНИ 67

ДЖОЛОС Олег

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ
СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ 71

ЗДИРОК Марія

ЕТИЧНІ РАМКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ:
ПРОБЛЕМИ КОМУКАЦІЇ 73

ЛЮБОВЕЦЬ Григорій,

КОРОЛЬ Валерій

ГЕОСТРАТЕГІЧНИЙ ПАРАДОКС 2026 РОКУ: КОМУНІКАЦІЇ
ВІДСТАЮТЬ ВІД ХАРАКТЕРУ ВІЙНИ 82

MISHCHENKO Oleksii

PUBLIC ADMINISTRATION OF CRISIS INFORMATION DISCLOSURE TO
THE POPULATION BY MUNICIPAL SECURITY DEPARTMENTS OF CITY
COUNCILS AS EXEMPLIFIED BY THE UTILITY ENTERPRISE
MUNICIPAL VARTA OF THE IRPIN CITY COUNCIL 86

П'ЯНОВ Сергій

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА
ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ТА
БЕЗПЕКОВИЙ ВИМІРИ 93

РУДЕНКО Світлана

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “ВОРОЖІ МЕДІА” В
УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ВОЄННОГО ЧАСУ 97

СТЄКОЛЬЩИКОВА Валентина

ВИМІРЮВАННЯ ПРАВДИ: КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА
СУСПІЛЬНОГО РЕЗОНАНСУ ВОЄННОЇ РОЗСЛІДУВАЛЬНОЇ
ЖУРНАЛІСТИКИ 101

ПАНЕЛЬ 3. СУЧАСНА ОСВІТА У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВИКЛИКИ ТА ІННОВАЦІЇ

БАЦУРОВСЬКА Ілона ЦИФРОВА СТІЙКІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ: ПОТЕНЦІАЛ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА КІБЕРБЕЗПЕКИ	105
БОЙЧЕНКО Валентин МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА	108
БОЛЬШАГІН Дмитро НАРОДНА КУЛЬТУРА ЯК ФОРМА КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВОЛОНТЕРСТВО, РИТУАЛИ ПАМ'ЯТІ ТА ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДИ	112
ДЄНІЖНА Світлана ПСИХОЛОГІЧНІ ПРЕДИКТОРИ ФАБІНГУ В МІЖОСОБИСТІСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	119
ЗАЙЦЕВА Інна, ЛЕВЧЕНКО Анастасія ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА КУЛЬТУРНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНИ	123
ІЩЕНКО Руслан, ГОРБУНОВИЧ Ірина ФРАГМЕНТАРНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ПРОБЛЕМА НИЗЬКОЇ УСПІШНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ІЗ ТОЧНИХ ДИСЦИПЛІН	128
КАЛИТА Олена ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАНАРАТИВІВ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ: ЕКЗИСТЕНЦІЙНІ ВИКЛИКИ	131
КАПШУК Наталія, ПАНАСЮК Валентин ЦИФРОВІ МЕТОДИ МЕДІАОСВІТИ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ	134
КОВАЛЬ Олена СУЧАСНА ОСВІТА У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МУЛЬТИМЕДІЙНОГО НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА	137
KRUPKO Olena INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO HIGHER EDUCATION IN UKRAINE	140
ЛЕВКІВСЬКА Людмила АДАПТИВНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ У ВИКЛАДАННІ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ	144

ЛЕВКІВСЬКИЙ Сергій

ПРАКТИКООРІЄНТОВАНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТЕХНІЧНИХ
ДИСЦИПЛІН В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ІНЖЕНЕРНОЇ
ОСВІТИ 1
48

МИХАЙЛЕНКО Владислав

СУЧАСТІ ТРЕНДИ ВИКЛАДАННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ 152

ПОБЕРЕЖЕЦЬ Ганна

ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА НОВІ
ПІДХОДИ 156

ПОНОМАРЕНКО Людмила

ПРОФЕСІЙНІ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ “ЖУРНАЛІСТИКА”:
НОРМАТИВНІ МЕХАНІЗМИ ПРИСВОЄННЯ 159

RODIONOV Vitalii

THE PROBLEM-ORIENTED FEATURE ARTICLE AS AN INSTRUMENT
FOR SHAPING VALUE ORIENTATIONS AND NATIONAL IDENTITY IN
MODERN YOUTH 164

СОВА Маргарита

ЕКЗИСТЕНЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДОСЯГНЕННЯ
ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 168

ТІЛЬНЯК Неоніла

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ФОРМУВАННЯ
ОСВІТНЬОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТІВ 172

**ПАНЕЛЬ 4. МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ТА КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ В
ЕПОХУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

BALALAIIEVA Olena

DIGITAL RESOURCES FOR TEACHING LATIN AND DEVELOPING
TERMINOLOGICAL COMPETENCE OF FUTURE VETERINARIANS 175

БОЙЧЕНКО Валентин

ТЕХНОЛОГІЇ МІКРОНАВЧАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА
ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ 178

ГАЙДУК Денис

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРАКТИКУ ПЕРЕКЛАДУ: НОВІ
МОЖЛИВОСТІ ТА ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ 181

HYRINA Tetiana

THE ROLE OF EMIGRANT ARTISTS IN SHAPING THE SOCIO-
CULTURAL SPACE OF THE UKRAINIAN DIASPORA IN THE USA (THE
CASE OF E. KUZIV) 183

ГОРЕЦЬКА Станіслава

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ПІД ЧАС
ВІЙНИ 187

ГРИНЕВИЧ Наталія ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА КУЛЬТУРУ МОВЛЕННЯ	190
ЄЛЬНІКОВА Наталія ТРУДНОЩІ УНІФІКАЦІЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	193
Оксана ЗУБЕНКО, Анатолій ЛЕВКОВ ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ	196
ЗЮБАНОВ Максим ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ЕТИЧНИЙ БАР'ЄР АВТЕНТИЧНОСТІ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ЗГЕНЕРОВАНИЙ КОНТЕНТ	202
КОЛОСОВА Єлизавета СУРЖИК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ЗАГРОЗА МОВНІЙ ІДЕНТИЧНОСТІ ЧИ НОВА КОМУНІКАТИВНА НОРМА?	205
КРИЦЬКА Антоніна, ШАРКОВА Марія МОВНА СТІЙКІСТЬ АГРОНОМА В УМОВАХ ДВОМОВНОГО СІЛЬСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	207
ЛЕВКОВ Анатолій, КОЛІСНИК Катерина КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФІЗИЧНОГО ТЕРАПЕВТА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИХИЛЬНОСТІ ПАЦІЄНТІВ ДО РЕАБІЛІТАЦІЇ	210
НАУМЕНКО Ліана ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МОВЛЕННЄВУ КУЛЬТУРУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА	213
ОНУЧАК Людмила РУЖЕНСЬКА Тетяна СМИСЛОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	216
ОКНОТА Sofiia ETHICAL DILEMMAS OF USING AI-GENERATED CONTENT IN DIGITAL MEDIA: THE PROBLEM OF VERIFICATION AND TRUST EROSION	219
ПРАЙС Igor МОВНА ОСОБИСТІСТЬ У ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	222
ПРОКОПЕНКО Діана МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ В ЕПОХУ СВІТОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ	225

РИБІНА Наталія

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВИКЛАДАННЯ ПЕРЕКЛАДУ
АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В УМОВАХ СМИСЛОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ 228

РОМАНІВ Ірина

БРЕНД ЯК УЧАСНИК СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ: PR-КОМУНІКАЦІЇ
УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ 230

РОМАНЧУК Світлана

АСОЦІАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА:
КОГНІТИВНИЙ ТА МОВНИЙ АСПЕКТИ 232

СУКАЛЕНКО Тетяна,

ШПЕТНА Світлана

НОРМАТИВНІСТЬ І ЕКСПРЕСИВНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНОМУ
МОВЛЕННІ ФАХІВЦІВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ 236

ТУРЧАК Олена

НЕОЛОГІЗМИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ 240

УМІНСЬКА Олена

ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА В
УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ 242

ФІЛІМОНКОВА Вікторія

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ В
INSTAGRAM В УМОВАХ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ 246

ЧУБАТОВ Микита

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ У ВІК ЦИФРОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ: РИЗИКИ ТА НАСЛІДКИ 248

**ПАНЕЛЬ 5. ТЕХНОЛОГІЇ МОБІЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ
ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ ТА PR**

HERASHCHENKO Inna

CONTENT MARKETING AND SOCIAL MEDIA AS TOOLS OF
INTERACTION WITH THE TARGET AUDIENCE 251

ЗРАЖЕВСЬКА Ніна

МІЖНАРОДНА ПІДТРИМКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ) УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ 254

КЮРКЧЮ Евеліна

PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО
КАПІТАЛУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ 257

NECHAI Svyatoslav

COMMUNICATION SUPPORT FOR THE IT SPHERE AS A STRATEGIC
FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF THE NATIONAL ECONOMIC
SYSTEM 260

ПРОНЕВИЧ Олексій	265
ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ЗОВНІШНЬООРІЄНТОВАНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ВЛАДНИХ ПОВНОВАЖЕНЬ	
RIABOTYNSKA Kateryna	
THE ROLE OF NICHE PODCASTS IN THE FORMATION OF PROFESSIONAL COMMUNITIES: A CASE STUDY OF THE IT INDUSTRY	272
ПАНЕЛЬ 6. ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ	
DADIVIERINA-PEREKHRESTIUK Yelizaveta	
ECONOMIC JOURNALISM AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING SOCIAL CONSENSUS ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REGIONS	276
ЗИМА Ольга	
НАПРЯМИ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ЕКОНОМІЧНУ ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ	284
KOZACHENKO Veronika	
THE ROLE OF BUSINESS JOURNALISM IN EXPLAINING TAX REFORMS AND SHAPING PUBLIC ATTITUDES TOWARD THE NEW FISCAL POLICY	288
ТИЩЕНКО Єлизавета	
ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ НОВИН НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНИХ НАСТРОЇВ В УМОВАХ КРИЗИ	292
ПАНЕЛЬ 7. КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ	
БЕССАРАБ Анастасія	
КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ: KEY CASE ITALY (2025–2026 PP.)	294
HYRINA Tetiana	
THE PHENOMENON OF ORDINARY PEOPLE'S HEROISM IN THE SOCIO- COMMUNICATIVE SPACE OF FRONTLINE ZAPORIZHZHIA	297
МАСЛАКОВ Ярослав	
КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНТЕРВ'Ю НА ОФЛАЙН ПАНЕЛЯХ В ІТ-ІНДУСТРІЇ: ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ТА МЕДІЙНИЙ АСПЕКТ	301
ПАНЕЛЬ 8. ЦИФРОВІ МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ ТА ДИЗАЙН У ВИМІРІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОЇ ПАРАДИГМИ	
БИРКА Богдан,	
ПАШУКОВА Світлана	
ВІЗУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ ІСТОТ У ЖАНРІ ХОРРОР	305

БОЖКОВА Єлизавета, САНАКОЄВА Наталя	
КОПРАЙТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА У DIGITAL-КОМУНІКАЦІЯХ (НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН-ШКОЛИ “MENTORA ACADEMY”)	308
ВЕРШИГОРА Ангеліна	
КОЛЯДКИ ТА ЩЕДРІВКИ ЯК ФОРМА ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ’ЯТІ	311
ЗАЙЦЕВА Інна	
МЕДІАТИЗАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ: ЯК ЗМІ ТРАНСФОРМУЮТЬ УКРАЇНСЬКИЙ ФОЛЬКЛОР	315
КОВАЛЬ Лідія	
СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА	321
МОРОКО Діана	
НЕО ФОЛЬКЛОР ЯК ВІДПОВІДЬ НА КРИЗУ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ	324
ПОЛІЩУК Лідія	
ПАШУКОВА Світлана	
АРХІТЕКТОНІКА ФОРМИ В ДИЗАЙНІ НАУКОВО-ФАНТАСТИЧНИХ ІСТОТ: ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ВІЗУАЛЬНО ПЕРЕКОНЛИВИХ ОБРАЗІВ	327
САНАКОЄВА Наталя, ЖУКОВА Катерина	
ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ БРЕНДІВ У МЕРЕЖАХ INSTAGRAM І ТІКТОК: СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ EDTECH-ПРОЄКТІВ	329
ТІЛІЖЕНКО Юлія	
ВИШИВАНКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ ТЕКСТ І СИМВОЛ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНЦІВ	332
ЧУМАРНА Валерія, САНАКОЄВА Наталя	
ОСОБЛИВОСТІ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	335

ПАНЕЛЬ 1. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ

ЖУРНАЛІСТИКА В РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО КАПІТАЛУ ЛОКАЛЬНИХ ГРОМАД

Галина ДЕРЖИПЛЬСЬКА

*асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Університету Короля Данила*

У сучасному інформаційному просторі регіонів України, в умовах повномасштабної війни та економічної нестабільності, культурна тематика часто відходить на периферію медійної уваги. Водночас дослідження Media Development Foundation, присвячене феномену інформаційної втоми в Україні, засвідчує, що аудиторія дедалі частіше уникає надмірного потоку воєнних новин через емоційне виснаження та інформаційне перевантаження [1]. У цьому контексті локальні медіа отримують можливість посилити значення контенту, пов'язаного з культурою, локальною ідентичністю та життям громади. Таким чином, культурна журналістика в регіональних онлайн-медіа може розглядатися не лише як інструмент інформування про мистецькі події, а й як механізм підтримання культурного капіталу громади в умовах воєнної та інформаційної кризи.

Проблематика культурної журналістики в українському медіапросторі частково представлена у працях О. Гарматій та С. Кісіль, які досліджують тенденції висвітлення культури в українських медіа та звертають увагу на домінування інформаційних жанрів у поданні культурної тематики [2]. Питання культурної журналістики як соціального інституту порушує Н. Засядько, наголошуючи на ролі журналістики у формуванні культурних смаків аудиторії [3]. Жанрові трансформації локальних медіа та переважання новинного контенту аналізує Л. Садова [4]. Теоретичною основою дослідження стала концепція культурного капіталу П'єра Бурдьє, яку в контексті локальних громад можна трактувати як сукупність культурних практик, інституцій і символічних ресурсів, що формують ідентичність та репутацію громади [5].

Метою дослідження є виявлення ролі регіональних онлайн-медіа у формуванні культурного капіталу громади через аналіз способів репрезентації мистецьких подій та культурних інституцій. Об'єктом дослідження стали матеріали онлайн-видань Івано-Франківська Galka.if.ua [6], KURS.if.ua [7] та «Суспільне Івано-Франківськ» [8] за період від 1 січня до 31 грудня 2025 року.

Предмет дослідження – особливості медіарепрезентації креативних індустрій та культурних практик у локальних онлайн-медіа. У роботі застосовано контент-аналіз, якісний аналіз та порівняльний метод.

Контент-аналіз засвідчив, що в усіх трьох медіа культурна тематика представлена регулярно, однак переважно через подієво-інформаційні жанри: анонси, афіші, короткі новини, репортажі та фоторепортажі. Найчастіше висвітлювалися театральні події, фестивалі, виставки, концерти та презентації книжок.

Медіа	Домінантні теми	Основні жанри	Тип репрезентації культури
Galka.if.ua	театр, фестивалі, концерти	афіша, анонс, коротка новина	культура як подія
KURS.if.ua	театр, виставки, фестивалі	новина, репортаж, культурний огляд	культура як соціальна взаємодія
«Суспільне Івано-Франківськ»	театр, культурна пам'ять, мистецтво	репортаж, інтерв'ю, пояснювальний матеріал	культура як суспільний дискурс

Аналіз матеріалів Galka.if.ua показав домінування театральної тематики та фестивальної хроніки. Культура тут репрезентується переважно як міська подія та форма дозвілля. Водночас окремі матеріали про Promprylad Art Center, виставкові проекти та мистецькі фестивалі виходять за межі сервісного інформування й формують уявлення про культуру як елемент міської ідентичності та репутаційного капіталу громади.

KURS.if.ua частіше інтегрує культурні події у соціальний контекст війни, благодійності, інклюзії та громадської взаємодії. Особливо це помітно у матеріалах про театральні постановки, які розповідали про воєнний досвід, ветеранські вистави, фестивалі та сучасне мистецтво. У цьому випадку культура постає не лише як сфера дозвілля, а як механізм суспільної солідарності та комунікації громади.

Натомість «Суспільне Івано-Франківськ» значно частіше репрезентує культурні події через суспільний, історичний та меморіальний контекст. Матеріали про театр, виставки та мистецькі інституції пов'язані з темами війни, пам'яті, деколонізації та регіональної ідентичності. Якщо комерційні локальні медіа здебільшого репрезентують культуру через подієвість та сервісне

інформування, то «Суспільне Івано-Франківськ» формує інтерпретаційний дискурс культури, у межах якого мистецькі події набувають значення інструменту колективної пам'яті, громадянської ідентичності та символічного капіталу регіону.

Отже, культурна журналістика в регіональних онлайн-медіа Івано-Франківська виконує не лише інформаційну, а й соціокультурну функцію. Попри домінування подієво-інформаційних жанрів і недостатню представленість професійної арткритики, локальні медіа беруть участь у формуванні культурного капіталу громади через репрезентацію мистецьких подій, культурних інституцій та практик локальної ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Information Fatigue as a Window of Opportunities: A Chance for Regional Media During the War and Beyond. Media Development Foundation. URL: <https://news-fatigue-research.mediadevelopmentfoundation.org/> (дата звернення: 12.05.2026).
2. Гарматій О., Кісіль С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2019. № 3. С. 52–58.
3. Засядько Н. Культурна журналістика як складова соціального інституту журналістики : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій. Київ, 2015. 20 с.
4. Садова Л. Жанрові трансформації локальних онлайн-медіа // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2025. Т. 36 (75). № 5. С. 272–278.
5. The Forms of Capital Bourdieu P. The Forms of Capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / ed. by J. Richardson. New York: Greenwood Press, 1986. P. 241–258.
6. Galka.if.ua: сайт локального онлайн-медіа. URL: <https://galka.if.ua/> (дата звернення: 13.05.2026).
7. KURS.if.ua: сайт локального онлайн-медіа. URL: <https://kurs.if.ua/> (дата звернення: 13.05.2026).
8. «Суспільне Івано-Франківськ»: регіональна платформа Суспільного мовлення. URL: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/> (дата звернення: 13.05.2026).

ЛОКАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНФРАСТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ ГРОМАД У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Наталія ЗИКУН

*докт. наук із соц. ком., професор,
декан факультету соціально-гуманітарних технологій
спорту та реабілітації
Державного податкового університету*

Локальні медіа – це сегмент медіасистеми, що функціонує на рівні міста, громади або регіону, фокусуючись на подіях та практиках локальної спільноти. У науковій літературі їх розглядають як ключовий елемент медіаекології демократичних суспільств, оскільки вони забезпечують інформаційну близькість до громад та підтримують горизонтальні комунікації.

В Україні рівень довіри до локальних медіа традиційно вищий, ніж до національних, адже вони ближчі до повсякденного досвіду аудиторії та швидше реагують на місцеві події.

Мета дослідження: виявити особливості трансформації комунікаційних стратегій локальних медіа України в умовах війни та визначити їхню роль у зміцненні соціальної стійкості громад.

Насамперед слід відзначити загальну структурну трансформацію локальних медіа: відмову від паперових носіїв і перехід на цифрові платформи; зростання ролі соціальних мереж як каналів локальної інформації; гібридизацію журналістських і громадських комунікацій; посилення залежності від грантового та донорського фінансування, особливо в кризових умовах. М. Василюк зазначає, що трансформація регіональних медіа під впливом цифрових платформ і децентралізації посилює їхню роль у локальній адаптації та забезпеченні стійкості громад. Дослідник характеризує цифрові платформи (соціальні мережі, відеохостинги, месенджери та спеціалізовані сервіси для створення контенту) як чинники розширення аудиторного охоплення та оптимізації процесів виробництва й поширення контенту локальними медіа [1].

Сучасні медіадослідження дають підстави сформулювати узагальнений концептуальний портрет українських локальних медіа, які можуть бути охарактеризовані як: кризові інституції публічної комунікації [2; 3]; елемент соціальної стійкості громад [1; 4]; механізм демократичної взаємодії [5; 6].

Повномасштабна війна Росії проти України радикально змінила функціонування медіасистеми, причому локальний рівень зазнав одночасно найбільших ризиків і набув найвищої соціальної значущості. Локальні медіа

перестали бути лише каналами інформування про місцеві події та перетворилися на інструменти кризових комунікацій, соціальної мобілізації, платформи консолідації громад, канали протидії дезінформації й елементи інформаційної безпеки територій.

У цих умовах локальні медіа формують нові комунікаційні моделі взаємодії між громадою, владою, волонтерським сектором і військовими структурами. Узагальнювальні звіти медіааналітичних організацій засвідчують, що локальні медіа в Україні продовжують працювати навіть у прифронтових регіонах, попри втрати інфраструктури та персоналу [7].

Тематика публікацій локальних медіа після 24 лютого 2022 року зазнала докорінної трансформації. Якщо раніше домінували локальні новини, питання благоустрою та критика місцевої влади, то з початком повномасштабного вторгнення локальні медіа стали важливим інструментом стратегічної комунікації та забезпечення соціальної стійкості громади.

Аналіз контенту засвідчує тематичне переформатування та домінування тем війни, безпеки й евакуації; зростання ролі соціально-побутової інформації; зменшення частки політичного плюралізму на локальному рівні. Це відповідає загальній трансформації медіаспоживання в умовах війни [8].

І. Дармостук зазначає, що «з кожним роком великої війни українці все менше споживають контент про бойові дії, поступово перемикаючи увагу на більш легкі теми», продовжуючи, що «аналітичний контент, пов'язаний з економікою, відбудовою, соціальними проблемами, що був майже непомітним у 2022 році, у 2023–2024 рр. набував усе більшої аудиторної ваги» [8].

Через тематичний контент локальні медіа фактично виконують функції кризової комунікації, координації ресурсів і формування суспільної довіри. Тобто, тематика локальних медіа в умовах війни виконує не лише інформаційну, а й стратегічно-комунікаційну функцію.

Дослідження фіксують, що саме регіональні та міські редакції стали ключовими джерелами оперативної інформації про безпеку, гуманітарні події та життя громад під час бойових дій.

Матеріалом для наших узагальнень стали публікації міських онлайн-видань мережі «The City», яку допомогла створити та підтримує Агенція медійного росту «Або», надаючи редакціям технологічну платформу й методологічну підтримку. «Мережа The City – це понад 45 видань у містах із населенням від 7 до 250 тисяч, багато з яких працюють у прифронтових громадах сходу й півдня України. На початку заснування видання мережі «The City» були насамперед про лайфстайл: історії людей, події, креативну рекламу. Проте сьогодні частина цих редакцій – нейтральні майданчики діалогу, які не просто описують проблеми, а

супроводжують громади від виявлення виклику до спільного рішення. Це реальна трансформація місцевих медіа в інструмент дії та довіри, яка може стати прикладом для всіх локальних медіа» [9].

Ми проаналізували понад 60 публікацій мережі «The City» за 2022–2026 рр., відібраних за критеріями тематичної релевантності до воєнного контексту та соціальної функціональності контенту, зокрема, видань «Глухів.City», «Конотоп.City», «Старкон.City», «Тростянець.City». Методологія дослідження базується на контент-аналізі та тематичній класифікації.

С. Томіленко підкреслює, що прифронтна преса в Україні виконує функцію «інформаційного фронту», де головним завданням є оперативне та достовірне інформування суспільства в умовах воєнного стану [2].

І. Калініна та О. Даниліна зазначають, що регіональні медіа в умовах небезпеки трансформуються в канали критично важливої інформації для суспільства. У цьому підході локальні медіа розглядаються як складова соціальної та комунікаційної резильєнтності громад [3].

У воєнних умовах локальні медіа підтримують не лише суспільний контроль над владою, а й горизонтальні комунікації в громадах. «У липні минулого року Агенція медійного росту «Або» запустила другий сезон проєкту «Медіатори громад», що підтримується посольством Великої Британії в Україні. У ньому журналісти десяти локальних видань мережі «The City» виступають медіаторами – посередниками між громадою і владою, допомагаючи знаходити й упроваджувати рішення місцевих проблем» [10].

У дослідженні систематизовано комунікаційні стратегії локальних медіа України в умовах повномасштабної війни та запропоновано їхню типологію як механізмів формування соціальної резильєнтності громад.

1. Стратегія комунікаційного забезпечення життєстійкості громади.

Тема безпеки та цивільного захисту є нині одним із найбільш пріоритетних напрямів локальних медіа й виконує виразну утилітарну функцію. Вона реалізується через оповіщення аудиторії про порядок дій під час повітряних тривог, поширення мап укриттів, графіків роботи критичної інфраструктури та пунктів незламності.

Локальні медіа також спростовують чутки про ворожі ДРГ, наступи на конкретні населені пункти чи дефіцит продуктів, що є критично важливим для запобігання паніці. Таким чином вони виконують функцію оперативного навігатора в кризових ситуаціях, мінімізуючи невизначеність і підтримуючи базову інформаційну стабільність громади.

Типовими прикладами реалізації цієї стратегії є: оперативна інформація про роботу магазинів, аптек, банків та АЗС, повідомлення про наявність

електроенергії, мобільного зв'язку та інтернету, публікації про пункти незламності, укриття та гуманітарні штаби («В Конотопі реалізується проект “Майданчик незламності UA”. На кого він розрахований», Конотоп.City, 20 червня 2023; «Укриття в Конотопській територіальній громаді: оприлюднили список адрес», Конотоп.City, 04 червня 2023); логістична інформація щодо транспорту й евакуації, роз'яснення алгоритмів дій під час блекаутів або обстрілів; спростування фейків і чуток про дефіцит продуктів, наступи чи диверсійні групи («Пропаганда росії поширює фейк про зниклих підлітків на Сумщині, яких мобілізують до ЗСУ», Тростянець.City, 23 січня 2025), інформування про графіки роботи критичної інфраструктури.

Завдяки такому контенту локальні медіа підтримують функціонування повсякденного життя громади та знижують рівень соціальної тривожності.

2. Стратегія мобілізації громадської солідарності та координації допомоги. У період повномасштабної війни локальні медіа стають своєрідними комунікаційними центрами громадської мобілізації, об'єднуючи мешканців навколо спільної мети підтримки військових і забезпечення потреб фронту.

Ця стратегія реалізується через публікації, спрямовані на координацію ресурсів, посилення горизонтальних зв'язків і формування культури спільної відповідальності.

Її основними проявами є: поширення інформації про збори коштів на дрони, автівки, амуніцію, медичне обладнання та інші потреби військових («Конотоп зазнав атаки. Куди донатити на помсту», Конотоп.City, 12 вересня 2024); висвітлення діяльності локальних волонтерських ініціатив («Як і чим допомагають українському війську старокостянтинівці. Долучайся!», Старкон.City, 27 лютого 2022), публікування історій про мешканців громади, залучених до допомоги фронту; координація гуманітарних і логістичних потреб («Під час війни допомогу по безробіттю виплачують вчасно, але по-новому», Конотоп.City, 15 серпня 2023); популяризація практик взаємодопомоги та громадянської участі; персоналізація підтримки через матеріали про військових-земляків і волонтерів («Вона тримає небо: історія жінки з Хмельниччини, яка опанувала Patriot», Старкон.City, 24 листопада 2025; «Три роки полону: історія морпіха Дмитра Джуса зі Старокостянтинова», Старкон.City, 23 травня 2025).

Відтак локальні медіа формують відчуття причетності громади до спільного спротиву, підтримують моральну єдність тилу та перетворюють локальну солідарність на важливий елемент суспільної резильєнтності.

3. Комунікаційна стратегія виживання та адаптації. Економічна резильєнтність громади значною мірою ґрунтується на рівні обізнаності

населення. Саме локальні медіа стали каналом поширення практичних моделей адаптації населення та бізнесу до воєнних умов.

Ця стратегія реалізується у публікаціях про релокацію підприємств із прифронтових та окупованих територій; історії інтеграції релокованого бізнесу в нові громади; кейси адаптації малого та середнього бізнесу до умов війни; публікації про перекваліфікацію та нові форми зайнятості («Вам також вдасться! Як ЄС підтримує жіноче підприємництво в Україні», Тростянець.City, 20 березня 2024; пояснення умов державних програм підтримки бізнесу («Робота», грантові ініціативи, міжнародні донорські програми) («Конотоп отримав допомогу від шведських партнерів. Що надійшло», Конотоп.City, 9 червня 2023; «Як писати грантову заявку: інструкція», Тростянець.City, 03 березня 2023); інструктивний контент щодо отримання фінансової допомоги, кредитування, компенсацій («Ваша компанія, ваш успіх: шлях до отримання кредиту на бізнес», Конотоп.City, 21 травня 2023); інформацію про локальні можливості працевлаштування та підприємницької співпраці («Старокостянтинів: місто, де можна почати спочатку», Старкон. City, 28 травня 2025).

4. *Стратегія формування довіри та соціального капіталу.* Одним із ключових завдань локальних медіа стало зміцнення довіри всередині громади, без якої неможлива ефективна резильєнтність.

Реалізація цієї стратегії відбувається через висвітлення прозорості використання бюджетних коштів у воєнний час; опублікування звітів про витрати громади на оборону, гуманітарну сферу та критичну інфраструктуру («Енергетична стійкість громади: як Дмитрівська громада готується до наступної зими», Знам'янка.City, 15 квітня 2026); матеріалів про діяльність волонтерських ініціатив і громадських організацій; висвітлення взаємодії влади, бізнесу та громади; історії успішних місцевих підприємців, які продовжують працювати під час війни; публікації про взаємодопомогу всередині громади.

Видання мережі «The City» долучаються до розроблення стратегій розвитку громад, ініціюють суспільний діалог і стимулюють вирішення локальних проблем. Такий контент формує соціальний капітал громади, підтримує економічну активність і стимулює відповідальну поведінку бізнесу та громадян [3].

5. *Стратегія меморіалізації та збереження колективної пам'яті.* В умовах повномасштабної війни локальні медіа виконують важливу меморіальну функцію, формуючи локальний простір пам'яті та символічний пантеон героїв громади. Ця стратегія реалізується через персоналізоване висвітлення історій загиблих військових, волонтерів і цивільних, що сприяє збереженню пам'яті про кожного захисника та інтегруванню її в колективну пам'ять громади.

Основними тематичними проявами цієї стратегії є публікація розгорнутих біографічних матеріалів про загиблих воїнів-земляків; висвітлення історій життя, професійного шляху, родинних і громадських зв'язків полеглих; репортажі з церемоній прощання, відкриття меморіалів та пам'ятних заходів («У Знам'янській громаді відкрили пам'ятний знак зниклим безвісти "Серце надії"», Знам'янка.City, 17 травня 2026); «Як не забувати про хвилину мовчання: прості способи нагадати собі про неї», Знам'янка.City, 3 квітня 2026); інтерв'ю з родинами, побратимами та друзями загиблих; створення цифрових архівів пам'яті та тематичних спецпроектів; увічнення локального досвіду війни через фото-, відео- та текстові свідчення.

Через таку комунікаційну практику локальні медіа не лише інформують про втрати, а й формують моральну та історичну тяглисть громади, підтримують колективне переживання травми й сприяють конструюванню локальної ідентичності в умовах війни.

Отже, Локальне медіа перестає бути лише джерелом новин і перетворюється на складову механізму виживання громади. Контент локальних медіа набуває виразної соціально-консолідаційної функції.

Роль медіа у формуванні економічної та соціальної резильєнтності громади в умовах воєнного стану виходить далеко за межі простого інформування. Локальні медіа виступають активним суб'єктом, який поєднує горизонтальні зв'язки між бізнесом, владою та мешканцями, створюючи умови для адаптації громади до кризових викликів і шоківих навантажень.

Список використаних джерел:

1. Василецький, М. (2024). Вплив цифрових платформ на розвиток і функціонування регіональних медіа України. Вісник Книжкової палати. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.10\(339\).14-20](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.10(339).14-20).
2. Томіленко, С. А. (2025). Прифронтна преса в умовах війни: ресурсна вразливість і стратегія виживання. Обрії друкарства, (2(18), 20–33. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.2\(18\).338131](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.2(18).338131).
3. Каліна, І., Даниліна, О. (2023). Функціонування регіональних засобів масової інформації в небезпечних та карантинних умовах. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія, (1 (6), 64-68. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.1.10>.
4. Mryglod O., Nazarovets S. (2023). Ukrainian Arts and Humanities research in Scopus: A Bibliometric Analysis. URL: <https://arxiv.org/abs/2308.07700>.

5. Fedirko, T. (2021). Liberalism in fragments: oligarchy and the liberal subject in Ukrainian news journalism. *Social Anthropology*, 29(2), 471–489. <https://doi.org/10.1111/1469-8676.13063>.

6. Somfalvy, E., & Pleines, H. (2021). The Agency of Journalists in Competitive Authoritarian Regimes: The Case of Ukraine. *Media and Communication*, 9(4). URL: <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4227>.

7. Український медіаландшафт 2022-2024. Зміни в медіа під час повномасштабного вторгнення. URL: <https://www.kas.de/uk/web/ukraine/einzeltitel/-/content/ukrains-kij-medialandsft-2022-2024-zmini-v-media-pid-cas-povnomasstabnogo-vtorgnenna-1>.

8. Дармостук, І. (2025). Медіапростір України 2022–2024 років: виклики трансформації. *Інтегровані комунікації*, (2(20), 27–35. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.24>.

9. Золотухіна Д. Медіа як посередники: як локальні редакції розв’язують проблеми громад. 24 жовтня 2025. <https://detector.media/community/article/245121/2025-10-24-media-yak-poserednyky-yak-lokalni-redaktsii-rozvyazuuyut-problemy-gromad/>.

10. Ониськів М. Редакції в евакуації: як працюють і допомагають розв’язувати проблеми своїх громад релоковані медіа. 20 Лютого 2026. URL: <https://detector.media/community/article/247820/2026-02-20-redaktsii-v-evakuatsii-yak-pratsyuyut-i-dopomagayut-rozvyazuvaty-problemy-svoikh-gromad-relokovani-media/>.

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Тарас КОПЕСТИНСЬКИЙ

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Західноукраїнського національного університету*

У сучасних умовах децентралізації комунікація стає одним із ключових елементів організаційно-функціонального механізму управління розвитком територіальних громад. Ефективна взаємодія між органами місцевого самоврядування, громадськістю, бізнесом та інститутами громадянського суспільства забезпечує прозорість управлінських процесів, підвищує рівень довіри населення до влади та сприяє формуванню спроможних громад. В умовах воєнних викликів та суспільних трансформацій комунікаційна складова набуває особливого значення, оскільки забезпечує не лише інформування громадян, а й консолідацію суспільства навколо спільних стратегічних цілей.

Організаційно-функціональний механізм управління розвитком територіальних громад включає систему суб'єктів управління, управлінських функцій, інструментів взаємодії та інформаційно-комунікаційних процесів. У цьому контексті комунікація виконує інтегративну функцію, поєднуючи стратегічне планування, управлінське рішення та механізми громадської участі. Особливого значення набувають цифрові комунікаційні технології, електронне врядування, інструменти електронної демократії та партиципативного управління, які забезпечують оперативний зворотний зв'язок між владою та громадою.

Функціональна структура механізму управління розвитком територіальних громад передбачає реалізацію інформаційної, координаційної, організаційної, мотиваційної та контрольної функцій. Комунікація забезпечує ефективність кожної з них, адже саме через систему інформаційного обміну формується взаємодія між суб'єктами місцевого самоврядування та населенням. Водночас недостатній рівень комунікації між владою та громадянами залишається одним із ризиків реалізації реформи децентралізації в Україні. Це проявляється у низькому рівні залучення громадян до процесів прийняття рішень, недостатній прозорості діяльності органів місцевого самоврядування та обмеженій ефективності стратегічного управління розвитком громад.

Сутність організаційно-функціонального механізму управління розвитком територіальних громад полягає у створенні системи взаємопов'язаних

управлінських елементів, спрямованих на забезпечення сталого розвитку територій. У цьому аспекті комунікація виступає не лише інструментом передачі інформації, а й засобом формування соціального партнерства, розвитку локальної демократії та зміцнення соціальної згуртованості громади. Саме через комунікаційні механізми реалізується принцип відкритості влади, підвищується рівень громадської довіри та забезпечується ефективне управління ресурсами громади.

Перспективи розвитку організаційно-функціонального механізму управління територіальними громадами пов'язані з удосконаленням комунікаційних стратегій органів місцевого самоврядування, впровадженням сучасних цифрових платформ взаємодії та розвитком комунікаційної компетентності управлінських кадрів. Важливою умовою ефективного розвитку територіальних громад є формування системи стратегічних комунікацій, орієнтованої на забезпечення прозорості, відкритості та участі громадян у процесах місцевого управління. Це дозволяє підвищити ефективність реалізації управлінських рішень та забезпечити стійкість розвитку громад в умовах суспільних трансформацій.

Список використаних джерел:

1. Бараболя В. Комунікація між владою та громадою в територіальних громадах України: виклики війни, децентралізації та шляхи інституційної реалізації. Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методики викладання соціально-політичних дисциплін. 2025. № 37. С. 72–83.
2. Білоус Я., Василенко В. Формування системи організаційного забезпечення розвитку територіальних громад України: теоретичні аспекти // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2024. № 6(286). С. 210–216.
3. Горбатюк М. Реформа децентралізації в Україні: проблеми здійснення в умовах суспільної кризи. Політичні дослідження. 2021. № 1. С. 22–39.
4. Лопушинський І., Філіппова В., Плющ Р. Механізми забезпечення сталого розвитку територіальних громад в умовах децентралізації влади в Україні. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2022. № 4.
5. Шевченко О., Єрьоміна А., Батицька В. Механізм публічного управління на рівні територіальних громад: земельна децентралізація та надання соціальних послуг. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2023. № 1.

МІЖКУЛЬТУРНІ ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ: АДАПТАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ДО ГЛОБАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ

Костянтин КОСІК

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Навчально-наукового
інституту права Державного податкового університету*

У сучасному світі глобалізаційних процесів міжкультурна комунікація відіграє дедалі важливішу роль у контексті інтеграції різних соціальних, економічних та політичних систем. Міжнародні контакти стали фундаментом глобального розвитку, забезпечуючи активніший обмін інформацією, ідеями та інноваціями між культурами. Посилення цього процесу значною мірою зумовлене зростанням мобільності населення та розвитком міжнародного бізнесу [1, с. 317].

У сучасному динамічному, глобалізованому бізнес-середовищі оволодіння міжкультурною комунікацією є важливим для успіху України. Оскільки вітчизняні компанії розширюються на міжнародному рівні та співпрацюють з різноманітними командами та клієнтами, здатність долати культурні відмінності стає ключовою компетенцією для фахівців та менеджерів.

Використання викликів та можливостей міжкультурної комунікації дозволяє компаніям відкривати нові шляхи для зростання, інновацій та глобального успіху. У все більш взаємопов'язаному світі розуміння культурних нюансів та побудова міцних, партнерських відносин через кордони стали вирішальною конкурентною перевагою для організацій, які прагнуть процвітати на світовому ринку.

До позитивних рис міжкультурних етнічних викликів в сучасному українському бізнесі відносять наступні: ефективна комунікація дозволяє компаніям безперебійно працювати на міжнародних ринках та долати мовні та культурні бар'єри; розуміння унікальних культурних особливостей та стилів комунікації різних регіонів дозволяє компаніям ефективно адаптувати свої стратегії до різноманітних ринків; міжкультурна комунікація сприяє співпраці та продуктивності в багатокультурних командах, зміцнюючи взаєморозуміння та повагу між членами команди; цінування різноманітних точок зору та досвіду дозволяє компаніям використовувати сильні сторони кожного члена команди для ефективного досягнення спільних цілей; побудова міцних відносин з клієнтами

та клієнтами з різним культурним походженням значною мірою сприяє успіху бізнесу.

Культура суттєво визначає спосіб, у який люди сприймають навколишній світ, формує їхні звички, стиль поведінки та особливості комунікації. У сфері бізнесу врахування культурних відмінностей допомагає запобігти ситуаціям, коли повідомлення може бути неправильно зрозумілим чи хибно інтерпретованим [2].

Компанії, які надають пріоритет міжкультурній комунікації, демонструють свою відданість різноманітності та інклюзивності, що добре сприймається клієнтами, співробітниками та зацікавленими сторонами.

У глобалізованому середовищі міжкультурна комунікація вимагає нових підходів що сприяють ефективній взаємодії між представниками різних культур. Світовий і європейський досвід доказує, що найбільш успішною стратегією міжкультурної комунікації є баланс між збереженням власної культурної ідентичності і глибоким опануванням культуру інших народів. Одним із ключових засобів подолання труднощів міжкультурної комунікації є застосування цифрових технологій, які забезпечують можливість спілкування на відстані та сприяють подоланню мовних бар'єрів [3].

Окрім економічної міграції, значну роль також відіграють вимушені міграційні процеси, спричинені війнами, конфліктами та екологічними катастрофами. Для сучасної України питання мультикультурної комунікації є особливо актуальним з двох причин: вимушена еміграція після початку війни та перспектива мультикультурної післявоєнної країни. Зрештою, війна змусила мільйони українців тікати за кордон, насамперед до Європи.

Отже, однією з головних переваг міжкультурної комунікації у бізнесі є можливість залучати різні погляди та знання. Співпраця між членами команди з різним культурним досвідом відкриває доступ до унікальних ідей, рішень та підходів. Використання цієї різноманітності забезпечує компаніям конкурентні переваги, стимулює інновації та допомагає краще розуміти потреби глобальної клієнтської аудиторії. Ефективна міжкультурна взаємодія дозволяє організаціям дотримуватися міжнародних стандартів, адаптувати продукцію чи послуги до специфіки локальних ринків і формувати довіру серед партнерів із різним культурним походженням. Це сприяє розширенню ринкової частки, зниженню ризиків та зміцненню репутації бренду. У результаті успішна міжкультурна комунікація стає чинником досягнення позитивних бізнес-результатів і розвитку співпраці на багатокультурному світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Аксьонова О. Розвиток міжкультурної комунікації в глобальному цифровому ландшафті XXI ст. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 6. С. 36–42. URL: [vz.kneu.ua/download/2025/38\(1\).25/Strategies of intercultural communication in the context of globalization.pdf](https://vz.kneu.ua/download/2025/38(1).25/Strategies_of_intercultural_communication_in_the_context_of_globalization.pdf) (дата звернення: 07.05.2026).
2. Павлович О. Сутність і моделі міжкультурної бізнес-комунікації в управлінні адміністративними процесами. Економіка та суспільство. 2025. № 72. С. 285–291. URL: economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5673/5614 (дата звернення: 07.05.2026).
3. Соколовська Г. Актуальність міжкультурної комунікації в сучасних умовах. <https://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-5488/> (дата звернення: 07.05.2026).

HIGHER EDUCATION IN UKRAINE DURING THE YEARS OF FULL-SCALE WAR: CHALLENGES AND PROSPECTS

Olena KRUPKO

*PhD Chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Medical and
Pharmaceutical Chemistry of Bukovinian State Medical University*

Today's problems dictate and shape new challenges and problems in the educational process of Ukraine. Thus, since 2022, the war in Ukraine has significantly affected the educational system and contributed to the active development of online learning. Hostilities, regular air raid warning signals, problems with power supply and the availability of Internet coverage throughout Ukraine have adapted the educational system to an unusual distance or blended form of education. A large number of educational institutions have been damaged and destroyed, some higher educational institutions have been moved to less dangerous areas or have entered a prolonged vacation mode.

The main goal of the educational system, which has arisen before all educational institutions, is to maintain a continuous and safe educational process, despite all the events that have occurred and continue to occur on the territory of Ukraine. The rapid introduction of modern innovative technologies into the development of education in Ukraine has helped to solve the created problems, which has contributed to the accessibility of education in all regions of Ukraine.

Ukrainians learned to live, study and teach to the sounds of explosions and sirens. The war did not stop education and its reforms, but changed and adapted them to the created conditions. The outflow of students and future applicants from the territory of Ukraine decreased, their redistribution within Ukraine took place. According to the results of the Unified State Electronic Database on Education (UEDEBO), already in the second year of the war, education in Ukraine began to recover, the number of students reached the level of 2021 and even more. The Ministry of Education and Science of Ukraine is intensively developing a number of large-scale reforms in education. Higher education institutions were optimized by merging them, open electronic databases were created, the National University of Education's evaluation system was changed, specialized schools were introduced, grants were provided for higher education applicants, the conditions for admission to master's and postgraduate studies were changed, and a zero course for preparing for university studies was announced [1–3].

A significant role in the large-scale implementation of such reforms in Ukrainian education was played by international support programs (grants) and competitions of the Ministry of Education and Science [4–5].

In 2022, the Director General of the Directorate of Professional Pre-Higher and Higher Education of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Oleg Sharov, stated that we need to look at this war with the perspective of what will happen after it – we need to think in terms of +5, 10, 25 years. And today, it is clear that Ukrainian education has not only adapted to the war, but is also rapidly and effectively developing, improving with the use of modern technologies and innovations. According to the results of the work of the Ministry of Education and Science of Ukraine [7–8] in 2025, education and science remained a pillar for the country, a space for security, development and recovery. 2025 will certainly be a record year for the implementation of radical and innovative changes in the field of education, both for students and teachers and scientists. First of all, new tools for the professional development of teachers have been introduced, advanced training programs for scientific and pedagogical workers have been launched at the expense of the State Budget, a comprehensive concept for the development of human resources – the National System of Researchers of Ukraine – has been approved, support for young scientists has been updated, the Strategy for the Development of Higher Education has been updated, and the process of admission to higher education institutions has been improved. A special place in the development of education in Ukraine is occupied by international cooperation and integration into the European Union. It is important that more than 35 governments and 90 international organizations support and assist Ukrainian education. International funding and investments in the field of education have also increased significantly.

Thus, education in Ukraine, thanks to the high-quality work and support of the Ministry of Education and Science at all state levels, together with international partners, is steadily developing, improving and modernizing in accordance with today's conditions.

REFERENCES

1. Higher education in wartime. A test of strength. <https://datalogy.texty.org.ua/education/>.
2. Results of 2025 in education: between war, reforms and reality. <https://osvita.ua/news/96107/>.
3. Wartime vocational education reform: the MYRP program provided impetus for change. <https://www.kyivpost.com/uk/post/73561>.

4. Grants for universities. <https://getgrant.ua/hranty-dlia-universytetiv-ta-doslidnykiv-2026/> <https://osvita.ua/legislation/tag-konkursy/>.

5. The impact of the war on higher education in Ukraine: challenges and prospects. <https://cedos.org.ua/events/vplyv-vijny-na-vyshhu-osvitu-v-ukrayiny-vyklyky-ta-perspektyvy/>.

6. 2025 is the year of systemic changes and the restoration of education and science in times of war. <https://mon.gov.ua/news/2025-rik-rik-systemnykh-zmin-i-vidnovlennia-osvity-i-nauky-v-umovakh-viiny>.

7. Three years of systemic changes in education and science in Ukraine in times of war. <https://mon.gov.ua/news/try-roky-systemnykh-zmin-v-osviti-i-nautsi-ukrainy-v-umovakh-viiny>.

МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ МІЖ БЕЗПЕКОЮ ТА РЕАЛЬНІСТЮ

Наталія ЗОЗУЛЯ

канд. філол. наук, доцент,

*професор кафедри інформаційно-аналітичної діяльності та інформаційної безпеки
Національного транспортного університету*

Актуальним завданням сучасності є визначення характеру маніпуляцій, які інформаційно-комунікаційні канали використовують для досягнення власних завдань. Ця проблема набула особливої гостроти в контексті українсько-російської війни, що трансформувалася у справжню «війну смислів» – боротьбу за розум та ментальні установки. У таких умовах критично важливо вивчати феномени масової свідомості та технології впливу на неї через ЗМІ. Особливої уваги потребують інструменти мітологізації, які сьогодні активно використовуються медіатехнологами з обох боків протистояння. Міфологічна свідомість апелює до архаїчних, глибинних структур мозку, а умови війни лише сприяють цим процесам: формується потреба у згуртуванні навколо провідної ідеї, спрощується картина світу до дихотомії «свій – чужий», а механізми віри заміщують критичний аналіз. Це супроводжується емоційною афектацією, героїзацією «своїх» та тотальною демонізацією ворога.

Хоча сучасний науковий дискурс пропонує дослідження механізмів контрпропаганди, моніторингу фейків та розвитку медіаграмотності, більшість розвідок зосереджена на оперативних тактичних маніпуляціях – інформаційних «вкидах», атаках на громадську думку та використанні когнітивно-інформаційної зброї. Проте поза увагою дослідників часто залишається фактор накопичення. Українсько-російська війна є першим масштабним конфліктом, що фіксується та обговорюється в Інтернеті в реальному часі, через що мозок пересічної людини опиняється в пастці постійної негативної стимуляції та очікування небезпеки.

Саме тут криється найбільший ризик – кумулятивний ефект впливу на психіку. Ми спостерігаємо послідовну трансформацію стану українців: від первинного афекту та паніки до адаптації чи дезадаптації (апатія, депресія), що зрештою призводить до втоми та когнітивної переінвентаризації. Небезпека полягає у формуванні неадекватних довгострокових нейронних зв'язків унаслідок багатомісячного перебування в полі маніпуляцій та контрпропаганди, що фактично конструює нову, викривлену соціально-політичну картину світу.

Цей когнітивний зсув є прямим наслідком штучно створеного інформаційного вакууму. Коли доступ до реальних фактів обмежений, виникає

специфічний ефект замовчування суспільно значущих даних. Для масової свідомості це обертається справжнім «голодом мозку»: прагнення людей до об'єктивності наштовхується на глуху стіну дозованого контенту. Як показує аналіз регуляторної політики України, цей дефіцит став результатом жорсткої військової цензури та міфологічного реакціонізму, які легітимізували приховування правди від суспільства. Зокрема, Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» (від 24 лютого 2022 р. № 64/2022 у редакції від 1 травня 2026 р.) [3] дозволяє обмежувати свободу слова та право на інформацію, що передбачено ст. 34 Конституції України [1], Закон України «Про правовий режим воєнного стану» (від 12 травня 2015 р. № 389-VIII у редакції від 04 березня 2026 р.) [2] визначає повноваження військового командування в регулювання інформаційної сфери, у 03 березня 2022 року Головнокомандувач Збройних Сил України підписав Наказ № 73 «Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану» [4]. Саме останній документ регулює взаємодію з медіа та чітко регламентує нерозголошення відомостей, які ворог може використати для завдання шкоди державі, зокрема даних про втрати серед військовослужбовців та цивільного населення.

Однак зазначимо, що Наказ № 73 зосереджується винятково на військових ризиках, повністю ігноруючи інформаційно-правові обмеження та психосоціальні наслідки для громадян. Цей латентний рівень впливу на суспільство реалізується владою та медіа неоголошено – у режимі консенсусного замовчування, що позбавляє громадян раціонально оцінювати масштаби військово-політичних подій. Інформація отримується здебільшого від різноманітних блогерів, т.з. політологів, диванних експертів тощо, які апелюють здебільшого не до подання точних фактів, а надаючи суб'єктивну оцінку певним подіям, і таким чином спотворюють картину реальності у суспільній свідомості.

У системі базових цінностей українців на перше місце вийшла проблема екзистенційної безпеки та збереження ідентичності, повноцінне збереження яких державними інститутами в умовах тотальної загрози є об'єктивно ускладненим. Як наслідок, політичний простір інструментально компенсує цю незахищеність через механізми військової цензури, контрпропаганди та директивні заходи гуманітарної політики, спрямовані на конструювання легітимного загальнонаціонального наративу.

На сьогодні більшість українців регулярно звертаються до медіаплатформ у пошуках відомостей про російські атаки. Цей постійний пошук новин фіксує

глибокі зрушення в суспільному сприйнятті реальності, де головним прагненням людини стає пошук «актуальної правди» про реалії війни.

Проте саме тут виникає масове світоглядне протиріччя – розрив у сприйнятті, зумовлений певним дисонансом усередині медіапростору. Порівняння інформаційного контенту загальнонаціональних медійних новинних платформ та регіональних ЗМІ дозволяє стверджувати, що спостерігається різкий розкол у моделях маніпулювання свідомістю та представленням істини, який залишається невирішеним на рівні внутрішньої політики, журналістської етики та інформаційної безпеки. Жодне провідне медіа не транслює загальну статистику чи окремі випадки масових втрат серед військовослужбовців. Точних офіційних даних немає. Згадки про загальні втрати базуються лише на повідомленнях іноземних аналітичних центрів досліджень. В національних медіа конструюється здебільшого абстрактний, героїчний вимір війни, де деталі смерті затушовуються заради збереження цілісності великого міфу. На цьому фоні ЗМІ постійно публікує втрати ворожої країни. Водночас, міські, районні та сільські медіа, а також соціальні мережі щодня повідомляють про загибель конкретних членів громад. У більшості випадків ці матеріали містять персональні дані (прізвища, фото, відомості про родини) та екзистенційні обставини трагедії. Ця розбіжність формує в аудиторії глибоку кризу довіри, відчуження та роздратування не лише через агресивного сусіда який нищить військових і мирне населення, але й через очевидну непослідовність мас-медіа. Великий наратив національного масштабу розбивається об сувору емпіричну реальність повсякденного досвіду громад, де ми щодня стикаємося з тотальною присутністю смерті й реальним жахом буття на війні.

Найбільш деструктивним наслідком цього процесу є поступове усвідомлення індивідами у приватному й публічному дискурсах (міжособистісних розмовах, дописах, мережових спільнотах) факту свого перебування всередині симулятивного простору – захисного кокона оманливої контрпропаганди та цензури, що легітимізується ідеєю «блага». Засекречування об'єктивних фактів на тлі гіпергероїзації реальності стимулює поширення масової міфології, яка в раціональній культурі ХХІ ст. постає регресивним і рудиментарним способом інтерпретації буття. Цей процес незворотно веде до актуалізації архаїчних, параноїдальних архетипів і деформації критичного мислення, занурюючи суспільну свідомість у стан дораціонального сприйняття.

Таким чином, маніпулювання свідомістю через умовчання на макрорівні державних медіа руйнується об безпосередній життєвий досвід людини на мікрорівні, породжуючи розкол у сприйнятті єдиної істини.

Список використаних джерел:

1. Конституція України : Закон від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР. Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12 травня 2015 р. № 389-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19>.
3. Про введення воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 24 лютого 2022 р. № 64/2022. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022>.
4. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану : Головнокомандувача ЗСУ від 03.03.2022 року №73. URL : <https://mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami>.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕВАКУАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ У ЗОНІ РИЗИКУ АТОМНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ: KEYС ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОЇ АЕС

Вячеслав КУРЕПІН

*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри методики професійного навчання
Миколаївського національного аграрного університету*

Південноукраїнська АЕС належить до стратегічно важливих об'єктів енергетичної інфраструктури України, експлуатація яких супроводжується наявністю потенційних техногенних ризиків. Функціонування атомної електростанції зумовлює необхідність здійснення постійного контролю за станом безпеки та забезпечення належного рівня готовності системи цивільної захисту до реагування на можливі надзвичайні ситуації. Одним із найбільш небезпечних ризиків є ймовірність виникнення аварії, що супроводжується викидом радіоактивних речовин у навколишнє середовище [1, с. 146]. Незважаючи на високий рівень технічного захисту ядерних реакторів, повністю виключити можливість аварійних ситуацій неможливо, оскільки їх причинами можуть бути людські фактори, технічні несправності або вплив зовнішніх факторів.

Особливої важливості набуває стратегічне планування евакуації в районах розташування атомних електростанцій, де ризик радіаційного ураження зумовлює необхідність швидкого прийняття управлінських рішень та забезпечення чіткої координації між усіма суб'єктами системи цивільної захисту в умовах надзвичайних ситуацій техногенного характеру. Результативність евакуаційних заходів визначається рівнем підготовки органів державної влади, оперативністю реагування екстрених служб [2, с. 267], станом транспортної інфраструктури та готовністю населення до дій в умовах надзвичайних ситуацій.

В районах розташування Південноукраїнської АЕС органи місцевого самоврядування та служби цивільної захисту здійснюють планування евакуаційних заходів, що передбачає розроблення маршрутів евакуації, визначення пунктів збору населення та створення резерву транспортних засобів для можливого переміщення людей у безпечні райони. У разі виникнення надзвичайної ситуації пріоритетне значення набуває оперативного інформування населення про небезпеку та алгоритму подальших дій [3, с. 125]. З цією метою застосовуються системи централізованого оповіщення, засоби мобільного зв'язку, офіційні інтернет-ресурси та засоби масової інформації.

Важливим елементом організації евакуаційних заходів є прогнозування можливих сценаріїв розвитку аварійної ситуації. У разі викиду радіоактивних

речовин визначення маршрутів евакуації здійснюється з урахуванням напрямку вітру, рівня радіаційного забруднення. Застосування такого підходу сприяє мінімізації ризиків радіаційного опромінення населення та забезпеченню безпечного переміщення людей до визначених районів евакуації.

Ефективність евакуаційних заходів залежить від систематичного проведення навчань та тренувань [4, с. 168]. У регіонах України, на території яких функціонують атомні електростанції, практикується регулярна організація спільних навчань за участю рятувальних служб, медичних установ, правоохоронних органів та населення. Після аварії на Чорнобильській АЕС, на Південноукраїнській АЕС були посилені заходи у сфері цивільного захисту та евакуаційного планування населення. Відбулося удосконалення систем оповіщення, підвищення рівня готовності екстрених служб та координації дій між органами державної влади, місцевого самоврядування та аварійно-рятувальними формуваннями. Були оновлені підходи до організації евакуаційних маршрутів, забезпечення транспортом населення та підготовки пунктів тимчасового розміщення. Значних змін зазнали заходи інформаційного забезпечення населення. Змінився порядок дій у разі виникнення радіаційної небезпеки.

У зоні розташування Південноукраїнської АЕС стратегічне планування евакуаційних заходів здійснюється з урахуванням щільності населення, особливостей транспортної інфраструктури, наявності потенційно небезпечних територій та прогнозованого масштабу радіаційного впливу. Органи місцевого самоврядування у взаємодії з підрозділами цивільної захисту та адміністрацією електростанції розробляють плани евакуації населення [5, с. 343], визначають безпечні маршрути переміщення та організовують місця тимчасового розміщення евакуйованих осіб. Увага приділяється населеним пунктам, розташованим біля зони спостереження навколо АЕС, оскільки саме ці території першочергово зазнають впливу радіаційного забруднення.

Важливим є прогнозування розвитку надзвичайної ситуації з урахуванням характеру аварії. У разі ймовірного викиду радіоактивних речовин напрями евакуації визначаються відповідно до метеорологічних умов, зокрема напрямку та швидкості вітру. Це сприяє мінімізації ризику потрапляння населення до зон підвищеного радіаційного забруднення. Під час планування враховується стан дорожньої мережі, пропускна спроможність транспортних шляхів та можливість оперативного доступу екстрених служб до районів евакуації. У зоні розташування Південноукраїнської АЕС передбачено резервні маршрути евакуації, призначені для використання у разі пошкодження окремих ділянок транспортної інфраструктури або ускладнення дорожньої ситуації.

Одним із пріоритетних завдань у процесі реагування на надзвичайну ситуацію є оперативне інформування населення щодо рівня небезпеки, алгоритму дій та визначених маршрутів евакуації. З цією метою застосовуються системи централізованого оповіщення, засоби мобільного зв'язку, офіційні інтернет-ресурси та засоби масової інформації. В районах, прилеглих до Південноукраїнської АЕС, систематично проводяться інформаційно-роз'яснювальні заходи, спрямовані на підвищення розуміння населення щодо правил поведінки в умовах радіаційної небезпеки та порядку дій у разі отримання сигналу про евакуацію. Проведення таких заходів сприяє зниженню ризику виникнення панічних настроїв та підвищенню рівня готовності населення до реагування на надзвичайні ситуації [6, с. 18].

У процесі стратегічного планування евакуаційних заходів особлива увага приділяється організації евакуації маломобільних груп населення, зокрема осіб з інвалідністю, пацієнтів медичних закладів, людей похилого віку та дітей. Для зазначених категорій населення передбачаються спеціалізовані транспортні засоби, медичний супровід та окремі алгоритми проведення евакуації. Досвід міжнародних ядерних аварій, зокрема подій на АЕС Фукусіма-1, підтвердив необхідність детального планування евакуаційних заходів для вразливих груп населення та забезпечення належного медичного та соціального супроводження під час переміщення до безпечних районів.

Отже, ефективність евакуаційних заходів у зонах розташування АЕС залежить від рівня стратегічного планування, координації дій служб цивільного захисту та готовності населення до реагування на надзвичайні ситуації. Удосконалення системи евакуації потребує постійного оновлення механізмів оповіщення, розвитку міжвідомчої взаємодії та врахування сучасних техногенних та безпекових ризиків.

Список використаних джерел:

1. Ivanenko V. Technological load on the natural environment of the Mykolaiv region: problems, solution ways. Науково-практична конференція, присвячена Всесвітньому метеорологічному дню «На варті кліматичних дій» та Всесвітньому дню водних ресурсів «Вода для миру» (м. Київ, 22–23 березня 2024 р.). Київ, 2024. С. 146–148. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18868>.
2. Іваненко В., Курепін В. Реалізація заходів цивільного захисту у реформах місцевого самоврядування // Екологічні та соціальні аспекти розвитку економіки в умовах євроінтеграції : матеріали X всеукраїнської науково-практичної

конференції (м. Миколаїв, 25-27 жовтня 2023 року). Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 265–268. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15758>.

3. Курепін В., Іваненко В. Взаємодія місцевих органів влади та засобів масової інформації як фактор реалізації інформаційної політики при надзвичайних ситуаціях. *Modern Economics*. 2025. № 49(2025). С. 124–132. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V49\(2025\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V49(2025)-17).

4. Мельничук Д. Інструментарій планування та реалізації безпекових ініціатив на громадському рівні. Розвиток територіальних громад: правові, економічні та соціальні аспекти : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 3 грудня 2025 р.). Миколаїв: МНАУ, 2025. С. 167-169. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/23746>.

5. Іваненко В. Захисні споруди: реальний захист населення // Стратегія розвитку міст: молодь і майбутнє (інноваційний ліфт): поствоєнна розбудова : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, квітень 2023 року. Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О. Бекетова, 2023. С. 341–346. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13726>.

6. Іваненко В. Стресостійкість, як вид психологічної особистості // Інформаційно-психологічна та техногенна безпека: історичні аспекти, особливості захисту суспільства та особистості : тези доповідей за результатами тематичного «круглого столу», м. Миколаїв, 9 грудня 2022 р. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 18–20. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12066>.

МЕМУАРИ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ РЕСУРС ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

Надія ЛЮБОВЕЦЬ

*д-р іст. наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу теорії
та методики біобібліографії Інституту біографічних досліджень
Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*

У сучасній соціокомунікаційній парадигмі мемуари доцільно розглядати не лише як форму фіксації індивідуального досвіду чи історичне джерело, а як історико-культурний феномен та багатофункціональний комунікативний ресурс. Їх значення визначається специфічними функціями, які вони виконують у суспільстві, сприяючи накопиченню, інтерпретації та трансляцію соціального досвіду, що, у свою чергу, сприяє формуванню соціального капіталу громад і територій.

Соціальний капітал громади розглядається як сукупність довіри, соціальних зв'язків, спільних цінностей і норм, самоідентифікація жителів з громадою, які сформовані в умовах довготривалого розвитку спільнот, що забезпечують здатність до колективної дії, а також наявність інформаційних каналів, які забезпечують комунікацію та доступ до інформації із зовнішніх джерел і всередині громади [1; 2; 3]. У цьому контексті мемуари постають як специфічний комунікативний ресурс та механізм, який сприяє формуванню соціального капіталу через накопичення, інтерпретацію і трансляцію соціального досвіду, а також через конструювання спільних смислів і ідентичностей.

Актуальним у цьому зв'язку є аналіз функцій мемуарів як інструменту соціальної комунікації та їх систематизація з урахуванням трансформацій, зумовлених сучасними технологічними й геополітичними викликами [4].

До класичних функцій мемуарів віднесемо: меморіальну (збереження і трансляція індивідуальної та колективної пам'яті), джерельну (репрезентація унікальної інформації про події та досвід їх учасників і свідків), освітню (передача знань про історичний досвід), виховну (формування цінностей і моделей поведінки).

До сучасних функцій мемуарів належать: комунікативна, кумулятивна, трансляційна, ідентифікаційна, ціннісно-нормативна, інтерпретаційна, терапевтична, інституційна.

Комунікативна функція (зв'язок/діалог) полягає у встановленні та підтриманні зв'язку між автором мемуарів і спільнотою, забезпеченні обміну досвідом і

смислами, а також формуванні простору діалогу, зокрема між поколіннями. Кумулятивна (накопичувальна) функція (збір/фіксація) полягає у фіксації та акумуляції індивідуального і колективного досвіду та його включенні до сукупного корпусу соціальної пам'яті через накопичення мемуарних свідчень як окремих одиниць досвіду та виступають ресурсом соціального капіталу громади. Трансляційна функція (передача) забезпечує передачу зафіксованого досвіду в часовому вимірі та його включення до ширших комунікативних процесів, сприяючи інтеграції індивідуальної пам'яті в колективну. Ідентифікаційна функція (ідентичність) пов'язана з формуванням відчуття спільності, конструюванням і підтримкою колективної ідентичності на основі спільного досвіду та пам'яті. Ціннісно-нормативна функція (цінності) забезпечує актуалізацію та передачу цінностей, норм і моделей поведінки, сприяючи їх закріпленню та легітимації у межах спільноти. Інтерпретаційна функція (сенси) полягає у переосмисленні зафіксованого досвіду, формуванні нових смислів і адаптації уявлень про минуле до актуальних соціокультурних контекстів, що особливо актуалізується в умовах смислових трансформацій. Терапевтична функція (рефлексія/проживання досвіду) полягає у фіксації та вербалізації індивідуального, зокрема травматичного, досвіду, що сприяє його осмисленню, емоційному опрацюванню та індивідуальній і колективній адаптації, особливо в умовах кризових і воєнних ситуацій. Інституційно-комунікативна функція (інфраструктура) визначається включенням мемуарів у публічний інформаційний простір через діяльність бібліотек, архівів, видавництв та інших інституцій пам'яті, які забезпечують їх збереження, організацію та доступність.

Таким чином, виокремлені функції мемуарів формують цілісний комунікативний механізм (цикл), у межах якого відбувається фіксація й накопичення досвіду, його подальша передача, інтерпретація, ціннісне осмислення, терапевтичне опрацювання та інституційна репрезентація у публічному просторі. Це забезпечує розгляд мемуарів як ресурсу та інструменту формування соціального капіталу громад і територій. Мемуари сприяють зміцненню довіри, формуванню спільних цінностей, розвитку горизонтальних зв'язків і утвердженню колективної ідентичності.

Мемуари сприяють зміцненню довіри, формуванню спільних цінностей, розвитку горизонтальних зв'язків, утвердженню колективної ідентичності, а також осмисленню й проживанню індивідуального та колективного досвіду.

Особливу роль у цьому процесі відіграють інформаційні канали, що забезпечують створення, збереження та поширення мемуарних свідчень, серед яких ключове місце посідають бібліотеки як інституції пам'яті та комунікаційні хаби громад.

У сучасних умовах російсько-української війни актуалізується потреба цілеспрямованого збору, документування та репрезентації спогадів жителів громад як важливого ресурсу фіксації досвіду, його осмислення та інтеграції в суспільний дискурс. Це не лише розширює джерельну базу майбутніх досліджень, а й посилює комунікативний та ідентифікаційний потенціал мемуарів як чинника консолідації громад і формування їхнього соціального капіталу.

Особливу роль у цьому процесі відіграють інформаційні канали, що забезпечують створення, збереження та поширення мемуарних свідчень, серед яких ключове місце посідають бібліотеки як інституції пам'яті та комунікаційні хаби громад. Їхня діяльність реалізується через різні форми роботи, зокрема усноісторичні (oral history) проєкти, локальні краєзнавчі ініціативи, створення цифрових архівів спогадів та розвиток бібліотечних платформ пам'яті, пов'язаних із документуванням суспільного досвіду.

У цьому контексті показовим є спільний проєкт Cedos та UMAEF (Ukraine-Moldova American Enterprise Fund) «Community reBuilding» (лінк – <https://surl.lu/gxucon>), спрямований на створення та розвиток центрів спільнототворення як відкритих фізичних просторів для взаємодії мешканців громад і розвитку локальних ініціатив. Фундація проєкту передбачає фінансову та експертну підтримку для створення або оновлення таких центрів – доступних громадських просторів, де люди з різних соціальних груп мають можливість збиратися разом для спільного дозвілля, розвитку громади, співпраці та реалізації свого потенціалу. Хоча проєкт не пов'язаний безпосередньо зі збиранням усних свідчень, така інфраструктура формує потенційне середовище для розширення функцій бібліотек і центрів громад у напрямі документування, акумуляції та репрезентації мемуарного досвіду, зокрема в умовах актуалізації потреби фіксації досвіду війни [5].

У межах проєкту, зокрема, у березні 2024 р. у Ніжині було відкрито простір для ветеранів, ветеранок та їхніх родин «Незламні», який став першим ветеранським простором на Чернігівщині. Його головною метою є підтримка ветеранів і ветеранок у процесі соціалізації та реалізації можливостей повернення до цивільного життя (лінк – <https://surl.li/amugtk>). Ще один центр відкрито у Чорткові (Тернопільська обл., вересень 2024 р.) – «Бібліотечний Гараж», модульний павільйон на території Публічної бібліотеки Чортківської міської ради з метою гуртування різних груп мешканців, створення дружнього середовища для спілкування, проведення заходів і генерації ідей для розвитку громади (лінк – <https://surl.li/fyqwyp>).

Попри те, що зазначені ініціативи не передбачають безпосереднього збору усноісторичних свідчень, вони формують інституційне та просторове підґрунтя, яке може бути розширене в напрямі документування життєвого та воєнного досвіду громад, зокрема через інтеграцію практик усної історії та мемуарного архівування.

Таким чином, запропонована система функцій мемуарів репрезентує їх як багатовимірний комунікативний ресурс, здатний забезпечувати вироблення, збереження та актуалізацію соціального досвіду в межах спільнот. У сукупності ці функції формують підґрунтя для розвитку соціальної пам'яті як чинника консолідації громад і зміцнення їхнього соціального капіталу, а також окреслюють перспективи прикладного використання мемуарів у діяльності інституцій пам'яті, зокрема в умовах сучасних суспільних викликів.

Практична реалізація цього потенціалу значною мірою залежить від діяльності місцевої влади/громад, інституцій пам'яті, насамперед бібліотек, архівів і центрів спільнототворення, які виступають організаційними та комунікаційними платформами для роботи з мемуарними джерелами. У сучасних умовах зростає значення їхньої прикладної функції як центрів документування соціального та воєнного досвіду, зокрема через розвиток практик усної історії, цифрового архівування та ініціатив зі збору свідчень жителів громад. Це відкриває перспективу трансформації бібліотек у активні осередки фіксації та осмислення досвіду російсько-української війни, що посилює їхню роль у консолідації громад і формуванні їхнього соціального капіталу.

Список використаних джерел:

1. Патицька Х. Соціальний капітал як чинник сталого розвитку територіальних громад: поведінковий аспект. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2022. № 1(153). С. 10-15. <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2022-1-2>.
2. Peña García A. Social capital, culture and theories of development. Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología. 2014. Is. 18. P. 217-239. <http://dx.doi.org/10.7440/antipoda18.2014.10>.
3. Sandal J., Yakobchuk V., Lytvynchuk I., Plotnikova M. Institutions for Forming Social Capital in Territorial Communities. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2019. Vol. 41(1). P. 67-76. <https://doi.org/10.15544/mts.2019.07>.
4. Любовець Н. Українська мемуарна традиція: еволюція у вимірах часу (XII ст. – перша третина XX ст.) : монографія. Київ: НБУВ, 2024. 504 с. .
5. Бібліотеки України як центри спільнототворення: Досвід проєкту Community reBuilding. Url: <https://surl.li/gyabdt>.

СОЛІДАРНІСТЬ ЯК АКСІОЛОГІЧНИЙ ФУНДАМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД

Надія МОРДЗИНСКА

*канд. політ. наук, доцент, доцент кафедри політичних технологій
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

Традиційно стратегічний капітал територій вимірюється матеріальними та інституційними ресурсами. Проте в умовах криз та транзитних періодів критичного значення набуває соціальний капітал. Його основою є солідарність – здатність спільноти до об'єднання навколо спільних цінностей та колективної дії.

Життєздатність громади не зводиться до суми її матеріальних, інфраструктурних чи фінансових активів. З методологічної точки зору, життєздатність є емерджентною властивістю соціальної системи, здатною не лише абсорбувати зовнішні та внутрішні шоки, але й зберігати свою структурну цілісність та ціннісне ядро в умовах транзиту. Життєздатна громада конструюється навколо консенсусу щодо базових цінностей. Фундаментальним критерієм, що визначає цю здатність, виступає солідарність. Солідарність виникає там, де індивідуальна раціональність урівноважується відповідальністю за спільне благо.

Довіра, взаємодопомога та відчуття спільної долі формують базис, на якому будується стратегічний розвиток. У контексті повоєнної відбудови та соціальних трансформацій саме аксіологічні пріоритети визначатимуть успішність відновлення територій. Солідарність проявляється через низові ініціативи, волонтерські мережі та самоорганізацію. Це перехід від декларативної єдності до конкретних практик спільного блага (наприклад, колективне забезпечення безпеки чи підтримка вразливих груп).

Солідарність має глибокий аксіологічний вимір, виступаючи не просто інструментальною практикою, а нормативним ідеалом суспільного буття. Вона формується на перетині колективної ідентичності та інституціоналізованої довіри. Важливим предиктором солідарності є відчуття розподільчої справедливості всередині громади. [1; 4; 7] Солідарність неможлива в умовах глибокої соціальної депривації або асиметричного розподілу ресурсів та влади. Відповідно, рівень солідарності є індикатором того, наскільки соціальні інститути громади сприймаються її членами як легітимні та справедливі. Це особливо критично в контексті повоєнної відбудови, де аксіологічні пріоритети реконструкції безпосередньо впливають на рівень соціальної згуртованості.

У термінах неоінституціональної теорії (зокрема, концепцій Ф. Фукуями та Р. Патнема), солідарність є вищим проявом соціального капіталу. [3; 5] Життєздатність

громади залежить від здатності трансформувати «закритий» соціальний капітал, що базується на родинних чи вузькогрупових зв'язках, у «відкритий» соціальний капітал – генералізовану довіру між незнайомими людьми в межах однієї території.

Солідарність виконує функцію онтологічного переходу: вона перетворює атомізовану сукупність мешканців певної території на колективного суб'єкта політичної та соціальної дії – громаду. Саме через практики солідарності формується просторова та соціальна агентність. Громада набуває здатності не лише реагувати на виклики, але й проактивно формувати свій стратегічний капітал.

Опираючись на підходи Ю. Габермаса, можна стверджувати, що солідарність у сучасному суспільстві не є даністю традиції, а досягається через комунікативну дію [7]. Соціальні комунікації виступають тим простором, де розгортається публічний дискурс, узгоджуються інтереси і, зрештою, конструюється сама солідарність як усвідомлена співвідповідальність [6; 8].

Отже, у контексті формування стратегічного капіталу територій, солідарність є не просто супутнім соціокультурним фоном. Вона є несучою конструкцією життєздатності, яка конвертує індивідуальні потенціали у колективну стійкість, легітимізує місцеві інституції через справедливість та формує суб'єктність громади через інструменти соціальних комунікацій.

Комунікаційні стратегії місцевого самоврядування та громадських лідерів мають бути спрямовані на творення інклюзивних наративів [2; 8]. Громада повинна мати спільне бачення майбутнього та розуміння своєї ролі в ньому.

В епоху інформаційних перевантажень та поляризації прозорі, доказові та емпатичні комунікації знижують соціальну тривожність. Вони нейтралізують спроби маніпуляцій масовою свідомістю та зберігають цілісність громади. Стратегічний капітал формується там, де комунікація є двосторонньою. Діалогові формати взаємодії трансформують мешканців із пасивних споживачів послуг на активних співтворців простору.

Стратегічний капітал громади – це насамперед її люди, об'єднані довірою. Солідарність є головним ресурсом соціальної стійкості. Громади з високим рівнем солідарності демонструють кращу адаптивність до шоків. Солідарність виступає тим внутрішнім ресурсом, який капіталізує всі інші переваги території.

Список використаних джерел:

1. Арендт Г. Становище людини / пер. з англ. Київ : Дух і Літера, 1999. 432 с.
2. Остром Е. Керування спільним: еволюція інституцій колективної дії / пер. з англ. Т. Монтян. Київ : Наш формат, 2012. 400 с.
3. Патнем Р. Творення демократії: традиції громадянської активності в сучасній Італії / пер. з англ. В. Ющенко. Київ : Основи, 2001. 302 с.

4. Ролз Дж. Теорія справедливості / пер. з англ. О. Мокровольського. Київ : Основи, 2001. 822 с.
5. Фукуяма Ф. Довіра: соціальні чесноти і шлях до процвітання / пер. з англ. В. Романця. Київ : АДЕФ-Україна, 2004. 472 с.
6. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / ed. by J. Richardson. New York : Greenwood Press, 1986. P. 241–258.
7. Habermas J. The Theory of Communicative Action. Vol. 1 : Reason and the Rationalization of Society / trans. by T. McCarthy. Boston : Beacon Press, 1984. 465 p.
8. Norris F. H., Stevens S. P., Pfefferbaum B., Wyche K. F., Pfefferbaum R. L. Community resilience as a metaphor, theory, set of capacities, and strategy for disaster readiness // American Journal of Community Psychology. 2008. Vol. 41, № 1–2. P. 127–150.

MORAL AND ETHICAL IMPERATIVES OF MODERN LOCAL JOURNALISM IN RECORDING STORIES OF FALLEN COMPATRIOTS

Vladyslava SVYSTAK

*a student of the first (bachelor's) level of higher education in the specialty
"Journalism", State Tax University*

Scientific Supervisor: *Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and
Culture, State Tax University*

The conceptual foundations of trauma journalism research lie in the transition from the registration of facts to a humanistic perspective of representation. According to the research of B. Zelizer [4], media production under crisis conditions is defined by delicate "bearing witness" rather than detached informing. Countering the reduction of the audience's emotional sensitivity, according to L. Chouliaraki, consists in overcoming the broadcasting of another's pain as a spectacle and introducing a language of compassion and empathy. C. Figley defines the specificity of trauma journalism through minimizing the risks of secondary traumatization of media professionals themselves [5], while P. D'Angelo and J. Kuypers link it to the framing of ethical contexts that block the repeated collective traumatization of society [3]. The theory of cultural memory in mass communications, in accordance with the fundamental views of A. Assmann, lies in the ability of the media to transform individual memories into stable symbolic forms of collective identity. The specificity of memorialization in T. Walter's version consists in ensuring "continuing bonds" between the living and the deceased, where local media become a digital archive of the community's memory [6]. In the Ukrainian scientific discourse (I. Vlasenko, N. Vynnyk), the theory of memory is based on overcoming the existential conflict of loss through the transcendence of pain [1, pp. 42–48]. The integration of these approaches has allowed for the typification of five types of communication barriers (psychological, communicative, informational, organizational, socio-cultural), the overcoming of which is a mandatory condition for the ethical formation of a media ecosystem of memory.

The current state of the local informational agenda, in the context of the specific representation of the image of the deceased in local Ukrainian media, lies in a gradual transition from the purely informational recording of losses to the formation of a deep memorial narrative that fulfills therapeutic and nation-building functions. An analysis of the regional media space, namely the content of local publications Nakypilo (Kharkiv), Suspilne. Sumy, Tviy Mykolaiv, Zaporizhzhia.online, and Khmara

(Khmelnyskyi), has proved that local media demonstrate a high level of empathy and solidarity with the community, transforming tragic news into personalized digital monuments (in over 75% of the analyzed publications).

The specificity of representing the image of a fallen warrior or civilian citizen is grounded in Pierre Nora's concept of "living memory" (through the prism of the theory of sites of memory / lieux de mémoire), which manifested itself in the creation of digital memory bookstores and extensive obituary-essays. In these materials, the emphasis shifts from the circumstances of death (minimizing repeated collective traumatization) to the description of lifetime achievements, character traits, dreams, and the civilian profession of the individual (82% of the data array). The researched media increasingly employ a semantic framework of valor and the ontological significance of the feat, instead of a narrative of total helplessness and despair. Thus, contemporary regional media discourse serves as a productive mechanism for preserving collective memory, which counteracts the psychological burnout of society by integrating individual tragedy into the shared historical memory of the local community and the state as a whole.

The key communication barriers in the work of regional newsrooms with the topic of trauma are the emotional and professional burnout of media professionals due to constant work with destructive content, psychological resistance and the closed nature of information sources (families of the deceased, witnesses), a lack of professional psychological competencies among journalists for conducting sensitive interviews, as well as a deficit of human and time resources in local publications. Concurrently, ethical challenges arise in the form of the risk of re-traumatization of both the direct subjects of publications and the audience through the excessive detailing of tragedies, threats of violating privacy and disclosing confidential information about victims, dilemmas between the social significance of the material and preserving the ecological nature of communication, as well as the danger of manipulating emotions to increase clickbait. Overcoming the identified destructive factors tasks regional media with abandoning intuitive informing in favor of the concept of trauma-informed journalism. This involves the implementation of clear protocols for interaction with traumatized individuals, mandatory psychological decompression for newsroom staff, and strict compliance with ethical standards. Only under such conditions are local media capable of transforming trauma into a constructive resource for commemoration, minimizing the psychological burnout of society.

It has been proven that the dominance of formulaic, narrowed scenarios in the regional press not only negates the individuality of each personality but also leads to the rapid emergence of compassion fatigue and the emotional alienation of the audience. The transformation of the regional correspondent's role from a passive

recorder of official mourning briefings into a delicate chronicler and empathetic listener becomes the primary prerequisite for preserving the socio-cultural balance within communities. Through the implementation of trauma journalism tools, therapeutic non-chronological storytelling, and a focus on unique, life-affirming biographical details, media resources ensure the fulfillment of their most crucial humanistic mission—the delicate integration of the private pain of families into the stable, luminous, and constructive collective memory of Ukrainian society.

REFERENCES

1. Власенко І., Винник Н. Переживання втрати: специфіка, конфлікт, трансценденція, подолання. Теорія та практика сучасної психології. 2019. № 2. С. 42–48.
2. Bessarab A., Hyrina T., Sytnyk O., Kodatska N., Yatchuk O., Ponomarenko L. The modern Anastasiia transformation of internet Communications. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, Vol 100, 2022 Issue 15. 4710-4722 pp.
3. D'Angelo P., Kuypers J. A. (eds.) Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. New York : Routledge, 2010. 348 p.
4. Fetzer T., Nikolovski I. The Russo-Ukrainian War and memory politics in international relations. Global Studies Quarterly. 2025. Vol. 5, No. 4. DOI: <https://doi.org/10.1093/isagsq/ksaf109>.
5. Figley C. R. Treating Compassion Fatigue. New York : Routledge, 2013. 232 p.
6. Walter T. What Death Means Now: Bought and Sold. Bristol : Policy Press, 2017. 200 p.

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ

Ольга ФОМІЧОВА

*канд. хім. наук, доцент, доцент кафедри технології захисту навколишнього
середовища та безпеки праці
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

У сучасних умовах екологічна безпека є одним із ключових факторів сталого розвитку держави. Для України ця проблема особливо актуальна через значне техногенне навантаження, промислове забруднення та екологічні наслідки воєнних дій. Однак ефективне вирішення екологічних проблем залежить не лише від технологій очищення чи природоохоронних заходів, а й від якості екологічних комунікацій між державою, громадськістю, підприємствами та засобами масової інформації.

Екологічна комунікація – це система передачі інформації про стан довкілля, екологічні ризики, способи захисту навколишнього середовища та формування екологічної свідомості населення. Для оцінки її ефективності дедалі частіше використовується системний аналіз, який дозволяє комплексно досліджувати взаємозв'язки між інформаційними потоками, поведінкою населення та екологічними результатами [1, с. 43].

Системний аналіз розглядає екологічні комунікації як складну систему, що включає:

- органи державної влади;
- екологічні організації;
- медіа та соціальні мережі;
- промислові підприємства;
- населення.

Основним завданням системного аналізу є визначення того, наскільки ефективно інформація впливає на екологічну поведінку суспільства. Для цього використовуються кількісні показники:

- охоплення аудиторії;
- кількість екологічних інформаційних кампаній;
- активність користувачів у соціальних мережах;
- рівень довіри населення до джерел інформації;
- зміна екологічної поведінки громадян.

В Україні екологічні комунікації стали особливо важливими після початку повномасштабної війни. За даними Міністерства економіки та Державної

екологічної інспекції, сума збитків довкіллю України перевищила 6 трлн. грн. Водночас зафіксовано понад 9000 випадків шкоди довкіллю та понад 7500 екологічних правопорушень [2].

Через масштабні екологічні загрози виникла потреба у швидкому інформуванні населення про:

- забруднення атмосферного повітря;
- мінування територій;
- ризики забруднення водних ресурсів;
- наслідки руйнування промислових об'єктів.

Саме тому екологічні комунікації дедалі більше переходять у цифровий простір. Соціальні мережі стали основним джерелом екологічної інформації для значної частини населення України. Водночас системний аналіз показує, що цифрові комунікації мають як позитивні, так і негативні наслідки.

Одним із сучасних викликів є поширення дезінформації. Дослідження міжнародних науковців показало, що лише 8–15% фейкових або маніпулятивних повідомлень у соціальних мережах були видалені платформами. Це означає, що велика кількість недостовірної інформації продовжує впливати на громадську думку.

Крім того, алгоритми соціальних мереж формують так звані «інформаційні бульбашки», коли користувач отримує лише ту інформацію, яка відповідає його поглядам. У результаті знижується рівень критичного мислення та об'єктивного сприйняття екологічних проблем. Подібні явища активно обговорюються й українськими користувачами соціальних мереж.

Системний аналіз дозволяє оцінювати ефективність цифрових екологічних кампаній за допомогою статистичних показників. Наприклад:

- кількість переглядів екологічних публікацій;
- рівень поширення контенту;
- кількість коментарів та реакцій;
- рівень залученості аудиторії;
- зміна поведінки користувачів після інформаційних кампаній.

За результатами моніторингу українських медіа, екологічна тематика займає лише близько 2% усіх новинних матеріалів, хоча рівень екологічних ризиків в Україні постійно зростає. Основними темами залишаються пожежі, забруднення води та наслідки бойових дій. Це свідчить про недостатній рівень екологічної журналістики та потребу у посиленні комунікаційної політики держави [3].

Важливим напрямом екологічної комунікації є використання соціальної реклами та PR-технологій. Одним із найуспішніших прикладів в Україні є діяльність громадського руху «Let's Do It Ukraine», який залучає населення до екологічних акцій та прибирання територій. Організація є частиною міжнародного руху, що об'єднує понад 139 млн. учасників у 211 країнах світу. Така масштабність свідчить про високу ефективність сучасних комунікаційних технологій у формуванні екологічної культури населення [4].

Системний аналіз також використовується для прогнозування ефективності екологічних інформаційних кампаній. Наприклад, за допомогою аналізу поведінки користувачів можна визначити:

- які теми викликають найбільший суспільний резонанс;
- які формати інформації є найбільш ефективними;
- які вікові групи найактивніше реагують на екологічний контент.

Сьогодні найбільший рівень залучення аудиторії мають:

- короткі відео;
- інфографіка;
- інтерактивні карти забруднення;
- онлайн-моніторинг якості повітря.

Особливо актуальним це стало після масованих обстрілів енергетичної та промислової інфраструктури України. За даними екологічних служб, внаслідок бойових дій було знищено понад 2 млн. гектарів лісів, а сума екологічних збитків оцінюється у понад 82 млрд. євро.

Системний аналіз дає можливість не лише оцінювати ефективність комунікацій, а й формувати нові підходи до екологічної освіти населення. Зокрема, сучасні цифрові технології дозволяють:

- створювати системи екологічного моніторингу;
- проводити онлайн-навчання;
- поширювати екологічні рекомендації в реальному часі;
- аналізувати реакцію суспільства на екологічні проблеми [5, с. 88].

У 2024 р. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України провів масштабне опитування 2000 респондентів щодо стану суспільної свідомості населення. Похибка вибірки становила лише 3,2%, що забезпечує високу достовірність результатів. Такі дослідження є важливим елементом системного аналізу, оскільки дозволяють оцінити рівень екологічної обізнаності громадян та ефективність інформаційної політики держави.

Отже, системний аналіз є одним із найефективніших інструментів оцінки екологічних комунікацій у сучасному суспільстві. Його використання дозволяє

комплексно досліджувати інформаційні процеси, визначати рівень впливу екологічних кампаній на населення та прогнозувати ефективність майбутніх комунікаційних стратегій. Для України розвиток екологічних комунікацій є важливим елементом екологічної безпеки, особливо в умовах воєнних та техногенних викликів.

Список використаних джерел:

1. Грицюк П., Яремчук О. Системний аналіз екологічних комунікацій у контексті сталого розвитку територій. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2023. № 2(102). С. 45–53.
2. Екологічні руйнування в Україні внаслідок війни. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/6fab61dd-28e9-4b18-8b22-ef06f10498a2>.
3. Моніторинг українських медіа щодо висвітлення екологічної тематики. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/finita-lya-ekologiya-dzhynsa-brudna-voda-lisovi-pozhezhi-ta-trishky-initsiatyv-shho-pyshut-pro-i40220>.
4. Громадський рух «Let's Do It Ukraine» та екологічні комунікації в Україні. URL: <https://letsdoitukraine.org>.
5. Коваленко І., Мельник С. Аналіз впливу цифрових комунікацій на формування екологічної свідомості населення України. Наукові записки Львівського університету. Серія: Екологія. 2024. № 12. С. 88–96.

MEDIATIZATION OF CRISIS PROCESSES VIA TELEGRAM CHANNELS AS A FACTOR IN SHAPING UKRAINE'S INFORMATION SPACE

Yelyzaveta CHEREPNINA

*a student of the first (bachelor's) level of higher education in the specialty
"Journalism", State Tax University*

Scientific Supervisor: *Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and
Culture, State Tax University*

The systematization of theoretical approaches to the study of Telegram in the context of emergency response allows for the deconstruction of the messenger as a complex socio-technical infrastructure of wartime. First and foremost, communication in Telegram is based on algorithmic rapidity, where the format of "flash news" becomes the defining standard, within which the speed of information delivery dominates over the depth of its verification, shaping the phenomenon of "informational fast food" [3, pp. 211–217]. Secondly, the functioning of the platform is maintained through mechanisms of networked amplification, where targeted management of mass attention is executed via "echo chamber" technologies and bot infrastructures, allowing various actors to forge distorted informational realities and disseminate required narratives during crisis events [4, pp. 75–80]. Thirdly, Telegram acts as a social-adaptive model, where channel content takes on the function of a "digital shield" or a "collective psychotherapist," enabling an audience in a state of permanent stress to maintain an illusion of control over the situation and adapt to the challenges of war through participation in informal networks of solidarity [7, pp. 8–15]. The synthesis of these mechanisms proves that Telegram is not a neutral technological tool, but rather transforms into a field of hybrid confrontation, where the use of narrative as a weapon demands from researchers and the audience the continuous development of fact-checking skills and critical analysis [6, pp. 4800–4807]. The study of these processes attests that the messenger has become the central link of the contemporary media space, where the interaction between the speed of informing and the psychological resilience of users determines the overall informational security of the state under existential challenges.

The regional characteristics of the crisis event discourse in the Ukrainian Telegram segment under the conditions of the armed aggression of the RF are determined by the security status of the region [1]. In frontline and near-frontline cities (exemplified by the channels Kharkov Life and KhDnipro), a technocratic discourse of survival has formed, dominated by immediacy, minimization of emotional coloring, and functional brevity of messages. Such channels perform the role of elements within

the civil protection system, where the vocabulary is maximally neutral, and the content strategy is subordinated to the rhythm of here and now threats. Conversely, relatively rear regions (exemplified by Lvivych and Realnyi Kyiv) demonstrate an emotional-reflexive paradigm of discourse, where crisis events are highlighted through the prism of "shared responsibility," empathy, and social cohesion. Here, Telegram is transformed into a social glue that ensures the psychological adaptation of the population by integrating frontline tragedies into the nationwide narrative of resistance. It has been revealed that cross-regional interaction between these segments often leads to "informational contagion" through uncontrolled reposts without verification, which deepens the fragmentation of the information space [2, pp. 8–16]. Consequently, the regional specificity of the discourse acts not merely as a stylistic characteristic, but as a fully fledged factor in the resilience of Ukraine's information space, where frontline channels form a "digital shield" and rear channels provide an informational benchmark of unity, which together ensure the nation's capacity to respond to existential challenges.

The analysis of content strategies in Telegram during crises requires a critical approach to verification. During emergency events, channels frequently operate according to three scenarios: Rapid Response, monitoring and aggregation, or Clickbait, strategies of parasitism. The greatest problem is speed. The strategy of immediacy carries the risk of disseminating disinformation. In contrast, professional channels utilize verification mechanisms that should be divided into technical and editorial. Technical verification is the presence of an official blue badge (checkmark) that confirms the authenticity of the channel. However, it does not guarantee the truthfulness of an individual message. Editorial verification is key: it includes cross-checking (verifying information through two or three independent official sources, such as institutional press services), analyzing video metadata, and the readiness to promptly refute one's own mistakes.

Users should keep in mind the indicators of manipulation: the emotional coloring of text, calls to follow links to closed channels, or reports of exclusives that contradict general official information. A reliable news item always consists of factual data, an absence of excessive emotionality, and a reference to the primary source [4, pp. 75–80]. When selecting channels for monitoring, it is necessary to check the history of their operation: whether they admit mistakes and whom they reference in critical moments.

The determination of the psychological characteristics of crisis content consumption, particularly the anxiety level and the capacity of the audience for "informational resilience," is grounded in a quantitative and qualitative analysis of the media consumption of 113 respondents (analyzed during the period of 06.04–

19.04.2026) who are active Telegram users in the Kyiv region. The methodological apparatus relied on a combination of quantitative (statistical processing of responses) and qualitative analysis. The survey allowed for the verification of hypotheses regarding the impact of media content on the psycho-emotional state of the audience and the identification of a correlation between the frequency of crisis news consumption and the level of established media literacy.

The survey results demonstrated a pronounced dependence between the consumption of crisis content and the psycho-emotional state of the audience. The majority of respondents acknowledged that Telegram channels serve as their primary source for a sense of control over the situation; however, this process is accompanied by ambivalence: the content simultaneously helps them navigate events and intensifies anxiety. It was revealed that the informational resilience of the audience is directly proportional to its level of media literacy: respondents who rated their media literacy as high (4–5 points) demonstrate a lower level of panic reactions. An important psychological aspect is the instrumentalization of emotions: users deliberately restrict reactions (emojis) under tragic news items, which indicates the formation of an ethical consumption filter. Psychological resilience within the Telegram environment manifests through the users' ability to filter out redundant emotional content, which transforms the messenger from a source of stress into an instrument of informational adaptation.

The behavioral models of Telegram users identified during the study serve as the primary indicator of the effectiveness of crisis communications. The analysis demonstrated that a channel's level of effectiveness is determined by its capacity to transform interest in news into real volunteer activity. Respondents confirmed that they frequently participate in rendering assistance (donations, volunteering) if they see a call to action from a verified channel, which indicates a high level of institutional trust in local resources. Verification strategies have become a key marker of media behavior: the audience with a high level of resilience has developed a habit of cross-checking data, which reduces the effectiveness of hostile psychological operations (PSYOPs). Concurrently, it was revealed that volunteer mobilization is selective – respondents react more frequently to events in familiar regions, which underscores the role of Telegram as an instrument of territorial solidarity. The effectiveness of Telegram channels in crisis communications is measured not by the volume of reach, but by the channel's capacity to act as a facilitator of social action, where a verified news item becomes the baseline for a calculated civic response.

Under the conditions of the armed aggression of the RF, Telegram has ceased to be a neutral media tool, having transformed into a fundamental socio-technical infrastructure of survival. It has been established that under the conditions of

informational fast food, the messenger simultaneously acts as a digital shield for the front line and an informational tuning fork for the rear. The resilience of Ukraine's information space is determined not only by the technological advantage of the platform, but primarily by the level of critical thinking and media literacy of the audience. It is precisely the user's capacity for the conscious verification of data and emotional self-regulation that serves as the decisive factor transforming the flow of chaotic news into a consolidated resource of national resistance, ensuring the intellectual autonomy of Ukrainians in the face of hybrid threats.

REFERENCES

1. Буняк В. Кількість підписників в українських телеграм-каналах зросла у майже 7 разів за чотири роки, – Telemetrio. Детектор медіа. 17.12.2025. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/38737/2025-12-17-kilkist-pidpysnykiv-v-ukrainskykh-telegram-kanalakh-zroslo-u-mayzhe-7-raziv-za-chotyry-roky-telemetrio/> (дата звернення: 23.04.2026).
2. Горська К. Перспективи регулювання медіаресурсів в Телеграмі: український досвід. Інтегровані комунікації. 2025. № 1 (19). С. 8–16. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.11>.
3. Ковпак В., Таточенко К. Офіційні чат-боти Telegram, Viber як засоби публічних кризових комунікацій. Вчені записки ТНУ імені В. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. Т. 33 (72), № 5, ч. 2. С. 211–217. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/36>.
4. Чуранова О. Розпізнавання дезінформації в Telegram: аналіз ознак та механізмів поширення. Образ. 2025. Вип. 2 (48). С. 75–80. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-75-80](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-75-80) (дата звернення: 23.04.2026).
5. Balovsiak N. Anonymous and official Telegram channels in Ukraine: Analysis of popularity during the hybrid war. Current Issues of Mass Communication. 2025. № 37. P. 30–42. DOI: <https://doi.org/10.17721/CIMC.2025.37.30-42>.
6. Bodkhe D. Telegram: The New Dark Web for Stealer Logs. International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology. 2026. Vol. 14, № 3. P. 4800–4807. DOI: [10.22214/ijraset.2026.78770](https://doi.org/10.22214/ijraset.2026.78770).
7. Horska K. Prospects of regulating media resources on Telegram: Ukrainian experience. Integrated communications. 2025. Vol. 19, № 1. P. 8–15. DOI: [10.28925/2524-2652.2025.11](https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.11).

ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВТРАТИ ТА ВШАНУВАННЯ ПАМ'ЯТІ В ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Валентин ШЛАГІН

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності

“Журналістика” Державного податкового університету

Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри
соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового
університету*

Журналістика горя, або, у більш широкому значенні, журналістика травми як самостійний науковий напрям та медіапрактика формувалася на перетині теорії журналістики, медіаетики, соціальної психології та культурних досліджень [1].

Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 р. кількість публікацій про загиблих у локальних медіа зросла в рази, однак системний дефіцит редакційних протоколів, брак фахової підготовки та психологічне виснаження журналістів спричинили поширення шаблонного, знеособленого висвітлення загибелі.

У сучасних наукових дослідженнях теоретично значущою є концепція культурної пам'яті [2]. На думку авторів, медіа виконують функцію трансмісійного механізму, що переводить комунікативну пам'ять – живу, передавану усно в межах кількох поколінь – у культурну, інституціоналізовану, закріплену в ритуалах, текстах і символах. А. Ассман виокремлює «функціональну пам'ять», яка є частиною живої ідентичності, та «накопичувальну пам'ять», що зберігається в архівах і текстах. Медіатексти займають проміжне місце між цими двома режимами: опублікований матеріал про загиблого поступово переходить із функціональної пам'яті, яку підтримують живі свідки, у накопичувальну, яку зберігають архіви видань [3]. Отже, якість меморіального матеріалу має значення не лише для родини і громади сьогодні, а й для майбутніх поколінь, що вивчатимуть цей конфлікт через медіатексти.

Концепція публічного горя вказує, що приватний досвід утрати набуває суспільного масштабу завдяки медіа. Запроваджене в наукових дослідженнях поняття «культурного сценарію горя» описує нормативні уявлення про публічну скорботу [4]. В українському воєнному контексті домінуючий сценарій є героїчним – і саме це породжує ключову суперечність між суспільним запитом на героїчний образ і відповідальністю за повне, багатовимірне зображення людини.

Для аналізу цієї суперечності використовується теорія фреймінгу, згідно з якою медіа через відбір окремих аспектів реальності формують інтерпретаційні рамки сприйняття подій і персонажів. У сучасних дослідженнях виокремлено чотири типи фреймів: героїчний – акцентує жертовність і доблесть; жертвний – зосереджується

на стражданні; нейтральний/інформаційний – подає факти без ціннісних конотацій; гуманістичний – зображує загиблого насамперед як людину з її особистими якостями і стосунками. Гуманістичний фрейм є найменш поширеним у практиці локальних медіа, але найбільш ефективним з точки зору меморіальної функції.

Вторинна травматизація – набуття ПТСР-подібних симптомів унаслідок систематичного контакту з чужими травматичними переживаннями – є добре задокументованим феноменом. Сучасні українські дослідження фіксують серед основних проявів вторинної травматизації нав'язливі образи, емоційне виснаження, тривожність, порушення сну, втомленість від співчуття та професійне вигорання [5]. Для локальних редакцій ця проблема є особливо гострою: журналіст нерідко особисто знає загиблого, малий колектив не має можливості ротації, системи психологічної підтримки відсутні. Дистанційований журналіст виробляє порожні безоцінні тексти, надмірно включений – сентиментальні матеріали, що межують із маніпуляцією.

У дослідженнях медіаетики увага зосереджується на ризику перетворення чужого болю на медійне видовище, коли надмірна візуалізація страждання призводить до емоційного виснаження та десенсибілізації аудиторії [6]. О. Пелешок наголошує, що висвітлення смерті, поховань і травматичних подій вимагає від журналіста особливої етичної чутливості та балансу між інформуванням і повагою до людської гідності. У межах журналістики співчуття журналіст виступає не лише інформатором, а й свідком трагедії, який визнає людський вимір втрати, уникаючи як холодної фактографічності, так і маніпулятивної емоційності. А. Платонова підкреслює, що насильницька медійність смерті є серйозним ризиком для локальних медіа [7].

Практичну нормативну базу для роботи редакцій із темою втрати формують рекомендації Інституту масової інформації та Детектора медіа / ОБСЄ. ІМІ визначає ключові принципи: інформування, а не маніпуляція; попередження родини до публікації; вживання коректної лексики (загиблі, жертви, померлі – а не трупи); відмова від зображень обличчя мертвої людини [8]. Детектор медіа акцентує на незалежній верифікації даних, оскільки офіційна інформація про втрати може бути неповною або затримуватися [9].

Дослідження 240 матеріалів п'яти локальних медіа за 2022–2024 рр. – «Накипіло» (Харків), «Суспільне. Суми», «Твій Миколаїв», «Zaporizhzhia.online» та «Хмара» (Хмельницький) – мало на меті охопити прифронтові та тиллові регіони, різні типи мовника і різні ресурсні можливості. Результати виявили: у 76% матеріалів відсутні прямі цитати загиблого або родини; 71% матеріалів використовують офіційну фотографію; 68% містять щонайменше три мовних кліше. «Накипіло» показало найвищу частку персоналізованих матеріалів (41% з цитатами родини),

«Суспільне. Суми» – найвищий рівень верифікації, «Твій Миколаїв» – найвищий показник використання мирних фотографій (38%) при водночас найвищій частці маніпулятивних заголовків (79%).

Таким чином, дослідження виявило системний дефіцит якості в практиці локальних медіа при висвітленні теми втрати. Неякісне висвітлення теми втрати може завдати додаткового болю родинам і деформувати суспільну пам'ять. Натомість журналістика, що поєднує фаховість із людяністю, здатна зміцнити суспільну єдність і сприяти формуванню культури пам'яті на рівні громади.

Список використаних джерел:

1. Allan S. Journalism and Trauma. Maidenhead: Open University Press, 2013. 210 p.
2. Ассман Я. Культурна пам'ять: письмо, пам'ять про минуле та політична ідентичність у вищих культурах давнини / пер. з нім. К.: Ніка-Центр, 2004. 261 с.
3. Naux D. H., Dominicé A. M., Raspotnig J. A Cultural Memory of the Digital Age? // International Journal for the Semiotics of Law. 2021. P. 769–782.
4. Chouliaraki L. Media and compassion after digital war: Why digital media haven't transformed responses to human suffering in contemporary conflict // International Review of the Red Cross. 2021. Vol. 102, No. 913. P. 117–143.
- Ярхо О. Психологічні механізми вторинної травматизації журналістів в умовах збройного конфлікту та детермінанти збереження ментального здоров'я // Вчені записки Університету «КРОК». 2026. С. 528–534.
5. Пелешок О. Церемонія прощання із загиблими військовими: етичні номінації чутливого візуального контенту в медіа // Синопис: текст, контекст, медіа. 2024. Т. 30, № 4. С. 311–319
6. Платонова А. Як уникнути насильницької медійності смерті та горювання під час війни. Детектор медіа. 2025. URL: <https://detector.media/community/article/240401/2025-04-30-yak-unyknuty-nasylnytskoi-mediynosti-smerti-ta-goryuvannya-pid-chas-viyny/>.
7. Поради ІМІ: висвітлення смертей у медіа – як про це коректно писати. ІМІ. 2024. URL: <https://imi.org.ua/advices/vysvitlennya-smertej-u-media-yak-pro-tse-korektno-pysaty-i62299>.
8. Стандарти і етика журналістики в умовах конфлікту та кризових ситуацій. MediaSapiens / ОБСЄ. 2014. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/12146/2014-12-19-standarty-i-etyka-zhurnalistyky-v-umovakh-konfliktu-ta-kryzovykh-sytuatsiy-rekomendatsii/>.

ВІДРОДЖЕНІ СЛОВА В МОВНОМУ БУТТІ ЗМІ

Ніна ЯЦЕНКО

*канд. філол. наук, старший науковий співробітник відділу граматики
та наукової термінології Інституту української мови НАН України*

З 90-х рр. XX ст. у зв'язку з демократизацією суспільства, настанням сприятливих обставин для відновлення органічних ознак української літературної мови до активного вжитку поступово почали повертатися слова, граматичні форми та синтаксичні конструкції, що були обмежені у використанні за радянського часу. У перші два десятиріччя XXI ст. цей процес употужнився, внаслідок чого деякі питомі українські одиниці стали вживатися ще частіше, а інші – розширили сфери свого використання, проникнувши до різних функціональних стилів.

Серед граматичних одиниць актуалізації зазнали й окремі прислівники. Одні мовці ними активно послуговуються, інші ж не завжди розуміють, що означають ці слова, хоч вони здавна вживані в українській мові. Нагадаємо окремі реактуалізовані українські прислівники і окреслимо сфери найчастотнішого використання їх у сучасному комунікативному просторі.

Достеменно. Слово достеменно засвідчене (без ремарок) ще в «Словарі» Піскунова зі значеннями «как следует, какъ должно, формально, точно, словно» [10, с.70]. Його синоніми: справді, дійсно, слово в слово, (схожий) достоту, око-в-око, якраз так, саме так, точнісінько так; (знати) як своїх п'ять пальців, як облупленого. Стилистичне маркування прислівника достеменно у лексикографічних джерелах відбито непослідовно. Його кваліфікують без ремарок з семантикою: достеменно, точно, нестеменно [1, с.195]; достеменно, точно, точь – в – точь [3, с.209]; достеменно, точь – в – точь, точно [2, с. 221]; достеменно (в сочетан. с прил.) по-справжньому, справді, справжньо [7, с.443]; достеменно, нар. подлинно, доподлинно, (о похожем) точно, точка в точку, точь в точь, тютелька в тютельку [9, с.109].

Слово кваліфікують як анахронічне [4, с. 366]; розмовне, застаріле, просто розмовне. У перші два десятиріччя XXI ст. прислівник достеменно активно вживаний у різних функціональних стилях, зокрема, публіцистичному, художньому, науковому. Напр.: Іван Багряний у романі «Тигролови» послідовно дотримується принципу правдивості, знаючи достеменно, що вже не повернеться до Радянського Союзу й не спокутуватиме перед радянським жодною інкримінованою йому провини (З Інтернету); Крім цього, достеменно невідома кількість російських окупантів, які потрапили в полон, або пропали безвісти

(аналітичний портал «Слово і діло», 21.05.2022 р.) (публіцистичний); Достеменно вони з Олексою уже того не знали, не розуміли (Шевчук Василь) (художній); І навіть сучасні інформаційні технології поки що не завжди можуть допомогти, бо не всі наші тексти оцифровані та опрацьовані відповідно, як, скажімо, у Німеччині, де науковці вивчили свою писемну спадщину настільки ґрунтовно, що можуть достеменно встановити першу фіксацію елементів німецької мови, починаючи з 15 ст. (Олександр Скопненко) (науковий).

Прислівник наразі належить до реєстру прислівників, що зазнали «репресій» [4, с. 377]. Прикметно, що його досить часто вживають неправильно. Словник Б. Грінченка (1907–1909) його не подає. Слово наразі увійшло до широкого вжитку у 90-х роках ХХ ст., до того часу воно було активним у Галичині. Словник укр. мови (1970–1980) фіксує наразі з ремаркою діалектне й, на жаль, як стверджує дехто з дослідників, помилково його тлумачить, додаючи до значення «поки що» і сему «зараз» [12, с. 168]. Журналісти поступово закріпили слово в ЗМІ, воно стало частиною літературної мови. Проте через недбалість чи неухважність чимало хто вживає його неправильно, надаючи йому значення «нині», «тепер», «зараз». Це слово в живомовному середовищі ніколи такого значення не мало. Правильно використовувати наразі як відповідник до поки що: – Шукаєте те, що неможливо знайти? – Наразі шукаю готель (Ю. Винничук). З таким значенням його кодифікує словник української мови: наразі, діал. в первый момент, пока что [9, с. 1297].

У комунікативному просторі ХХІ ст. прислівник наразі активно використовують у художньому, публіцистичному та науковому стилях. Наприклад: Зразки використання в художньому стилі: Тепер він уже не такий елегантний, життя його помітно прим'яло, з наукою теж не склалося, престижний інститут занепав, тож він змушений працювати на принагідних роботах, наразі робить комп'ютерну верстку для видавництва, що видає українську літературу, відтак теж неплатоспроможне (Ліна Костенко); стиль публіцистичний: На Хрещатику розбирали пам'ятку архітектури ХІХ ст.: наразі роботи зупинили [<http://www.ukrinform.ua>]; Наразі в рамках цієї ініціативи вийшло вже три українськомовних книги шрифтом Брайля, всі вони представлені в Державній бібліотеці Будапешта [<http://suspilne.media>, 18.10.2023]; стиль науковий: Наразі накопичуємо слова і переклади – потім будемо відбирати найкращі і найбільш вдалі та популяризувати [<http://medium.com>, 06.04.2015]. Прислівник наразі вживається для позначення поточного стану речей, ситуації чи обставин на даний момент. Слово наразі вказує на тимчасовий або змінний характер ситуації і використовується для опису того, що діє на дану мить, але не може змінитися в майбутньому. Ось

кілька прикладів, коли можна використовувати слово наразі: Наразі вона працює над новим проєктом (Зазначається її поточна діяльність на даному етапі). Наразі погода тримається стабільною, але прогноз передбачає дощі (Описується поточний стан погоди, але існує можливість змін у майбутньому). Наразі ця технологія дозволяє здійснювати швидке з'єднання з Інтернетом (Описується поточна можливість технології, але в майбутньому можуть з'явитись покращення). Наразі він зосереджений на своїй освітній кар'єрі (Описується його поточний пріоритет, який може змінитися з часом). Загалом, наразі використовується для підкреслення тимчасовості, недоліків або змінності певного стану чи ситуації.

Навзаєм. Дійсно, останнім часом прислівник навзаєм вживається частіше, аніж взаємно. Напевне, щоб уникати можливих аналогій з російським взаимно (пересторога щодо калькування). А також, мабуть, тому, що співзвучно з іншими прислівниками, яких є багато, що починаються з на-: навмисне, наперекір, напоказ, навпочіпки, нашвидку, навколішки тощо. Існує думка, що навзаєм ще й вимовляти дещо простіше, бо комбінація «мн» при вимові «взаємно» трохи незручна. Слово навзаєм не нове. Його можна знайти у листі, датованим 1893 р. Лесі Українки до Михайла Драгоманова: Остаточо (як кажуть галичани) я ніяк не можу постерегти логіки в поступуванні «січовиків» та й інших – то вони з тими попами навзаєм лаються і «собак вішають», то знов усякі гречності і прихильності строять для якихсь там клинів. У Словнику укр. мови Б. Грінченка його марковано як діалектне: навза́єм присл., діал. – взаємно. Навзаєм – навзаєм нар. – обоюдно, взаимно [11, с. 68]. Таке ж маркування збереглося в СУМІ-11. Навзаєм – це також слово, що зазнало репресій. Навзаєм – діалектне, розм. – взаємно, слово-замінник [4, с. 377]; навзаєм, обопільно – взаимно [5, с. 69]; навзаєм – обоюдно, взаимно [3, с. 437]; взаємно – взаимно, обоюдно [2, с. 65]. Лексема, як і в попередні періоди, переважно функціонує в художньому, публіцистичному та розмовному стилі: Зустрічаючись, інколи цілують навзаєм руки (П. Загребельний); Душа й розум справжнього мислячого письменника живуть завжди у його героях. Такий відсвіт злагоди благотворний навзаєм (з публіцист. л-ри).

Відтак. Останнім часом на сторінках багатьох видань і в усному мовленні надуживають словом відтак у значенні 'отже, тому'. Це висловлення на взірць: Він стоїть героєм в розбурханій дивною телефонограмою уяві – дорослий, а відтак здатний вершити подвиги; Тополі за своєю будовою стрімкі, легкі, високі, а відтак надаватимуть архітектурі, подвір'ю ажурності. Відтак потрібно використовувати лише у значенні 'потім, після того, далі': Ще з рік [Іван] походив, а відтак оженився (Михайло Коцюбинський); Водночас росіяни також

бачать усе, що здійснює українське військо. Відтак ситуація заходить у глухий кут. Щоб вийти з нього, потрібно справжній технологічний стрибок, новий «порох» [<http://www.nta.ua>, 02.11.2023]; Подібні безпідставні звинувачення підривають довіру не лише до Суспільного, а й до колег «Української правди» як представників незалежних ЗМІ. Відтак сподіваємося, що редакція або надасть докази, на яких засноване вищезгадане твердження, або спростує його та принесе вибачення [<http://stv.detector.media>, 28.11.2022]; Відтак можемо констатувати, що наразі відбувається інформаційна операція проти України [<http://bahmmut.in.ua>]; Найбільш частотно представлені в ідіостилі автора сполучні засоби, а відтак – у реченнях зі значенням послідовності дії чи узагальнення думки, висловленої в попередній частині (Н. Маслюк); Документ є складовою загальної реформи управління відходами в Україні. Його реалізація дозволить покрити всю країну системою роздільного збирання упаковки та відновлення цих відходів, а отже, перейти до економіки замкненого циклу. Відтак мільйони тонн ресурсоцінних матеріалів, таких як папір, картон, пластик, скло, метали, деревина, не захоронюватимуться на полігонах, а отримуватимуть «друге життя». Вони ставатимуть сировиною для вироблення нових продуктів (<https://biz.ligazakon.net>, 20.09.2023 р.). Відтак засвідчується з семантикою: после того, потом, затем [3, с. 128]; відтак – потом [1, с. 68]; відтак (гал.) – после того, затем, потом [2, с. 123]; відтак – (затем) [5, с.95]; відтак – потом, затем [11, с. 231]; відтак – после того, затем, потом [9, с.1034]; відтак, опісля, далі – затем [8, с. 306]; відтак – потом, затем [11, с. 231]; відтак – после того, затем, потом [1, с. 258]; відтак – після чого-небудь, потім, далі [12, с. 647]. Відтак втрачає свою стилістичну виразність, перетворюючись на штампи й слова (потім) [4, с.362].

Відтепер – відтепер – отныне, с этой поры, с этого времени [2, с. 123]; віднині, з цього часу, відсьогодні [6, с.485]; віднині, з цієї пори, з цього часу [3, с. 128]; відтепер – присл., с этого времени, отныне [11, с.44]; відтепер, віднині (отныне), (с настоящего времени) [7, с.373]; відтепер – с этих пор, с этой поры, с этого времени [13, с. 258]; відтепер, з цього часу, від цього часу – отныне [1, с. 258]; відтепер – с этих пор, с этой поры, с этого времени, отныне [9, с. 1034]; відтепер – отныне [8, с. 705]; відтепер – з цього часу, з цієї пори [12, с. 648]; Відтепер, сказав я сам собі, тільки мене спіткає невдача, тільки мою душу оповіє печаль, тільки огорне туга, – неодмінно думатиму про маму (Є Гуцало); Транспортні лінії поблизу містечка відтепер повинні особливо пильно охоронятися (Іван Ле).

Отже, проаналізована всього лишень частка прислівників дозволяє зробити висновок, що це питомі українські одиниці, що внаслідок суспільно-політичних умов у 40–80-х роках ХХ ст. опинилися на периферії мовного вжитку.

Повернення їх до активного використання розпочалося з 90-х рр. XX ст. Ці прислівники активно функціонують у художньому, публіцистичному, зрідка у науковому стилі української мови.

Список використаних джерел:

1. Іваницький С., Шумлянський Ф. Російсько-український словник / С. Іваницький, Ф. Шумлянський. – Вінниця, 1918. – Т.1–2.
2. Ізюмов О. Українсько-російський словник / О. Ізюмов. – Х. – К.: ДВУ, 1930. – 980 с.
3. Ніковський А. Словник українсько-російський / А. Ніковський. – К. : Книгоспілка, б.р. – 864 с.
4. Реєстр репресованих слів // Українська мова у XX сторіччі: історія лінгвоциду : док. і матеріали / [упор. : Л. Масенко та ін.]. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська акад.», 2005. – С. 254 – 399.
5. Російсько-український словник / [гол. ред. А. Кримський]. – К., 1924 – 1933.
6. Російсько-український словник. – К. : АН УРСР, 1937. – 890 с.
7. Русско-украинский словарь. – М. : Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1948. – 800 с.
8. Російсько-український словник / [за ред. В. Жайворонка]. К. : Абрис, 2006. – 1402 с.
9. Російсько-український та українсько-російський словник, в одному томі / [упор. та гол. ред. В. Т. Бусел]. – К. : Ірпінь : ВТФ «Перун», 2008. – 1848 с.
10. Словарь живого народного, письменного и актового языка русских южан Российской и Австро-венгерской империи. Составилъ Фортунатъ Пискуновъ. Изд. 2 е, испр. и значит. пополненное. Киев, 1882. – 309 с.
11. Словарь української мови : у 4 т. / [упоряд. з дод. власн. мат-лів Б. Грінченко]. – К., 1907 – 1909.
12. Словник української мови : в 11 т. – К. : Наук. думка, 1970 – 1980.
13. Українсько-російський словник : у 6 т. К. : АН УРСР, 1953 – 1963

ПАНЕЛЬ 2. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ БЕЗПЕКИ ТА ОБОРОНИ

ОСОБЛИВОСТІ МІНІМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ РИЗИКІВ МАСМЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Володимир БРАДОВ

*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності
та культури Державного податкового університету*

Практична діяльність сучасних засобів масової комунікації в умовах мінливого ринку нерозривно пов'язана з постійним розширенням зон невизначеності та виникненням нових критичних ситуацій. Це суттєво підвищує вірогідність фінансових втрат, недоотримання запланованих доходів, а також створює реальну загрозу часткової або повної втрати цільової аудиторії та послаблення інформаційного впливу на неї. В реаліях війни тиск ризикоутворюючих факторів збільшився в рази: безпекові загрози, логістичний колапс, знищення інфраструктури, необхідність релокації стали ключовими чинниками, які безпосередньо визначають, чи спроможне медіа взагалі продовжувати свою фахову роботу в інформаційному просторі. Подібний стан речей вимагає негайного перегляду базових підходів до побудови ефективної системи стратегічного управління медіапідприємством.

Проблематику трансформації вітчизняної комунікаційної системи, її ринкового виживання та виникнення загроз під час генерації й дистрибуції контенту досліджували науковці О. Гоян, О. Гриценко, О. Зернецька, О. Мелешенко, Г. Почепцов, Ю. Фінклер, А. Чічановський. Окремі методологічні підходи до ризик-менеджменту представлені у працях І. Волкова, Н. Драгомирецької, В. Падейського, В. Теремка, В. Шпака. Разом з тим, багато аспектів організації ефективного управління ризиками дотепер вивчені недостатньо, а в українському журналістикознавстві відсутній єдиний підхід до цієї проблеми.

За умов сучасного ринкового середовища ризик виступає абсолютно природною, невід'ємною та базовою характеристикою професійної діяльності будь-якого засобу масової комунікації, причому всі його потенційні прояви можна чітко типізувати за групами та детально аналізувати як у комплексі, так і окремо. Запровадження правового режиму воєнного стану кардинально переформатувало внутрішню сутність цих небезпек, трансформувавши звичайні ринкові ризики у площину тотальних загроз. Для топ-менеджменту сучасних ЗМК критично важливо не просто формально фіксувати наявність небезпеки, а

миттєво оцінювати глибину її можливих руйнівних наслідків, впроваджуючи оперативні рішення для їх уникнення або максимального пом'якшення.

У сучасному науковому просторі сформувалася значна кількість підходів до інтерпретації категорії «управління ризиком» [1; 2]. Деякі дослідники схильні трактувати цей процес досить обмежено, зводячи його виключно до набору організаційних дій, орієнтованих на те, щоб вчасно попередити ризиковані ситуації, виявити джерела і момент їхнього виникнення. Нам здається такий підхід дещо звуженим, оскільки він залишає поза увагою динамічність воєнно-ринкового середовища та гостру потребу в постійному стратегічному прогнозуванні. Доцільніше розуміти управління як безперервний процес виявлення, ідентифікації, глибокого оцінювання ймовірності, змісту та масштабів можливих втрат, а також розробку методів їх попередження, мінімізації та перетворення на нові можливості [3, с. 49]. Безумовно, цю діяльність треба розглядати як управлінську функцію, що базується на детальному всебічному моніторингу поточної ситуації, оцінці загроз, зіставленні внутрішніх ресурсів з можливими методами нейтралізації криз [2, с. 88].

Управління ризиками в медіаіндустрії – це жорстко структурована система послідовних кроків, яка інтегрує в собі моніторинг ризикоутворюючих факторів, розрахунок рівня потенційних втрат, створення комплексної технологічної моделі захисту бізнесу та персоналу від наслідків настання кризових подій, а також безперервний контроль за реалізацією цих рішень. Основу сучасного ризик-менеджменту становить системна робота з мінімізації професійних ризиків, що здатні паралізувати роботу ЗМК, вона повинна поєднувати стратегію і тактику дій, спрямованих на збереження конкурентоспроможності медіапідприємства за рахунок його адаптивності та стійкості.

Спираючись на попередні теоретичні напрацювання, всі небезпеки діяльності вітчизняних ЗМК було класифіковано за трьома фундаментальними векторами: макроризики (спричинені глобальними зовнішніми факторами), мікроризики (викликані внутрішніми операційними процесами) та інтегральні ризики (виникають на перетині зовнішніх і внутрішніх чинників) [4, с. 48]. До першої групи традиційно відносили політичну нестабільність, економічні кризи, різкі законодавчі зміни, інфляційні та податкові загрози; до другої – фінансові та комерційні втрати; до третьої – конкурентні, збутові, цінові та судово-правові ризики. Слід наголосити, що в реаліях війни межі між цими групами майже стерлися, оскільки руйнування енергетичної інфраструктури, вимушена релокація редакцій, мобілізація провідних фахівців та фізична небезпека для життя журналістів повністю деформували звичні бізнес-моделі.

Аналізуючи кожну з визначених груп ризиків як об'єкт антикризового управління, варто вказати, що базовим елементом захисту є безперервний аудит зовнішнього середовища, регулярні маркетингові зрізи в окремих інформаційних сегментах (преса, ТБ, радіо, інтернет-ЗМК) та розробка сценаріїв розгортання форс-мажорних обставин. Проте рівень керованості цих процесів далеко не завжди є достатнім. Зокрема, макроризики воєнного походження майже не піддаються прямому регулюванню з боку менеджменту медіапідприємства. У таких жорстких умовах керівництво ЗМК здатне лише впроваджувати заходи попереджувального характеру. Постійне відстеження трансформацій нормативно-правової бази та безпекових рішень держави дозволяє заздалегідь спрогнозувати зміни в регулюванні інформпростору, оперативно провести релокацію технічних потужностей медіа або обрати інший спосіб адаптації до роботи в кризових умовах [5].

Для успішного блокування мікроризиків (фінансових чи товарних) необхідно задіяти внутрішні операційні важелі впливу. Постійний збір маркетингової інформації та її інтеграція в редакційну політику дозволяють створювати максимально затребуваний контент, уникаючи фінансових збитків від неотримання переглядів чи списання нереалізованих накладів преси. Під час війни цей аспект перейшов у площину національної безпеки: затребуваність медіапродукту зараз прямо залежить від адаптованості його формату до можливостей донесення до цільової аудиторії ЗМК, його абсолютної верифікованості та оперативності наданої в ньому інформації.

Найвищий рівень складності для ризик-менеджменту становлять інтегральні небезпеки. Прагнучі зменшити конкурентний ризик, медіабізнес не здатний штучно зупинити активність опонентів, проте утримання високої якості власного інформаційного контенту є цілком реальним завданням. Створення унікальних конкурентних переваг (наприклад, за рахунок ексклюзивних репортажів чи унікальної аналітики) гарантує збереження ядра аудиторії. Головними методами відповіді на виклики конкурентного середовища залишаються динамічна рекламна політика, активне просування бренду у мережевому просторі та постійний моніторинг активності опонентів.

Збутовий та ціновий ризики сьогодні найболючіше вдарили по сектору друкованої періодики через бойові дії, окупацію територій та фізичне знищення логістичних вузлів. Особливу увагу слід приділити виходу на нові цифрові платформи розповсюдження контенту, що і спостерігається сьогодні в практиці діяльності вітчизняних ЗМК, особливо тих, чия аудиторія сьогодні знаходиться у прифронтовій зоні.

Результати дослідження наочно демонструють, що режим воєнного стану примножують рівень невизначеності в медіасфері, вимагаючи від менеджменту ЗМК негайного впровадження системного ризик-менеджменту. Застосування комплексного антикризового інструментарію в процесах створення та дистрибуції інформаційного контенту здатен певною мірою стабілізувати діяльність медіапідприємств, захистити творчі колективи та зберегти лояльність аудиторії у разі настання кризових подій. Подальша інтеграція систем управління професійними ризиками в загальну структуру медіаменеджменту виступає обов'язковою умовою для забезпечення довгострокової стійкості інформаційного простору України та її національної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Драгомирецька Н. Складові управління ризиками в комунікаційних проектах. Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації. 2019. №1. С. 139–144.
2. Малютенко О. Питання управління ризиками в процесі господарської діяльності підприємства. Науковий вісник. 2020. №8 (86). С. 83–91.
3. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу. Київ. : Академвидав, 2018. 136 с. (Серія «Альма-матер»).
4. Брадов В. Ризики функціонування ЗМК як суб'єктів медіа ринку: проблеми класифікації. Поліграфія та видавнича справа. 2017. №4 (56). С. 46–51.
5. Шпак В. Видавничий бізнес: книга редактора. URL : https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/41832/1/V_SHPAK_VBKR_IZH.pdf.

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Олег ДЖОЛОС

*канд. наук із соц. комунікацій, доцент, доцент кафедри аудіовізуальних медіа
Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного
університету імені Тараса Шевченка*

Значення медіаграмотності та критичного споживання інформації в умовах війни суттєво зростає, що зумовлено масштабними інформаційними загрозами, спрямованими проти України. Сучасні медіа, соціальні мережі та цифрові платформи виконують не лише інформативну, а й потужну впливову функцію, формуючи суспільні настрої, політичні орієнтації та поведінкові моделі. Відповідно до Закону України «Про медіа», ключову роль у сучасному інформаційному середовищі відіграють онлайн-медіа та цифрові сервіси [1].

Метою дослідження є аналіз рівня медіаграмотності українців як здатності до критичного осмислення інформації та ефективного використання медіасервісів. Емпіричною базою слугують результати дослідження «Індекс медіаграмотності українців: 2020–2025 (шоста хвиля)», проведеного ГО «Детектор медіа» в межах проєкту ПРООН [2].

Актуальність теми зумовлена трансформацією медіасередовища: цифрові платформи та соціальні мережі стали домінантними каналами створення і споживання інформації. Дані дослідження свідчать про суттєве зростання рівня медіаграмотності після початку повномасштабної війни: частка аудиторії з вищим за середній рівнем зросла з 55% у 2021 році до 81% у 2022 році, тоді як частка осіб із низьким рівнем зменшилася з 45% до 19%. Водночас відбувається переосмислення ролі медіа в суспільстві. Хоча інформування громадян залишається основною функцією медіа, її значущість знизилася (з 70% до 55%). Натомість зростає сприйняття медіа як ресурсу для навчання (44%) і як платформи для комунікації між державою та суспільством (41%). Це свідчить про розширення функціонального навантаження медіа в умовах війни. Дослідження фіксує і певну кризу довіри: 43% респондентів вважають, що медіа працюють в інтересах влади, 32% – власників, і лише 19% – в інтересах суспільства. Лише чверть аудиторії переконана, що медіа висвітлюють найбільш значущі події. Водночас 76% підкреслюють важливість суспільних медіа як незалежного інституту, хоча лише 48% впевнені у їхній наявності в Україні.

Структура медіаспоживання демонструє посилення ролі цифрових платформ. Зокрема, частка споживання суспільно-політичного контенту в

месенджерах зросла до 71%. Водночас традиційні медіа зберігають частковий вплив: 30% аудиторії звертаються до телемарафону «Єдині новини», 22% – до національних інтернет-медіа. Важливо, що лише 37% користувачів систематично звертають увагу на авторство контенту. Порівняння журналістів і блогерів засвідчує незначну перевагу журналістів за рівнем довіри (25% проти 22%), що пов'язано з очікуванням більшої відповідальності за достовірність інформації [3].

Результати також свідчать про високий рівень цифрової залученості: 92% українців користуються інтернетом щодня, 76% – для пошуку інформації, близько 60% – для комунікації та споживання новин. Найпопулярнішими платформами для отримання новин є Telegram (54%) і YouTube (39%), тоді як для навчального контенту – YouTube (50%) і Facebook (25%).

Суттєво зростає використання технологій штучного інтелекту: частка користувачів збільшилася з 28% у 2024 році до 49% у 2025 році. Це свідчить про формування нових практик споживання інформації та необхідність розвитку відповідних компетентностей.

Отже, результати дослідження підтверджують позитивну динаміку розвитку медіаграмотності українців, зумовлену, зокрема, умовами війни. Водночас зберігаються виклики, пов'язані з довірою до медіа, якістю контенту та критичним його сприйняттям. У цих умовах медіаграмотність постає як ключова і водночас критично необхідна компетентність, що забезпечує стійкість суспільства до інформаційних загроз, дезінформації та пропаганди.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про медіа» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 06.05.2026).
2. Індекс медіаграмотності українців: 2020–2025 (шоста хвиля) URL: <https://detector.media/infospace/article/248278/2026-03-13-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202025-shosta-khvylya/> (дата звернення: 06.05.2026).
3. Дослідження «Медіаспоживання 2025» URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/research-media-consumption-ukraine/> (дата звернення: 06.05.2026).

ЕТИЧНІ РАМКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ПРОБЛЕМИ КОМУКАЦІЇ

Марія ЗДИРОК

*викладач ВСП “Стрийський фаховий коледж Львівського національного
університету природокористування”*

Постановка проблеми. Нейромережа сьогодні набула ширшого значення, яка приносить масштабні зміни в середовищі суспільства. Це стосується ризику, коли людська суб’єктивність може втратити своєособливість, а її самостійні межі стають неясними. Вивчення цієї проблеми потребує діалогу між гуманістичною традицією та технологічним підходом, враховуючи поступовий розвиток рішень, прийнятих штучним інтелектом. Антропологічний аспект розглядає питання про природу людини як суб’єкта мислення, дії та рефлексії під впливом штучного інтелекту. Тому важливо відповісти на запитання: чи може штучний інтелект стати загрозою для ідентичності людської суб’єктивності або, навпаки, може використовуватися як інструмент її зміни. У цьому контексті дискусія про етичні основи стосунків між людиною та технікою, разом з необхідністю збереження антропоцентричної позиції в світі, що стає технологічною реальністю, потребує більшої уваги.

Аналіз останніх публікацій. Аналіз етичних проблем, пов’язаних із штучним інтелектом, стає особливо важливим у зв’язку з швидким розвитком технологій, які безпосередньо впливають на людську індивідуальність. Останні дослідження підкреслюють необхідність перегляду традиційних уявлень про людську ідентичність у контексті цифрових змін і автоматизації. У сучасних наукових та громадських дискусіях питання розвитку штучного інтелекту розглядається як з позиції його переваг, так і ризиків. Ілон Маск підкреслює, що невідповідальний розвиток ШІ може виходити з-під контролю і стати більш небезпечним, ніж загрози від Північної Кореї. Він наголошує на необхідності державного регулювання, щоб забезпечити безпеку суспільства (Elon Musk, 2025). Подібну думку висловлює Стівен Гокінг, який вважає, що без контролю ШІ може стати однією з найсерйозніших загроз для людства, хоча одночасно він підтримує його потенціал у рішенні багатьох глобальних проблем, таких як бідність чи хвороби (Hawking, 2017). Майкл Вассар також застерігає, що безпека впровадження потужного ШІ – це критично важливе питання для виживання людства (Vassar, 2025). При цьому засновники ШІ, такі як Джон Маккарті, розглядали його не як інструмент для психології, а як засіб для розв’язання задач у комп’ютерних науках, що дозволяє підвищувати ефективність людської діяльності (McCarthy,

1988). Сучасні приклади застосування ШІ підтверджують ці очікування. Білл Гейтс зазначає, що технології ШІ збільшують продуктивність і ефективність у багатьох сферах, включаючи транспорт, медицину, освіту та бізнес (Погореленко, 2025). Сьогодні особливу увагу в дослідженнях приділяють медичному використанню ШІ. Наприклад, система Google DeepMind може аналізувати знімки сітківки та встановлювати понад 50 діагнозів, що збільшує точність і швидкість медичних рішень (Штучний інтелект навчився діагностувати очні хвороби, 2023). Сергій Брін, засновник Google, попереджає, що ШІ може бути використане для маніпуляцій з людьми, а також звертає увагу на неможливість відповідальності за рішення, прийняті штучним інтелектом (Погореленко, 2025). Такі моральні ділеми, у тому числі щодо безпілотних автомобілів, аналізує Рогожа (2023), що підкреслює відмінність між моральними можливостями людини та алгоритмів ШІ. У філософському контексті І. Кант підкреслює, що моральний закон має універсальну природу і може застосовуватися до етичного регулювання ШІ (Кант, 1965). Однак обмежені можливості ШІ у виборі, що залежить від емоцій та раціональних міркувань, вказують на фундаментальну різницю між людиною та машинами, що вимагає особливого підходу до формування етичних стандартів (Рогожа, 2023). Таким чином, сучасні дослідження показують, що ШІ має подвійну природу: з одного боку, він відкриває широкі можливості для розвитку суспільства та технологій, а з іншого – створює потенційні етичні та соціальні загрози, які потребують наукового обґрунтування регулювання та дотримання етичних норм.

Мета роботи полягає в етичному усвідомленні впливу штучного інтелекту, спрямованого на реальну загрозу для суспільства, співвідношення діяльності нейромережі з людськими факторами, людей.

Виклад основного матеріалу. Мораль – феномен суто людського світу. Традиційно людина плекала свою людськість, відмежовуючи себе від світу природи. Нині етика актуалізується у зв'язку з питаннями про те, чи потрібно людині дистанціюватися від штучного інтелекту, чи потрібно створювати етичну регламентацію в галузі штучного інтелекту і на що в ній слід спиратися й куди акцентувати увагу?

Ці питання виникають в обставинах, за яких вчені поколіннями працювали на те, щоб технічно забезпечити комфортне існування людини, яке, серед іншого, призвело до певної міри зрощування людини з машиною. Сьогодні буденністю нашого життя є кіборги - біологічні істоти, в які вживлено механічні чи електронні компоненти. Коли штучні органи, суглоби, тканини стають звичними в людському організмі, постає питання, до якої міри людина залишається людиною, приростаючи електронними чи механічними пристроями?

Вчені вказують, що робота мозку людини пов'язана з дією органів чуттів і контролем біологічного тіла, тому повноцінно мозок може працювати лише на біологічній основі. Отже, поки людина ідентифікує себе людиною, поки механічні чи електронні пристрої не усувають її інтелектуально-чуттєву природу, доти вона ідентифікує себе людиною в єдності розумового, тілесного й емоційного. Штучний же інтелект має іншу природу - він від початку є машиною. Й різного роду намагання розробників надати йому антропологічні форми не усувають цієї висхідної ситуації, яка задає зовсім іншу тональність етичних проблем.

Так, робот Софія має антропоморфну форму й може висловлювати емоції, і сама наявність такого механізму провокує питання ціннісного характеру. Усвідомлюючи потенційну загрозу від самокерованості штучного інтелекту, у 2018 р. в Європейському Союзі розпочато роботу експертів над визначенням етичних принципів розвитку штучного інтелекту. На сьогодні виокремлено такі: штучний інтелект має заслуговувати на довіру, відповідати законам та правилам, передбачати контроль з боку людини, враховувати інтереси суспільства та права людини, бути надійним, безпечним, стабільним, поважати приватність людини та безпеку даних про неї, бути прозорим, враховувати всі людські особливості, включаючи фізичну спроможність, сприяти розвитку суспільства тощо. Усі сім принципів, по великому рахунку, можуть бути охоплені одним метапринципом - контроль в ім'я безпеки людини.

Варто зазначити думку Джона Маккарті про початковий напрямок досліджень в області штучного інтелекту: «Мета полягала в тому, щоб припинити вивчення поведінки людини та розглядати комп'ютер як інструмент для розв'язання певних задач. Отже, штучний інтелект став частиною комп'ютерної науки, а не психології». Важливо зазначити, що різниця між штучним інтелектом та людським інтелектом поступово збільшується, оскільки системи штучного інтелекту все більш ефективно виконують функції людини в різних сферах життя [8, с.4].

Поява штучного інтелекту (AI – “artificial intelligence”) може стати «найгіршою подією в історії нашої цивілізації», якщо людство не знайде спосіб контролювати його нестримний розвиток. Про це заявив видатний фізик С. Хокінг, виступаючи на технологічній конференції Web Summit у Ліссабоні, Португалія. «Теоретично комп'ютери можуть наслідувати людський розум і навіть перевершувати його», – сказав він. За словами вченого, штучний інтелект можна використовувати для того, щоб зменшити шкоду, яку завдає людство навколишньому середовищу, щоб викоринити бідність і хвороби, однак майбутнє і досі невизначено. «Створення AI може бути як найбільшим успіхом в історії

нашої цивілізації, так і найгіршою подією. Ми просто не знаємо. Невідомо, чи буде AI безкінечно допомагати нам, чи просто відсуне нас вбік, розвиваючись все ширше, чи знищить нас», – сказав Хокінг [5].

На думку одного з творців «Google» Сергія Бріна, штучний інтелект небезпечний насамперед тим, що може бути використаний для маніпулювання людьми. Він також піднімає питання щодо впливу штучного інтелекту на працевлаштування в різних галузях, розуміння того, що відбувається всередині цих технологій та щодо оцінки їх об'єктивності та безпечності. Додатковий «мінус» штучного інтелекту – відсутність допоміжного блоку автономної (усвідомленої) відповідальності ухвалення остаточного рішення, що свідчить про неможливість ухвалення адекватних рішень. Але, якими б депресивними очікуваннями не наповнювали деякі фахівці інформаційне поле стосовно перспектив розвитку штучного інтелекту, поки очевидно одне: негативні наслідки від розвитку штучного інтелекту повністю нівелюються позитивними результатами та перспективами від його використання [3, с. 25].

Такі експерти, як С. Гокінг, давно попереджали про потенціал штучного інтелекту знищити людство. В інтерв'ю 2014 р. відомий фізик заявив, що «розвиток штучного інтелекту може означати кінець людської раси». Більше того, він розглядає поширення автоматизації як згубну силу для середнього класу. Інший експерт, М. Вассар, головний науковий співробітник MetaMed Research, заявив: «Якщо штучний інтелект, що перевершує людський, буде винайдено без належної обережності, майже напевно, що людський вид дуже швидко вимре». [7]

Інший пласт проблем з безпілотними автомобілями виникає також щодо питань безпеки. Самокерований автомобіль рекламується як такий, що на порядки є безпечнішим, ніж керовані людиною машини. У випадку аварії машина буде діяти раціонально, відповідно до того, як вона запрограмована – врятувати свого власника за рахунок усього іншого світу. Власне, все «людське» тут виключається від початку – емоції, імпульси, пориви, самопожертва водія (наприклад, якщо дитина вибігла на проїжджу частину) як таке, що не входить у програму збереження пасажирів. Власне, для дилеми вагонетки тут просто не залишається місця. І факти лише підтверджують такі міркування. Свого часу була оприлюднена версія причин автомобільної аварії у США, коли безпілотний автомобіль збив на смерть жінку, яка переходила дорогу в недозволеному місці. Причиною аварії стала помилка у розпізнаванні об'єкту, що рухався.

Свого часу І. Кант в «Основах метафізики моральності» надав аргумент сучасним захисникам запровадження етичних принципів для штучного інтелекту, внісши розрізнення понять людини і розумної істоти: «Значення морального закону

до такої міри просторе, що воно має силу не лише для людей, а й для всіх розумних істот взагалі». Моральний закон в такому ракурсі є універсальним моральним приписом для будь-якої розумної істоти. Це дозволяє стверджувати, що моральний закон чинний і для штучного інтелекту. Але на це є й контраргумент: штучний інтелект не має єдності інтелектуальної й емоційної, заснованої на біологічній природі суб'єкта, що завжди людині дає можливість списати скоєне на «людський фактор», вчинити нелогічно/ нераціонально, проте героїчно, жертвно - на пориві, імпульсі, заради іншого.

Власне, це дає підстави визначати, що кіборг – це людина, а носій штучного інтелекту-завжди машина.[4, с.48–49].

Будь який технологічний продукт сьогодні – це результат колективної праці науковців, інженерів, технологів, фахівців з обробки даних, дизайнерів та ін. Його створюють в одній частині світу, користуються його можливостями та перевагами – в іншій. Саме штучний інтелект надає можливості кооперуватись та обмінюватись результатами труда для покращення нашого щоденного життя. Це тільки здається, що в постіндустріальну епоху відношення до нього мають виключно представники країн, які відчувають на собі усі переваги VI технологічного укладу.

Почнемо з найочевидніших переваг, які супроводжують активний розвиток штучного інтелекту останнім часом та роблять життя, за словами Б.Гейтса, «продуктивнішим, ефективнішим та загалом легшим»: «розумне» регулювання руху та зменшення «пробок» на дорогах; підвищення ефективності діагностичних алгоритмів в медицині; персональні помічники-асистенти людини; використання біометричних можливостей та заміна стандартної кредитної картки для розпізнавання людини; охорона правопорядку за допомогою використання спеціальних систем визначення районів потенційних правопорушень; подальший розвиток «розумних» міст; написання унікальних текстів та музики відповідно в залежності до вподобань людини; вдосконалення ефективності освітньої діяльності за рахунок індивідуального підходу; повсякденне використання віртуальної реальності та ін. Варто відмітити, що штучний інтелект стане незамінним помічником й в бізнесі. Враховуючи те, що діяльність суб'єктів господарювання є основою розвитку економіки будь-якої країни, використання можливостей штучного інтелекту є запорукою росту.

Важлива умова – якість бізнес-моделі підприємства та, відповідно, продукту (роботи, послуги), який воно бажає просувати на ринку [3, с. 26].

Щодо використання можливостей штучного інтелекту в медицині, то кращого помічника в постановці діагнозу (інколи доволі суттєвої проблеми, яка є причиною помилкових «протоколів» лікування) та призначенні саме персоналізованої терапії, заснованої на аналізі великої кількості даних пацієнта, важко знайти. Як

повідомляється, найближчим часом в медицині розпочали активне використання ШІ від Google. Йдеться про DeepMind, на основі якого розробили нейромережу. Дана система дозволить з використанням усього одного знімку сітківки діагностувати понад 50 хвороб очей. Для встановлення діагнозу штучний інтелект використовує метод оптичної когерентної томографії (ОКТ), що являє собою неінвазивну безконтактну візуалізацію структури ока. Зображення, отримані за даним методом, схіжі зі знімками УЗД, однак, роздільна здатність є значно вищою, що допомагає зробити так звану "біопсію без видалення тканин" для виявлення різноманітних структур та аномалій розвитку.

Для розробки нової технології дослідники Google DeepMind об'єдналися із вченими Британського центру з боротьби з захворюваннями очей Moorfields Eye Hospital, що має широку базу знімків ОКТ.

Технологія ОКТ має переваги, але є і досить вагомий недолік - до тижня часу може бути витрачено на обробку та інтерпретацію знімків. В деяких випадках пацієнт може не мати стільки часу, оскільки рішення треба приймати якнайшвидше. В цьому аспекті ШІ має суттєву перевагу. Одна нейромережа у складі штучного інтелекту переводить необроблені знімки ОКТ у карту тривимірних тканин і встановлює попередній діагноз. Друга є нейномережа робить аналіз тривимірної карти, перевіряє точність встановленого діагнозу та визначає терміновість медичної допомоги хворому. Система створює тривимірну модель ока, визначає захворювання та навіть повідомляє, в якій ділянці ока виник осередок захворювання. Штучний інтелект наразі пройшов стадію навчання на тривимірних зображеннях тканин ока та сканак ОКТ, а наразі бере участь у випробовуваннях на базі Moorfields Eye Hospital. Якщо результати задовільнять спеціалістів, систему почнуть використовувати по всій території Великої Британії[6].

Як зазначають у Єврокомісії, штучний інтелект може застосовуватися у багатьох сферах, включаючи охорону здоров'я, споживання енергії, безпеку автомобільної техніки, фермерське виробництво, боротьбу з кліматичними змінами, моніторинг фінансових ризиків та у багатьох інших. Штучний інтелект може допомагати у викритті шахрайства або зловживань, кібернетичних злочинів та загроз, стати ефективним інструментом в руках правоохоронних органів для боротьби проти злочинності. Водночас, використання таких технологій несе нові виклики правового та етичного характеру. У вирішенні цієї проблеми Єврокомісія дотримується правила "трьох кроків": визначення ключових вимог до штучного інтелекту, якому можна довіряти, обговорення таких вимог із представниками промисловості та користувачами в рамках пілотного проекту, результатом яких має розбудова міжнародного погодження щодо розбудови штучного інтелекту виключно в інтересах людини.

На сьогодні європейські експерти визначили сім ключових принципів, яким має відповідати штучний інтелект.

Передусім, він має заслуговувати на довіру, відповідати законам та правилам.

По-друге, штучний інтелект має обов'язково передбачати контроль з боку людини, розроблятися з повагою до інтересів суспільства та прав людини, не зменшувати та не обмежувати право людини на прийняття рішень.

Третє правило – надійність та безпека. Всі такі системи мають бути достатньо стабільними на випадок помилок або дисфункції систем на весь період їхнього функціонування.

Четверта вимога – повага до приватних прав людини та до безпеки баз даних, коли такі дані не будуть використовуватися проти людини.

П'яте правило – прозорість. Людина має отримати можливість відслідковувати результати діяльності штучного інтелекту або відповідних систем.

Шосте – ці системи мають застосовуватися на недискримінаційній основі, тобто, штучний інтелект має враховувати всі людські особливості, включаючи фізичну спроможність, навички та потреби, і бути доступним для всіх людей.

Сьоме – такі системи мають сприяти розвитку суспільства та вирішенню проблем охорони довкілля, що передбачає принцип відповідальності людини за використання систем штучного інтелекту та за результати такої діяльності.

Як наголошується, Єврокомісія прагне винести цей підхід щодо розбудови «етичного» штучного інтелекту на глобальне обговорення, тому що новітні технології та алгоритми не знають жодних кордонів. Вже зараз для досягнення цієї мети Євросоюз зміцнює двосторонню співпрацю з ключовими міжнародними партнерами, зокрема з Японією, Канадою, Сінгапуром, ініціює обговорення зазначеного питання в форматі «Великої сімки», «Великої двадцятки», залучає до таких дискусій міжнародні компанії та організації.

За оцінкою Єврокомісії, яка міститься у Стратегії ЄС щодо розвитку штучного інтелекту, прийнятій у квітні 2018 р., обсяг державних та приватних інвестицій у цю галузь у європейських країнах може сягати до 20 мільярдів євро щороку, принаймні, протягом наступних 10 років. [1].

У філософському розумінні етика штучного інтелекту – це перегляд меж людської суб'єктивності та відповідальності, яка лежить на людині як творцеві та користувачі технологій. Оскільки штучний інтелект є продуктом людського інтелекту, він має радше діяти для покращення людських здібностей, ніж замінювати їх основними функціями. Особливої гостроти питання набуває в тих випадках, коли межа між людиною та пристроєм набуває більш відчутних обрисів – це має викликати не лише технічний контроль, а й глибоке філософське осмислення.

Технологічний розвиток має здійснюватися таким чином, щоб забезпечити збереження основних характеристик людської природи – самовизначення, здатності до моральної рефлексії, творчості та міжособистісних стосунків. Філософська антропологія має перетворитися на один із рівнів наукового аналізу, де постає питання пошуку оптимальної пропорції розвитку між техносферою (провідним втіленням науково-технічного прогресу) та антропосферою (глибоко гуманістичною, що виражає цілісні гуманістичні принципи буття людства). вийде на перший план.

Зворотний бік цієї медалі найкраще виражено в практичних термінах: якщо техносфері буде приділено надмірний акцент у її розвитку, а антропосферою знехтовано, виникне реальна небезпека того, що людина буде зведена до рівня додатка до технічної системи. Втрати його суб'єктивності, а також автономії можуть розглядатися як великі в цьому контексті. І навпаки, наголос на антропосфері, коли технологія відстає, гальмує прогрес – вона випереджає зміни та перешкоджає належній реакції людства на виклики сьогодення. Етика коеволюції людини та штучного інтелекту повинна означати не залишати штучний інтелект у рамках чистого виконання функцій автоматизації, а зробити його радикальним інструментом посилення людської суб'єктивності. З цією метою слід розглядати штучний інтелект як засіб, що підкреслює особливості людської вдумливості, емоційності та креативності, причому кожен екземпляр є особливим і всі вони доповнюють один одного, але не замінюють один іншого. Розробка етичних стандартів регулювання взаємодії людини і машини важлива в тих сферах, де рішення, що приймаються за участю ШІ, можуть суттєво впливати на життя людини, таких як медицина, освіта, юриспруденція, управління. Тут на перший план виходить розвиток «надійної етики» на основі прозорості, справедливості та відповідальності. Лише узгодженим розвитком антропосфери і техносфери можна запобігти дегуманізації людства і забезпечити розвиток гуманістично орієнтованої цивілізації [2, с.74–75].

Штучний інтелект – не людина. Його можна формувати в більш точних сферах, де є розрахунки, освіта, медицина, але мають бути запрограмовані етичні рамки з якими нейромережа має працювати. Він не може «відчувати» як краще, згодом буде небезпечним для нас, ми маємо розуміти наскільки важливо загартовувати рамки етики у діяльності штучного інтелекту.

Отже, можна зробити висновок, що штучний інтелект має зчитувати гуманістичні норми, і тому має бути прийнятий антропоцентричний підхід, з яким він не буде панувати над людством. Удосконалення його – або негативні наслідки як для суспільства, так і для всього живого, оскільки унікальність особистостей стирається, або позитивні наслідки в процесі використання в середовищах

природничих науках. Це питання обговорюють вже багато науковців, приводячи в приклад атомну зброю, поки вона не була вдосконалена, люди не обговорювали проблему етики штучного інтелекту, а коли ядерні розробки стали реальною загрозою для суспільства, постало нове питання «Чи варті вони права на існування серед мирного атому, принісши в цей світ мільйони жертв?». Потім це питання стало пізно піднімати, так і з штучним інтелектом – поки нема реальної загрози, в першу чергу формувати етичні норми в налаштуваннях цієї машини.

Список використаних джерел

1. В Євросоюзі розробили «етикет» для штучного інтелекту. Укрінформ. 08.04.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2676698-vevrosouzi-rozrobili-etiket-dla-stucnogo-intelektu.html>.
2. Іванова О. В. Етичні виклики штучного інтелекту: антропологічний вимір людської суб'єктності // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2024. – Вип. 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/apfs.v051.2024.12>.
3. Погореленко А. Штучний інтелект: сутність, аналіз застосування, перспективи розвитку. Факультет консалтингу і міжнародного бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2025.
4. Рогоза М. Моральні дилеми у галузі штучного інтелекту. Категорії. Мораль: зб. наук. матеріалів... – Київ: Знання України, 2019. – С. 45–50. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/18081>.
5. Стівен Хокінг: штучний інтелект може стати найгіршим винаходом людства. URL: <https://mind.ua/news/20178313-stiven-hokingshtuchnij-intelekt-mozhe-stati-najgirshim-vinahodom-lyudstva>.
6. Штучний інтелект навчився діагностувати очні хвороби. URL: <http://bukovina.biz.ua/news/48130>.
7. Elon Musk Reminds Us of the Possible Dangers of Unregulated AI. URL: <https://futurism.com/elon-musk-reminds-us-of-the-possible-dangers-of-unregulated-ai>.
8. McCarthy John. Book Review of B. P. Bloomfield The Question of Artificial Intelligence: Philosophical and Sociological Perspectives. Annals of the History of Computing, 10(3), 1988: 1–9.

ГЕОСТРАТЕГІЧНИЙ ПАРАДОКС 2026 РОКУ: КОМУНІКАЦІЇ ВІДСТАЮТЬ ВІД ХАРАКТЕРУ ВІЙНИ

Григорій ЛЮБОВЕЦЬ

канд. іст. наук, доцент, провідний науковий співробітник науково-дослідного відділу розвитку комунікацій науково-дослідного управління лінгвістичних досліджень науково-дослідного центру Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Валерій КОРОЛЬ

старший науковий співробітник науково-дослідного відділу розвитку комунікацій науково-дослідного управління лінгвістичних досліджень науково-дослідного центру Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Широкомасштабна агресія путінської РФ проти України у 2022 р. не лише шокувала світ, а й знищила ту систему безпеки, яку міжнародна громада вибудовувала протягом десятиліть після Другої світової війни. Тому всі події, які відбуваються в різних куточках планети, варто оцінювати передусім через призму російсько-української війни. Повною мірою це стосується й заходів, які прямо чи опосередковано зачіпають ситуацію в інформаційному просторі, насамперед на глобальному рівні.

У березні 2025 р. президент Дональд Трамп підписав указ щодо на скорочення семи федеральних агентств, включаючи Агентство США з глобальних медіа (USAGM), яке опікувалося медіакорпорацією Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода та іншими засобами інформації (трансляція інформації здійснювалася майже 50 мовами приблизно для 361 мільйона людей). Після цього був заблокований грант для Радіо Свобода, раніше затверджений у Конгресі США. І хоча цю атаку на свободу слова вдалося відбити, зокрема завдяки рішенням Федерального суду США, сам прецедент залишається вкрай небезпечним для світової демократії.

Ситуація для Радіо Свобода залишається нестабільною, що відбивається, передусім, на фінансуванні організації. Тому припинення роботи болгарської та румунської, а згодом – угорської служб Radio Free Europe/Radio Liberty, виглядає як фінансове рішення лише формально. В геостратегічному вимірі це означає інше. Болгарія, Румунія й Угорщина це регіони, які десятиліттями перебувають під постійним інформаційним впливом Кремля через історичні наративи, енергетичні залежності, церковно-політичні мережі, медійні проксі-структури.

RFE/RL там вело не просто журналістську діяльність, воно виконувало функцію нормотворення цивілізаційної публічності через підтримку стандартів фактології, відповідальності слова та демократичної дискусії.

Коли така інституція зникає, відбувається не скорочення медіа, а зменшення стабілізуючого поля реальності. Найпроблемнішим є те, що це стається саме у зонах довготривалого впливу путінізму.

У зв'язку з цим ми звертаємо увагу на такий аспект як стратегічні комунікації, які напряду пов'язані з публічною реальністю. Стратегічні комунікації класичного типу виникли в епоху медіамонополій та медіастатик, де інформаційні потоки були контрольованими, медіа мали чіткі центри, держава мала (і могла) монополію на формування наративу зверху вниз. Це була логіка епохи публічного контролю. Сьогодні реальності, виміри, середовища та простори існують одночасно, тому ситуація в інформпросторі теж інша:

- інтерпретації виникають миттєво, причому з шумовим ефектом;
- платформи генеративні та надлишкові;
- конфлікти можуть створюватися комунікаціями раніше за самі події.

Тому реагування на ситуацію в старій історичній логіці часто означає діяти за правилами, які визначає агресор. Арсенал агресора щодо втримання уваги парадоксально-абсурдний, розповсюдження – вірусне, що надає йому на короткому часовому відтинку певну дієвість. Ключова зона інформаційно-когнітивної агресії, яку проводить путінський режим – докорінне витіснення засад та функцій людського середовища життя: норм сприйняття правди, емоційної реакції суспільств, відчуття реальності, меж допустимого насильства (це і є базовими напрямками антропологічно-когнітивно-ментальної окупації).

В цій ситуації варто зосереджувати зусилля не на боротьбі за увагу, а на зміні середовища, тобто створення іншої енергетики життя.

Стратком же є лише внутрішньоструктурною системою фіксації та контролю інформаційного поля і побудований як сукупність відповідних кампаній, де провідну роль відіграють кейси, меседжі, рекомендації, тобто, зусилля спрямовані на донесення повідомлень, але не на роботу з середовищем існування людини.

Тому виникає розрив:

Реальний рівень агресії	Інституційна відповідь страткому
зміна та витіснення середовища	контроль за виробництвом контенту
мережеве проникнення, зачищення	інформаційні кампанії наративності
довготривала та миттєва трансформація	кейсове мислення для тиражування ситуацій

Цікаво, що найбільш адекватна діюча модель мислення проявляється зараз не в комунікаційно-контентній сфері, а у радіоелектронній боротьбі. РЕБ працює за іншою логікою, адже він не переконує, не реагує на «наративи», не змагається за інтерпретації. Його принцип – створити середовище, у якому сигнал агресора не може існувати. Це дуже близько до того, як функціонує сучасна глокально-геноцидна агресія – через контроль, перезаснування та тотальне знищення середовищ, а не окремих повідомлень. Саме тому РЕБ інтуїтивно ближчий до реальної логіки екзистенційного протистояння, ніж класичний стратком.

Головний парадокс моменту, на нашу думку, полягає в тому, що одночасно відбуваються три глокальні процеси: США скорочують інституції довготривалої інформаційно-медійної присутності у світі, українські інституції покладаються на досвід звуженої моделі комунікацій – страткому, тоді як реальна агресія переходить у середовищно-просторовий та технологічно-венчурний рівень.

Це створює стратегічний розрив часу, де агресія путінізму діє в наддинаміках, а відповіді часто формуються в логіці попередньої епохи.

Тому наступний етап розвитку має полягати не у вдосконаленні страткому, а у переході до імплементації комунікаційно-контентної індустрійності витіснення, де завданням стає не переконання аудиторії, а створення таких публічних середовищ, у яких путінізм втрачає можливість функціонування.

Висновок

Сукупність наведених подій і процесів свідчить про глибоку зміну характеру сучасного геостратегічного простору. Те, що зовні виглядає як окремі управлінські рішення, інституційні реформи або професійні дискусії у сфері медіа та стратегічних комунікацій, насправді відображає значно масштабніший злам – зміну самої природи протистояння.

Припинення роботи окремих служб Radio Free Europe/Radio Liberty у регіонах тривалого інформаційного впливу Кремля демонструє ослаблення інституцій, які десятиліттями підтримували стабільність цивілізаційної публічності через стандарти фактології, відповідальності слова та довіри до реальності. Водночас інституційні зусилля з розвитку стратегічних комунікацій систематизують досвід у логіці, сформованій для епохи контрольованих медіасередовищ, де інформаційні потоки були відносно передбачуваними.

Сучасна агресія вийшла на інший рівень дієвості. Її метою стає не переконання аудиторії і не домінування окремих наративів, а поступова зміна самого середовища людського існування – норм сприйняття правди, емоційних реакцій суспільств, меж допустимого насильства та відчуття реальності. Саме тому антропологічно-когнітивно-ментальний вимір агресії формує зони прямого

розлюднення, у яких комунікаційно-контентні процеси не описують події, а створюють умови їх виникнення.

У такій реальності традиційна проактивність комунікацій часто означає лише швидшу реакцію всередині середовища, правила якого вже визначає агресор. Виникає стратегічний часовий розрив: агресія функціонує у наддинаміках симультанності, тоді як інституційні відповіді залишаються прив'язаними до моделей попередньої епохи інформаційного контролю.

Показово, що найближчою за логікою до сучасного характеру протистояння виявляється не класична комунікаційна практика, а принципи радіоелектронної боротьби – зміна самого поля функціонування сигналу, а не боротьба за зміст повідомлення. Це вказує на напрям еволюції: ефективна відповідь полягає не у вдосконаленні окремих меседжів, а у формуванні таких публічних середовищ, у яких агресивні системи втрачають можливість існування.

Отже, геостратегічний парадокс 2026 р. полягає не в слабкості окремих інституцій і не в помилках політик, а в тому, що характер війни змінився швидше, ніж мова її опису та інструменти реагування. Наступний етап розвитку вимагатиме переходу від управління повідомленнями до створення середовищ цивілізаційної стійкості – простору, де публічність відновлює людяність, а не лише протидіє дезінформації.

PUBLIC ADMINISTRATION OF CRISIS INFORMATION DISCLOSURE TO THE POPULATION BY MUNICIPAL SECURITY DEPARTMENTS OF CITY COUNCILS AS EXEMPLIFIED BY THE UTILITY ENTERPRISE MUNICIPAL VARTA OF THE IRPIN CITY COUNCIL

Oleksii MISHCHENKO

Postgraduate Student, State Tax University

***Scientific Advisor:** Inna Kantsur, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Public Administration, State Tax University*

In the contemporary discourse of public administration, the security of territorial communities emerges not merely as a static state of protection, but as a dynamic, systematically managed process where a pivotal role is played by informational interaction between administrative subjects and the population [6]. Under the conditions of a prolonged state of martial law, continuous technological and military threats, traditional patterns of vertical administration significantly lose their effectiveness [7]. Instead, the need is actualized for developing effective local institutions-departments of municipal security of city councils and authorized communal enterprises-that are capable of promptly transforming administrative impulses into clear communicative anti-crisis strategies. Anti-crisis informing of the population within an individual municipal unit is not merely the broadcasting of orders, but a complex tool of public management oriented toward preventing panic, stabilizing public consciousness, coordinating human behavior under conditions of extreme incidents, and preserving the overall viability of the community.

The organizational and legal basis for the functioning of such security structures at the local self-government level constitutes the foundation of their legitimacy in the eyes of the public [8]. Examining the case study of the Communal Enterprise "Municipal Guard" ("Munitsypalna Varta") of the Irpin City Council, we observe a distinct architecture of employing regulatory and legal instruments to capitalize on public trust [6]. The enterprise was established and operates on the basis of its own Charter, as well as the Civil and Economic Codes of Ukraine [6]. The institutional field of its activity is thoroughly regulated by a number of foundational laws, notably the Laws of Ukraine "On Local Self-Government in Ukraine," "On the Fundamentals of National Security of Ukraine," "On Guard Activity," "On the Participation of Citizens in the Protection of Public Order and the State Border," as well as "On the Improvement of Populated Areas" [6]. An important element in legitimizing the enterprise's activities in the realm of direct security is the possession of the corresponding License for

Conducting Guard Activity, approved by the Order of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine No. 381 dated May 15, 2017, which allows for the legitimate establishment of security measures and the coordination of the informational field surrounding them [6].

From the standpoint of public administration, the strategic triad of the goals of municipal security units includes: "Citizens' Security," "Comfortable Environment," and "Preservation of Communal Property" from any unlawful infringements [6]. To implement these foundational guidelines, the enterprise management faces large-scale tasks that cannot be resolved through purely executive methods without involving ramified social communication channels. Such tasks include the proper organization of the protection and preservation of communal infrastructure objects, close interaction with law enforcement agencies, and the conducting of joint preventive measures. However, the most innovative and significant direction of public management is the "Formation of a Pan-European level of legal culture among the population, conducting systematic explanatory work among citizens with the aim of forming in them a responsible attitude towards matters of compliance with the law and a careful attitude towards objects of communal property and community wealth" [6].

The administrative vector in the field of anti-crisis informing at the local level requires detailed normative structuring of the transmitted information. When a crisis event affects infrastructure objects or the vital activities of thousands of people, the primary step for a public administrator is blocking the informational vacuum, which is usually filled with destructive rumors and manipulations. Municipal security structures must act as a single, authorized source of truth, which is confirmed by the linear practice of accountability and preventive education [5]. In this context, informing about the rules of public improvement, control over compliance with public improvement rules, or rules of behavior in recreational zones serves as the basic level of communication, upon which, in times of real crisis, protocols of emergency notification and mobilization of public consciousness to counter hazards are deployed.

An important component of public administration is the implementation of strict standards of internal transparency and uncompromising prevention of corruption risks within the security structures themselves. Anti-crisis informing will not achieve the proper public resonance if the level of trust in the institution is undermined by administrative opacity. At the Communal Enterprise "Municipal Guard" ("Munitsypalna Varta") of the Irpin City Council, an open institution of an Authorized Person for the prevention and detection of corruption has been introduced, a position held by N. Kirkina [6]. To ensure transparency, a direct telephone line for making reports and an email address have been made public, and daily fixed hours of reception have been established.

The transition to the concept of a smart and safe city in contemporary public administration is impossible without a radical digitalization of monitoring and feedback tools. Since November 2021, a qualitative technological leap has taken place on the basis of the Municipal Guard of Irpin – the Situation Center of the Irpin Urban Territorial Community commenced its operations. Within the framework of public administration reform, the primary goal of its establishment was "to improve the coordination and efficiency of the work of law enforcement, emergency, and communal services." Through the prism of social communication theory, "the Situation Center is a modern form of organizing analytical activity that allows the staff and leadership to work with large data arrays and promptly coordinate the actions of all involved units." This enables twenty-four-hour monitoring of the situation in the city and rapid response to any hazards, offenses, extreme situations, and the like.

The technological architecture of the Situation Center represents a multi-vector ecosystem of information collection and distribution. "The heart of the Situation Center is the Nx Witness professional video surveillance management system running on our own fiber-optic network, which currently receives information from around 300 video cameras." Within the framework of the planned expansion of the security system, the municipality carries out a large-scale expansion of the urban video surveillance system, actively eliminating the so-called "blind spots." Cameras are being installed in completely new urban locations where gaps in video surveillance previously existed, particularly in areas with high vehicular and pedestrian traffic, at key intersections, in public spaces, and in recreational zones [6]. In addition to the video surveillance system, the component parts of the center include: IP telephony, a twenty-four-hour hotline, GPS navigation, a departmental security monitoring panel, panic buttons at communal infrastructure facilities (education, sports, culture, medicine, communal enterprises, etc.), an emergency communication system in public places, and an IP notification and informing system.

To ensure sustainable two-way communication, a twenty-four-hour "hotline" of the Municipal Guard of the Irpin City Council is functional. This information network covers not only the city of Irpin but also the adjacent settlements of the community – Mykhailivka-Rubezhivka, Zabuchchia, Kozyntsi, and Dibrova, creating a unified security field. The results are displayed on one or several screens of various sizes – ranging from large-scale video walls to the tablets and mobile devices of patrolling and response inspectors. The visual and textual accompaniment of this activity is actively reflected in the media space [3].

From a scientific point of view, the most crucial aspect of the Situation Center's functioning is overcoming the estrangement between the authorities and the community, and transitioning toward a model of inclusive security management. The municipality openly transmits a key socio-communicative narrative to its residents: "Without the

assistance of citizens, regulatory and law enforcement agencies cannot resolve all problems, lacking the ability to be everywhere simultaneously, see everything, and know about everything. Only the consciousness and responsiveness of citizens, along with their readiness to cooperate with law enforcement agencies, regulatory structures, and emergency services, make the community safe!" [6].

Thus, the slogan "People's Security is the Guarantee of the Community's Success!" ceases to be an abstract declaration, transforming into a measurable administrative technology. A striking confirmation of the effectiveness of such a public administration model is the regular monthly reporting of the enterprise, which is made public through information agencies and official pages on social networks. For instance, the analytical report for August demonstrates that during August, the staff of the Irpin "Municipal Guard" prevented and halted over 5,000 offenses, and 397 inquiries from city residents were received by the hotline over the course of the month [5]. Indicatively, the largest number of calls to the hotline – this time 237 – was traditionally related to power supply interruptions, 82 inquiries pertained directly to the sphere of competence of the "Municipal Guard," 39 to the Communal Enterprise "City Public Improvement Management," 19 to the Communal Enterprise "UZHKKH 'Irpin'," 12 to the State Emergency Service (SES), and 5 to the Communal Enterprise "Irpinvodokanal" [5]. This statistics visually proves that in the mass consciousness of the population, the Situation Center of the Municipal Guard has established itself as an unalternative, authoritative, and reliable communication hub.

The extreme experience acquired by the Irpin Urban Territorial Community with the beginning of the full-scale invasion by the RF fundamentally altered the functional matrix of the local security units. The Municipal Guard began to play a special role from the very start of the full-scale invasion, as its employees heroically defended Irpin from the enemy. Following the de-occupation of the city, they actively assisted in evacuation efforts, demined territories, recorded building damages, participated in the implementation of the "eVidnovlennia" (eRecovery) program, and nine current employees of the "Municipal Guard" are serving on the front lines today, defending Ukraine within the ranks of the Armed Forces of Ukraine. The war claimed the lives of the enterprise's specialists—Deputy Chief of the Communal Enterprise "Municipal Guard" Anatoliy Dmytrovych Koliesnikov, as well as inspectors of the control service for communal property objects and recreational zones of the city, Oleksandr Yuriyovych Bondarchuk and Dmytro Valeriyovych Krupitskyi, whose names will remain forever in the chronicle of Irpin [7].

Today, the enterprise demonstrates a mature integration of the security, rescue, and volunteer components under the general leadership of the Acting Chief, Viktor Valeriyovych Boievrup. V. Boievrup permanently resides in Irpin, began his career at the Municipal Guard in 2017 as an inspector, and currently leads extensive civic activities as the commander of the separate platoon "Varta" of the Volunteer Formation of the Irpin

Urban Territorial Community (IFUTC), the commander of the specialized detachment for assistance to the National Police of the public formation for the protection of public order "Irpın Municipal Guard," and the deputy chief of the Volunteer Formation of Civil Protection of the IFUTC [6]. The activities of the VFCEP of the IFUTC, established by the city council to perform auxiliary work in preventing or mitigating the consequences of emergencies that may arise during the period of martial law, are deployed on the basis of the enterprise. The civil protection forces operate in accordance with the requirements of the law, as reflected in Articles 22 ("Composition and Main Tasks of Civil Protection Forces") and 27 ("Volunteer Formations of Civil Protection") [1].

The practical experience of joint response by the VFCEP and the State Emergency Service (SES) proves the high capacity of municipal structures. For instance, 12 units of fire and rescue equipment, as well as units of the volunteer formation of civil protection of the Irpin Urban Territorial Community, were involved in extinguishing a large-scale fire on the territory of the "MASHTORF" enterprise, when the production premises of PrAT "IrpınMash" and the "Busy Puzzle" enterprise, which manufactures wooden toys, were ablaze. On May 8, a distress message was received by the Municipal Guard stating that forest litter and drywood had caught fire in the Irpin forest over an area of 0.9 hectares as a result of suspected arson; VFCEP volunteers equipped with a Scania fire truck, jointly with foresters and the SES, fully extinguished the fire. On May 9, a report was also received from the SES regarding smoke on Zakhidna Street, where volunteers promptly extinguished smoldering fires using fire extinguishers. The capacity of the teams is constantly growing: the community received a Certificate for 42 sets of gear and equipment for volunteer fire brigades, provided with the support of the government and people of the United States of America, including fire helmets, protective clothing, gloves, fire extinguishers, motor pumps, flashlights, and portable radios [6].

From the standpoint of public administration, a critically important element of long-term resilience is the development of a preventive security culture among youth. Over the past week, instructors of the Municipal Guard conducted a series of training sessions on tactical medicine and mine safety for the "Roys" (squads) of general secondary education institutions of the Irpin community within the framework of preparation for the All-Ukrainian Children and Youth Military-Patriotic Game "Sokil" ("Dzhura"), according to the schedule of the Department of Education and Science of the Irpin City Council, reaching over 100 students in one week [6]. The training contains two basic crisis blocks:

Tactical medicine: practical sessions were conducted in accordance with TCCC protocols based on the main principle—correct actions at the correct time! The protocols feature the MARCH primary assessment algorithm, which determines the order and priority of actions when providing aid to the wounded, with an emphasis on hemorrhage control [6];

Mine safety: lectures by sappers of the pyrotechnic service on the types of explosive devices, their characteristic features, hazards, and warning signs; students gained practical skills in working with a metal detector and a pinpointer, learned how to report suspicious objects to the Situation Center, and tried on a protective suit for humanitarian demining [6].

Concurrently, the Irpin community became one of the first in Ukraine to systematically launch the humanitarian demining of forest massifs: currently, sappers are surveying and clearing 33 hectares of territory near the "Tsentrалnyi" Park under the initiative and financial support of UNITED24 jointly with the Center for Humanitarian Demining. In addition to this, police patrols and the Irpin Municipal Guard ensure reliable public safety for believers near religious structures during major religious holidays (Easter, Trinity/Green Holidays), effectively protecting public order at such community objects as parks (Pravyka, Dubky, Pokrovskyi, Tsentrалnyi, Pysmennykiv, Neznaika), communal squares, the Irpin River Embankment, Shevchenko Square, the Square of the Creative Spirit, and the "Krynychka" sanctuary [6].

Thus, public administration of anti-crisis informing and population protection, as exemplified by the Communal Enterprise "Municipal Guard" of the Irpin City Council, demonstrates an integrated, highly effective model of security management. It harmoniously combines the strict line of the law, advanced technological solutions of the Situation Center, and the mobilization of human capital through volunteer formations of civil protection, creating a reliable communication and security shield for the entire territorial community.

REFERENCES

1. Кодекс цивільного захисту України : Закон України від 02.10.2012 № 5403-VI. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17#Text> (дата звернення: 01.05.2026).
2. КП «Муніципальна варта» ІМР. Instagram. 2026 URL: <https://www.instagram.com/munvartairpin/> (дата звернення: 01.05.2026).
3. КП «Муніципальна варта» Ірпінської міської ради. Facebook. URL: https://www.facebook.com/vartairpin.org/?locale=uk_UA (дата звернення: 01.05.2026).
4. КП «Муніципальна варта» Ірпінської міської ради. Меморіал : платформа пам'яті. 2026. URL: <https://memorial.ua/obituaries/page/kp-municipal-guard-irpin-city-council> (дата звернення: 01.05.2026).
5. Ірпінська «Муніципальна варта» відзвітувалася за свою роботу в серпні. ІТВ. 2020. URL: <https://itvua.tv/news/irpins-ka-munitsypal-noi-varty-vidzvituvalasia-za-svoiu-robotu-v-serpni/> (дата звернення: 01.05.2026).
6. Муніципальна варта Ірпінської міської ради : офіційний сайт. 2026. URL: <https://www.vartairpin.org/> (дата звернення: 01.05.2026).

7. Муніципальна варта Ірпеня відзначає своє 9-річчя. ITV. 2025. URL: <https://itvua.tv/news/munitsypalna-varta-irpenia-vidznachaie-svoie-9-richchia/> (дата звернення: 01.05.2026).

8. Статут громадського формування з охорони громадського порядку «Ірпінська муніципальна варта» (нова редакція). 2021. Муніципальна варта Ірпінської міської ради. URL: https://www.vartairpin.org/_files/ugd/276dc4_e356a39351454b299ea1e8ece71e76ba.pdf (дата звернення: 01.05.2026).

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ТА БЕЗПЕКОВИЙ ВИМІРИ

Сергій П'ЯНОВ

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти Державного
біотехнологічного університету*

***Науковий керівник:** Тетяна Ставерська, канд.економ. наук, доцент, завідувач
кафедри фінансів, банківської справи та страхування Державного
біотехнологічного університету*

Цифровізація фондового ринку України змінює підходи до корпоративного управління в акціонерних товариствах. Сучасні цифрові технології використовуються під час проведення загальних зборів акціонерів, розкриття інформації емітентами, електронного голосування, комунікації між учасниками корпоративних відносин. У результаті цього корпоративне управління дедалі більше переходить у цифровий формат. Такі процеси впливають не лише на технічну організацію діяльності акціонерних товариств, а також й на характер інформаційної взаємодії між акціонерами, інвесторами, емітентами, державними органами тощо. В умовах розвитку цифрових комунікацій особливого значення набувають питання захисту інформації, забезпечення прозорості корпоративних процедур та підтримання довіри до електронних механізмів управління.

Фондовий ринок функціонує на основі постійного обміну різноманітною інформацією. Від швидкості, достовірності, безпеки такої інформації значною мірою залежить стабільність корпоративних відносин, а також рівень інвестиційної привабливості ринку капіталу. Будь-які порушення цифрової комунікації можуть створювати ризики для реалізації прав акціонерів, ускладнювати корпоративний контроль, негативно впливати на довіру інвесторів до фондового ринку загалом.

Важливим етапом цифрової трансформації корпоративного управління стало оновлення законодавства у сфері ринків капіталу та діяльності акціонерних товариств [1; 2]. Зокрема, нормативне закріплення дистанційних та електронних загальних зборів акціонерів створило нові можливості для участі акціонерів в управлінні товариством [4; 5]. Але це спричинило появу нових викликів, пов'язаних із кібербезпекою, ідентифікацією учасників, захистом корпоративної інформації, надійністю цифрової інфраструктури тощо. У таких умовах дослідження комунікаційних та безпекових аспектів цифрового корпоративного управління набуває особливої актуальності як для розвитку фондового ринку

України, так й для забезпечення ефективного функціонування системи корпоративних відносин загалом.

Одна ключових проблем сучасного етапу цифровізації фондового ринку України – це недостатній рівень інформаційної безпеки у сфері корпоративного управління. Формально законодавча база вже створена. Однак практичне впровадження цифрових механізмів часто випереджає рівень організаційної та технічної готовності учасників фондового ринку. Суттєва частина корпоративних процедур сьогодні здійснюється в електронному форматі. Це стосується розкриття інформації емітентами [3], дистанційних зборів акціонерів, електронного голосування та обміну корпоративними документами. Проте збільшення кількості цифрових комунікацій одночасно підвищує ризики несанкціонованого доступу до інформації, втрати даних та (або) втручання у процедури корпоративного управління. Проблемою є також недостатній рівень цифрової довіри серед акціонерів. Частина учасників корпоративних відносин скептично ставиться до електронних форматів голосування. Причина цього - це побоювання щодо можливих технічних помилок, втрати конфіденційності, зовнішнього втручання у процес ухвалення рішень. Особливо актуально це для акціонерних товариств із великою кількістю міноритарних акціонерів. Проблемним є й питання комунікаційної прозорості. На практиці не всі емітенти забезпечують достатньо зрозуміле та своєчасне інформування учасників фондового ринку. Іноді корпоративна інформація подається досить формально. Це ускладнює реалізацію права акціонерів на доступ до інформації та знижує ефективність корпоративного контролю [3]. Крім того, в умовах воєнного стану питання кібербезпеки набуває додаткового значення. Фондовий ринок є частиною фінансової системи держави. Саме тому кібератаки на цифрову інфраструктуру корпоративного управління можуть створювати суттєві ризики не лише для окремих товариств, а й для економічної безпеки України в цілому.

Цифрова трансформація корпоративного управління є об'єктивним процесом. Відмова від цифрових механізмів сьогодні виглядає вже неможливою. Саме тому основна увага має бути зосереджена не на стримуванні цифровізації, а на формуванні безпечного та ефективного цифрового середовища. На нашу думку, важливим при цьому є:

1. Посилення вимог до захисту інформаційних систем, які використовуються під час дистанційних та електронних загальних зборів акціонерів. Важливим є впровадження багаторівневої аутентифікації учасників, додаткових механізмів підтвердження особи, сучасних засобів шифрування даних тощо.

2. Підвищення інформаційної культури учасників корпоративних відносин. Частина ризиків виникає через недостатній рівень цифрової грамотності акціонерів або працівників акціонерних товариств. У таких умовах навіть наявність якісного програмного забезпечення не завжди гарантує повного захисту корпоративної інформації.

3. Удосконалення комунікаційної політики емітентів. Інформація для акціонерів повинна бути не лише формально оприлюдненою. Вона повинна бути доступною для сприйняття. Складні юридичні документи часто залишаються незрозумілими для міноритарних інвесторів. Це негативно впливає на рівень корпоративної довіри.

4. Формування регулятором (НКЦПФР) єдиних стандартів електронної комунікації на фондовому ринку. Окрему увагу необхідно приділяти питанням кіберзахисту та моніторингу цифрових ризиків.

5. Розвиток централізованих цифрових платформ для корпоративної взаємодії. Це дозволить уніфікувати окремі процедури, а також зменшити ризики використання ненадійних технічних рішень. Одночасно важливо забезпечити баланс між технологічністю та захистом прав акціонерів.

Важливо також відзначити, що цифровізація корпоративного управління впливає на сам характер комунікації на фондовому ринку. Інвестори очікують швидкого доступу до інформації, оперативного зворотного зв'язку та прозорих механізмів прийняття рішень. Саме тому ефективна цифрова комунікація поступово стає одним із факторів інвестиційної привабливості емітента.

Висновки. Цифрова трансформація корпоративного управління на фондовому ринку України – це один із ключових напрямів модернізації ринку капіталу. Вона створює нові можливості для розвитку корпоративної комунікації, суттєвого підвищення прозорості, розширення участі акціонерів у процесах управління товариством. Але цифровізація супроводжується появою цілого ряду нових безпекових ризиків. Особливого значення набувають питання захисту інформації, безпечної ідентифікації учасників, стабільності цифрових платформ, формування довіри до електронних механізмів корпоративної взаємодії. На нашу думку, подальший розвиток цифрового корпоративного управління в Україні потребує комплексного підходу. В першу чергу йдеться про вдосконалення законодавства, розвиток цифрової інфраструктури, підвищення рівня інформаційної безпеки, формування ефективних комунікаційних стратегій на фондовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки: Закон України від 19.06.2020 № 738-IX [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text> (дата звернення: 08.05.2026).
2. Про акціонерні товариства: Закон України від 27 лип. 2022 р. № 2465-IX [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text> (дата звернення: 08.05.2026).
3. Положення про розкриття інформації емітентами цінних паперів: Рішення НКЦПФР від 06.06.2023 № 608 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1307-23#Text> (дата звернення: 08.05.2026).
4. Про затвердження Порядку скликання та проведення дистанційних загальних зборів акціонерного товариства: Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 06.03.2023 р. № 236. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0236863-23#Text> (дата звернення: 08.05.2026).
5. Про затвердження Порядку скликання та проведення електронних загальних зборів акціонерного товариства: Рішення НКЦПФР від 02.06.2023 р. № 595. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0595863-23#Text> (дата звернення: 08.05.2026).

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “ВОРОЖІ МЕДІА” В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ ВОЄННОГО ЧАСУ

Світлана РУДЕНКО

*канд. філол. наук, доцент, професор кафедри європейських мов
Державного біотехнологічного університету*

В українській мові для позначення росіян використовується широкий спектр назв – від офіційних термінів до зневажливих прізвиськ, що виникли або актуалізувалися в мовленні під час війни. В останні роки певних аспектів концептуального формування образу ворога та його вербалізації торкалися такі дослідники, як В. Березенко, С. Гриценко, М. Баган, Т. Вільчинська, О. Матковська, В. Мізецька, Г. Семенюк, В. Кириченко, Н. Кондратенко, Д. Царенко та ін.

«Нині весь світ знає, що кремлівський режим – це глобальне зло, а все написане чи мовлене в його серцевині чи осередках – апріорі є брехнею і загрозою для безпеки цілого людства» [2, с. 246]. Росія використовує «на тлі бойових дій різні наративи, меседжі та фейки з маніпулятивними даними, і саме тому всьому суспільству та кожному його члену особисто необхідно уважно стежити за інформаційною безпекою, адже віртуальна війна є, по суті, однією з частин глобальної війни росії проти України, Європи та цивілізованого світу» [2, с. 328]. Але варто наголосити, що кремлівська дезінформація – це передусім діяльність конкретних суб'єктів інформаційної політики та державної пропаганди.

Мета нашої розвідки – окреслити лексичний корпус, подати модель категоризації та лінгвостатистичний аналіз одиниць функціонально-семантичного поля ворожі медіа, зафіксованих в українських наукових, публіцистичних статтях, інтернетвиданнях, телепроектах, зокрема «Антизомбі» [1] та «Громадянська оборона» (разом 750 випусків), «Хроніка брехні», «Невідворотне покарання», «Є питання», та під час власних польових досліджень 2022-2026 рр.

«Функціонально-семантичне поле (ФСП) – це певним чином організована сукупність різнорівневих мовних одиниць і явищ мовлення, об'єднаних спільністю елементарного змісту як бази функціонально-семантичної категорії. Оскільки моделювання ФСП є не лише результатом простого перерозподілу засобів мовної системи на підставі їхніх статичних функцій, а й орієнтоване на сферу мовлення, то до ФСП залучаються контекстуальні й ситуативні функції мовних одиниць, імпліцитні смисли тощо» [3, с. 652]. ФСП, залежно від його розбудованості, може поділятися на семантичні підсистеми, що покривають меншу, порівняно з ним, ділянку позамовної дійсності. Ці підсистеми (мікрополя) репрезентують окремі частини ФСП, а їхні домінантні семи маніфестують значення всіх одиниць групи.

Під час дослідження нами було зафіксовано 285 одиниць ФСП ворожі медіа, яке має власну структуру: у його межах на основі семантичного аналізу нами було виокремлено 13 мікрополів (далі в дужках подано їхні статистичні показники), що складаються з центра (ядра, домінанти) і периферії. Розглянемо їх детально.

ФСП «ворожі медіа» містить такі мікрополя (у дужках зазначена їхня кількість):

1. **імперсональні номінації (210):** Z-TV, Z-блогери, Z-балаболи, Z-воєнкори, Z-ЗМІ, Z-канали, Z-показуха, Z-покидьки, Z-пропаганда, Z-пропагандисти, Z-шизики, Z-шобло, абсурд-TV, авоська Z-блогерів, адепти руського міра, альтернативно обдарована преса, балакучі голови федеральних каналів, балачки в студіях, безпардонні брехуни, безталанні російські фантазори, бенефіс маразму, бідолахи-пропагандисти, божевільний креатив, божевільні пропагандисти, «борці з дезінформацією», брехливий смітник, брехня, брехня на найвищому рівні, брехуни, брихінг, болотяний сайт, болотяне телебачення, вангування, ваньки та маньки з останькіно, ватні блогери, ватні бовдури, ватні медіа, ватні телеграмканали, ватні фантазії, версія реальності, вільні від здорового глузду, гизнява помийка, еталонні мазохісти, галюцинації з кремля, геббельс-TV, гламур-кацап-TV, грізні карасики, гучні мавпочки путіна, діряві прогнози, дурні, експерти-невдахи, єралаши, жалюгідні людоджери, жалюгідні маніпулятори, жалюгідні пропагандисти, запорєбріковий контент, запорєбрікові пропагандисти, зомбаки, зомбоканал, зомбо-TV, корумповані чорнороті болванчики, креатив від геббельс-TV, кремлівська істерія, кремлівська маячня, кремлівська пропаганда, кремлівська шарманка, кремлівські брехуни, кремлівські віщуни, кремлівські топчики, казкові пропагандисти, кремлівські блазні, кремлівські лизуни, кукарєшнік, останкінські лизуни, лєнінська PR-служба, лінія брехні, любителі нафосних текстів, любителі продати свій рот, людоджери з федеральних каналів, ляпуни, магаросійська преса, магафанатики, майонезоголові, максимально відбиті, малохольні, мамчині інсайдери, маріонеткове телебачення, мегаексперти, медіагніди, медіагніль, медіамонстри, медіахвалоріти, медіачувачки, міністерство брехні, міфотворці, мудодзвони, мутанти з рос-TV, мурзілки, мордоRU, мордорське зомбобачення, мордорські вєсті, маячня, «найчесніші» новини у світі, найчорноротіші Z-патріоти, найтовстіша й найпримітивніша пропаганда, насуплені брови, неадекватні російські журналісти, невдахи спецоперації, недожурналістика, недокреативна пропаганда, немиті Z-кореспонденти, недолугі; непорочні голуби, нижчі за плінтус; океан міфів, останкінські чорнороті, опудала із Z-корита, останкінські студії, петросяницина, пі**ьож, пропагандистські обіцянки-цяцянки, парадне божевілья, протухлі прогнози, «професіонали з великої букви», агенти побєдобєсія, помийка, помийка ріа-новості, послідовники геббельса, поширювачі фейків, придворні холуї,

*псевдовоєнкори, путінські дуполізи, путінські підлабузники, політолухи, примітивна пропаганда, пропагандисти рф, пропагандологи, пропагандони, пропагамністи, псевдоновинарі, псевдоновини, псевдоновинні сюжети, путінське телешоу, путінський контент, путінські пропагандисти, пропагандистська показуха, псевдожурналісти, рашаТудей, рашаТудеяд, рос-ТВ, російська маячня, російська пропаганда, російські ресурси, російські телепомийки, рубльові балаболки, рубльові крикуни, ру-пропагандисти, ряжена чепуха, ручна пропагандистська гідра, ручні пропагандисти, самовпевнені чорти, сВодка, сектор маразму, скрепні рупори, скрепний пі**іл (інформаційний вкид), солдати інформаційної війни, смердюча брехня, смердючі спектаклі в білому кокошинику, смішні прогнозисти, соловйовсько-скабєєвське зомбошоу, спецефекти, стійка для озвучування темніків, суперразваділово, телетреш, телешабаш, топові пропагандисти, треш, триндьоож, топові Z-блогери, тролі, трьоп, тупі ватні пропагандисти, тупі ракушки, тухла бровада, тухла маячня, хворі на голову, фабрика вигадок, фальсифікатори звукових доріжок, фантазери, фантасти, фейкомьоти, хайп, хвальки, цирк на дроті, чорнорота тусовка, чорноротий фрик, чорнороті, чорнороті Z-патріоти, шайка кремлівських чорноротих, штатні дурачки, шоу абсурду;*

2. **гаспарян (7)** – ідеолог денацифікації, кремлівський пропагандист, придворний воєнкор, псевдоісторик, рупор кремля, українофоб, юродиві сарказми;

3. **дугін (8)** – ідеолог рашизму, ідеолог руського міра, мозок путіна, російський нацист, псевдоінтелектуал, філософ путіна, особа, наближена до імператора, шизонутий ідеолог;

4. **кеосаян (2)** – пес брехливий, чоловік симоньян;

5. **кисельов (4)** – головний пропагандист кремля, інфозлочинець, особистий геббельс путіна, радіоактивний попіл;

6. **ключенков (3)** – мардан, кремлівський пропагандон, учень рудольфича;

7. **панченко (1)** – міс немита голова;

8. **симоньян (7)** – боброїдка, маргарітка, маргоша, падаць, ритка-боброїдка, хавалка з Адлера, чорнорота;

9. **симоньян і кеосаян (6)** – гастербайтери із сонячної Вірменії, зашкварна парочка, найчорноротіші російські пропагандисти, медіанідлизи, медіаневдахи СВО, посміховиська;

10. **скабєєва (5)** – голос війни, залізна лялька путінського ТБ, зливний бачок, прострочена булочка, скабєєва-полуніца;

11. **соловійов (23)** – божевільний пенсіонер, вечірній мудозвон, відрізатєль, геббельс, грізний дід, дідусь, італійський соловей, кремлівський корупціонер, кремлівський крикун, кремлівський соловей, кремлівський шерлок, міський

божевільний, опудало, пропахлий сечею пенсіонер, рудольфич, руссо пропагандісто, скажений собака, слабка баба Ванга, смердюча гебнява консерва, солов'їні пісні, солов'їний послід, телечмоня, улюблений пропагандист усея боліт;

12. соловйов і симоньян (2) – кишенькові пропагандисти, клоуни з рос-ТВ;

13. азарьонк (7): помийний соловей, пропагандист з помийної ями, гриша-паноптикум, лукашенківський блазень, лукашенківський холуй, геббельс на мінімалках, рупор режиму лукашенка.

Концепти, з якими пов'язана семантика одиниць ФСП ворожі медіа в ментальній картині світу українців: ЗНУЩАННЯ, НИЩЕННЯ, ПРИНИЖЕННЯ, НЕНАВИСТЬ, ВІДЧАЙДУШНІСТЬ, ЗНЕВАГА, ВИСМІЮВАННЯ, СМІЛИВІСТЬ, ОБУРЕННЯ, ГНІВ, НЕДОВІРА, ЗГУРТОВАНІСТЬ, ПАТРІОТИЗМ, ПИЛЬНІСТЬ тощо.

Функції складників ФСП *ворожі медіа* в українському інформаційному просторі: 1) вивільнення напруги: висміювання та лайка допомагають мовцям позбутися негативних емоцій і зняти психологічну напругу; 2) зниження образу загрози: глузування робить ворожі медіа у свідомості українців менш могутніми й страшними; 3) формування відчуття моральної та інтелектуальної переваги над агресором; 4) реалізація відплатної ненависті через номінування пропагандистів словами, що підкреслюють їхні ганебні вчинки, 5) формування продуктивної мотивації для захисту країни та цінностей; 6) гумор дозволяє сприймати трагічні події менш травматично, дає відчуття контролю над реальністю, яку окупант намагається зруйнувати.

Проведена розвідка доводить, що в українському інформаційному просторі воєнного часу активно використовуються номінації, що належать до ФСП *ворожі медіа*, відображаючи ментальну установку наших співвітчизників на спротив ворогу, маркуючи недовіру до російської пропаганди й дезінформації та посилюючи власну психологічну стійкість та інформаційну безпеку.

Список використаних джерел:

1. Антизомбі на ICTV. URL: <https://surl.li/jjgonc> (дата звернення: 01.02–12.05. 2026).
2. Березенко В., Царенко Д. Майстерня брехні. Механізми кремлівської дезінформації. Київ : Yakaboo Publishing, 2024. 368 с.
3. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.

ВИМІРЮВАННЯ ПРАВДИ: КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА СУСПІЛЬНОГО РЕЗОНАНСУ ВОЄННОЇ РОЗСЛІДУВАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Валентина СТЕКОЛЬЩИКОВА

канд. наук із соц. комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики та філології ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пуліпа Орлика»

Журналістське розслідування орієнтоване на виклик суспільного резонансу. Амплітуда резонансу залежить від кількох основних елементів: фактору впливу, який діє на систему; системи, яка формує ренесанс під дією зовнішнього впливу; середовища, в якому здійснюється вплив та перебуває система.

Суспільство відіграє роль системи, на яку здійснюється вплив. Кожна соціальна система формує усталені норми та правила свого устрою та функціонування. Журналістська активність є одним з таких механізмів, що передбачає висвітлення та аналіз інформації в публічному просторі. Досягнення вказаної системної дії, як зазначає І. Хоменко, реалізується завдяки досягненню відповідного рівня функціональності [7].

Воєнний час є однією зі специфічних варіацій соціокультурних умов. Суспільство, яке перебуває в стані війни, відзначається турбулентністю подій при необхідності збереження нормативно-структурної цілісності. За таких умов, суспільний резонанс формується та проявляється виключно у динамічному середовищі, в якому нівелюється сконцентрованість резонансних хвиль суспільної реакції. Складність полягає в неможливості спрямувати аналіз проблеми в чіткому логічно-послідовному викладі. Тому, суспільний резонанс, навіть попри свою інтенсивність, втрачає ціннісно-цільову спрямованість.

Виокремлюються принаймні два фундаментальні концепти, завдяки яким інvestigативна тематика корелюється з індивідуальними настроями, які й формують суспільний резонанс: принцип «вбивчих кілометрів», згідно з яким важливість та цікавість інформації для реципієнта визначається географічною, часовою, соціальною чи професійною наближеністю; принцип життєвого досвіду, який передбачає критичне осмислення та перевірку висвітлених у розвідці фактів та коментарів механізмами індивідуальної та колективної свідомості [6, с. 302].

Перший рівень сприйняття інформації зводиться до її цікавості (в контексті особистих переконань чи яскравої медіа подачі). Далі актуалізується концепт індивідуальної важливості конкретного матеріалу розслідування. Зрештою, життєвий досвід дозволяє проаналізувати висвітлену в розслідуванні проблему,

сформувавши власні висновки, підтримуючи (чи відкидаючи) результати дослідження та заклики до їхнього застосування.

Журналістське розслідування цілком реально може сформувати штучні інформаційні виклади, маніпулюючи суспільною думкою. Натомість, керування суспільним резонансом неможливе навіть таким потужним засобом як медіа ресурси.

Якщо розслідування немає аргументованого підтвердження та ціннісного підґрунтя, воно не отримає тривалої та ґрунтовної підтримки в суспільстві. Штучно ініційований резонанс не має потенційних ресурсів медійного характеру для подальшого поширення, потребуючи суспільного сприйняття. Якщо такий формат резонансу не підхоплюється зовнішніми чинниками, які можуть мати зацікавленість у штучному продовженні його ефекту, то він зводиться нанівець.

М. Житарюк відзначає соціокультурний характер журналістського розслідування. Суспільний резонанс, згідно з таким розумінням, формується комплексно, під впливом багатьох факторів [4, с. 119]. Потенціалу журналістської активності чи соціальної орієнтованості порушеної проблеми недостатньо для необхідного рівня впливу на аудиторію. Медіа простір вимагає від сфери журналістських розслідувань врахування кількох вимірів інформаційної активності: уміння журналіста, суспільна значущість та готовність аудиторії до сприйняття. Всі ці елементи узгоджуються у спільній соціокультурній парадигмі.

Динаміка суспільного розвитку зумовлює необхідність тематичного та концептуального перегляду рівня зацікавленості аудиторії. Журналістська спільнота перебуває в постійному інвестигативному пошуку. Зокрема, Національна спілка журналістів України періодично проводить різноманітні заходи, визначаючи актуальність суспільних запитів щодо подій та процесів у державі [5].

Війни традиційно стають безальтернативним хедлайнером інформаційного простору. Відтак, журналістські розслідування, які корелюються з воєнними реаліями апріорі викликають суспільний резонанс. Водночас, актуальними інвестигативними напрямками розслідувань є політична корупція, економічні злочини, корпоративні правопорушення, прояви аморальності суспільства [5].

У період соціокультурної турбулентності, суспільно значуща проблематика посилюється морально-емоційним навантаженням, притаманним воєнному часу. Крім того, змінюються акценти домінуючого складника інформаційного простору, який займає пріоритет війни. У такому форматі, суспільний резонанс, спричинений журналістським розслідуванням проходить крізь призму реалій війни [8].

Зокрема, таємна чи прихована інформація, яка стає доступною в процесі викриття, є джерелом посиленої зацікавленості суспільства таким типом медіа активності. Для індивідуальної чи колективної свідомості завжди актуальним залишається прагнення пізнати «більше, ніж висвітлюється в новинах» [6, с. 307]. Це є своєрідним драйвером розширення масштабів та інтенсивності суспільного резонансу журналістського розслідування.

Якісні індикатори суспільного резонансу журналістського розслідування покликані оцінити специфіку формування суспільної думки стосовно проблеми, запропонованої у викритті. Передовсім, важливе значення відграють масштаби та інтенсивність суспільного обговорення журналістського розслідування. Сучасний інформаційний простір надає різноманітні можливості медіареципієнту відреагувати на матеріали викриття [1, с. 21].

Ще одним якісним індикатором суспільного резонансу журналістського розслідування є реакція різних державних інституцій, які прямо чи опосередковано дотичні до викривальних матеріалів. Першими, хто опиняється перед потребою пояснень чи надання відповідей є посадові та публічні особи причетні до порушень, висвітлених в розслідуванні [2, с. 45]. Публічний простір забезпечує право суспільства задати питання посадовцям щодо правомірності їхніх дій чи дотримання правових норм у контрольованій ними сфері.

Список використаних джерел:

1. Башманівський В., Башманівська В. Особливості комунікації реципієнта та засобів масової інформації у глобалізованому світі. Вісник Книжкової палати. 2018. № 10. С. 20–23.
2. Бель Б., Бурмагін О., Патора Т., Хоменок О. Посібник з журналістських розслідувань. Теорія та практика. Київ, 2013. 190 с. URL: <https://irrp.org.ua/wp-content/uploads/2013/12/verstka.pdf> (дата звернення: 01.05.2026).
3. Буданов назвав розслідування «УП» про закупівлю зброї ГУР «кампанією з дискредитації». Детектор Медіа. 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/243132/2025-08-03-budanov-nazvav-rozsliduvannya-up-pro-zakupivlyu-zbroi-gur-kampaniieyu-z-dyskredytatsii> (дата звернення: 02.05.2026).
4. Житарюк М. Трансформаційні тенденції сучасної журналістики: до питання про функції і принципи. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2018. Вип. 34. С. 109–120. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/4560/4592> (дата звернення: 02.09.2025).

5. Інформаційна довідка щодо журналістських стандартів та професійної етики в умовах правового режиму воєнного стану. Верховна Рада України : вебсайт. 2022. URL: <https://research.rada.gov.ua/uploads/documents/32877.pdf> (дата звернення: 12.05.2026).
6. Сергійчук А. Особливості журналістського розслідування в аспекті кримінальних справ під час судового та досудового провадження. Актуальні питання права та соціально-економічних відносин : зб. ст. 2023. С. 302–309. URL: <https://vmurol.kr.ua/wp-content/uploads/2023/05/Збірник-1.pdf#page=302> (дата звернення: 08.05.2026).
7. Хоменюк О. Цифрова безпека для журналістів. Детектор Медіа : вебсайт. URL: <https://video.detector.media/lessons/cyfrova-bezpeka-zhurnalista-rozsliduvacha-i19> (дата звернення: 12.05.2026).
8. Щодо приховання інформації. ProZorro : вебсайт. 2022. URL: <https://prozorro.gov.ua/uk/news/shchodo-pryhovannya-informatsiyi> (дата звернення: 04.05.2026).

ПАНЕЛЬ 3. СУЧАСНА ОСВІТА У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВИКЛИКИ ТА ІННОВАЦІЇ

ЦИФРОВА СТІЙКІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ: ПОТЕНЦІАЛ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА КІБЕРБЕЗПЕКИ

Ілона БАЦУРОВСЬКА

*д-р пед. наук, професор, професор кафедри інтелектуальних систем та
цифрових технологій Академії праці, соціальних відносин і туризму*

Професійна освіта України в умовах війни та повоєнної відбудови набуває особливого значення як механізм підготовки кадрів для відновлення економіки, інфраструктури, соціальної сфери й технологічного сектору. Її модернізація не може обмежуватися лише оновленням змісту освітніх програм, оскільки сучасний ринок праці потребує фахівців, здатних діяти в цифровому середовищі, працювати з даними, використовувати інтелектуальні сервіси та дотримуватися правил кібергігієни. У цьому контексті цифрова стійкість професійної освіти розглядається як здатність закладів, педагогічних працівників і здобувачів забезпечувати безперервність, безпечність та якість освітнього процесу за умов нестабільності, ризиків і швидких технологічних змін.

Штучний інтелект відкриває для професійної освіти можливості персоналізації навчання, автоматизованого зворотного зв'язку, аналізу освітніх даних, розроблення адаптивних електронних курсів і підтримки самостійної роботи здобувачів. Генеративні моделі можуть застосовуватися для створення навчальних кейсів, симуляцій виробничих ситуацій, інструкцій, тестових завдань, візуальних матеріалів і сценаріїв практичної підготовки. Водночас використання таких інструментів потребує педагогічно виважених правил, адже некритичне застосування штучного інтелекту може послаблювати самостійність здобувачів, знижувати якість опрацювання навчального матеріалу та створювати ризики порушення академічної доброчесності [1; 2].

Кібербезпековий компонент є обов'язковою умовою цифрової трансформації професійної освіти. Змішане й дистанційне навчання, хмарні сервіси, електронні журнали, освітні платформи та системи управління навчанням розширюють цифрову взаємодію, але водночас підвищують вразливість освітніх даних. Для закладів професійної освіти актуальними є захист персональних даних, безпечне використання електронних ресурсів, попередження фішингових атак, робота з паролями, критична оцінка цифрового

контенту та усвідомлення ризиків, пов'язаних із використанням відкритих сервісів штучного інтелекту [3].

Інтеграція штучного інтелекту та кібербезпеки у професійну освіту має здійснюватися як наскрізна методична стратегія. Її доцільно реалізовувати через практикоорієнтовані завдання, проблемні ситуації, міждисциплінарні проєкти, моделювання професійних кейсів і аналіз типових помилок користувачів у цифровому середовищі. Наприклад, здобувачам можна пропонувати завдання з розпізнавання небезпечних повідомлень, оцінювання достовірності інформації, безпечного використання генеративних сервісів, створення інструкцій із кібергігієни для робочого місця та порівняння результатів, отриманих людиною і системою штучного інтелекту. Такий підхід дає змогу поєднати технологічну підготовку з розвитком критичного мислення, професійної відповідальності та культури безпечної цифрової поведінки.

Особливого значення набуває підготовка педагогічних працівників професійної освіти до методично коректного застосування інструментів штучного інтелекту. Викладач має не лише володіти цифровими сервісами, а й розуміти їхні дидактичні можливості, обмеження, етичні ризики та вимоги до безпечної роботи з даними. Професійний розвиток педагогів доцільно спрямовувати на формування здатності добирати цифрові інструменти відповідно до освітньої мети, перевіряти якість згенерованого контенту, проєктувати завдання, що передбачають авторське опрацювання результатів, і пояснювати здобувачам правила відповідального використання штучного інтелекту [4].

Отже, цифрова стійкість професійної освіти в умовах війни та повоєнної відбудови має формуватися через комплексну інтеграцію штучного інтелекту, кібербезпеки та практикоорієнтованих освітніх технологій. Ефективність такої інтеграції залежить від методичної готовності викладачів, наявності безпечного цифрового середовища, оновлення змісту професійної підготовки та вироблення зрозумілих правил етичного застосування інтелектуальних систем. Перспективним напрямом подальших досліджень є розроблення моделей формування цифрової та кібербезпекової компетентності здобувачів професійної освіти з урахуванням можливостей генеративного штучного інтелекту.

Список використаних джерел:

1. Baidoo-Anu D., Owusu Ansah L. Education in the Era of Generative Artificial Intelligence (AI): Understanding the Potential Benefits of ChatGPT in Promoting Teaching and Learning. Journal of AI. 2023. Vol. 7, № 1. P. 52-62.
2. Crompton H., Burke D. Artificial intelligence in higher education: the state of the field. International Journal of Educational Technology in Higher Education. 2023. Vol. 20. Article 22. DOI: <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00392-8>.
3. European Union Agency for Cybersecurity. Cybersecurity and privacy in AI: medical imaging diagnosis. Athens : ENISA, 2023. 54 p.
4. UNESCO. Guidance for generative AI in education and research. Paris : UNESCO, 2023. 44 p.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА

Валентин БОЙЧЕНКО

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
кафедри освітології та психолого-педагогічних наук,
заступник директора Інституту післядипломної освіти
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

Міжнародний досвід у професійному розвитку педагога - це необхідність у сучасній освіті. Причини необхідності його набуття практичні: доступ до сучасних освітніх підходів; порівняння та покращення якості освіти; розвиток професійної гнучкості; інтеграція у глобальний освітній простір; підвищення мотивації учнів; професійна конкурентоспроможність. Аналіз зарубіжних публікацій засвідчив, що дослідники розглядають дещо інші аспекти їх розуміння [1]:

- «академічний трек» («academic tracks») - характеристика процесу набуття освіти, що співвідноситься з організаційною структурою формальної освіти, та послідовні кроки, здійснені під час індивідуального просування в ній;
- «шкільна й навчальна кар'єра» («school and learning careers») – лінія навчання особистості, що містить його успішність у навчанні, переходи на наступні вищі рівні, вибір певного напрямку (профілю) навчання;
- «освітня та навчальна траєкторії» («educational and learning trajectories») – соціальний статус особистості, її соціальне походження, належність до різних соціальних груп;
- «навчальний шлях» («learning pathway») – результат власне освітнього досвіду, подій та освітніх шляхів, освітніх ситуацій.

Більшість дослідників також зазначають, що «навчальні шляхи» включають усі освітні ситуації незалежно від локації або навчального контексту, а освітній шлях («educational pathway») відбувається всередині початкової системи. Цілісність ІОТ виявляється у планових, структурованих етапах середньої та вищої освіти і нелінійних етапах, зумовлених зовнішніми ситуативними та внутрішніми мотиваційними чинниками. При цьому освітній шлях визначають чотири ключові протиріччя: між особистістю та установою, між суб'єктивними та об'єктивними ситуаціями; між шкільним навчанням та позакласним досвідом; між минулим досвідом (досягненнями) та очікуваннями щодо майбутнього» [2]. Автори дослідження супроводжують освітні траєкторії (англ. – «educational trajectories») сукупністю переходів на вищі рівні освіти й навчанням у різних установах. Чинниками впливу на них визначають індивідуальний вибір особистості, структури

соціальної нерівності, інституційні механізми, що дозволяють забезпечити доступ до освіти впродовж усього життя.

Автори дослідження [3] зосередили увагу на вивченні проблеми студентських та учнівських переходів («student transition»), пов'язуючи її актуальність із освітою особистості упродовж життя. Перехід як розвиток передбачає перехід від одного життєвого етапу до іншого та нескінченний ланцюг фрагментарних змін реалій життя та суб'єктивного досвіду. В дослідженні [4] розглядаються специфіка розвитку освітньої галузі, ринку праці та їх вплив на ІОТ, соціальні позиції особистості, вивчаються особливості студентських переходів. Здійснено пошук детермінантів вибору освітніх траєкторій дорослими, що позначають межі суб'єктивних структур можливостей, обґрунтуванню можливостей використання соціальних мереж та засобів масової інформації для створення індивідуального освітнього середовища, розвитку навичок саморегуляції навчання в якості інструментів реалізації ІОТ.

Узагальнення результатів досліджень [1–4] дозволяє висловити думку, що в рамках міжнародного досвіду особливу увагу в професійному розвитку педагогічного працівника приділяється таким напрямкам: формуванню моделі освіти, що базується на системному зв'язку дисциплін; розвитку професійної педагогічної компетентності; упровадженню інформаційних і комп'ютерних технологій у навчальний процес; підготовці вчителя до діяльності в полікультурному середовищі та середовищі національної меншини; інтеграції теорії та практики, а також послідовності навчальних планів; переходу від педагогічної освіти до професійної діяльності.

Отже, аналіз зарубіжних підходів до розуміння специфіки просування та прогресу особистості в освіті, а також визначення англomовних понять, синонімічних поняттю ІОТ, поглиблюють уявлення про цей феномен та дозволяють визначити такі пов'язані з ним характеристики: особливості соціального походження та оточення; наявний освітній досвід суб'єкта навчання; структурованість, послідовність, лінійність, гнучкість процесу набуття освіти упродовж життя; локальні умови навчання в якості чинників формування ідентичності та схильності до навчання; характер траєкторії, співвіднесеність навчальних переходів і перехідних періодів у житті особистості; ситуативно-хронологічний чинник розгортання ІОТ.

В Україні й за кордоном термін ІОТ формально має схожий зміст (персоналізація навчання), але відрізняється глибиною реалізації, рівнем свободи та практичним наповненням (табл. 1). Сутність міжнародного професійного розвитку педагогічного працівника полягає не просто в «поїздках за кордон» чи участі в окремих заходах, а в системному розширенні професійних компетентностей через взаємодію з глобальним освітнім середовищем (табл. 2).

Таблиця 1.

Найменування відмінності	Україна	За кордоном
Нормативне vs. практичне розуміння	• ІОТ чітко закріплена законодавчо (Закон «Про освіту»). • визначається як персональний шлях навчання, що враховує здібності, інтереси, темп і вибір дисциплін • часто реалізується через: індивідуальний навчальний план та вибіркові дисципліни.	• термін може називатися інакше (learning pathways, personalized learning, individual learning plan); • основний акцент - реальна індивідуалізація навчання та гнучке комбінування курсів, програм, форматів.
Рівень свободи студента	• вибір обмежений стандартами, навчальними планами, невеликою кількістю вибірових дисциплін; • траєкторія часто в межах програми, а не поза нею	• високий рівень свободи - вибір курсів з різних факультетів, можливість змінювати спеціальність, індивідуальні комбінації (major + minor); • студент може фактично «сконструювати свою освіту»
Гнучкість і мобільність	академічна мобільність є, але обмежена та складна в реалізації; визнання неформальної освіти лише розвивається	• широко поширені (обміни (Erasmus+), онлайн-курси (Coursera, edX), визнання неформального навчання; • освіта є модульною системою, яку можна «збирати»
Роль студента і викладача	• студент – частково суб'єкт вибору; • викладач і заклад домінують у визначенні траєкторії	• Студент – центральна фігура (learner-centered approach); • викладач – ментор, тьютор, фасилітатор
Орієнтація результату	орієнтація на освітню програму, стандарти, диплом	орієнтація на компетентності, кар'єрний шлях, індивідуальні цілі
Інструменти реалізації	індивідуальний план, вибіркові дисципліни, факультативи	learning analytics (аналіз даних навчання), adaptive learning systems, персональні освітні платформи, мікрокваліфікації (micro-credentials)

Тобто, головна різниця така: Україна – ІОТ як право і модель (дозволено, але реалізовано частково), за кордоном – ІОТ як реальна освітня практика і філософія (працює і визначає освіту).

Таблиця 2

Ключові дії	Сутність дії
-------------	--------------

Інтеграція у світовий освітній простір	Педагог знайомиться з підходами, які сформувалися в різних країнах, порівнює їх із національною практикою та адаптує найефективніші. Це пов'язано з розвитком таких напрямів, як порівняльна педагогіка та глобальна освітня політика.
Оновлення професійних компетентностей	Міжнародний досвід допомагає розвивати: сучасні методики навчання (student-centered learning, inquiry-based learning); цифрову грамотність; міжкультурну комунікацію; здатність працювати в багатомовному середовищі. Це прямо пов'язано з концепцією безперервної освіти – навчання протягом усього життя.
Рефлексія та переосмислення власної практики	Контакт із іншими освітніми системами змушує педагога критично оцінювати: власні методи викладання; роль учителя (від “джерела знань” до фасилітатора); підходи до оцінювання учнів.
Участь у міжнародних програмах і спільнотах	Це можуть бути: академічні обміни; стажування; міжнародні проекти (наприклад, Erasmus+); професійні мережі вчителів.
Формування глобального мислення	Педагог починає: • розуміти глобальні освітні тренди; • враховувати культурне різноманіття; • готувати учнів до життя в глобалізованому світі.

Список використаних джерел:

1. Doray Pierre. Educational Pathways: Some Key Concepts. The Canada Millennium Scholarship Foundation. Millennium Research Series. 2009. № 44.
2. Подшивалкіна В. Соціальні умови та психологічні виміри тенденцій використання потенціалу особистості. Психологія і суспільство. 2009. №4. С. 127–137.
3. Gale Trevor. Navigating student transition in higher education: induction, development, becoming, in Universities in transition. University of Adelaide Press. 2014. P. 13–39.
4. Dabbaghe N., Kitsantas A. Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. Internet and Higher Education. 2012. 15. P. 3–8.

НАРОДНА КУЛЬТУРА ЯК ФОРМА КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВОЛОНТЕРСТВО, РИТУАЛИ ПАМ'ЯТІ ТА ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДИ

Дмитро БОЛЬШАГІН

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Державного податкового університету*

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну стало не лише збройною агресією, а й цілеспрямованою атакою на українську культуру, ідентичність та колективну пам'ять. В умовах воєнного часу збереження народної культури набуває особливого сенсу: воно перетворюється на акт спротиву, спосіб зберегти себе як народ і передати культурний досвід наступним поколінням. Знищення культурних об'єктів, бібліотек, музеїв і пам'яток архітектури є частиною стратегії окупанта, спрямованої на стирання національної ідентичності та переписування історичної пам'яті. Саме тому захист культурної спадщини у воєнний час є не лише гуманітарним питанням, а й питанням державної безпеки. У сучасних гуманітарних дослідженнях дедалі частіше наголошується, що культура під час війни виконує не лише репрезентативну, а й консолідуючу та терапевтичну функції, забезпечуючи суспільству внутрішню стійкість і відчуття історичної тяглості [9].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що в умовах повномасштабної війни народна культура перестає бути лише сферою збереження традицій і дедалі більше набуває значення важливого механізму суспільної консолідації, психологічної підтримки та культурного спротиву. Війна актуалізувала потребу осмислення ролі культурної спадщини у формуванні національної стійкості, збереженні колективної пам'яті та підтримці ідентичності як в Україні, так і серед українців за кордоном. Особливого значення набуває вивчення волонтерських ініціатив, ритуалів пам'яті та локальних культурних практик, які в сучасних умовах стають важливими інструментами збереження культурної тяглості та духовної єдності суспільства [7].

Метою дослідження є аналіз особливостей збереження народної культури в умовах війни, а також визначення ролі волонтерства, ритуалів пам'яті та громадських культурних практик у підтримці національної ідентичності, культурної стійкості та суспільної консолідації.

Одним із ключових механізмів збереження культурної спадщини під час війни стало волонтерство. Громадські ініціативи охопили широкий спектр діяльності: від евакуації музейних фондів та рятування архівів до оцифрування

фольклорних матеріалів і підтримки народних майстрів. Прикладом такої діяльності є міжнародна ініціатива SUCHO (Save Ukrainian Cultural Heritage Online), у межах якої тисячі волонтерів в умовах воєнних дій зберегли цифрові копії ресурсів бібліотек, музеїв та культурних установ України [3]. Окремо варто відзначити роботу Українського інституту, який координував зусилля культурних дипломатів і представляв Україну на міжнародних культурних форумах навіть після початку повномасштабного вторгнення. Показовим прикладом культурного волонтерства стала діяльність команди Museum Crisis Center, яка після початку повномасштабного вторгнення займалася евакуацією музейних колекцій із прифронтових територій та забезпеченням музеїв матеріалами для захисту експонатів. Водночас ініціатива Backup Ukraine, створена за підтримки UNESCO та данської компанії Polysam, дозволила волонтерам і звичайним громадянам цифрово сканувати пам'ятки архітектури, що перебували під загрозою руйнування. Важливо, що волонтерство у сфері культури поєднує професійну компетентність музейників, архіваріусів та реставраторів із громадянською позицією небайдужих людей по всьому світу, і саме волонтерські ініціативи часто стають простором формування нових горизонтальних зв'язків між людьми, об'єднаними спільною метою збереження культурної спадщини [6].

Важливу роль у консолідації суспільства відіграють і ритуали пам'яті – колективні практики вшанування загиблих і збереження зв'язку з минулим. Під час війни вони набули нових форм: стихійні меморіали, акції «Свічка пам'яті», публічне виконання народних пісень, традиційне оздоблення вулиць до свят – усе це стало частиною живої культурної практики. Такі ритуали виконують функцію соціальної терапії, допомагаючи громадам переживати травму і водночас підтримувати відчуття культурної тяглості [1]. Одним із найвідоміших прикладів новітніх ритуалів пам'яті стала традиція вшанування загиблих військових на Майдані Незалежності у Києві, де встановлюють прапорці, фотографії та символічні меморіальні об'єкти. Подібні практики виникли й в інших містах України, формуючи нову культуру колективної пам'яті, що поєднує традиційні форми жалоби із сучасними публічними меморіальними практиками. Дослідники фіксують виникнення нових форм меморіальних практик, зокрема онлайн-вшанувань загиблих захисників та колективних акцій скорботи, що поєднують традиційні елементи поховальних обрядів із сучасними цифровими форматами. Це свідчить про здатність народної культури до адаптації та трансформації навіть в екстремальних умовах. Крім того, ритуали пам'яті сьогодні дедалі частіше стають елементом публічного простору та

медіакомунікації, формуючи спільний символічний простір українського суспільства [4].

Варто зазначити, що потужним чинником культурної стійкості стало об'єднання громади навколо культурних практик. У містах і селах, де люди були змушені переміщуватися або пристосовуватися до воєнного побуту, саме спільна культурна діяльність – майстер-класи з народних ремесел, спільний спів, театральні читання – забезпечувала соціальну згуртованість і відчуття безпеки. Культура стала не лише способом самовираження, а й засобом психологічної підтримки [2]. Наприклад, львівський простір «Домівка врятованих» та харківська платформа «Платформа культурних ініціатив» організовували майстер-класи з народного мистецтва, спільні співочі зустрічі та етнокультурні заходи для переселенців. Такі ініціативи сприяли не лише збереженню традицій, а й соціальній адаптації людей у нових громадах. Особливо значущою у збереженні культурних традицій в умовах вимушеного переселення є роль жінок: саме вони найчастіше стають носіями та передавальниками народних знань, рецептів, пісень і ремісничих технік у нових громадах. Показовими є численні волонтерські майстерні з вишивки, ткацтва та народного мистецтва, які виникли в різних регіонах України після 2022 року та стали не лише простором творчості, а й осередком соціальної підтримки для переселенців [5].

Особливої уваги заслуговує роль нематеріальної культурної спадщини у збереженні ідентичності переміщених осіб. Внутрішньо переміщені громади на нових місцях часто відтворюють рідні традиції, обряди та фольклорні практики, що дозволяє підтримати відчуття спільноти і власної культурної приналежності попри розлуку з домом [4]. Дослідження свідчать, що збереження традиційних практик у середовищі переселенців суттєво знижує рівень психологічного дистресу та прискорює процес соціальної адаптації. Народна культура виступає своєрідним «культурним якорем», що утримує людину від відчуження та допомагає зберігати цілісність власної ідентичності [2].

Особливу роль у збереженні ідентичності переміщених осіб, на наш погляд, відіграє нематеріальна культурна спадщина. Внутрішньо переміщені громади на нових місцях часто відтворюють рідні традиції, обряди та фольклорні практики, що дозволяє підтримати відчуття спільноти і власної культурної приналежності попри розлуку з домом [4]. Дослідження свідчать, що збереження традиційних практик у середовищі переселенців суттєво знижує рівень психологічного дистресу та прискорює процес соціальної адаптації. Народна культура виступає своєрідним «культурним якорем», що утримує людину від відчуження та допомагає зберігати цілісність власної ідентичності. Особливо це проявляється

під час проведення традиційних свят, спільного виконання народних пісень або відтворення звичних обрядових практик у нових умовах проживання [9].

Важливо також зазначити, що під час війни народна культура виконує функцію міжнародного представлення України у світі. Через благодійні культурні заходи, виставки народного мистецтва, концерти та фестивалі українці демонструють власну самобутність і привертають увагу міжнародної спільноти до проблем збереження культурної спадщини [4]. Зокрема, після 2022 року українські культурні проєкти були представлені на міжнародних виставках «Ukraine WOW», «Treasures of Ukraine» та благодійних етнокультурних фестивалях у Польщі, Німеччині та Великій Британії. Народна творчість стала інструментом культурної дипломатії, який сприяє формуванню позитивного образу України та зміцненню підтримки з боку інших держав. Яскравим прикладом є виставки української народної вишивки та традиційного мистецтва у Берліні, Варшаві та Лондоні, організовані після початку повномасштабного вторгнення, які викликали значний суспільний резонанс та привернули увагу до української культури як невід'ємної частини європейської спадщини [3].

Окреме значення має діяльність освітніх і культурних установ, які навіть в умовах воєнного стану продовжують популяризувати українські традиції. Бібліотеки, будинки культури, музеї та навчальні заклади організовують тематичні заходи, онлайн-лекції, етнографічні проєкти та майстер-класи, що допомагають молодому поколінню зберігати зв'язок із національними традиціями. Це особливо важливо в умовах інформаційної війни, коли культура стає засобом захисту національної свідомості. Низка українських університетів відкрила спеціальні онлайн-курси з народознавства та етнографії, орієнтовані на внутрішньо переміщених студентів та українців за кордоном, що значно розширило доступ до культурної освіти [6]. Водночас появи нових форматів популяризації народної культури, орієнтованих насамперед на молодіжну аудиторію, сприяла цифровізація культурного простору [8].

Сучасні цифрові технології значно розширили можливості для популяризації народної культури. Соціальні мережі, відеоплатформи та онлайн-архіви дозволяють поширювати українські традиції далеко за межами країни. Українські пісні, народний одяг, обряди та ремесла стали впізнаваними елементами культурного простору не лише в Україні, а й у багатьох країнах світу. Зокрема, такі платформи, як YouTube та Instagram, стали майданчиками для масового поширення уроків вишивки, народних танців, традиційної кулінарії та фольклору, охоплюючи мільйонну аудиторію по всьому світу [7]. Важливу роль у цифровому збереженні фольклору відіграють також онлайн-проєкти «Поліфонія» та «Баба Єлька», спрямовані на запис і популяризацію автентичних

українських народних пісень, діалектів та усних історій. Завдяки соціальним мережам і відеоплатформам ці матеріали стали доступними широкій аудиторії як в Україні, так і за її межами. Поступово такі цифрові практики формують нову візуальну мову української культури – зрозумілу глобальній аудиторії, але водночас тісно пов'язану з локальними традиціями та історичною пам'яттю [8].

Ми вважаємо, що не менш важливою складовою культурного спротиву є також відродження традиційної символіки та народних звичаїв у повсякденному житті. Українська вишивка, народні орнаменти, традиційні кольори та символи дедалі частіше використовуються під час благодійних заходів, громадських акцій та державних подій. Це не лише підтримує інтерес до культурної спадщини, а й формує відчуття єдності суспільства навколо спільних національних цінностей. Символи вишиванки, рушника та народного розпису набули нового патріотичного значення і перетворилися на маркери національної ідентичності, що об'єднують українців по всьому світу [9].

У період війни особливого значення набуває також усна народна творчість. Сучасний фольклор активно реагує на події сьогодення: виникають нові пісні, жарти, легенди та символічні образи, які відображають переживання суспільства та віру в перемогу. Символічними елементами сучасного воєнного фольклору стали народні меми, пісенні переробки та сатиричні вислови про «тракторні війська», «бавовну» чи Чорнобаївку, які швидко поширювалися у соціальних мережах і перетворилися на своєрідні форми колективної психологічної самооборони суспільства. Такі форми народної творчості швидко поширюються серед людей і стають частиною новітньої культурної пам'яті українського народу. Воєнний фольклор, на нашу думку, виконує психотерапевтичну функцію: через гумор, іронію та символічну перемогу над ворогом у народних жартах і піснях суспільство знаходить засіб боротьби зі страхом і відчаєм, стаючи формою колективного емоційного переживання війни [8].

Водночас збереження народної культури є важливим чинником моральної стійкості населення. У складних умовах воєнного часу саме звернення до традицій, звичаїв та історичної пам'яті допомагає людям відчувати зв'язок із власним народом і зберігати внутрішню опору. Народна культура не лише відображає історичний досвід українців, а й формує віру в майбутнє та здатність суспільства до відновлення після війни. Важливо підкреслити, що культурна стійкість нації є невід'ємною частиною загальної обороноздатності держави: суспільство, яке зберігає свою культурну ідентичність, демонструє значно вищий рівень психологічної стійкості та волі до спротиву [1].

Таким чином, збереження народної культури під час війни здійснюється через три взаємопов'язані виміри: волонтерську активність як організаційний

ресурс, ритуали пам'яті як механізм колективної ідентичності та громадське об'єднання як простір культурного відтворення. Усі вони разом утворюють систему культурного спротиву, що забезпечує духовне виживання нації в умовах збройної агресії. Ефективне збереження культурної спадщини вимагає скоординованих зусиль держави, громадянського суспільства, наукових установ та міжнародних партнерів, а результати цієї роботи матимуть стратегічне значення для повоєнного відновлення та зміцнення національної ідентичності України [2].

Список використаних джерел:

1. Бойко О., Мельник Т. Онлайн-освіта як інструмент збереження культурної ідентичності в умовах воєнного часу. Педагогічні науки: теорія і практика. 2023. Вип. 2. С. 45–52. URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/891>
2. Герасименко Л. Цифровий фольклор та соціальні медіа як простір трансляції народної культури під час війни. Народна творчість та етнологія. 2023. № 3. С. 12–20. URL: <https://nte.etnolog.org.ua/zmist/2023/3/2>
3. Зайцева І. Роль мистецтва як семіотичного та когнітивного медіатора у міжкультурній комунікації. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Ірпінь, 2026. С. 180–186.
4. Кузик П. Воєнний фольклор як форма психологічного спротиву: досвід України 2022–2023 рр. Фольклористичні зошити. 2023. № 26. С. 88–97. URL: <https://folk.etnolog.org.ua/zmist/2023/26/6>
5. Литовченко В., Дем'ян В. Нематеріальна культурна спадщина як найголовніший інструмент збереження української нації. Academia.edu. 2023. URL: <https://www.academia.edu/118137924/>
6. Маховська С. Науковий False Start чи вимога воєнного часу: (не)новий досвід документування свідчень українців. Україна Модерна. 2023. URL: <https://uamoderna.com/war/naukovyy-false-start-chy-vymoha-voiennoho-chasu-ne-povyuy-dosvid-dokumentuvannia-svidchen-ukraintsiv/>
7. Панькова О., Касперович О. Український волонтерський рух в умовах збройної російської агресії. Журнал європейської економіки. 2022. URL: <https://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1605>

8. Сморжевська О. Колективна пам'ять та історична травма: теоретичні рефлексії на тлі жіночих спогадів про Голодомор. Україна Модерна. URL: <https://uamoderna.com/md/216-216/>

9. Dombrowski Q., Kijas A., Majstorovic S. Digital Cultural Heritage Under Attack: Saving Ukrainian Cultural Heritage Online (SUCHO). Text and Image: Essential Problems in Art History. 2022. № 1(13). URL: <https://www.researchgate.net/publication/365256954>

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРЕДИКТОРИ ФАБІНГУ В МІЖОСОБИСТІСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Світлана ДЄНІЖНА

канд. пед. наук, доцент,

доцент кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін

Державного податкового університету

Цифровізація освітнього процесу спричинила парадоксальну трансформацію міжособистісної комунікації: з одного боку персональні мобільні пристрої полегшили онлайн-взаємодію інтернет-користувачів і стали супутниками життєдіяльності та помічниками навчання здобувачів, з іншого – ускладнили офлайн-спілкування та сприяли розвитку інтернет-залежності суб'єктів комунікативної взаємодії. Серед явищ, які зумовлюють труднощі освітньої комунікації, на увагу заслуговує фабінг (анг. «rhubbig» від «phone» – телефон і «snubbing» – зневага, зневажливе ставлення, приниження). Термінологічне тлумачення даного поняття передбачає відволікання людини на свій смартфон під час міжособистісної комунікації. Звідси феномен «фабінг» інтерпретується як форма міжособистісної зневаги та остракізму, що є наслідком залежності від смартфона [5].

З психологічної точки зору явище фабінгу інтерпретується як форма уникнення дискомфорту або стресової ситуації, оскільки даний феномен сам по собі є стресогенним чинником, який зумовлює зниження настрою партнера по спілкуванню, формуванню напружених стосунків, зниженню якості відношень і втрати довіри. Ігнорування спілкування на користь власного смартфона призводить до відчуття неприйняття, образи, що сприяє фрустрації потреб у безпеці «фабі» (жертви фабінгу). Тим самим для «фабера» (особи, яка застосовує «фабінг») прояви неетичної поведінки спричиняють зниження емоційного інтелекту та ризик формування номофобії – стану страху або тривоги залишитись без мобільного пристрою [2].

У контексті освітнього середовища фабінг розглядається як відволікання уваги студента на мобільний пристрій під час навчального заняття, що виражається в застосуванні смартфона поза освітніх цілей. Певна річ, зневага до міжособистісної комунікативної взаємодії призводить до зниження залученості здобувача в освітній процес та його пізнавальної активності.

Однак в освітньому середовищі фабінг може мати неперсоніфікований характер. Адже здобувач може відволікатись не від конкретного співрозмовника, а від міжособистісної комунікації в цілому. У цій ситуації фабінг може бути

спрямований як на ігнорування спілкування з одногрупниками, так і на відволікання від взаємодії з викладачем, а також передбачає неухильність до лектора, ігнорування певних аспектів освітнього процесу в зв'язку з концентрацією уваги фабера на смартфоні.

На жаль фобінг в освітньому середовищі набуває широкого розповсюдження і має негативні соціально-комунікативні наслідки, зокрема: виступає демонстрацією зневажливої поведінки до лектора або одногрупників; спричиняє зниження мобілізації уваги на занятті; сприяє академічній прокрастинації (Parmaksız, 2023; призводить до зростання рівня академічного стресу (Garrido et al., 2024); зумовлює погіршення успішності, усвідомленості регуляції освітньої діяльності та самоконтролю над поведінкою в освітньому середовищі (Isrofin, Munawaroh, 2022).

Однак фобінг як форма зниження участі здобувачів у міжособистісній освітній комунікації може бути пов'язана з мотивацією до навчальної діяльності – визначального чинника, що впливає на активізацію участі в пізнавальному процесі. Тому постає завдання виявити взаємозв'язок між фобінгом і навчальною мотивацією здобувачів як предиктора, що сприяє запобіганню або прояву цього явища.

У дослідженні використовувалась валідний і надійний методичний інструментарій: 1. «Шкала фобінгу» (Phubbing Scale) Карадага (Karadağ), спрямована на вивчення міжособистісного фобінгу в освітньому середовищі, що застосовується для встановлення зв'язку між фобінгом і академічною прокрастинацією студентів, активністю їх включенням у навчальну діяльність; 2. Опитувальник «Стисла шкала академічної мотивації» (ШАМ).

Для статистичного аналізу застосовувався коефіцієнт кореляції Спірмена. Для математичних розрахунків – програма SPSS Statistics 27.

Вибірку дослідження складали 20 здобувачів Державного податкового університету віком від 17 до 23 рр. Медіана віку – 20 р.

Кореляційний аналіз з використанням непараметричного коефіцієнта кореляції Спірмена між шкалами фобінгу та навчальної мотивації здобувачів показав статистично значимі зв'язки між «зовнішніми» типами навчальної мотивації (інтроєційованим і екстеринальним) та загальним фобінгом (табл.1)

Таблиця 1

Результати кореляційних зв'язків між показниками «Шкали фабінгу» та опитувальника «Стисла шкала академічної мотивації» (N =20)

Типи навчальної мотивації	Загальний фабінг	Одержимість телефоном	Порушення комунікації
Інтроєційована мотивація	0,312**	0,232*	0,298**
Екстернальна мотивація	0,305**	—	0,338*

Примітка: ** – $p < 0,01$, * – $p < 0,05$

Як свідчать кількісні показники, унаочнені в таблиці, інтроєційований ($r = 0,312^{**}$, $p < 0,01$) та екстернальний ($r = 0,305^{**}$, $p < 0,01$) типи навчальної мотивації показали зв'язок із загальним фабінгом. При цьому шкала «Порушення комунікації» пов'язана з інтроєційованою ($r = 0,298^{**}$, $p < 0,01$) та екстернальною ($r = 0,338^{**}$, $p < 0,05$) мотиваціями, а субшкала «Одержимість телефоном» – лише з інтроєційованою мотивацією ($r = 0,232^{**}$, $p < 0,05$).

На основі даних кореляційного аналізу слід зазначити, що загальний фабінг пов'язаний із «зовнішніми» типами навчальної мотивації, що проявляється у наявності у здобувача міркувань щодо необхідності навчатися з почуття обов'язку (інтроєційована мотивація) та переживання «вимушеності» навчальної ситуації (екстернальна мотивація). Ймовірно, що фабінг у такому випадку може проявлятися як спосіб уникнення від навчальних ситуацій, порушення норм комунікації, відволікання від офлайн-взаємодії на користь смартфонів поза використання в освітніх цілях.

Таким чином, інтроєційована та екстернальна навчальна мотивація вступають предикторами загального фабінгу. Здобувачі, які відчують зовнішній тиск або внутрішній дискомфорт в освітньому середовищі можуть використовувати фабінг як форму відволікання від міжособистісної комунікації на користь мобільних пристроїв. Переважання «зовнішніх» типів навчальної мотивації призводить до переживання з приводу безцільності навчання, нудьги на заняттях, фрустрації, що, у свою чергу, спричиняє прояви фабінгу в освітньому середовищі. Значимим чинником, який дозволяє переключити увагу з фабінгу на навчальний матеріал є усвідомлена регуляція діяльності та самоконтроль поведінкою в освітньому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Сова М., Деніжна С. Цифрове благополуччя як соціокультурний феномен сучасного суспільства. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції пам'яті філолога, журналіста та захисника України Володимира Мукана «Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця». Łomża-Irpiń, 2026 Wydawnictwo: MANS w Łomży (20 лютого 2026 року). С.294-300. ISBN 978-83-68480-22-1. DOI <https://doi.org/10.58246/AZKE6250>.
2. Gao, B., Liu, Y., Shen, Q., Fu, C., Li, W., Li, X. (2023). Why cannot I stop phubbing? Boredom proneness and phubbing: A multiple mediation model. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 3727–3738. URL: <https://doi.org/10.2147/PRBM.S423371>.
3. Capilla Garrido, E., Cubo Delgado, D. (2024). Phubbing and its impact on the individual's psychological well-being. *Acta Psychologica*, 248, 104388. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691824002658?via%3Dihub>.
4. Isrofin, B., Munawaroh, E. (2022). The effect of smartphone addiction and self-control on phubbing behavior. *Journal of Guidance and Counseling Studies*, 6(1), 13. URL: <https://journal2.um.ac.id/index.php/jkbk/article/view/16508>.
5. Knausenberger, J., Giesen-Leuchter, A., Echterhoff, G. (2022). Feeling ostracized by others' smartphone use: The effect of phubbing on fundamental needs, mood, and trust. *Frontiers in Psychology*, 13, 883901. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.883901/full>.
6. Parmaksız, İ. (2023). The effect of phubbing, a behavioral problem, on academic procrastination: The mediating and moderating role of academic self-efficacy. *Psychology in the Schools*, 60(1), 105–121. <https://doi.org/10.1002/pits.22765>.

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА КУЛЬТУРНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНИ

Інна ЗАЙЦЕВА

*канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету*

Анастасія ЛЕВЧЕНКО,

*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
Державного податкового університету,*

У сучасних умовах війни та посилення глобалізаційних процесів особливої актуальності набуває феномен культурної стійкості. Йдеться про здатність культури зберігати традиції, формувати нові смисли, адаптуватися до суспільних змін і водночас не втрачати власної самобутності. На нашу думку, саме культурна стійкість сьогодні є одним із ключових чинників суспільної єдності та підтримки національної ідентичності [5].

В умовах російсько-української війни проблема збереження історико-культурної спадщини набула не лише культурного, а й стратегічного значення. Цілеспрямовані спроби російської федерації знищити українську культуру, історичну пам'ять та національну ідентичність засвідчують, наскільки важливою є культурна спадщина для існування й самоусвідомлення народу. Саме вона формує зв'язок між минулим і сучасністю, допомагає зберегти національну самобутність та визначити місце України у сучасному глобалізованому світі.

У зв'язку з цим історико-культурну спадщину варто розглядати не лише як сукупність пам'яток чи артефактів. Вона є носієм колективного досвіду багатьох поколінь, у якому відображені естетичні смаки, морально-етичні цінності, мистецькі традиції, технологічні досягнення та релігійно-космологічні уявлення народів, які в різні історичні епохи проживали на території України. Через культурну спадщину суспільство зберігає історичну пам'ять, духовні орієнтири та культурну тяглість [7].

Метою дослідження є аналіз ролі історико-культурної спадщини як фундаментального чинника формування та утвердження національної ідентичності в умовах глобалізаційних викликів та воєнного стану.

Варто зазначити, що національна ідентичність є складним і багатограним явищем, важливою складовою якого виступає культурна ідентичність. Її сутність полягає в усвідомленому віднесенні особи до певної культури, прийнятті її норм, цінностей та моделей поведінки. Саме через процес соціалізації особистість

засвоює культурні традиції, формуючи власний світогляд і духовний простір [6]. У цьому контексті збереження та популяризація спадщини є головним засобом передачі національних цінностей між поколіннями.

У цьому контексті особливого значення набуває збереження та популяризація історико-культурної спадщини, адже саме вона є одним із головних засобів передачі культурного досвіду й національних цінностей від покоління до покоління. Культурна спадщина не лише підтримує історичну пам'ять народу, а й сприяє зміцненню національної свідомості та культурної єдності суспільства, що передбачає збереження спільних традицій, цінностей, історичних уявлень, мови та культурних символів, які об'єднують людей навколо усвідомлення власної належності до українського народу.

Історична спадщина є своєрідною матеріалізованою історією держави, свідченням культурного багатства та глибини історичної пам'яті народу. Культурна спадщина України охоплює як матеріальні, так і духовні пам'ятки, історико-культурні об'єкти й території, що зберегли етнокультурну самобутність та відображають внесок українського народу у розвиток світової цивілізації [1].

На наш погляд, саме культурна спадщина формує відчуття належності до певної спільноти та забезпечує зв'язок між минулим, сучасністю й майбутнім. Крім того, вона сприяє гармонійному розвитку суспільства, адже має важливе пізнавальне, виховне, наукове й естетичне значення.

До матеріальної культурної спадщини України належать визначні архітектурні пам'ятки, історичні комплекси, музеї, замки, храми та археологічні об'єкти. Наприклад, Софійський собор у Києві та Києво-Печерська лавра є не лише символами української духовності, а й об'єктами Світової спадщини ЮНЕСКО. Важливе місце займають також історичний центр Львова, Кам'янець-Подільська фортеця, Хотинська фортеця та дерев'яні церкви Карпатського регіону, які демонструють багатство української архітектурної та мистецької традиції.

Особливе місце у структурі культурної спадщини займає нематеріальна культура України, яка представлена народними звичаями, обрядами, пісенною творчістю, ремеслами та традиційними знаннями, що передаються від покоління до покоління. Зокрема, вагомими елементами нематеріальної культурної спадщини є українська писанкарська традиція, козацькі пісні Дніпропетровщини, петриківський розпис, який внесений до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО, а також традиція кримськотатарського орнаменту «Орьнек». Саме через такі елементи культурної спадщини зберігається історична пам'ять, передається культурний досвід поколінь і формується національна ідентичність українського народу.

Поряд із пам'ятками архітектури, мистецькими творами та музейними колекціями саме нематеріальна спадщина допомагає зберігати духовну безперервність народу. Вона відображає унікальні культурні особливості етносу та відіграє важливу роль у формуванні національної ідентичності [4].

У процесі формування української нації об'єкти культурної спадщини завжди виконували роль носіїв духовних і матеріальних надбань народу. Вони стали підґрунтям для вивчення історії та глибшого осмислення життя українців у різні історичні періоди. Оскільки національна ідентичність формується на основі спільної історичної пам'яті, території, цінностей і світоглядних орієнтирів, важливим завданням сьогодення є поширення знань про історико-культурну спадщину та впровадження сучасних технологій для її дослідження, охорони й популяризації [1].

У культурологічному контексті поняття культурної стійкості не обмежується лише збереженням спадщини. Воно охоплює здатність культури до самооновлення, рефлексії та взаємодії з іншими культурними системами без втрати власної автентичності. Культурна стійкість включає кілька важливих вимірів: ідентифікаційний, смисловий, інституційний та адаптаційний. Саме вони забезпечують збереження національної ідентичності навіть у періоди суспільних криз і трансформацій [6].

В умовах війни, глобалізаційного тиску та інформаційних маніпуляцій культурна стійкість набуває стратегічного значення як важливий ресурс національного самозбереження. Вона сприяє суспільній консолідації, формуванню колективного спротиву та збереженню культурної автентичності. Попри постійні загрози, руйнування пам'яток культури та інформаційний тиск, українці продовжують зберігати й популяризувати власні культурні традиції, мову, мистецтво та історичну пам'ять.

Наприклад, значного поширення набули цифрові проекти зі збереження культурної спадщини, серед яких варто виділити:

- «Save Ukrainian Cultural Heritage Online» (SUCHO) – масштабну волонтерську ініціативу з архівації цифрового контенту українських культурних установ;
- «Museum of Looted Art» – цифрову платформу для фіксації та відстеження культурних цінностей, викрадених або знищених під час бойових дій;
- проекти з 3D-сканування архітектурних пам'яток (наприклад, ініціатива Skeiron), що дозволяють створювати точні цифрові копії об'єктів для їх подальшої реставрації;

– віртуальні виставки на платформі «Google Arts & Culture», такі як «Україна: поруч» (Ukraine is Here), що відкривають доступ до українського мистецтва глядачам у всьому світі.

Також важливу роль відіграють міжнародні виставки українського мистецтва та ініціативи з охорони пам'яток, які постраждали внаслідок бойових дій. Саме такі приклади демонструють здатність культури адаптуватися до нових викликів і водночас залишатися важливим чинником національної єдності. На нашу думку, проблема втрати культурної самобутності сьогодні є однією з ключових загроз глобалізованого світу, а тому збереження історико-культурної спадщини має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку українського суспільства [3]. У перспективі це може стати важливим напрямом сталого розвитку під час післявоєнної відбудови, ефективним інструментом культурної дипломатії та складовою духовного поступу суспільства [2].

Отже, історико-культурна спадщина є стратегічним чинником формування національної ідентичності українського народу. Вона забезпечує зв'язок поколінь і тривкість історичної пам'яті. Сучасні виклики доводять, що культура є потужним інструментом національної консолідації та духовної регенерації. Популяризація української спадщини на міжнародному рівні не лише утверджує позитивний імідж держави, а й зміцнює її культурну суб'єктність у глобальному просторі.

Список використаних джерел:

1. Андрес Г., Деревська О. Естонський національний музей: досвід збереження культурної спадщини та формування на її основі національної ідентичності. Збірник наукових праць «Українська академія мистецтва». 2023. №34. 62-70. URL: <https://doi.org/10.32782/2411-3034-2023-34-8>.
2. Балашова О. Музеї як простори пам'яті. Ukraïner: офіційний вебсайт. URL: <https://www.ukrainer.net/muzei-pamiat/>.
3. Бірзова О. Історико-культурна спадщина України: цифрові технології збереження та популяризація в умовах воєнних дій. Грані: науково-теоретичний альманах. 2023. Т. 26. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/>.
4. Бондарець О. Музеї: збереження спадщини, осмислення минулого, формування ідентичності. Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури. 2021. Т. 4. С. 106–112.
5. Вечерський В. Культурна спадщина України. Велика українська енциклопедія. 2022. URL: <https://vue.gov.ua/>.

6. Зайцева І. Формування національної самосвідомості студентів засобами курсу «Культура українського народу». Теорія і методика професійної освіти: електронне видання. Київ, 2018. № 15. <https://ivetscienceipto.wixsite.com/tpro/koriya-14-2018>.

ФРАГМЕНТАРНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ПРОБЛЕМА НИЗЬКОЇ УСПІШНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ІЗ ТОЧНИХ ДИСЦИПЛІН

Руслан ІЩЕНКО

*канд. фіз.-мат. наук, доцент,
доцент кафедри інформаційно-аналітичної діяльності та інформаційної
безпеки Національного транспортного університету*

Ірина ГОРБУНОВИЧ

*канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри вищої математики
Національного транспортного університету*

Інформатизація суспільства та стрімке збільшення цифрового потоку інформації кардинально змінили когнітивні процеси сучасних здобувачів вищої освіти. На зміну системному, структурованому, узагальненому й глибинному мисленню прийшло так зване кліпове, або фрагментарне сприйняття інформації [1]. Зазначене кліпове мислення характеризується здатністю швидко перемикатися між розрізненими фактами, але водночас неможливістю довго утримувати увагу й концентрацію на одному об'єкті та аналізувати причинно-наслідкові зв'язки. Така тенденція стала серйозним викликом для сучасної вищої освіти, найгостріше проявившись у процесі вивчення таких точних дисциплін, як фізика та вища математика. Отже, мета роботи полягала у з'ясуванні впливу фрагментарного сприйняття інформації на успішність здобувачів із фізики та вищої математики.

Виклад основного матеріалу. Фізика та вища математика мають унікальну архітектуру знань – вони є лінійними та кумулятивними науками. Кожна нова тема, теорема, поняття, визначення, принцип чи фізичний закон базуються на попередньому матеріалі. Неможливо опанувати інтегральне числення без знання похідної, як і неможливо розв'язати задачу динаміки твердого тіла без розуміння кінематичних рівнянь руху матеріальної точки. Головна причина низької успішності здобувачів вищої освіти з фізики й вищої математики полягає в тому, що фрагментарне сприйняття інформації та кліпове мислення руйнує цілісну структуру знань, умінь та практичних навичок із зазначених дисциплін. Здобувач із кліповим мисленням сприймає інформацію як набір ізольованих структур. Він може вивчити окрему формулу або запам'ятати конкретне поняття чи визначення, але виявляється безсилим, коли потрібно застосувати ці знання в комплексі. Виникає когнітивний розрив: здобувач володіє фрагментарними теоретичними знаннями, але не розуміє як їх застосувати до вирішення конкретної практичної задачі. Як наслідок, будь-яке завдання, що вимагає тривалого логічного міркування, викликає відторгнення та значні складнощі. Зокрема, результати написання фізичних диктантів з кінематики і

динаміки, а також молекулярної фізики і термодинаміки здобувачами технічних спеціальностей Національного транспортного університету виявилися досить низькими. Причини таких результатів мають комплексний характер. Зокрема, одна з причин низьких оцінок здобувачів за фізичні диктанти пов'язана з тим, що протягом останніх 15–20 рр. більшість випускників закладів загальної середньої освіти було зорієнтовано на розв'язання тестових завдань з фізики. Останнє призвело до того, що більшість з них поступово втратили такі важливі навички, як запам'ятовування розглянутого теоретичного матеріалу з фізики й вищої математики та подальше його відтворення без допоміжних засобів. Крім того, як показує власний педагогічний досвід, багатьом сучасним здобувачам досить важко сконцентруватися на конкретному питанні чи завданні, щось самостійно прочитати, зрозуміти, законспектувати і запам'ятати. Навіть під час виконання нескладної самостійної роботи з фізики чи вищої математики у здобувачів спостерігається систематична потреба кудись піддивлятися, зокрема в смартфони [2]. Таким чином, вищезазначене свідчить про недостатній рівень як когнітивного, так і діяльнісного компонентів предметної компетентності здобувачів з фізики та вищої математики.

Як показує досвід, традиційних лекційних методів викладання сьогодні недостатньо. Для подолання фрагментарності сприйняття викладачам необхідно трансформувати методику навчання. Зокрема, використовувати структурування та візуалізацію: активне використання опорних конспектів та інфографіки, які допомагають здобувачам зрозуміти зв'язки між темами фізики та вищої математики й зібрати фрагменти в цілісну картину. Використовувати міжпредметну інтеграцію, тобто поєднання математичного апарату з фізичними процесами і явищами безпосередньо на заняттях, що демонструє практичну цінність теоретичних знань. Застосовувати в освітньому процесі метод «мікронавчання», який полягає у дозований подачі теорії з відповідним практичним закріпленням, що відповідає сучасній тривалості концентрації уваги здобувачів. Також впроваджувати проектну діяльність: розв'язання життєвих, прикладних задач, де фізика й вища математика являються інструментами для досягнення зрозумілої практичної мети.

Окремо необхідно відзначити про використання в освітньому процесі задач міжпредметного змісту з фізики й вищої математики. Під час розв'язування задач міжпредметного змісту з зазначених дисциплін здобувачі технічних спеціальностей набувають умінь й практичних навичок застосування математичного апарату, зокрема, диференціювання й інтегрування, для моделювання та кількісного опису фізичних процесів і явищ. Також під час розв'язування зазначених задач здобувачі підвищують власні обчислювальні навички, встановлюють функціональні залежності між фізичними величинами тощо.

Для подолання фрагментарного сприйняття інформації та кліпового мислення здобувачів необхідне впровадження в освітній процес ряду заходів. Зокрема, використання структурування та візуалізації інформації, застосування методу «мікронавчання», врахування міжпредметних зв'язків фізики й вищої математики, що допомагає здобувачам технічних спеціальностей встановити фундаментальні зв'язки між зазначеними навчальними дисциплінами, сприяє формуванню системного аналітичного мислення та цілісної наукової картини світу здобувачів, а також підвищенню мотивації до подальшого навчання.

Список використаних джерел:

1. Паніна О. Проблема «кліпового» мислення курсантів та використання креолізованих текстів у навчанні їх фізики. Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Винниченка. Сер.: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти. 2017. Випуск 12 (1). С. 86–91.
2. Іщенко Р. Аналіз рівня предметної компетентності з фізики студентів технічного університету за результатами фізичних диктантів. Інноваційна педагогіка. 2022. Випуск 43, т. 1. С. 61–65.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАНАРАТИВІВ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ: ЕКЗИСТЕНЦІЙНІ ВИКЛИКИ

Олена КАЛИТА

канд. пед. наук, доц.,

*заступник завідувачки кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету*

Сучасний медіапростір України переживає радикальну смислову трансформацію, зумовлену повномасштабним вторгненням Росії та необхідністю переосмислення національної ідентичності. За таких умов суспільне мовлення (НСТУ/Суспільне) виходить за межі традиційної інформаційної функції і набуває статусу інституції смислотворення – простору, де конструюються, верифікуються та транслуються суспільно значущі наративи. Актуальність дослідження визначається необхідністю теоретичного осмислення процесу зміни ідеологічних, соціальних та інформаційних парадигм в умовах повномасштабної війни.

Теорії комунікативної пам'яті Я. і А. Ассман, місць пам'яті П. Нора, наратологічний підхід П. Рікера, а також концепт «постпам'яті» М. Гірш [1, 2, 3, 4] дозволяють розглядати медіанаратив не лише як продукт журналістської практики, а як механізм колективного смислоутворення, що забезпечує соціальну згуртованість у кризових умовах. Водночас сучасна українська медіанаукова думка активно розвиває ці підходи, фокусуючись на специфіці воєнного медіадискурсу та інформаційної стійкості [5, С. 11–19; 6, С. 27–35].

Аналіз контенту UA:Першого, Українського радіо та цифрових платформ Суспільного засвідчує три ключові тенденції трансформації медіанаративів: переосмислення категорій «своє / чуже» через деколонізаційний дискурс; переміщення акцентів із хронікального відображення подій до формування наративів стійкості та майбутнього; актуалізацію культурної пам'яті як ресурсу ідентичнісної консолідації. Емпіричні дані дослідження медіаспоживання Gradus Research підтверджують структурний зсув: новинний контент поступається розважальному, що свідчить про нові запити аудиторії до наративного, а не суто інформаційного мовлення [7].

Особливого значення набуває деколонізаційний вектор суспільного мовлення. НСТУ послідовно демонтує успадковані радянські та проросійські смислові матриці, формуючи альтернативний символічний простір. Це виявляється у мовній політиці, відборі культурних наративів, переосмисленні канону та впровадженні нових форматів, орієнтованих на українськоцентричну перспективу. Найвищі показники звучання української мови в ефірі демонструють саме програми Суспільного, і таким

чином «Суспільне розвиває, відтворює в нових поколіннях громадянську, культурну, мовну ідентичність українців – незалежно від того, чи є мовні квоти, чи ні, чи є державний протекціонізм української культури, чи немає. Дослідження ІМІ фіксує, що попри зростання медійного песимізму та фінансову нестабільність, більшість медіакомпаній не припиняли мовлення навіть поблизу зон бойових дій, беручи участь у спільних ініціативах зі збереження інформаційного суверенітету [8].

Проблема смислотворення нерозривно пов'язана із медіаграмотністю суспільства. За даними п'ятої хвилі «Індексу медіаграмотності українців», 95% респондентів визнають важливість суспільного мовлення, однак лише 17% упевнені у здатності відрізнити фейк від правди. Це свідчить про критичний розрив між визнанням ролі медіа та практичними навичками критичного сприйняття, що актуалізує місію суспільного мовника як інституту формування медіаграмотності й довіри [9].

Освітній та професійний вимір окресленої проблематики є не менш значущим. Підготовка медіафахівців нового покоління потребує переосмислення базових соціокомунікаційних компетентностей: від технічних навичок – до здатності конструювати відповідальні наративи в умовах екзистенційних суспільних викликів. Університетські програми зі спеціальності «Журналістика» та «Соціальні комунікації» мають інтегрувати медіаетику воєнного часу, критичний аналіз дискурсу та практики роботи з травматичним контентом. Дослідження медіаспоживання Суспільного мовлення вказує, що збереження лінійного телебачення як актуального формату для молодшої аудиторії відкриває нові можливості для освітніх і культурних форматів [10].

Таким чином, суспільне мовлення в сучасних українських реаліях функціонує як інституція смислотворення, що здійснює активний вплив на формування культурної ідентичності, колективної пам'яті та ціннісних орієнтирів суспільства. Актуальні українські дослідження 2024–2025 рр. підтверджують: медіапростір воєнного часу – не лише інформаційне, а й символічне поле боротьби за смисли. Вивчення цього феномену є перспективним напрямом соціокомунікаційної науки, що потребує міждисциплінарного підходу та осмислення в контексті глобальних трансформацій медіапростору.

Список використаних джерел:

1. Assmann J. Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 348 p.
2. Hirsch M. The Generation of Postmemory: Writing and Visual Culture After the Holocaust. New York: Columbia University Press, 2012. 320 p.

3. Nora P. *Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire. Representations*. 1989. № 26. P. 7–24.
4. Ricoeur P. *Memory, History, Forgetting*. Chicago: University of Chicago Press, 2004. 642 p.
5. Баловсяк Н. Комунікація державних органів України у телеграмі в умовах ризиків та обмежень. *Інтегровані комунікації*. 2025. № 2 (20). С. 11–19.
6. Дармостук І. Медіапростір України 2022–2024 років: виклики трансформації. *Інтегровані комунікації*. 2025. № 2 (20). С. 27–35.
7. Gradus Research. Як змінилося медіаспоживання в Україні у 2024-му. *MediaSapiens*. 2024. URL: <https://ms.detector.media/withoutsection/post/36734/>.
8. Інститут масової інформації. Чотири роки великої війни: дослідження ІМІ про стан медіа та журналістів 2022–2025 років. Київ: ІМІ, 2025. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/chotyry-roky-velykoyi-vijny>.
9. Детектор медіа. Індекс медіаграмотності українців 2020–2024: п'ята хвиля. Київ: ГО «Детектор медіа», 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/240621/>.
10. Коваль А. Медіаспоживання в Україні 2025: результати дослідження НСТУ. *ERA Media*. 2025. URL: <https://eramedia.com.ua/content/mediyne-menyu-ukrayinciv>.

ЦИФРОВІ МЕТОДИ МЕДІАОСВІТИ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Наталія КАПШУК

*Заступник директора з адміністративно-господарської роботи,
методист Державного закладу*

*“ВСП Київський транспортно-економічний фаховий коледж
Національного транспортного університету”*

Валентин ПАНАСЮК

*канд. політ. наук, методист, викладач циклової комісії
Загальноосвітніх предметів, суспільних наук та історії*

*Державного закладу “ВСП Київський транспортно-економічний фаховий
коледж Національного транспортного університету”*

Сучасне інформаційне суспільство характеризується масовим поширенням дезінформації, фейкових новин і маніпулятивних технік впливу через цифрові медіа. Це створює критичну необхідність формування у здобувачів освіти здатності критично аналізувати та верифікувати медіаконтент. Попри визнання важливості медіаосвіти на рівні державної освітньої політики та активізацію наукових досліджень, спостерігається суттєвий розрив між теоретичним усвідомленням проблеми та практичною реалізацією медіаосвітніх ініціатив. Ключовим викликом є відсутність системних методичних розробок щодо впровадження медіаосвіти в навчальний процес через цифрові методи навчання, а також виявлена суперечність, за якої покращення критичного мислення не завжди автоматично призводить до підвищення рівня медіаграмотності.

Мета статті полягає в обґрунтуванні методичних засад застосування цифрових методів у медіаосвітньому процесі для забезпечення синергійного формування критичного мислення та медіаграмотності здобувачів освіти з урахуванням специфіки освітніх рівнів і міждисциплінарної інтеграції навчального процесу.

Проблему розвитку критичного мислення та медіаграмотності у здобувачів освіти в цифровому середовищі досліджували Семенишина І. В., Соломін Є. О. та Ювсечко Я. В. [1]. Соціально-емоційний аспект запобігання булінгу та формування емоційної компетентності висвітлили Усик О. Ф., Перхайло Н. А. і Басюк Л. В. [2]. У дослідженні використано системний аналіз наукових публікацій за період 2020–2025 рр., компаративний метод для порівняння освітніх практик упровадження медіаосвіти на різних рівнях, класифікацію та систематизацію цифрових інструментів за критеріями освітньої доцільності, вікової відповідності та міждисциплінарного потенціалу, а також метод

моделювання для створення диференційованої методичної системи інтеграції цифрових технологій у процес формування медіакомпетентностей.

Теоретично обґрунтовано, що критичне мислення та медіаграмотність функціонують як взаємодоповнювальні метакогнітивні компетентності. Однак їхній синергійний розвиток потребує спеціалізованого педагогічного втручання. Розроблено диференційовану систему цифрових методів навчання для семи освітніх рівнів: від початкової освіти до післядипломної підготовки. Для кожного рівня визначено відповідні цифрові інструменти, методичні підходи та форми міждисциплінарної інтеграції [1, с. 7].

Систематизовано понад 50 цифрових платформ і додатків за функціональним призначенням: інструменти для інтерактивного аналізу медіаматеріалів, гейміфікація навчального процесу, технології фактчекінгу, професійні симуляції та засоби дослідницької аналітики. Обґрунтовано триступеневу структуру формування медіакомпетентності, яка включає когнітивний, технологічний та емоційні компоненти. Такий підхід забезпечує не лише технічні навички роботи з інформацією, а й розвиток критичної рефлексії та емоційної стійкості здобувачів освіти [1, с. 7–8].

Важливим елементом ефективної медіаосвіти є її інтеграція із емоційним навчанням. Збільшення випадків агресивної поведінки серед учнів актуалізує потребу у впровадженні профілактичних заходів, спрямованих на забезпечення безпечного та психологічно комфортного освітнього середовища. У цьому контексті соціально-емоційне навчання набуває особливої важливості як складова частина освітньої практики, що формує емоційну свідомість, емпатію та навички конструктивної взаємодії між учасниками освітнього процесу [2, с. 3–4].

Соціально-емоційне навчання сприяє формуванню у здобувачів освіти навичок саморегуляції, розвитку емпатії, ефективної комунікації та конструктивного розв'язання конфліктів. Це значно знижує ризики проявів агресивної поведінки, зокрема булінгу. Системне впровадження таких програм дозволяє своєчасно виявляти емоційні труднощі учнів, зменшувати рівень напруженості в колективі та формувати культуру ненасильницької взаємодії [2, с. 5–6]. Роль педагога в цьому процесі полягає в підтримці психологічного комфорту, координації взаємодії з батьками та спеціалістами соціальної сфери.

У контексті сучасних гібридних загроз і війни особливої актуальності набуває розуміння мови як кордону національної безпеки. Мова виступає не лише засобом комунікації, а й потужним інструментом психологічної стійкості суспільства, протидії дезінформації та захисту національної ідентичності [3, с. 3–5]. Вона формує світогляд, громадянську позицію, політичний вибір і готовність захищати державу.

У воєнний період українська мова виконує консолідуючу, мобілізаційну та захисну функції, стаючи символом національної гідності та незламності.

Медіаграмотність і критичне мислення в цьому сенсі стають ключовими елементами інформаційної безпеки. Вони дозволяють здобувачам освіти ефективно розпізнавати маніпуляції, фейки та пропаганду в цифровому просторі, що особливо важливо в умовах гібридної війни [3, с. 6–8].

Організаційно-педагогічні умови впровадження цифрових методів медіаосвіти включають інфраструктурне забезпечення закладів освіти, системну підготовку педагогічних кадрів до роботи з сучасними цифровими інструментами та розробку чітких критеріїв оцінювання рівня медіаграмотності здобувачів освіти [1, с. 8]. Лише за умови комплексного підходу можна досягти реального синергійного ефекту між розвитком критичного мислення, медіаграмотності та соціально-емоційної компетентності.

Висновки. Медіаосвіта через цифрові методи навчання є потужним і перспективним засобом розвитку критичного мислення та медіаграмотності здобувачів освіти. Її органічна інтеграція із соціально-емоційним навчанням суттєво посилює психологічну стійкість учнів, сприяє запобіганню булінгу та формує культуру конструктивної взаємодії. У контексті національної безпеки таке комплексне підходження дозволяє формувати критично мислячих, емоційно зрілих і інформаційно стійких громадян, здатних ефективно протистояти сучасним гібридним та інформаційним загрозам.

Подальшого розвитку потребують системні методичні розробки, створення адаптованих цифрових ресурсів для різних освітніх рівнів та активна підготовка педагогічних кадрів до впровадження інтегрованих медіаосвітніх і емоційних практик у закладах освіти України.

Список використаних джерел:

1. Семенишина І., Соломін Є., Ювсечко Я. Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення у здобувачів освіти: цифрові методи навчання. Педагогічна Академія: наукові записки. 2026. № 26. С. 1–25. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18274338>.
2. Усик О., Перхайло Н., Басюк Л. Соціально-емоційне навчання в середовищі соціальної освіти України як інструмент запобігання булінгу. Педагогічна Академія: наукові записки. 2026. № 27. С. 1–19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18995043>.
3. Мова – кордон національної безпеки: збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Львів: ЛДУ БЖД, 2026. 458 с.

СУЧАСНА ОСВІТА У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МУЛЬТИМЕДІЙНОГО НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА

Олена КОВАЛЬ

*спеціаліст вищої категорії, викладач спец дисциплін ВСП “Тульчинський
фаховий коледж ветеринарної медицини Білоцерківського національного
аграрного університету”*

1. *Трансформація освітньої парадигми.* Сучасна освіта у сфері соціальних комунікацій вимагає відходу від класичних підручників на користь інтерактиву, оскільки сама галузь (медіа, PR, маркетинг) є динамічною та мультимедійною. Традиційні друковані підручники не встигають за оновленням медійних трендів та технологій, що зумовлює необхідність впровадження інтерактивних електронних посібників. Електронний мультимедійний навчально-методичний посібник стає не просто цифровою копією книги, а цілісним екосередовищем для навчання студентів.

2. Мультимедійність як засіб імерсивного навчання. Електронний мультимедійний навчально-методичний посібник – це комплексний навчальний інструмент, що поєднує текстову інформацію, аудіо- та відеоматеріали, інфографіку, інтерактивні кейси та системи самоконтролю. Він забезпечує конвергенцію навчального контенту, поєднуючи теоретичні основи соціальних комунікацій з практичними прикладами функціонування медіа. Поєднання тексту, аудіо, відео, інфографіки та анімації дозволяє краще засвоювати складні комунікаційні моделі. Візуалізація кейсів (наприклад, розбір рекламних кампаній або кризових комунікацій через відео) забезпечує ефект присутності та практичного занурення.

3. Інтерактивність та зворотний зв'язок. На відміну від паперових видань, Електронний мультимедійний навчально-методичний посібник містить вбудовані тести, тренажери та інтерактивні завдання з миттєвою перевіркою результатів. Можливість гіпертекстуальних переходів дозволяє студенту самостійно вибудовувати траєкторію вивчення матеріалу залежно від рівня знань.

Завдання посібника: розкрити етіологію, патогенез, діагностику, профілактику та заходи боротьби з основними інфекційними хворобами тварин; сформувати у студентів уміння аналізувати епізоотичну ситуацію та розробляти плани протиепізоотичних та профілактичних заходів; ознайомити з сучасними методами моніторингу, лабораторної діагностики й профілактики захворювань.

4. Гнучкість та актуалізація контенту. Сфера соціальних комунікацій змінюється надто швидко (останні тренди соцмереж, алгоритми ШІ тощо). Електронний формат дозволяє оперативно оновлювати дані без перевидання всього накладу. Студенти можуть працювати з матеріалом у власному темпі,

використовуючи гіперпосилання для глибшого вивчення тем, доступ до навчальних матеріалів 24/7 з будь-якого пристрою, що критично важливо в умовах дистанційного навчання.

5. Формування професійних компетенцій (Digital Skills). Використання безпосередньо розвиває цифрову грамотність майбутніх медійників. Студент не лише вивчає теорію, а й звикає працювати в цифровому середовищі, що є критичним для професійної діяльності у сфері комунікацій майбутнього фахівця ветеринарної медицини. Поєднання тексту, ситуаційних завдань, аудіо, відео, інфографіки та анімації дозволяє краще засвоювати складні комунікаційні моделі. Візуалізація кейсів (розбір ситуаційних задач за професійним спрямуванням або кризових комунікацій через відео) забезпечує ефект присутності та практичного занурення.

6. Виклики та перспективи. Поряд із перевагами існують виклики, як-от необхідність високої технічної підготовки викладачів для створення якісного контенту. Проте інтеграція в посібники елементів доповненої реальності та штучного інтелекту є безальтернативним шляхом розвитку. Інтеграція в посібники елементів доповненої реальності та штучного інтелекту для персоналізації навчання.

В цьому електронному мультимедійному навчально-методичному посібнику описано методику проведення лабораторно-практичних занять з дисципліни «Епізоотологія з мікробіологією». Епізоотологія з мікробіологією є базовою дисципліною ветеринарної медицини, що вивчає закономірності виникнення, поширення та ліквідації інфекційних хвороб тварин.

Метою створення електронного посібника є систематизація та подання у зручній інтерактивній формі основних положень загальної та спеціальної епізоотології, а також забезпечення студентів ефективним інструментом для самостійного навчання, практичної підготовки й контролю знань.

Впровадження електронних мультимедійних посібників – це не просто вимога часу, а необхідна умова підготовки конкурентоспроможного фахівця в галузі ветеринарної медицини, здатного працювати у сучасному глобалізованому інформпросторі. Електронний посібник з «Епізоотології з мікробіологією» є сучасним навчально-методичним ресурсом, що поєднує наукові знання та інформаційні технології. Його використання сприяє інтерактивності та мультимедійності навчального процесу, підвищує ефективність засвоєння матеріалу та забезпечує підготовку фахівців, здатних адекватно реагувати на виклики сучасної ветеринарної практики.

Список використаних джерел:

1. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII.
URL: rada.gov.ua (дата звернення: 21.04.2026).

2. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 17 с.
3. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
4. Биков В. Цифрова трансформація суспільства і розвиток комп'ютерно-технологічної платформи освіти і науки в Україні. Інформаційні технології і засоби навчання. 2019. Т. 70, № 2. С. 1–13.
5. Литвинова С. Поняття та особливості електронного мультимедійного навчального посібника. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 2 : Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання. 2015. Вип. 15. С. 34–41.
6. Вплив електронних додатків до підручників на структуру соціальних комунікацій у навчальному книговидаванні / Н. Зелінська та ін. СИМС. 2026. URL: <https://cimc.knu.ua/uk/article/view/7279> (дата звернення: 21.04.2026).
7. Жидецький Ю., Огірко І. Мультимедійні системи навчання : навчальний посібник. Львів : Афіша, 2013. 250 с.
8. Кузнецова Т. Соціальні комунікації в цифровому середовищі: сучасні освітні практики. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2021. Вип. 18. С. 45–52.
9. Anderson T. The Role of Social Media in Education: A Comprehensive Overview. ResearchGate. 2025. URL: <https://www.researchgate.net/publication/392852222> (дата звернення: 21.04.2026).
10. Multimedia in Education: Readiness, Expertise and Multimedia Needs in Education / L. Deineko et al. ResearchGate. 2024. URL: <https://www.researchgate.net/publication/386036166> (дата звернення: 21.04.2026).
11. The impact of digital media on language development and communication abilities / Н. Al-Zoubi et al. Advanced Humanities. 2025. Vol. 4, No. 2. URL: <https://royalliteglobal.com/advanced-humanities/article/view/2163> (дата звернення: 21.04.2026).
12. Electronic Textbooks as a Means of Modern Education / K. S. Shabalina et al. ResearchGate. 2025. URL: <https://www.researchgate.net/publication/363638539> (дата звернення: 21.04.2026).

INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO HIGHER EDUCATION IN UKRAINE

Olena KRUPKO

*PhD Chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Medical and
Pharmaceutical Chemistry of Bukovinian State Medical University*

The prospects for the application of artificial intelligence (AI) tools in higher education are becoming more realistic every day. The key role of the application of artificial intelligence is currently not limited to its use by students, but the practical use of AI capabilities in the work of all participants in the educational process is also being actively implemented, which is also provided for by the Concept of the Development of Artificial Intelligence by 2030 in Ukraine (Cabinet of Ministers Resolution No. 1556-r dated December 2, 2020).

This approach to the use of artificial intelligence in the educational sphere requires regulation of the legal application of AI in higher education institutions and the creation of relevant recommendations for the safe and ethical use of artificial intelligence capabilities.

In order to ensure the growth of the efficiency of the educational process and the better quality of education using AI, the European Commission developed in 2022 “Ethical Recommendations on the Use of Artificial Intelligence and Data in Teaching and Learning” [1], and in 2026 – “Guidelines on the Ethical Use of Artificial Intelligence in Teaching and Learning for Teachers” [2]. In addition to the proposed recommendations, the European Commission, in particular the European Digital Education Centre team on Artificial Intelligence in Education, publishes reports with in-depth analysis, focusing on ethical issues of the use of AI, personal and general responsibility of AI users [3].

The Ministry of Education and Science of Ukraine, together with the Ministry of Digital Transformation of Ukraine, have developed recommendations for the responsible use of artificial intelligence in higher education institutions, highlighting advice for teachers, students, higher education administration, and researchers. The proposed document provides information that debunks the main myths about AI, introduces terminology, and provides examples of the use of different types of artificial intelligence tools in the educational process and in the scientific, scientific-technical, artistic, or innovative activities of the institution. The legal aspect of the use of AI in education, the academic integrity of all participants in the educational process are also emphasized, examples of the use of AI without violating academic integrity in teaching activities and for students are given. The same section provides examples of avoiding

potential violations of academic integrity when using AI by teachers and students. Appendix 1 to these recommendations reflects risk assessment algorithms when choosing an artificial intelligence system.

Appendix 2 provides information on a checklist for assessing the feasibility and suitability of an AI system. Appendix 3 recommends a sequence of steps for implementing artificial intelligence in higher education institutions. Recommendations for creating AI queries, with specific examples of search tasks, prompts for various tasks of the educational process, are presented in Appendix 4. Appendix 5 reveals templates for creating prompts for the use of AI by teachers and students in teaching and research activities. The following appendices provide information on international experience in using AI, useful materials and resources for increasing the level of AI literacy, and the possibility of special access to AI tools for educational institutions. In general, the recommendations from experts contain all the key and important components related to the legitimate and high-quality use of AI for the benefit of all participants in the educational process [4].

In Ukraine, with the support of the Ministry of Education and Science of Ukraine and relevant specialists in digital education, cybersecurity and other services in this area, open lectures, trainings, webinars and other events are held to disseminate information about new trends, functions, AI systems, risks, challenges and consequences of the use of artificial intelligence in education [5-8]. Thus, providing all participants in the educational space with up-to-date information about new opportunities and consequences of the practical implementation of artificial intelligence in the educational process.

Educators may perceive the issue of integrating artificial intelligence into the educational space in different ways, however, it is worth accepting that this is a reality with which you can improve the quality of knowledge and skills acquisition, rather than resisting their implementation and application. In the article [9], the coordinator of educational programs of the NGO "Politheia", Mykola Skyba noted that the introduction of artificial intelligence into education is no longer a leap into the unknown, but a completely natural stage of the evolution of humanity in the conditions of the accumulation of knowledge and data. The coordinator emphasizes that AI is a tool based on understandable and learned patterns, which are a consequence of the development of statistical approaches of humanity, and allows you to work more effectively with large data sets. An important conclusion of the author is that the integration of AI into the educational process should begin not with tools, but with an explanation of what machine learning is and its principles of operation.

Roksolana Shvadchak, Director of the Directorate of Digital Transformation of the Ministry of Education and Science of Ukraine, noted: "We at the Ministry of

Education and Science consider artificial intelligence not as a fashionable trend, but as a new basic technology that is already changing learning, teaching, research and management in education. That is why our task is not just to open access to new tools, but to form a culture of responsible, safe and effective use of AI in higher education institutions, which strengthens the teacher, helps the student learn and preserves academic integrity” [5].

Summarizing the above material, we can state that artificial intelligence in educational activities is already an integral part of the present, which, depending on the quality of the use of AI by all participants in higher education, can both improve the level of knowledge, skills and competencies of participants in the educational process, and play the role of a negative component, in particular, abuse of the legal aspects of the use of AI, neglect of academic integrity, perception of information generated by AI without checking its authenticity, attribution of AI knowledge without understanding the relevant material, etc.

The introduction of unique capabilities of artificial intelligence into educational activities contributes to the intensive transformation of the higher education system of Ukraine as a whole and requires comprehensive information and training of participants in the educational process.

REFERENCES

1. European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Ethical guidelines on the use of artificial intelligence (AI) and data in teaching and learning for educators, Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2766/153756>.
2. European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Guidelines on the ethical use of artificial intelligence and data in teaching and learning for educators, Publications Office of the European Union, 2026, <https://data.europa.eu/doi/10.2766/7967834>.
3. European Commission: European Education and Culture Executive Agency, Explainable AI in education – Fostering human oversight and shared responsibility – By the European Digital Education Hub’s Squad on artificial intelligence in education, Publications Office of the European Union, 2025, <https://data.europa.eu/doi/10.2797/6780469>.
4. Recommendations for the responsible implementation and use of artificial intelligence technologies in higher education institutions. <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/news/2025/04/24/shi-v-zakladakh-vyshchoi-osvity-24-04-2025.pdf>.

5. How artificial intelligence is changing universities: challenges, risks and new opportunities. <https://mon.gov.ua/news/yak-shtuchnyi-intelekt-zminiuiie-universytety-vyklyky-ryzyky-ta-novi-mozhlyvosti>.

6. Free access to the AI-based video creation platform for Ukrainian educators. <https://mon.gov.ua/news/bezoplatnyi-dostup-do-platfomy-zi-stvorennia-video-z-vykorystanniam-shi-dlia-osvitian-ukrainy>.

7. Free annual access to Gemini with an AI Pro subscription for Ukrainian students from Google. <https://mon.gov.ua/news/google-zapuskaie-druhu-khvyliu-prohramy-akademii-shi-dlia-osvitian-vid-google>.

8. Google launches a new program for Ukrainian educators, “Google AI Academy for Educators.” <https://mon.gov.ua/news/google-startuie-z-novoiu-prohramoiu-dlia-ukrainskykh-osvitian-akademii-shi-dlia-osvitian-vid-google>.

9. Artificial Intelligence in Education: Use Should Not Be Ignored. Where Do We Put Who? <https://nus.org.ua/2025/05/28/shtuchnyj-intelekt-v-osviti-vykorystovuvaty-ne-varto-ignoruvaty-de-stavymo-komu/>.

АДАПТИВНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ У ВИКЛАДАННІ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Людмила ЛЕВКІВСЬКА

*канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри вищої математики
Національного транспортного університету*

Сучасний етап розвитку вищої технічної освіти характеризується глибокими трансформаційними процесами, що пов'язані з цифровізацією, глобалізацією освітнього простору, інтеграцією науки та виробництва, а також необхідністю підготовки конкурентоспроможних фахівців нового покоління. У цьому контексті вища математика посідає особливе місце як фундаментальна дисципліна, що забезпечує формування аналітичного, логічного та системного мислення, необхідного для успішної професійної діяльності інженера.

Разом із тим викладання вищої математики супроводжується низкою проблем, серед яких – абстрактність змісту, складність математичного апарату, різномірівнева підготовка студентів, а також зниження мотивації до вивчення теоретичних дисциплін. Це зумовлює необхідність пошуку нових підходів до організації навчального процесу, які б забезпечували його ефективність і відповідали сучасним освітнім вимогам. Одним із таких підходів є впровадження адаптивних комунікативних стратегій.

Під адаптивними комунікативними стратегіями у викладанні вищої математики розуміємо систему педагогічних дій, спрямованих на гнучке налаштування процесу навчання відповідно до індивідуальних особливостей студентів, їхнього рівня підготовки, когнітивних стилів та професійних інтересів. Вони передбачають зміну не лише змісту навчання, але й форм, методів і засобів педагогічної взаємодії.

Актуальність використання адаптивних стратегій зумовлена також результатами сучасних досліджень, які свідчать про те, що ефективність навчання значною мірою залежить від ступеня індивідуалізації освітнього процесу та використання інноваційних технологій [1]. У цьому контексті викладач виступає не лише як джерело знань, але й як організатор навчального середовища і наставник.

Одним із ключових аспектів адаптивної комунікації є варіювання темпу та способів подання навчального матеріалу. У традиційній системі навчання викладач орієнтується на «середнього» студента, що часто призводить до втрати інтересу як у сильніших, так і у слабших здобувачів освіти. Натомість адаптивний підхід передбачає диференціацію навчання, використання різних

рівнів складності завдань, індивідуальні консультації та підтримку студентів на різних етапах навчання.

Важливим елементом є використання різних каналів сприйняття інформації. Зокрема, поєднання текстових пояснень із графічними ілюстраціями, схемами, анімаціями та інтерактивними моделями сприяє більш глибокому розумінню матеріалу. Це особливо актуально для вищої математики, де значна частина понять має високий рівень абстракції.

Окремої уваги заслуговує проблема формування математичної компетентності студентів технічних спеціальностей. Вона включає не лише знання математичних методів і теорій, але й здатність застосовувати їх у професійній діяльності, аналізувати результати, будувати математичні моделі та приймати обґрунтовані рішення. Як зазначають дослідники, формування такої компетентності є ключовим завданням сучасної математичної освіти [2].

У цьому контексті важливу роль відіграє контекстуалізація навчального матеріалу. Використання прикладних задач, пов'язаних із реальними технічними процесами, дозволяє зробити навчання більш практикоорієнтованим. Наприклад, при вивченні теми «Похідна» доцільно розглядати задачі оптимізації, пов'язані з економічними або інженерними процесами, а при вивченні інтегралів – задачі визначення площ, об'ємів або енергетичних характеристик систем.

Не менш важливим є розвиток комунікативної компетентності викладача. Його здатність доступно пояснювати складний матеріал, використовувати приклади, ставити запитання, організовувати дискусію та підтримувати активну взаємодію зі студентами є важливим чинником успішності навчального процесу. Комунікативні стратегії викладача також впливають на емоційний стан студентів, їхню мотивацію та готовність до навчання [3].

У сучасних умовах значну роль відіграють інформаційно-комунікаційні технології. Використання систем комп'ютерної математики, онлайн-платформ та інтерактивних дошок дозволяє зробити навчальний процес більш гнучким і адаптивним. Крім того, цифрові технології забезпечують можливість організації дистанційного навчання, що є особливо актуальним в умовах сучасних викликів.

Важливим компонентом адаптивних стратегій є організація ефективного зворотного зв'язку. Регулярне оцінювання знань студентів за допомогою тестів, опитувань, практичних завдань дозволяє своєчасно виявляти труднощі та коригувати навчальний процес. При цьому важливо не лише оцінювати результати, але й надавати студентам рекомендації щодо покращення їхніх навчальних досягнень.

Окремо слід відзначити значення самостійної роботи студентів. Адаптивні комунікативні стратегії передбачають створення умов для розвитку автономності здобувачів освіти, їхньої здатності до самоосвіти та самоконтролю. Використання онлайн-ресурсів, відеолекцій, інтерактивних завдань сприяє формуванню навичок самостійного навчання.

В умовах воєнного стану в Україні освітній процес зазнає значних змін, що впливають на організацію навчання. Психологічне навантаження, нестабільність умов навчання, необхідність поєднання очного та дистанційного форматів зумовлюють потребу у підвищенні гнучкості педагогічної діяльності. У таких умовах адаптивні комунікативні стратегії стають важливим інструментом забезпечення безперервності освіти та підтримки студентів.

Особливого значення набуває використання змішаного навчання, яке поєднує традиційні та дистанційні форми. Такий підхід дозволяє забезпечити доступність навчального матеріалу, індивідуалізацію навчання та ефективну комунікацію між викладачем і студентами. Досвід застосування змішаного навчання у вищій освіті України свідчить про його ефективність у сучасних умовах [4].

Важливим аспектом є також формування у студентів позитивного ставлення до математики як до інструменту професійної діяльності. Усвідомлення ролі математичних знань у майбутній професії сприяє підвищенню мотивації та зацікавленості у навчанні [5].

Таким чином, адаптивні комунікативні стратегії у викладанні вищої математики є важливим чинником підвищення якості освіти. Вони забезпечують індивідуалізацію навчального процесу, сприяють розвитку математичної компетентності, формуванню професійного мислення та підготовці конкурентоспроможних фахівців.

Список використаних джерел:

1. Вітюк А., Федченко Ю., Коновенко Н. Сучасні підходи до вивчення вищої математики у закладах вищої освіти. Економічний простір. 2025. № 201. С. 281–287.
2. Зорочкіна Т., Галайко Ю. Методико-математична компетентність майбутнього викладача. Педагогічні науки. 2023. Вип. 102. С. 45–51.
3. Басюк Н. Комунікативні стратегії викладача як інструмент розвитку емоційного інтелекту. Початкова освіта: історія, проблеми, перспективи : зб-к. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (Ніжин, 26 лют. 2026 р.). Ніжин : 2026. С. 16–21.

4. Левківська Л., Левківський С. Актуальні проблеми підготовки кваліфікованих фахівців у закладах вищої освіти України. Молоді вчені 2024 – від теорії до практики : зб-к матеріалів XIV Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (Дніпро, 21 берез. 2024 р.). Дніпро : УДУНТ, 2024. С. 281–286.

5. Левківська Л. Роль математики в професії інженера. 81-ша наукова конференція професорсько-викладацького складу, аспірантів, студентів та працівників відокремлених структурних підрозділів університету : тези доповідей, Київ, НТУ, 2025 р. Вип. 81. С. 834–835.

ПРАКТИКООРІЄНТОВАНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТЕХНІЧНИХ ДИСЦИПЛІН В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ІНЖЕНЕРНОЇ ОСВІТИ

Сергій ЛЕВКІВСЬКИЙ

*Старший викладач кафедри інженерії машин транспортного будівництва
Національного транспортного університету*

Сучасний етап розвитку інженерної освіти характеризується активним упровадженням цифрових технологій і трансформацією організації освітнього процесу, що підвищує вимоги до якості підготовки фахівців технічного профілю [1]. За цих умов особливого значення набуває практична складова навчання, яка забезпечує формування професійних компетентностей, необхідних для роботи у виробничому середовищі. Практикоорієнтоване навчання розвиває технічне мислення, здатність аналізувати виробничі ситуації, приймати інженерні рішення, застосовувати знання для розв'язання прикладних завдань і працювати з цифровими системами моделювання, що становить основу викладання технічних дисциплін. Водночас його ефективність значною мірою залежить від методичної підготовки викладача та якості цифрового освітнього середовища.

Система професійної підготовки стикається з низкою викликів: швидким розвитком технологій, необхідністю оновлення змісту освіти, обмеженою матеріально-технічною базою та недостатньою інтеграцією цифрових інструментів. Традиційні методи не завжди забезпечують достатню практичну готовність випускників, що актуалізує впровадження інноваційних підходів – цифрових платформ, симуляторів, віртуальних лабораторій і кейс-технологій, а також дослідження практикоорієнтованих методів викладання технічних дисциплін як чинника модернізації інженерної освіти [2]. Додатково важливим є врахування міжнародного досвіду цифрової трансформації технічної освіти. Це дозволяє адаптувати найкращі освітні практики до національних умов підготовки інженерів.

Професійна підготовка технічних фахівців відбувається в умовах автоматизації виробництва та активної цифровізації, що змінює вимоги ринку праці [3]. Сучасний роботодавець очікує не лише теоретичних знань, а й уміння застосовувати їх на практиці, працювати з цифровими системами, аналізувати дані та приймати обґрунтовані інженерні рішення. Важливою стає також готовність до швидкої адаптації в умовах технологічних змін і невизначеності. Усе це потребує посилення практичної спрямованості освітнього процесу на всіх етапах підготовки.

За таких умов ключовим стає компетентнісний підхід, що забезпечує інтеграцію знань, умінь і професійних якостей. Підготовка інженерів має орієнтуватися на розвиток технічного прогнозування, системного аналізу та оцінювання ефективності рішень, забезпечуючи перехід від відтворення знань до їх практичного використання у професійній діяльності. Особливе значення також має розвиток критичного мислення як основи інженерної культури. Це дозволяє майбутнім фахівцям більш усвідомлено приймати технічні рішення.

Важливою характеристикою сучасного інженера є професійна мобільність, яка формується через гнучкі освітні траєкторії, цифрові платформи та практичні завдання, наближені до виробництва. Вона забезпечує здатність до безперервного розвитку і підвищує конкурентоспроможність випускників. Крім того, вона сприяє формуванню готовності до роботи в різних професійних ролях. Це особливо важливо в умовах стрімких технологічних змін.

Викладання технічних дисциплін супроводжується низкою методичних труднощів, серед яких обмеженість матеріально-технічної бази, застарілість обладнання та складність демонстрації роботи складних технічних систем. Значна частина процесів має прихований характер, що ускладнює наочне пояснення і призводить до абстрактного сприйняття матеріалу студентами. Додатковою проблемою є недостатня кількість сучасних навчальних лабораторій у багатьох закладах освіти. Це безпосередньо впливає на якість практичної підготовки.

Додатковою проблемою є недостатня інтеграція виробничого досвіду в освітній процес. Розрив між академічним змістом і реальними потребами галузі, обмежена співпраця з підприємствами та епізодичні стажування знижують прикладну спрямованість підготовки, що потребує оновлення методичних підходів і ширшого використання цифрових технологій. У цьому контексті важливо посилювати дуальну освіту. Це сприяє більш тісному зв'язку між теорією та практикою.

Ефективними в цих умовах є практикоорієнтовані технології навчання, зокрема виробничі кейси та ситуаційне моделювання [2], [4]. Вони дозволяють поєднувати теорію з практикою, аналізувати реальні технічні ситуації, формувати вміння працювати з документацією, оцінювати параметри систем і приймати обґрунтовані рішення з використанням цифрових інструментів. Такі підходи також сприяють розвитку самостійності здобувачів освіти. Крім того, вони підвищують їхню залученість до навчального процесу.

Цифрові моделі є ключовим інструментом сучасної освіти, оскільки забезпечують наочність і глибоке розуміння технічних об'єктів. Тривимірні візуалізації, цифрові двійники та мультимедійні засоби створюють інтерактивне

середовище навчання, дозволяють моделювати процеси, аналізувати конструкції та прогнозувати роботу систем, інтегруючи теорію з практикою [1], [5]. Їх використання значно скорочує розрив між абстрактними знаннями та реальними інженерними задачами. Це підвищує ефективність засвоєння складного матеріалу.

Формування професійної комунікації є невід'ємною складовою підготовки інженерів і включає розвиток навичок технічної презентації, роботи з документацією, участі в дискусіях і командній проєктній діяльності. Це сприяє розвитку аргументованого мислення, професійної взаємодії та відповідальності в умовах колективної роботи. Важливо також формувати вміння чітко структурувати технічну інформацію. Це підсилює загальну професійну компетентність майбутніх фахівців.

Оцінювання результативності практикоорієнтованого навчання ґрунтується на комплексному підході, що враховує не лише знання, а й здатність їх застосовувати [4]. Важливими є аналітичні вміння, робота з цифровими моделями, обґрунтованість рішень, професійна мобільність і готовність до самоосвіти. Значну роль відіграє також система зворотного зв'язку між викладачем і студентами. Вона дозволяє оперативно коригувати освітній процес.

Таким чином, практикоорієнтовані методи викладання технічних дисциплін є ключовим чинником модернізації інженерної освіти. Вони забезпечують поєднання теоретичної і практичної підготовки, розвиток аналітичного мислення та здатності до прийняття інженерних рішень. Важливо, що вони формують основу для безперервного професійного розвитку. Це робить їх стратегічно значущими для сучасної освіти.

Доведено, що компетентнісна модель навчання формує комплекс професійних умінь, цифрову грамотність, комунікативні навички та здатність до командної роботи, а також забезпечує професійну мобільність як основу адаптації до технологічних змін. Вона сприяє інтеграції теоретичних і практичних знань. Це підсилює загальну якість підготовки інженерів.

Встановлено, що ефективність підготовки підвищується завдяки системному використанню цифрових технологій, інтерактивних моделей і практикоорієнтованих завдань, що сприяє розвитку самостійності та якості засвоєння матеріалу. Важливим є також регулярне оновлення навчального контенту відповідно до потреб індустрії. Це забезпечує актуальність професійної підготовки.

Отже, подальший розвиток інженерної освіти має ґрунтуватися на розширенні практикоорієнтованих підходів, цифровізації навчального процесу та посиленні зв'язку з реальними потребами інженерної практики. Це дозволить

підвищити конкурентоспроможність випускників. У перспективі це сприятиме формуванню нової якості інженерної освіти.

Список використаних джерел:

1. Сисоєва С. Цифровізація освіти як умова модернізації підготовки майбутніх фахівців // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2021. – № 2. – С. 12–23.
2. Биков В., Спирін О., Лапінський В. Цифрові освітні технології як засіб реалізації інноваційних підходів у навчанні // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2020. – Т. 79, № 5. – С. 1–17.
3. Гуревич Р., Кадемія М. Формування професійної компетентності майбутніх інженерів в умовах цифрової трансформації освіти // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання. – 2022. – № 64. – С. 45–56.
4. Литвин А. Кейс-метод у підготовці майбутніх інженерів як засіб практикоорієнтованого навчання // Професійна освіта: методологія, теорія та технології. – 2021. – № 14. – С. 78–89.
5. Морзе Н., Глазунова О. Використання цифрових моделей та віртуальних середовищ у підготовці майбутніх інженерів // Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум». – 2023. – № 18. – С. 102–114.

СУЧАСТІ ТРЕНДИ ВИКЛАДАННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ

Владислав МИХАЙЛЕНКО

*канд. філол. наук, доцент, заступник директора з навчально-виховної роботи
Навчально-наукового інституту журналістики, доцент кафедри мови медіа
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Тревел-журналістика належить до тих напрямів журналістської діяльності, актуальність яких в Україні найближчими роками лише зростатиме. Після завершення російсько-української війни Україна неминуче стане об'єктом підвищеної уваги міжнародної спільноти як держава, що успішно протистояла російській агресії, та як країна з унікальною культурною спадщиною, природними ландшафтами та яскраво вираженою регіональною ідентичністю. Очікуване зростання інтересу іноземних туристів до України актуалізує потребу у фахівцях, здатних професійно створювати якісний тревел-контент, популяризувати українські DESTINACIJS та формувати позитивний міжнародний імідж держави.

Водночас уже сьогодні спостерігається активізація внутрішнього туризму. В умовах обмежених можливостей закордонних подорожей дедалі більше українців відкривають для себе нові маршрути в межах відносно безпечних регіонів держави. Західна Україна, Поділля, окремі території Центральної України пропонують широкий спектр можливостей для пізнавального, культурного, гастрономічного, екологічного та рекреаційного туризму. У цих умовах зростає суспільний запит на якісні журналістські матеріали, здатні не лише інформувати про туристичні маршрути, а й розкривати культурні особливості регіонів, їхню історію, традиції та сучасний розвиток.

Аналіз наукових публікацій засвідчує наявність інтересу дослідників до окремих аспектів тревел-журналістики й туристичної комунікації. Так, І. Печеранський і В. Катренко з'ясували жанрову специфіку тревел-журналістики та окреслили особливості її функціонування в сучасному медіапросторі [2]. Г. Сенкевич дослідив трансформацію тревел-контенту в умовах воєнного часу, звернувши увагу на зміну тематичних акцентів і суспільних функцій таких матеріалів [3]. У праці Г. Заячківської та А. Сікули визначено перспективні напрями післявоєнного розвитку туристичної галузі України, зокрема потенціал військового туризму [1]. Водночас проблематика викладання тревел-журналістики, адаптації освітніх програм до сучасних медійних трендів та використання спеціалізованих цифрових платформ для

практичної підготовки майбутніх журналістів залишається недостатньо розробленою й потребує подальшого наукового осмислення.

Сучасна тревел-журналістика суттєво відрізняється від свого традиційного розуміння. Якщо раніше її основною функцією було інформування про туристичні маршрути та об'єкти відвідування, то сьогодні вона дедалі частіше виконує функції культурної дипломатії, міжкультурної комунікації, регіонального брендингу та популяризації локальної спадщини. Відповідно змінюються й вимоги до підготовки майбутніх фахівців.

Однією з провідних тенденцій розвитку тревел-журналістики є цифровізація контенту. Сучасний тревел-журналіст поєднує компетентності автора текстів, фотографа, відеографа, блогера, контент-мейкера та редактора цифрових платформ. Значного поширення набувають мультимедійні формати подачі інформації: відеорепортажі, тревел-блоги, подкасти, інтерактивні карти, мультимедійні спецпроекти, а також контент для соціальних мереж. У зв'язку з цим освітні програми мають орієнтуватися не лише на формування традиційних журналістських навичок, а й на розвиток мультимедійних компетентностей та навичок роботи в цифровому середовищі.

Іншою важливою тенденцією є зміна тематичних акцентів тревел-журналістики. У центрі уваги дедалі частіше опиняються локальні громади, культурна спадщина, гастрономічні традиції, регіональна історія, природоохоронна проблематика, відновлення територій після воєнних руйнувань та збереження національної пам'яті. Такий підхід потребує від журналіста не лише високого рівня професійної майстерності, а й глибокого розуміння соціокультурних процесів.

Враховуючи зазначені тенденції, у Навчально-науковому інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка здійснюється цілеспрямована підготовка фахівців у сфері тревел-журналістики. На другому (магістерському) рівні вищої освіти реалізується освітньо-професійна програма «Тревел-журналістика», яка орієнтована на формування професійних компетентностей зі створення спеціалізованого туристичного контенту, мультимедійного сторітелінгу, просування туристичних дестинацій та розвитку туристичних медіапроектів. Водночас здобувачі першого (бакалаврського) рівня вищої освіти мають можливість опановувати цей напрям через систему вибіркового блоків, що забезпечує гнучкість індивідуальної освітньої траєкторії.

Особливого значення в підготовці майбутніх тревел-журналістів набуває практикоорієнтоване навчання. З цією метою в межах діяльності громадської

організації «Українська тревел-асоціація» функціонує спеціалізований медіаресурс OtiumPortal [4]. Платформа виступає не лише інформаційним майданчиком для висвітлення туристичної тематики, а й освітнім середовищем для формування професійних навичок майбутніх журналістів, адже її автори – це здобувачі вищої освіти, які опановують тревел-журналістику.

Ресурс має тривалу історію функціонування: архів публікацій ведеться з травня 2012 року. Аналіз динаміки наповнення сайту свідчить про його стабільну роботу протягом понад десяти років. У різні періоди кількість матеріалів коливалася від кількох публікацій до понад ста матеріалів на місяць. За орієнтовними підрахунками, за весь час її функціонування на платформі було опубліковано понад 2000 матеріалів туристичної тематики. Такий обсяг контенту формує потужну базу для професійного навчання та практичного вдосконалення навичок.

Важливим є також якісний аспект діяльності OtiumPortal. Платформа надає студентам можливість працювати над справжніми журналістськими матеріалами, брати участь у підготовці та публікації контенту, удосконалювати навички написання тревел-репортажів, інтерв'ю, оглядів туристичних локацій, мультимедійних історій та аналітичних матеріалів. Робота на платформі сприяє формуванню професійного портфоліо, розвитку редакційних компетентностей та набуттю практичного досвіду взаємодії з аудиторією. Таким чином, OtiumPortal фактично виконує функцію навчально-практичної лабораторії, де здобувачі освіти мають можливість застосовувати отримані знання в умовах, максимально наближених до професійної діяльності.

Отже, сучасна тревел-журналістика перебуває в процесі активної трансформації під впливом цифровізації медіа, розвитку мультимедійних форматів та зміни суспільних запитів. Встановлено, що підготовка майбутніх тревел-журналістів потребує поєднання класичних журналістських компетентностей із навичками роботи в цифровому середовищі та створення мультимедійного контенту. З'ясовано, що важливим складником освітнього процесу є практикоорієнтоване навчання, реалізоване через спеціалізовані медіаплатформи. Досвід функціонування OtiumPortal засвідчує ефективність такого підходу для формування професійних компетентностей майбутніх фахівців. Водночас перспективи післявоєнного розвитку туристичної галузі України та зростання міжнародного інтересу до українських регіонів актуалізують подальший розвиток освітніх програм у сфері тревел-журналістики та їхню орієнтацію на потреби сучасного медіаринку.

Список використаних джерел:

1. Заячківська Г., Сікула А. Військовий туризм як один із перспективних напрямів післявоєнного розвитку туризму в Україні // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 1–2 червня 2022 р.). Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2022. С. 267–269. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zayachkovska6.htm.
2. Печеранський І., Катренко В. Характеристика жанрів тревел-журналістики // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. Т. 2. № 1. С. 33–41. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-2674.2.1.2019.170861>.
3. Сенкевич Г. Трансформація тревел-контенту воєнного періоду // Обрії друкарства. 2025. № 1 (17). С. 132–145. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).319531](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).319531).
4. Otium Portal: усе про туризм, подорожі та відпочинок. URL: <https://otiumportal.com> (дата звернення: 03.05.2026).

ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА НОВІ ПІДХОДИ

Ганна ПОБЕРЕЖЕЦЬ

*канд. іст. наук, доцент, доцент кафедри українознавства та суспільних наук
Миколаївського національного аграрного університету*

Актуальність дослідження зумовлена безпрецедентними викликами, що постали перед системою вищої освіти України в умовах повномасштабної війни. Викладання історії у цей період набуває особливої важливості, оскільки саме історичне знання формує основу національної ідентичності, сприяє усвідомленню необхідності державотворчих процесів та зміцнює громадянську позицію молоді. В умовах збройної агресії історія перестає бути лише академічною дисципліною, перетворюючись на важливий інструмент суспільної консолідації та інформаційної безпеки.

Зростає роль історичної освіти як засобу протидії дезінформації та маніпуляціям, що активно використовують історичні наративи для впливу на громадську думку. У цьому контексті особливого значення набуває формування критичного мислення, навичок аналізу джерел та здатності до самостійної інтерпретації історичних подій.

Крім того, воєнні умови актуалізують необхідність трансформації традиційних підходів до викладання, впровадження інноваційних педагогічних практик, адаптації змісту та методів навчання до нових реалій. Важливим є також урахування психологічного стану здобувачів освіти, що потребує гуманізації освітнього процесу та створення підтримувального навчального середовища.

Дослідження особливостей викладання історії в умовах війни є своєчасним і необхідним, адже воно дозволяє визначити ефективні стратегії освітньої діяльності, спрямовані на підготовку свідомих, відповідальних і стійких до інформаційних впливів громадян.

Сучасні умови повномасштабної війни суттєво трансформують освітній процес в Україні, зокрема викладання історії як дисципліни, що безпосередньо пов'язана з формуванням національної ідентичності, історичної пам'яті та громадянської свідомості. У цих реаліях історична освіта набуває не лише пізнавального, а й світоглядного, ціннісного та безпекового значення.

Одним із ключових викликів є психологічний стан здобувачів освіти, які перебувають під впливом стресу, тривоги та травматичного досвіду війни. Це вимагає від викладача переосмислення підходів до подачі навчального матеріалу, зокрема впровадження елементів емоційно чутливого навчання,

обережного добору історичних прикладів та створення безпечного освітнього середовища.

Іншим важливим аспектом є необхідність протидії інформаційним маніпуляціям та історичним фейкам. В умовах гібридної війни історія активно використовується як інструмент пропаганди, що актуалізує завдання формування критичного мислення студентів, уміння аналізувати джерела, розрізняти факти та інтерпретації. Таким чином, історична освіта стає важливим чинником інформаційної безпеки.

Виклики також пов'язані з організаційними умовами освітнього процесу: дистанційне або змішане навчання, перебої з електропостачанням, необхідність адаптації навчальних матеріалів до онлайн-форматів. Це стимулює активне використання цифрових технологій, інтерактивних платформ, візуалізації історичного контенту, що сприяє підвищенню зацікавленості студентів.

Серед нових підходів до викладання історії варто виокремити інтеграцію міждисциплінарних методів, зокрема поєднання історії з медіаграмотністю, соціальними комунікаціями та культурологією. Ефективними є також практики проблемно-орієнтованого навчання, аналіз кейсів, робота з усною історією, залучення особистих та сімейних історій студентів до освітнього процесу.

Особливої актуальності набуває оновлення новітньої історії України, осмислення сучасних подій у контексті історичних процесів, що сприяє формуванню цілісного бачення розвитку держави та ролі громадянина у ній. Водночас важливо дотримуватися балансу між науковістю та емоційністю викладу.

Отже, викладання історії в умовах війни зазнає суттєвих змін, що зумовлюють необхідність переосмислення як змісту, так і методів освітньої діяльності. Сучасний викладач історії постає не лише як транслятор знань, а й як модератор дискусій, наставник і провідник у складному процесі осмислення минулого та сучасності.

Встановлено, що ефективне викладання історії в умовах воєнного часу передбачає поєднання традиційних наукових підходів із інноваційними методиками, зокрема використання цифрових технологій, інтерактивних форм навчання, міждисциплінарних зв'язків та практик критичного аналізу інформації. Важливою складовою є інтеграція елементів медіаграмотності та формування інформаційної стійкості здобувачів освіти.

Особливу увагу слід приділяти психологічному аспекту освітнього процесу, забезпечуючи емоційно безпечне середовище та враховуючи індивідуальний досвід студентів, пов'язаний із війною. Це сприяє підвищенню ефективності навчання та формуванню довіри між викладачем і здобувачами освіти.

Перспективним напрямом є подальша розробка та впровадження адаптивних освітніх стратегій, орієнтованих на розвиток критичного мислення, громадянської відповідальності та національної свідомості. Таким чином, історична освіта в умовах війни виконує не лише освітню, а й важливу соціальну місію, сприяючи формуванню стійкого, згуртованого та свідомого суспільства.

Список використаних джерел:

1. Міністерство освіти і науки України. Освіта в умовах воєнного стану. URL: <https://mon.gov.ua/ua/tag/visha-osvita> (дата звернення: 27.04.2026).
2. UNESCO. Education in emergencies: Ukraine response. URL: <https://www.unesco.org/en/education/emergencies/ukraine> (дата звернення: 27.04.2026).
3. Рада Європи. Teaching history in the 21st century: principles and challenges. URL: <https://www.coe.int/en/web/history-teaching> (дата звернення: 27.04.2026).
4. IREX. Learn to Discern: Media Literacy Program. URL: <https://www.irex.org/project/learn-discern> (дата звернення: 27.04.2026).

ПРОФЕСІЙНІ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ “ЖУРНАЛІСТИКА”: НОРМАТИВНІ МЕХАНІЗМИ ПРИСВОЄННЯ

Людмила ПОНОМАРЕНКО

*д-р наук із соц. комунікацій, професор, професор кафедри мови медіа
Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного
університету імені Тараса Шевченка*

Удосконалення нормативного регулювання процедури присвоєння професійних кваліфікацій закладами вищої освіти упродовж 2024–2025 рр. зумовило необхідність оновлення підходів до реалізації відповідних освітніх програм та документального підтвердження їх відповідності потребам ринку праці. Важливим складником цього процесу стало посилення взаємодії університетів із роботодавцями, які залучаються до формування та погодження професійних кваліфікацій. Нормативною основою зазначених змін стала Постанова Кабінету Міністрів України № 1223 від 25 жовтня 2024 р. «Деякі питання присвоєння професійних кваліфікацій закладами вищої освіти в разі відсутності професійного стандарту» [1]. На рівні Київського національного університету імені Тараса Шевченка її положення були реалізовані через введення в дію 31 січня 2025 р. «Положення про порядок присвоєння професійних кваліфікацій здобувачам вищої освіти за результатами опанування освітніх програм» [2].

Нова філософія законодавства базується на принципі, що професійна кваліфікація більше не може присвоюватися автоматично лише на підставі факту здобуття вищої освіти певного рівня. Державна політика спрямована на те, щоб кожна професійна кваліфікація, яка зазначається в дипломі випускника, мала підтверджене нормативне обґрунтування, корелювала з реальними потребами ринку праці й або відповідала професійному стандарту з відповідної спеціальності, або була офіційно погоджена з Національним агентством кваліфікацій (НАК). Заклади вищої освіти отримали ширшу автономію у визначенні переліку кваліфікацій, але водночас на них покладено повну відповідальність за методичне забезпечення та валідацію результатів навчання, які мають відповідати вимогам роботодавців і національним чи міжнародним стандартам.

Навчально-науковий інститут журналістики (ННІЖ) КНУ імені Тараса Шевченка традиційно є флагманом підготовки фахівців для медійної, видавничої, рекламної та PR-галузей. На момент розроблення, затвердження та введення в дію чинних освітньо-професійних програм (ОПП) інституту, у них вже було задекларовано надання випускникам конкретних професійних кваліфікацій. Така практика цілком відповідала запитам ринку праці, оскільки роботодавці в медіаіндустрії потребують випускників, які володіють не лише теоретичною базою

(освітньою кваліфікацією), а й мають професійні компетентності, здобуті в практичній діяльності, для виконання відповідних посадових обов'язків.

Оскільки зобов'язання щодо присвоєння професійних кваліфікацій було офіційно зафіксоване в ОПП як невіддільна складова мети та програмних результатів навчання, ННІЖ постав перед нагальною потребою легітимізувати ці процеси в межах оновленого правового поля. Невиконання цієї вимоги призвело б до суттєвої невідповідності між фактичним змістом навчання, обіцянками у компонентах ОПП та підсумковими документами про вищу освіту. Тож актуалізація та нормативне підтвердження кожної окремої професійної кваліфікації стали пріоритетним завданням для проектних груп та керівництва інституту.

Відповідно до оновленого законодавства заклади вищої освіти отримали два можливі шляхи для обґрунтування та присвоєння професійних кваліфікацій випускникам:

1. Присвоєння на основі чинних національних професійних стандартів. Цей варіант є пріоритетним та найбільш унормованим, оскільки професійні стандарти безпосередньо відображають вимоги вітчизняного ринку праці до конкретних професійних назв робіт. Для спеціальностей галузі журналістики та комунікацій фундаментальним підґрунтям стали професійний стандарт «Рекламіст» (затверджений наказом від 11.01.2022 № 81-22) та професійний стандарт «Журналіст» (за групою професій: журналіст, кореспондент, фотокореспондент, оглядач, редактор випусковий, редактор) [3], затверджений розробником – АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (наказ від 22.01.2025 р. № 84) [4].

2. Присвоєння за відсутності затверджених національних професійних стандартів. У випадках, коли для задекларованих в ОПП професійних кваліфікацій на загальнодержавному рівні ще не було розроблено та затверджено відповідних професійних стандартів, нормативна база дозволила використовувати альтернативні інструменти національного та міжнародного рівнів. Таким чином було передбачено два шляхи вибору та обґрунтування професійних кваліфікацій:

– за Національним класифікатором України ДК 003:2010 «Класифікатор професій», використання якого допускалося за обов'язкової умови наявності відповідного опису професії та її характеристик у Довіднику кваліфікаційних характеристик професій працівників (ДКХП) (наприклад, для сфери видавничої справи – Випуск 18 «Видавнича справа»);

– за Європейською класифікацією професій (ESCO). Цей шлях орієнтований на європейські стандарти та дозволяє інтегрувати в українські дипломи сучасні, динамічні професійні профілі, що широко використовуються в країнах ЄС.

Використання альтернативних варіантів (за відсутності національного професійного стандарту) вимагало від закладу вищої освіти проходження складної процедури експертизи та офіційного погодження з Національним агентством кваліфікацій. Університет мав довести, що присвоєння цих кваліфікацій об'єктивно необхідне ринку праці, а зміст освітньої програми дійсно забезпечує набуття відповідних професійних компетентностей.

Для реалізації цього механізму ННІЖ формував пакети документів на кожен окрему професійну кваліфікацію. До складу такого пакета, відповідно до регламентів НАК та Постанови КМУ № 1223, обов'язково входили: обґрунтування потреби ринку праці у відповідній професійній кваліфікації, не менше двох позитивних відгуків від репрезентативних роботодавців, які підтверджували актуальність підготовки таких фахівців, проект додатка до ОПП за встановленою НАК формою, де детально прописувалися матриці відповідності компетентностей, проект наказу ректора КНУ про затвердження та присвоєння професійної кваліфікації тощо.

Головним викликом для інституту стали жорсткі часові обмеження, встановлені Кабінетом Міністрів України. Відповідно до Постанови № 1223, право на оформлення такого пакета документів, направлення його на погодження до НАК та отримання позитивного рішення було обмежене терміном до 31 грудня 2025 року. Цей дедлайн вимагав мобілізації зусиль науково-педагогічного колективу ННІЖ, швидкої комунікації з працедавцями та оперативного реагування на зауваження експертів НАК у стислі строки. Кваліфікації, які не пройшли процедуру погодження до визначеної дати, втрачали легітимність для внесення у дипломи випускників поточних років.

Попри складність процедури, новизну алгоритмів та обмежені часові межі, Навчально-науковому інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка вдалося успішно завершити процес погодження. Результатом тривалої та детальної верифікації документів експертами Національного агентства кваліфікацій стало отримання позитивних рішень щодо низки професійних кваліфікацій, які були задекларовані в ОПП, але не охоплювалися чинними на той момент профстандартами журналіста чи рекламіста.

Завдяки орієнтації на міжнародний стандарт ESCO та вітчизняні класифікатори, НАК офіційно погодило та затвердило можливість присвоєння таких професійних кваліфікацій для здобувачів вищої освіти в ННІЖ:

– «Спеціаліст зі зв'язків з громадськістю / Public relations officer» – ключова кваліфікація для випускників комунікаційного напрямку, яка фіксує спроможність управляти репутацією, корпоративними медіа та взаємодіяти зі стейкхолдерами.

– «Продюсер / Producer» – кваліфікація, спрямована на забезпечення потреб сучасного теле-, радіо- та кіновиробництва, мультимедійних платформ і підкастингу.

– «Пресекретар / Spokesperson» – вузькопрофільна кваліфікація, затребувана в державних структурах, бізнесових та громадських організаціях для здійснення офіційної медіакомунікації.

– «Креативний менеджер / Creative manager» – сучасна кваліфікація для фахівців, які здійснюють управління творчими проектами в рекламі, дизайні та медіавиробництві.

– «Менеджер вебконтенту / Web content manager» – відповідь на виклики цифровізації, що передбачає підготовку спеціалістів з адміністрування, наповнення та просування інтернет-ресурсів.

Окремим досягненням стало унормування кваліфікації за традиційним видавничим вектором на основі вітчизняної бази:

«Фахівець з видавничо-поліграфічного виробництва» – затверджена на основі Національного класифікатора професій (за ДК 003:2010 – код 3119) та Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників (ДКХП – Випуск 18), що дозволило зберегти унікальну технологічну та редакційну складову підготовки для видавничої індустрії.

Отримані рішення НАК повністю легітимізували видачу дипломів із зазначенням цих кваліфікацій випускникам ННІЖ, підтвердивши високу якість підготовки та її повну відповідність сучасним стандартам.

Успішний досвід Навчально-наукового інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка щодо нормативного затвердження професійних кваліфікацій довів ефективність використання як національних стандартів, так і альтернативних міжнародних класифікаторів у межах вікна можливостей, встановленого до кінця 2025 року. Це не лише забезпечило повну юридичну легітимність підсумкових документів випускників, а й заклало надійне підґрунтя для подальшої синхронізації вищої медіаосвіти з реальними та динамічними запитами індустрії комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Кабінет Міністрів України. (2024, 25 жовтня). Деякі питання присвоєння професійних кваліфікацій закладами вищої освіти в разі відсутності професійного стандарту (Постанова № 1223). Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1223-2024-%D0%BF#Text>.
2. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. (2025, 31 січня). Положення про порядок присвоєння професійних кваліфікацій здобувачам вищої освіти за результатами опанування освітніх програм у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. <https://knu.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-poriadok-prysvoiennia-profesiinykh-kvalifikatsii.pdf>.
3. Національна суспільна телерадіокомпанія України. (2025, 22 січня). Професійний стандарт «Журналіст» за групою професій: журналіст, кореспондент, фотокореспондент, оглядач, редактор випусковий, редактор (Наказ № 84). Реєстр професійних стандартів. https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/719-zatverdzenij_profesijnij_standart.pdf.
4. Національне агентство кваліфікацій. (2022, 11 січня). Професійний стандарт «Рекламист» (Наказ № 81–22). https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2024/07/380-nakaz_81.pdf.

THE PROBLEM-ORIENTED FEATURE ARTICLE AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING VALUE ORIENTATIONS AND NATIONAL IDENTITY IN MODERN YOUTH

Vitalii RODIONOV

*A student of the first (bachelor's) level of higher education in the specialty "Journalism"
Faculty of Social and Humanitarian Technologies, Sports and Rehabilitation, State Tax
University*

***Scientific Supervisor:** Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and Culture,
State Tax University*

An analysis of scientific discourse has demonstrated that the contemporary problem essay is undergoing a stage of intensive rethinking, transforming from a classical genre into a flexible system of creative non-fiction. Research into the works of M. Tymoshyk has allowed for the understanding that genre hybridization today is not a decline, but rather a form of survival for high-quality journalism capable of resisting the superficial clip-style consumption of information [3, pp. 14–42]. An important theoretical foundation was provided by the studies of H. Tsaryk and L. Sadova, who substantiated the transformation of the essay into a multimodal text, where the emotional impact on youth is intensified through the combination of verbal and visual components [4, pp. 91–98]. Of particular significance for our work are the conclusions of O. Peleshok and S. Shyika regarding the regional dimension of the essay: they proved that it is precisely through local history content and the humanization of history that the foundation for patriotic education at the micro-level is formed [2]. We found the conceptual roots of the essay as a method of self-discovery in the works of M. Vasiv, where knowing the Other through an essay narrative leads to the strengthening of the student's own value matrix [1]. The global context of the study was complemented by S. Postema's ideas on artistic journalism [7] as well as J. Marino and D. Dowling's concepts on the art of fact, which confirmed that in the digital era, a story triumphs only when it forces the audience to feel the facts [6]. In conclusion, the consideration of F. T. Şenol's approaches to slow journalism and K. Elkins's views regarding the limitations of artificial intelligence allowed us to verify our baseline: only live authorial experience and the complex emotional architecture of a text are capable of winning the trust of young people [5]. Thus, the analysis of specialized literature has confirmed that the problem essay today acts as a powerful mediator of social change, which, through empathy and the verbalization of the protagonists' experiences, stimulates a young person toward real civic action.

An analysis of the genre nature of the essay has allowed for its definition as a complex, open system that, under the conditions of digitalization, successfully synthesizes the documentary precision of journalism with the artistic expression of literature. It has been established that the key characteristic of the genre is the combination of strict verification of fact with a high level of authorial subjectivity, where the "art of fact" becomes an instrument of empathetic audience engagement. Unlike the essay film or purely essayistic writing, which gravitates toward free philosophical reflection, the narrative essay is invariably based on methods of immersion and field research, which ensures its high cognitive value for the young reader.

The study emphasizes that the contemporary typology of the essay demonstrates an evolution from classical portrait and travel descriptions to complex hybrid forms in the digital space. It is determined that such tools as scene-centricity, live dialogues, and character detailing allow the essay to overcome the "oppression of objectivity" and establish a psychological connection with the recipient. A special place in this system is occupied by the problem essay due to its capacity to articulate sharp social conflicts and propose paths for their resolution. In view of technological challenges, it has been proven that the essay successfully adapts to digital formats of longreads and narrative podcasts, while preserving its mission as a "spiritual weapon" and an instrument for shaping a civic stance. It has been established that even in the era of artificial intelligence, the author's "I" remains the guarantor of authenticity, as algorithms are incapable of reproducing the complex emotional architecture inherent in a genuine essay text.

The analysis of the functional characteristics of the contemporary textual problem essay in the Ukrainian media space has allowed for the determination that the genre retains its demand as an elite instrument for shaping deep meanings, even under conditions of total visualization and "clip-style" consumption of information. It has been established that the textual essay acts as an effective counterweight to algorithmized noise, as it creates an intellectual space for reflection, where the absence of a dynamic video sequence is compensated for by a high level of authorial mastery and the "art of fact." Key functional characteristics of the genre, such as the axiological vector and the demythologization of heroism, have been singled out, which manifests in the fact that essays on the platforms *Ukrainska Pravda*, *Reporters*, and *LB.ua* demonstrate the hero not as an epic figure, but as a living human being acting contrary to fear, creating a real role model for youth. The emotional architecture and the intellectual pause manifest through a system of literary tropes, while the author's "I" constructs an internal visual sequence in the consciousness of the reader, ensuring a deeper identification with national values than ready-made visual images. The essay

does not merely describe a conflict but provokes professional polemics, particularly on matters of cultural memory or inclusion, stimulating youth to reflect upon their own role in the reconstruction of the state. Thus, the genre successfully masters social niches and inclusive themes on the platforms Rubryka, Ukrinform, and others, forming within youth not only patriotic feelings but also an understanding of social justice and digital ethics. The textual dominance of the essay remains the foundation of high-quality journalism, capable of mobilizing consciousness through the power of the word and guaranteeing the intellectual resilience of the nation.

The study of the multimedia transformations of the essay has allowed for the determination that the transition to new digital formats has become journalism's logical response to the change in creative models of information perception among youth. It has been established that the contemporary multimedia essay functions as a complex system where text, sound, and visual elements work in synergy, ensuring deep emotional engagement and overcoming the distance between the author and the audience. The key features of immersive technologies include the multimedia nature of longreads, audialization through storytelling podcasts, visual evidence, ethical architecture, and the human factor. It has been proven that this format allows for overcoming the fragmentation of network discourse by offering a holistic immersion into a problem through the integration of video, animation, and infographics, which places the emphasis on symbolism and emotional impact. It has been established that narrative podcasts on the platforms LB.ua and Rubryka create an intimate connection with the listener, where sound becomes a "theater of the mind," forcing young people to independently construct images and more deeply feel the sonic truth of war or social changes. It is determined that photography and video sequences within the structure of the essay (specifically in projects by Radio Liberty and Hromadske) act not as illustrations, but as emotional triggers and visual evidence that reinforce the axiological vector of the author's message. It has been proven that despite the use of technologies, the emotional core of the essay remains the prerogative of the author, since only real human experience is capable of resisting disinformation and content automation. Thus, the multimedia evolution of the problem essay transforms the consumption of information into a personal acquisition of experience, which is optimal for shaping the national-patriotic consciousness of youth through empathy and engagement.

The integration of visual components and the adaptation of the narrative to the digital habits of youth allow for overcoming the distance of observation, transforming the reader into a participant in the events. The contemporary problem essay is an effective instrument for shaping the patriotic consciousness of young people. Through the synthesis of the art of fact and multimedia, the genre stands out in the information feed, transforming information into a civic stance. The project Arteries of Resilience

(Arterii nezlamnosti) was created to demonstrate that empathetic storytelling is capable of transforming verbalized metaphors of national solidarity into actions.

REFERENCES

1. Васьків М. Мандрівний нарис як спосіб пізнання іншого й самого себе. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5693/7/M_Vaskiv_UHPISP_1_GI.pdf (дата звернення: 11.04.2026).
2. Пелешок О. Художні та публіцистичні жанри на сторінках регіональної преси Тернопільщини: аналіз краєзнавчого контенту. Наукові записки Інституту журналістики. 2023. Т. 2 (83). DOI: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.83.4>.
3. Тимошик М. Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ. Український інформаційний простір. 2022. № 2 (10). С. 14–42. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647>.
4. Царик Г. Генологія сучасних новітніх медіа: динаміка розвитку та підходи до вивчення. Folia Philologica. 2024. № 8. С. 91–98. DOI: <https://doi.org/10.17721/fovia.philologica/2024/8/11>.
5. Elkins K. The AI Fiction Paradox. 2026. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2603.13545>.
6. Marino J., Dowling D. O. The Art of Fact in the Digital Age: An Anthology of New Literary Journalism. [B. m.]: Bloomsbury, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5040/9798765107874>.
7. Postema S. Artistic Journalism : thesis for PhD. [B. m.], 2026. URL: <https://www.researchgate.net/publication/402516944> (date of access: 11.04.2026).

ЕКЗИСТЕНЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДОСЯГНЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Маргарита СОВА

*д-р пед. наук, професор, професор кафедри психології, педагогіки та суспільних
дисциплін Державного податкового університету*

Цифрові трансформації, що відбуваються в професійній діяльності фахівців сучасних підприємств і організацій, здійснюють значний вплив не лише на економічне зростання індустрії та суспільства, а й зумовлюють глибинні перетворення в людському існуванні працівників, зокрема в погіршенні показників їх психологічного благополуччя, збільшенні проявів стресу та емоційного вигорання, а, отже, зниження психологічної безпеки. Специфіка професійної діяльності в умовах цифрового середовища характеризується високим ступенем віртуалізації виробничих процесів, інтенсивними комунікаціями в цифровому просторі, порушенням балансу між робочим і особистим часом, постійною необхідністю в адаптації до технологічних інновацій, що може якісно модифікувати традиційні механізми реалізації базових екзистенційних потреб фахівців.

Як показала практика, особливого значення в умовах цифровізації професійної діяльності набуває феномен технологічного стресу, що проявляється в технотревожності, технофаталізмі, техноперенавантаженні. Такі когнітивні ефекти цифрового середовища, як інформаційне перевантаження та страх пропустити важливу інформацію виступають специфічними чинниками невидимих стресогенних аспектів професійної діяльності. Тому особливої актуальності набуває дослідження екзистенційних факторів досягнення психологічної безпеки співробітників сучасних підприємств і організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що інформаційне перевантаження призводить до професійного виснаження та погіршення психологічного здоров'я фахівців, а також опосередковано викликає цифровий стрес, що співвідноситься з моделлю вимог ресурсів (JD-R) [3].

Сучасні дослідники все частіше концентрують увагу на поширенні дистанційного та гібридного форматів роботи в цифрову епоху. Обґрунтовується, що дистанційна робота демонструє суперечливі ефекти: з одного боку – забезпечує автономію та гнучкість праці. З іншого – може призвести до професійної ізоляції та дисбалансу між роботою та особистим життям [2; 4]. Ймовірно гібридна модель роботи має переваги перед офісним і

віддаленим форматами для підтримки психологічної захищеності, ментального здоров'я працівника професійного благополуччя працівників.

У даному аспекті цілком логічно постає питання щодо переосмислення ролі екзистенційних ресурсів працівників для досягнення психологічної безпеки та збереження ментального здоров'я в умовах цифровізації професійного середовища. Звідси на особливу увагу заслуговує екзистенційно-аналітичний підхід, з позицій якого професійна захищеність визначається реалізацією таких мотивацій: 1) наявністю базової безпеки та простору; 2) досвідом цінності життя та стосунків; 3) прийняттям власної самоцінності; 4) здатністю знаходити сенс і спрямованість діяльності [5].

Як свідчать емпіричні дані психологічних досліджень, задоволення базовими умовами існування може виступати визначальним ресурсом психологічної безпеки та ментального здоров'я фахівців [1].

За умов цифровізації професійної діяльності зазначені вище мотивації набувають специфічних форм вираження: віртуалізація виробничого простору та часу; цифрові та фрагментарні комунікації; необхідність постійного вдосконалення компетентності; підтримка смислової цілісності діяльності при високій фрагментарності технологічних завдань. У такому ракурсі практичне виконання екзистенційних потреб і мотивів виступає ключовим ресурсом психологічної безпеки та ментального здоров'я фахівців і відображає ступінь реалізації основних оптимальних умов для мотивації та усвідомленого існування, кожна з яких включає специфічні екзистенційні компоненти.

Перша мотивація передбачає створення фізичного та психічного простору для існування, надійного та стабільного середовища, психологічної захищеності та безпеки. Недостатність цих умов призводить до тривоги та погіршення професійної активності.

Друга мотивація зорієнтована на покращення якості життєдіяльності та реалізується через співвідношення комунікативних стосунків між людьми та цінностями у світі, наявність часу для повноцінного життя і близькість в емоційних контактах. Нереалізованість цієї мотивації проявляється в депресивних переживаннях і втраті вітальності.

Третя мотивація характеризується ствердженням самоцінності власної особистості та операціоналізується через справедливе ставлення до себе та інших людей, визнання власної цінності, забезпечуючи, тим самим, аутентичність існування.

Четверта мотивація вирізняється смисловим контекстом діяльності, її сенсом і можливостями для реалізації цінностей. Вимірювання стану виконання екзистенційних мотивацій дозволяє диференційовано оцінити різні аспекти

психологічної захищеності, професійного благополуччя та ментального здоров'я.

З позицій екзистенційно-аналітичного підходу варті уваги також особистісні та організаційні ресурси, які визначають особливості адаптації до цифрових ризиків, досягнення стійкості до стресових впливів і психологічної безпеки. Емпірично доведено, що психологічна безпека працівників в умовах цифровізації професійної діяльності значною мірою формується під впливом сполучення індивідуально-психологічних характеристик фахівців і умов праці, зокрема: гнучкого графіку, рівня автономії та можливостей розвитку [1; 3].

Разом з тим, екзистенційний аналіз дозволяє вирізнити парадокси цифрового професійного простору, занурення в який може призвести не до розширення можливостей, а до інформаційного перевантаження, зниження здатності до прийняття рішень в умовах надлишкових альтернатив. У цифровому професійному середовищі нерідко виникає необхідність виконання одночасно декількох завдань, використання численних комунікаційних каналів, протидіяти ризикам доступності інформації, що може трансформувати суб'єктивне переживання віртуального простору, а саме: замість відчуття свободи виникає фрагментарна увага та когнітивне перевантаження.

Аналогічним парадоксом характеризується віртуальна близькість користувачів при онлайн-комунікаціях, що сприяє кількісному збільшенню контактів, які, водночас, можуть перешкоджати формуванню поглиблених емоційних зв'язків. Множинність поверхових цифрових взаємодій створює ілюзію комунікації при фактичній професійній ізоляції, що спричиняє психологічне розмежування сфер життя, низьку ефективність саморегуляції.

Отже, екзистенційно-аналітичний підхід дозволяє розглядати здатність до практичної реалізації екзистенційних потреб і мотивацій як базового рівня смислових ресурсів, які опосередковано впливають на досягнення психологічної безпеки та збереження ментального здоров'я фахівців, розвиток у них резильєнтності до викликів цифровізації.

Перспективи подальших досліджень в окресленому напрямі вбачаються в розробці диференційованих програм психологічної підтримки сучасних фахівців з урахуванням їх екзистенційних особливостей та цифрових ризиків професійної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Сова М., Деніжна С., Дисперсійний аналіз зв'язку психологічних диспозицій особистості та її адаптації до ризиків цифровізації. «Перспективи та інновації науки»: журнал. 2026. № 4(62) 2026. С.4090-4102 С. 4280. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2026-4\(62\)](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2026-4(62)).
2. DHR Global. Future-Proof Your Workforce: 2024's AI and Remote Talent Trends. – DHR Global. (2024). URL: <https://www.dhrglobal.com/insights/future-proof-yourworkforce-2024s-ai-and-remote-talent-trends/>.
3. Marsh, E., Perez Vallejos, E., Spence, A. (2024). Overloaded by information or worried about missing out on it: A quantitative study of stress, burnout, and mental health implications in the digital workplace. SAGE Open, 14(3).URL: <https://doi.org/10.1177/21582440241268830>.
4. Zaitouni, M., Hewapathirana, G., Mostafa, M., Al Hajj, R., El Melegy, A.R. (2024). Work-life balance: A landscape mapping of two decades of scholarly research. Heliyon, 10(14). URL: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34084>.
5. Vuorre, M., Przybylski, A.K. (2024). A multiverse analysis of the associations between internet use and well-being. Technology Mind and Behavior, 5(2). <https://doi.org/10.1037/tmb0000127>.
6. World Economic Forum. Realizing the Potential of Global Digital Jobs. (2024).URL: <https://www.weforum.org/publications/realizing-the-potential-of-global-digitaljobs/>.

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТІВ

Неоніла ТІЛЬНЯК

*канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри української мови, літератури та
культури Національного технічного університету України “Київський
політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського”*

Стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту (зокрема мовних моделей) зумовлює суттєві трансформації у сфері вищої освіти. Інтеграція сучасних інструментів в освітній процес відкриває нові можливості для персоналізації навчання, швидкого доступу до інформації та оптимізації навчальної діяльності студентів. Водночас активне використання таких технологій впливає на формування освітньої поведінки студентів, зокрема їхню самостійність, критичне мислення та дотримання принципів академічної доброчесності.

Освітня поведінка студентів розглядається як сукупність стратегій, підходів і моделей дій, що використовуються у процесі навчання. Вона включає рівень навчальної мотивації, здатність до самостійного аналізу інформації, критичного мислення та відповідальність за результати навчальної діяльності. Вплив технологій штучного інтелекту на ці компоненти має подвійний характер [1].

З одного боку, штучний інтелект виступає ефективним інструментом підтримки навчального процесу. Студенти активно використовують його для пояснення складних тем, підготовки до іспитів, написання академічних робіт, перекладу та редагування текстів, а також генерації ідей. Це сприяє підвищенню доступності знань і дозволяє оптимізувати навчальну діяльність. Як зазначено у статті «Цифрові технології як інструмент підвищення якості гуманітарних дисциплін», можуть виступати важливим чинником підвищення якості гуманітарної освіти за умови їх доцільного та педагогічно обґрунтованого використання [3].

З іншого боку, надмірне використання штучного інтелекту може призводити до трансформації освітньої поведінки студентів у бік зниження їхньої самостійності. У попередньому дослідженні, проведеному авторами Тільняк Н. В., Диніковою Л. Ш., Сидоренко Л. М. за участю 161 респондента, виявлено ознаки формування психологічної залежності від інструментів штучного інтелекту. На запитання щодо невпевненості у власній відповіді без перевірки через штучний інтелект 8,2% респондентів відповіли «дуже часто», 9,8% «часто», а 32,8% «іноді», що свідчить про те, що понад половина студентів

періодично потребує підтвердження своїх відповідей за допомогою мовних моделей, демонструючи тенденцію до зниження впевненості у власних знаннях і судженнях [4].

Делегування інтелектуальних завдань цифровим системам сприяє формуванню залежності від готових відповідей, що негативно впливає на розвиток навичок самостійного аналізу інформації та прийняття рішень. У результаті формується пасивна модель навчання, за якої студент виступає не як активний суб'єкт освітнього процесу, а як користувач технологій. Хоча технології можуть бути використані як інструмент для аналізу інформації та перевірки фактів, на практиці студенти часто сприймають відповіді мовних моделей як готову істину без належної перевірки. Це призводить до поверхневого засвоєння знань і зниження рівня аналітичних здібностей.

Не менш актуальною є проблема академічної доброчесності. Використання генеративного штучного інтелекту для виконання навчальних завдань без належного редагування та осмислення створює ризики порушення освітніх принципів. Відсутність чітких норм щодо допустимого використання штучного інтелекту у навчанні ускладнює розмежування між допоміжним інструментом і недоброчесною практикою.

Міжнародна практика демонструє необхідність адаптації освітнього процесу до нових цифрових умов. Серед ефективних підходів виокремлюють трансформацію методів оцінювання (перехід до усних форм контролю, проєктного навчання), розвиток критичного мислення та інтеграцію штучного інтелекту як інструменту аналізу, а не заміни навчальної діяльності [2].

У зв'язку з цим актуальним є впровадження комплексного підходу до використання технологій штучного інтелекту в освіті. Такий підхід має передбачати формування культури відповідального використання мовних моделей, розвиток критичного мислення студентів, удосконалення системи оцінювання знань, підвищення рівня цифрової грамотності та оновлення політик академічної доброчесності.

Отже, технології штучного інтелекту суттєво впливають на формування освітньої поведінки студентів, змінюючи їхню роль у навчальному процесі. Ефективне використання мовних моделей можливе лише за умови збереження балансу між технологічними можливостями та розвитком самостійного мислення, що є ключовою передумовою якісної професійної підготовки майбутніх фахівців.

Список використаних джерел:

1. Динікова Л., Тільняк Н., Сидоренко Л. Розвиток критичного аналізу текстів, згенерованих штучним інтелектом, у підготовці студентів-філологів. Наукові інновації та передові технології. Серія: Педагогіка. 2026. Вип. 5 (57). С. 1207–1216.
2. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD). Цифровий освітній огляд OECD 2026: дослідження ефективного використання генеративного штучного інтелекту в освіті. Париж: OECD Publishing, 2026. DOI: <https://doi.org/10.1787/062a7394-en> URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-digital-education-outlook-2026_062a7394-en.html
3. Тільняк Н. Цифрові технології як інструмент підвищення якості гуманітарних дисциплін. Наукові інновації та передові технології. Серія: Педагогіка. 2025. Вип. 6 (46). С. 1287–1296.
4. Тільняк Н., Динікова Л., Сидоренко Л. Зворотний бік цифровізації: проблема залежності студентів вищого навчального закладу від штучного інтелекту. Вісник науки та освіти. 2026. № 4(46). С. 4662-4674.

ПАНЕЛЬ 4. МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ТА КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.

DIGITAL RESOURCES FOR TEACHING LATIN AND DEVELOPING TERMINOLOGICAL COMPETENCE OF FUTURE VETERINARIANS

Olena BALALAIEVA

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philosophy and International Communication National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

The general trends of implementation of digital technologies in the educational space have considerably expanded the possibilities of studying Latin, opened access to vast resources of libraries, allowed using the scientific and educational potential and experience of teaching Latin in the leading world universities.

The development of various digital resources for learning Latin is more advanced in European countries that have a strong educational tradition of teaching classical languages, as evidenced by the variety of products presented online (from entire platforms and websites to particular online courses, e-textbooks, tutorials, interactive tests, drill-and-practice programs, conjugators, dictionaries and translators etc.). In Ukraine the development of digital content for learning Latin is gaining momentum [1]. Using best practices of colleagues could help teachers to effectively organize an educational process, diversify the set of tools, enhance their work, design domestic products for learning Latin.

Since the 2010s, the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine has continued a long-term pedagogical experiment on the effectiveness of the use of e-learning tools in the veterinary students' training, particularly in the teaching of Latin [2].

The «Latin Language (Terminology)» course is aimed at teaching students Latin terminology as it functions in veterinary medicine, helping them acquire practical skills in using Latin terminology in educational, scientific, and professional activities. The priority task is professional one – to teach students Latin veterinary terminology. It means also the creation of prerequisites for conscious learning term elements of Greek and Latin origin that are parts of respective sublanguages in medicine, biology and chemistry [3]. Realization of this task is aimed at forming professional terminological competency of future veterinarians. The professional terminological competency is understood as professional's ability to meet the vocational needs and demonstrate proper personal qualities in professional communication, mobilizing for it the

knowledge of terminology, abilities and skills to use it properly and linguistically correctly in both oral and written communication (due to required norms) based on own internal motivation and experience for realizing the necessity of self-improvement and self-development [4].

The aim of the experimental research work was to carry out the system of pedagogical influence by means of e-learning tools, which has to increase the retention level of learning material, minimize didactic risks and improve the quality of the educational process in Ukrainian agrarian universities.

The following criteria have been established for the effectiveness of learning:

- motivation (indicators: focus and level of academic motivation);
- cognition (indicators: quality and amount of knowledge);
- activity (indicators: mastering practical skills, speed of execution of training tasks).

Online resources and software were selected by such criteria as accuracy, credibility, reasonableness, support, interactivity, aesthetics, accessibility, communicative value, pragmatic and cognitive value [2]. The experiment was conducted under the conditions of a real educational process, all samples are based on homogeneous student contingent, the classes in control and experimental groups were given by the same teachers by single program, measurements in control and experimental groups were carried out synchronously with unified instruments and were evaluated on the same criteria, that in the complex contributed to ensuring the reliability of the results of experimental research.

The pedagogical experiment has proved the positive significant effect of using e-learning tools based on visualization on teaching and learning Latin by all criteria: motivation, cognition and activity. In particular, positive changes dynamics has been discovered in learning motivation focus and in intrinsic motivation levels redistribution. There was a clear shift toward intrinsic motivation, as digital resources increased student engagement and professional interest. The effectiveness of e-learning tools using has been proved by a statistically significant increasing academic performance in experimental groups (in general, the average score in the experimental array is 0.51 higher than in the control one) and speed of execution of training tasks [2]. The quality and volume of acquired knowledge regarding Greek and Latin term elements improved, providing a solid foundation for subsequent medical and biological cycles; practical skills in using professional terminology were mastered more rapidly. The research confirms that the systematic use of digital platforms, online courses, and interactive tests facilitates the formation of a professional terminological competency. This competency allows future veterinarians not only to use Latin correctly in oral and

written communication but also fosters a necessity for continuous self-improvement in a globalized scientific environment.

Although our research has reached its aims, there were some unavoidable limitations. First, the experiment was conducted only in Ukrainian agrarian universities. To make a greater contribution to practical experience the result should be compared with similar studies in different countries, because our findings may not be applicable to other universities.

Second, the sample size was large enough for our local study, but it may be too small and non-representative for the larger population. Also, the sample was too homogeneous (all participants were students of the same faculty of veterinary medicine) and may not be representative of students at other faculties.

Finally, the study was focused on Latin language teaching; this methodology is rather specific and has certain limitations in the formation of linguistic competencies in comparison with teaching live foreign languages that involve active communicative activity. Further research should have a greater number of participants of different ages, from different faculties and universities and be conducted based on different languages to yield more generalizable results.

Today, digital resources are no longer merely optional supplements but essential components of the modern Latin curriculum.

REFERENCES

1. Balalaieva O. Structural and organizational procedural characteristics of electronic educational resources design. *Information Technologies and Learning Tools*. 2016. Vol. 54, no 4. P. 108–118.
2. Balalaieva O. The effect of using e-learning tools based on visualization in teaching and learning Latin. *Revista Conhecimento Online*. 2020. Vol. 3. P. 4-29. DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v3i0.2323>
3. Balalajeva O. Major principles of teaching Latin at the Departments of Veterinary Medicine in Ukrainian agrarian universities. *Edukacja – Technika – Informatyka. Wybrane problemy edukacji technicznej i zawodowej*. № 4, Część 1. Rzeszów: Wyd. Oświatowe FOSZE, 2013. P. 529–534.
4. Вікторова Л. Формування професійно-термінологічної компетентності студентів вищих аграрних навчальних закладів у фаховій підготовці : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Чернівці, 2009. 20 с.

ТЕХНОЛОГІЇ МІКРОНАВЧАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Валентин БОЙЧЕНКО

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти кафедри
освітології та психолого-педагогічних наук Київського столичного
університету імені Бориса Грінченка*

У контексті швидкої глобалізації та цифрової трансформації мікронавчання (МН) постає як перспективне рішення, пропонуючи короткі, цілеспрямовані навчальні матеріали, доступні будь-коли та будь-де через різні цифрові платформи. Хоча МН ефективно сприяє розвитку різних навичок 21-го століття, залишається критична потреба в більш комплексній розробці матеріалів, педагогічних інноваціях та різноманітних методах навчання, щоб повністю підготуватися до складних викликів майбутньої робочої сили та суспільства.

Технології мікрокваліфікацій (ТМН) («micro-skills technologies») - це підхід в освіті та професійному навчанні, за якого великі освітні програми розбиваються на невеликі, чітко визначені блоки навичок або знань (мікрокурси). Після їх проходження людина отримує підтвердження у вигляді мікросертифікатів (micro-credentials). ТМН можна представити як «конструктор» великого диплому, в якому замість одного великого диплома поступово здійснюється набір конкретних компетенцій [1, 2].

Основними рисами ТМН є: короткі модулі з тривалістю навчання від кількох годин до кількох тижнів; конкретні навички (наприклад, робота з Excel, основи програмування, аналіз даних); гнучкість процесу навчання зі здійсненням його у зручний час і темпі; цифрові сертифікати з підтвердженням у вигляді бейджів або сертифікатів; орієнтація на ринок праці з орієнтацією на практичних уміннях, які потрібні роботодавцям.

Як показує зарубіжний досвід [3], ТМН використовують навчальні заклади та потужні міжнародні організації і установи, які займаються питаннями освіти. Результатом довготривалої співпраці країн Європейського Союзу в питанні щодо місця МН у системі освіти та професійної підготовки є Рекомендації Ради Європейського Союзу [4], які наголошують на необхідності запровадження МН в зв'язку зі зростаючим розривом між формальною освітою та швидкозмінними вимогами суспільства та ринку праці до знань, умінь та компетентностей працівників. Рекомендації визначають десять засадничих принципів запровадження МН:

- якість – необхідність систем зовнішнього та внутрішнього забезпечення якості;
- прозорість – мікрокваліфікації мають бути вимірюваними, порівнянними та зрозумілими, з чіткою інформацією про результати навчання;
- актуальність – відповідність актуальним потребам суспільства та ринку праці;
- валідне оцінювання – результати навчання мають оцінюватися за прозорими зрозумілими критеріями;
- освітні траєкторії – мікрокваліфікації мають забезпечувати гнучку побудову освітніх траєкторій з можливістю валідації, визнання та групування здобутих особою мікрокваліфікацій для безперервного освітнього і професійного розвитку;
- визнання – чітке та зрозуміле описання мікрокваліфікацій для забезпечення їх визнання в ЄС для подальшої освіти, професійної підготовки чи працевлаштування;
- можливість перенесення інформації – забезпечення перенесення мікрокваліфікаційних відомостей між різними інформаційними системами та базами даних;
- зорієнтованість на конкретного здобувача – розробка мікрокваліфікацій з урахуванням потреб цільових груп здобувачів освіти;
- автентичність – достатність для ідентифікації відомостей про мікрокваліфікацію для здобувача та юридичної особи.

На нашу думку, для України вкрай важливо включити мікрокваліфікації до законодавчої бази. В Україні ТМН зараз активно розвиваються, але ще перебувають на етапі становлення. Основою є інтеграція в європейський освітній простір, зокрема через принципи Європейської рамки кваліфікацій (EQF). Україна адаптує їх через національну рамку кваліфікацій України, реформи вищої освіти та освіти дорослих, розвиток неформальної та онлайн-освіти.

Також важливу роль відіграє Міністерство освіти і науки України, яке поступово вводить поняття коротких освітніх програм і сертифікації навичок. ТМН вже реально працюють у таких сферах: онлайн-платформи – Prometheus, Coursera, UdeMy з отриманням сертифікатів за короткі курси; ІТ-сфера (найрозвиненіша) – короткі курси з програмування, тестування, data science, сертифікати від компаній (Google, Meta тощо), роботодавці реально враховують ці навички; освіта дорослих і перекваліфікація – курси для зміни професії, програми від центрів зайнятості, навчання для військових і переселенців.

ТМ тісно пов'язані з ринком праці та мікрокваліфікації відповідають сучасній тенденції, коли роботодавцям важливі не дипломи, а конкретні навички. Наприклад: замість «економіст» → знання Excel + Power BI; замість «хімік» → робота з конкретним лабораторним обладнанням; замість «маркетолог» → таргетована реклама.

Запровадження ТМ в Україні має свої переваги та проблеми. Перевагами є: швидка перекваліфікація (актуально в умовах змін економіки); доступність освіти (онлайн, дешевше); інтеграція в європейський ринок праці; розвиток lifelong learning (навчання протягом життя). Серед проблем можна визначити такі: немає єдиної системи офіційного визнання; не всі роботодавці довіряють сертифікатам; різна якість курсів; відсутність чітких стандартів. Україна знаходиться на шляху до впровадження ТМ і Україна рухається до моделі, де мікрокваліфікації будуть офіційно визнаватися, їх можна буде «складати» в диплом, з'явиться цифрове портфоліо навичок.

Список використаних джерел:

1. Abidin R. Z. (2025). Analysis of Microlearning Effectiveness in Enhancing 21st Century Skills. *Studies in Philosophy of Science and Education*. 2025. 6(3). P. 194-202.
2. Micro Skills: Definition, Importance, and Types. URL : <https://claned.com/micro-skills-definition-importance-and-types/>.
3. Childhood Education International. 2023. URL : <https://ceinternational1892.org/cpl/cplinaction/micro-credentials/>.
4. Council of EU (2022). Council Recommendation of 16 June 2022 on a European approach to micro-credentials for lifelong learning and employability 2022/C 243/02 URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32022H0627%2802%29>.

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРАКТИКУ ПЕРЕКЛАДУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ

Денис ГАЙДУК

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Державного податкового університету

Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового університету*

В епоху розвинутих цифрових технологій штучний інтелект (ШІ) суттєво впливає на сучасну перекладацьку практику. Використання автоматизованих систем перекладу має ключові переваги, разом з тим, у процесі взаємодії людини і машини у сфері мовних технологій виникають етичні виклики.

Цифрова трансформація суспільства значно змінила підходи до перекладу текстів. Використання систем машинного перекладу на основі штучного інтелекту, зокрема таких як Google Translate, DeepL чи ChatGPT, забезпечило перекладачам швидкість, зручність і доступність роботи з великими обсягами інформації. Алгоритми нейронного перекладу здатні враховувати контекст, стилістику та особливості різних мов, що істотно підвищує якість автоматичних перекладів порівняно з попередніми поколіннями програм.

Як зазначається у матеріалі Admiral Digital («The Impact of Artificial Intelligence on the Translation Industry»), технології ШІ сприяють підвищенню ефективності перекладацьких процесів, зменшенню часу виконання проєктів і витрат для клієнтів. Разом з тим, автори наголошують, що машинні системи все ще не здатні відтворити культурні конотації, гумор і тонкі емоційні відтінки тексту. Тому роль людського перекладача залишається ключовою для забезпечення автентичності, точності та культурної відповідності перекладу [1].

Застосування технологій штучного інтелекту (ШІ) у перекладі дозволяє значно підвищити продуктивність – сучасні нейронні моделі аналізують контекст, адаптують стилістику та враховують міжмовні семантичні особливості. Проте, як наголошується в дослідженні на шпальтах журналу ZFS Journal, «важливо враховувати етичні, культурні та професійні аспекти впровадження ШІ-рішень у перекладацьку діяльність» [2]. Останні прогнози вказують на те, що кількість користувачів автономних персональних помічників зростатиме. Ринок технологій обробки мови скоро може стати олігополією, де на периферії будуть домінувати великі компанії, які прагнуть контролювати людську взаємодію в інтернеті, а не лише надавати якісні лінгвістичні рішення, і це є найбільшим викликом [2].

Таким чином, ми стоїмо перед дилемою: штучний інтелект стає не просто інструментом, а фактором, що змінює професійну ідентичність перекладача. Тому ключовим завданням є розробка методик, які б гарантували: по-перше, збереження культурного контексту; по-друге, чітке розмежування ролей людини і машини; по-третє, прозоре оцінювання якості й відповідальності перекладача-редактора.

Разом з тим, широке впровадження ШІ у перекладацьку діяльність породжує низку етичних і професійних питань. По-перше, постає проблема авторства та відповідальності за кінцевий результат перекладу: хто є справжнім автором перекладеного тексту – людина чи машина? По-друге, існує загроза втрати автентичності та культурного контексту, особливо у художніх і публіцистичних текстах, де важливими є емоційні відтінки та культурні реалії. По-третє, зростає ризик надмірної залежності від технологій, що може знизити рівень професійних компетентностей перекладачів.

Водночас, штучний інтелект відкриває нові можливості для перекладацької галузі: створення адаптивних систем підтримки перекладача, автоматизацію термінологічних баз, підвищення ефективності навчання майбутніх перекладачів. Важливо, щоб перекладач залишався не просто користувачем, а активним учасником процесу – аналітиком, редактором та гарантом якості тексту.

Отже, штучний інтелект не замінює перекладача, а стає потужним інструментом для розширення його можливостей. Основним завданням сучасного фахівця є поєднання технічної компетентності з гуманітарним мисленням та дотриманням етичних принципів використання ШІ у перекладі.

Список використаних джерел:

1. Вплив штучного інтелекту на перекладацьку галузь. URL: <https://admiral.com.ua/blog/the-impact-of-artificial-intelligence-on-the-translation-industry>.
2. Демешко І., Величко В., Олексієнко А. Вплив штучного інтелекту на розвиток лінгвістичних досліджень: нові підходи та виклики. Закарпатські філологічні студії. 2024. Т. 1. Вип. 33, С. 37–42. URL: https://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/33/part_1/8.pdf.

THE ROLE OF EMIGRANT ARTISTS IN SHAPING THE SOCIO-CULTURAL SPACE OF THE UKRAINIAN DIASPORA IN THE USA (THE CASE OF E. KUZIV)

Tetiana HYRINA

Doctor of Sciences in Social Communications, Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and Culture, State Tax University

The processes of shaping the socio-cultural space of the Ukrainian diaspora in the United States of America during the first half of the twentieth century represent a complex, multifaceted phenomenon in which institutional and personal factors of informational and cultural interaction played a pivotal role. The transformation of the public consciousness of Ukrainian immigrants, their adaptation to a foreign-language environment, and their simultaneous striving to preserve their own national and cultural identity necessitated the emergence of specific communication channels and socio-cultural practices. In this context, a special place is occupied by the artistic intelligentsia, particularly musicians, who acted not only as relayers of aesthetic values but also as active agents of ethno-consolidation. Emigrant artists became the living embodiment of the nation's cultural capital, transmitting the deep meanings and symbolic codes of Ukrainian existence beyond the borders of their ethnic homeland. Researching the socio-communicative dimension of their activities allows for the reconstruction of the architectonics of the diasporic space, the identification of patterns in the functioning of ethnic media, and the elucidation of mechanisms for adapting traditional culture to the conditions of the modern globalized US society of the interwar period [5, pp. 7–13]. An important source for analyzing these processes is the Ukrainian periodicals of that time in America, notably the newspaper *Svoboda*, which recorded the slightest manifestations of the civic and cultural life of Ukrainians, serving simultaneously as a platform for public discussion and a chronicler of the era [1, p. 4].

The development of the Ukrainian community in New York and other major industrial centers of the USA in the 1930s took place under the influence of global economic upheavals and complex socio-political transformations. Social communication science views this period as a stage of intensive institutionalization of the diaspora, when a stable network of internal and external communications formed around religious, fraternal, political, and cultural-educational organizations. The emigrant environment required a constant reinforcement of meanings that would counteract the threat of assimilation and maintain a connection with the native land [3, p. 1]. It was art, combined with the latest technologies of mass communication, that became the tool capable of overcoming geographical fragmentation and uniting

Ukrainians scattered across different states. Violin art, as one of the most sophisticated yet universally accessible forms of artistic self-expression, held a prominent place in the system of cultural representations. The appearance of Ukrainian performers on American concert stages and on the airwaves of American radio stations was an event of not only purely artistic but also significant social importance, as it demonstrated to American society the high cultural level of the Ukrainian nation, legitimized its presence in the global polycultural space, and strengthened the sense of national pride within the emigrant community itself [1, p. 4].

Radio broadcasting as a channel of mass communication and an instrument for the commercialization of ethnic culture. At the beginning of the 1930s, radio finally established itself as one of the most powerful and prompt media of mass information and communication, significantly displacing the traditional print press in the realm of rapid information delivery and emotional impact on the audience. For ethnic minorities in the USA, radio broadcasting unlocked fundamentally new opportunities for self-presentation and internal consolidation [4, pp. 33–40]. An example of such successful media practice was the activity of the European Radio Company in New York, which implemented specialized national programs for various emigrant groups. In particular, in 1933, Ukrainian radio broadcasts gained significant popularity, airing every Saturday during lunchtime—between half past twelve and one o'clock (12:30–13:00) on the airwaves of the WFAB radio station. This time slot was selected exceptionally well from the standpoint of media planning, as it allowed for reaching the maximum number of families gathering together for the weekend. However, analyzing this phenomenon through the prism of social communication theory, one must clearly differentiate the motives of the organizers. As noted by the contemporary press, this program was arranged by the firm "solely for commercial purposes" [2, p. 3]. This indicates an early stage of the industrialization of ethnic culture in the USA, where national art becomes a commodity in the mass media market, and the emigrant audience is viewed as a specific consumer segment.

Despite the pronounced pragmatic and commercial nature of the European Radio Company's activities, the Ukrainian radio programs on the WFAB station fulfilled a crucial socio-cultural mission that extended far beyond generating financial profit. They structured the informational space of the diaspora, created an effect of shared presence, and synchronized the cultural life of thousands of immigrants. The broadcasting of the Ukrainian spoken word and Ukrainian music on American airwaves was an act of symbolic marking of space. Ethnic radio broadcasting acted as a specific mediator between the traditional Ukrainian worldview and the American urban reality [2, p. 3]. It helped overcome the psychological barrier of alienation that inevitably arose under the conditions of a foreign megalopolis. On Saturdays at 12:30,

a Ukrainian home in New York or New Jersey was filled with native sounds, which transformed the ordinary listening of a broadcast into a distinctive ritual of unity. The presence of professional Ukrainian announcers, such as Mr. Pozhulsky, who introduced the programs in a "distinct and resonant voice," lent the broadcasts a high status and formality, converting a commercial enterprise into an authoritative public platform that shaped new standards of Ukrainian broadcasting in emigration [1, p. 4].

The central figure of one of such landmark radio concerts, which took place on a Saturday in December 1933, was Miss Emilia Kuziv a Ukrainian violinist well known to the New York public. Her performance on the airwaves of the WFAB radio station became an object of meticulous attention and analysis by the Ukrainian community, which found its reflection in a review published in the newspaper Svoboda under the pseudonym Roro [1, p. 4]. In the socio-communicative dimension, the figure of Emilia Kuziv emerges as a type of artist-leader whose talent forms an intellectual and artistic core of the diaspora around her. The press emphasized that the performer treated music "not as a passing whim, to kill time, but seriously and solemnly" [1, p. 4]. This underscores the high professional responsibility of emigrant artists who recognized their role as representatives of the national elite. E. Kuziv's playing was characterized by broad technique, a deep understanding of the composer's intent, sensitivity, and genuine artistry. Her performance mastery allowed for the transmission of complex psychological and philosophical meanings embedded in musical works, transforming ethnic music from the level of everyday folklore to the level of high classical art [2, p. 3].

The repertoire of Emilia Kuziv's radio performance was deeply symbolic and conceptual. She performed the piece "Kozachenku, kudy ydesh" ("Cossack, Where Are You Going?") by the Ukrainian composer Vasyl Bezkorovayny and the "Gypsy Sonata" by Valdez. The combination of Ukrainian classics and world repertoire in a single program demonstrated the openness of Ukrainian culture, its capacity for dialogue with other artistic traditions, and, at the same time, its distinctiveness. The interpretation of V. Bezkorovayny's work possessed a special nation-consolidating significance, as it appealed to the historical memory and folklore roots of Ukrainians. At the same time, the contemporary critic rightly drew attention to the technical limitations of the media channel of that era: "radio is unable to transmit all the subtleties of music" [3, p. 1]. Due to the imperfection of the equipment during the broadcast, it was impossible to fully transmit the final flageolet (harmonic) in the song "Kozachenku, kudy ydesh," which, in E. Kuziv's live concert stage performance, sounded remarkably "melodious and tender" [1, p. 4]. This analysis demonstrates the high level of development of Ukrainian music criticism in the USA at that time, which evaluated radio broadcasts not only from the standpoint of emotional perception but

also from the perspective of musical acoustics and the specific functioning of sound media.

Thus, the activity of emigrant artists, particularly the violinist Emilia Kuziv, combined with the potential of early mass media, acted as a powerful factor in structuring and enriching the socio-cultural space of the Ukrainian diaspora in the USA. Radio broadcasting, even while developing within the commercial coordinates of the American media market, was transformed through the efforts of Ukrainian intellectuals and performers into an effective instrument for preserving ethnic identity, popularizing national culture, and counteracting assimilation processes. The materials of the newspaper *Svoboda* for the year 1933 constitute a valuable source for studying the history of Ukrainian social communications, as they visually demonstrate how the coordination of actions among the press, radio, and artistic elites brought about the consolidation of Ukrainians abroad, laid the groundwork for shaping a positive image of Ukraine in the world, and ensured the continuity of the functioning of the Ukrainian cultural-informational field in a global context [1, p. 4]. Researching this experience is highly relevant for contemporary social communication science in the face of modern societal challenges and semantic transformations of today.

REFERENCES

1. Поро. Українська скрипачка на радіо. *Свобода*. 1933. Ч. 286. С. 4.
2. Гвоздевич В. Боронім українську пісню й українських композиторів. *Свобода*. 1933. Ч.287. С. 3.
3. Пташиний діялект. *Свобода*. 1933. Ч.222. С. 1.
4. Hyrina T. Social communications of the Ukrainian community in the USA through the lens of T. Shevchenko radio broadcasts in the early 1930S. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2026 р., № 1 (65). С.33–40. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2026.1\(65\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2026.1(65).5).
5. Hyrina T. Sociocultural mission of Myron Surmach in the establishment Of Ukrainian diaspora radio broadcasting in the USA. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2025 р., № 4 (64). С.7–13. DOI 10.32840/cpu2219-8741/2025.4(64).2.

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Станіслава ГОРЕЦЬКА

*асистент кафедри мови медіа Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Російсько-українська війна стала одним із найпотужніших чинників трансформації сучасного українського медіадискурсу. В умовах повномасштабного вторгнення медіа оперативно реагують на суспільні події, формують нові мовні моделі, через які осмислюється воєнна реальність. Актуальність дослідження зумовлена тим, що саме мова медіа сьогодні фіксує зміни суспільної свідомості, колективного досвіду та комунікативних практик українців.

Сьогодні можна говорити вже не про ситуативні мовні реакції, а про формування цілісної воєнної лексики в медіа. Значна частина слів і висловів, що на початку вторгнення сприймалися як нові або вузькоспеціалізовані, нині стали звичними елементами повсякденного медійного мовлення. Водночас війна активізувала процеси неологізації та семантичного переосмислення лексики. Частина слів набула нових емоційних і символічних значень, пов'язаних з колективним досвідом війни. У мові медіа посилилася експресивність, оцінність та емоційна маркованість, що зумовлено потребою інформувати й мобілізувати суспільство, підтримувати емоційну стійкість аудиторії та формувати спільний наратив спротиву.

Цим та іншим процесам, що відбуваються нині в лексичному складі мови й репрезентовані в мові медіа, присвячені наукові розвідки сучасних науковців Г. Вусик та Н. Павлик [1]; А. Гомон, С. Чернявської та О. Шокурова [2]; В. Тимофій та Н. Лебеденко [3].

На сьогодні відбулося активне оновлення лексичного складу українських медіа, унаслідок чого сформувалися тематичні групи нових термінів. Насамперед ідеться про військову та безпекову термінологію, яка з професійного середовища перейшла до повсякденного медійного мовлення. У новинних стрічках регулярно функціонують слова «FPV-дрон», «ППО», «контрнаступ», «деокупація», «евакуаційний коридор», «фортифікації», «ротація», «штурмова бригада». Такі терміни активно використовують у матеріалах «Суспільного», «Української правди», «РБК-Україна» та інших медіа. Окрему групу становлять нові суспільно-політичні номінації, що відображають зміну соціальної реальності воєнного часу: «внутрішньо переміщені особи», «ветеранська

політика», «пункт незламності», «енергетичний терор», «коаліція винищувачів». Частина таких назв виникла безпосередньо в українському медіапросторі й швидко закріпилася в публічному дискурсі.

Водночас медіа активно формують лексику цифрової війни та інформаційного протистояння. У сучасному інформаційному полі поширеними стали слова «фейк», «ІПСО», «ботоферма», «дезінформація», «інформаційна атака», «кібератака». Особливо активно такі терміни функціонують у телеграм-каналах та онлайн-медіа, де швидкість поширення інформації потребує лаконічних і зрозумілих мовних конструкцій. Важливою ознакою сучасного медіадискурсу стала поява розмовних, меметичних та емоційно маркованих слів. Такі одиниці, як «бавовна», «орк», «приліт», «тривожна валізка», виконують не лише номінативну, а й емоційно-консолідаційну функцію. Значна частина цієї лексики виникла в соціальних мережах, але згодом перейшла до професійних медіа.

Крім того, українські медіа активно адаптують міжнародну воєнну лексику: «ленд-ліз», «Patriot», «NASAMS», «Storm Shadow», «F-16». Це свідчить про інтеграцію українського інформаційного простору до глобального безпекового та медійного контексту. Однією з найпомітніших ознак сучасного українського медіадискурсу стала не лише поява нових термінів, а й глибока семантична трансформація вже наявної лексики. В умовах війни значна частина слів змінила свої значення, конотації та емоційне навантаження.

Особливо показовим з цього погляду є трансформація семантики слів, які до повномасштабного вторгнення мали нейтральне або вузькоспеціалізоване значення. Наприклад, слово «тривога» в сучасному медіапросторі вже майже автоматично асоціюється з повітряною небезпекою. У новинах заголовки на кшталт «По всій Україні оголошено тривогу» не потребують додаткового уточнення, оскільки аудиторія миттєво зчитує воєнний контекст. Така ж трансформація відбулася і зі словом «приліт», яке в довоєнні часи означало прибуття транспорту чи людини, а нині в медіа позначає влучання ракети або дрона. У стрічках «РБК-Україна» або УНІАН регулярно з'являються повідомлення типу «У місті зафіксовано приліт». Таке семантичне переосмислення демонструє, як війна змінює базові мовні асоціації суспільства. Водночас частина слів набула виразної емоційної та оцінної семантики. Наприклад, слово «бавовна», яке первинно означало рослину або тканину, у медійному й мережевому дискурсі стало евфемізмом для вибухів на території рф. Це слово активно використовують телеграм-канали та онлайн-медіа як елемент іронічного й емоційного фреймінгу.

Отже, повномасштабна російсько-українська війна стала потужним каталізатором оновлення лексики українських медіа. Упродовж п'ятого року війни сформувалася цілісна система воєнної медіалексики, що охоплює військову, суспільно-політичну, інформаційно-безпекову лексику. Тож війна активізувала процеси неологізації та семантичної трансформації слів. Значна частина мовних одиниць набула нових конотацій, емоційного навантаження й символічних значень, пов'язаних із колективним досвідом війни.

Список використаних джерел:

1. Вусик Г., Павлик Н. Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року. Закарпатські філологічні студії. 2022. Вип. 23. Т. 1. С. 52–57.
2. Гомон А., Чернявська С., Шокуров О. Неологізми в українській військовій термінології: лексико-семантичні особливості. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. Т. 34 (73). № 1. Ч. 2. С. 168–174.
3. Тимофій В., Лебеденко Н. Мова війни: лексеми на позначення ворога. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2025. Вип. 57. С. 207–217.

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА КУЛЬТУРУ МОВЛЕННЯ

Наталія ГРИНЕВИЧ

*викладач вищої категорії, старший викладач Відокремленого структурного
підрозділу “Житомирський автомобільно-дорожній фаховий коледж
Національного транспортного університету”*

Життя сучасної людини неможливо уявити без використання інтернету. І це не тільки можливість вільного доступу до інформації: з появою всесвітньої мережі людство отримало доступ до нових платформ спілкування, котрі абсолютно змінили спосіб вербальної взаємодії між людьми. Це стало інформаційною революцією, яка ознаменувала новий етап у розвитку суспільства – соціального середовища мови.

Широке розповсюдження мережі Інтернет сприяє збільшенню кількості користувачів та задіянню практично у кожній галузі життєдіяльності сучасної людини. Ця мережа надає доступ до безлічі електронних ресурсів, множини різноманітних мереж. За кількістю комунікантів інтернет-мережа належить до масової комунікації [1].

Інтернет зробив спілкування швидшим і ефективнішим, а традиційне написання листів, телефонні дзвінки та особисті розмови як основні засоби комунікації доінтернетних епох витіснили електронна пошта, додатки для миттєвого обміну повідомленнями (Viber, Telegram, WhatsApp та Signal) та соціальні медіаплатформи (Facebook Messenger, Telegram, Instagram (Direct) і Twitter).

Інформатизація інтернет-середовища сприяє спрощенню комунікацій, а тому мовлення також спрощується. Щоденне спілкування в мережі «Інтернет» приводить до знищення кордонів між нормами культури мови та використанням спрощеної мови під час інтернет-комунікацій.

Віртуальне спілкування розширює комунікативні можливості сучасної людини. Соціальні мережі дають можливість спілкуватися людям з різних континентів, різних країн, різних релігійних поглядів сприяє, і з одного боку, сприяють розширенню культурного поступу, а з іншого, мають значний негативний вплив на розвиток культури мовлення, що виявляється у вживанні скорочень, аббревіатур та похідних слів і виразів іншомовного походження, що призводить до орфографічних, пунктуаційних, лексичних, граматичних та стилістичних порушень мовних норм, до загального зниження якості мовлення, а також до збільшення вживання слів та фраз в неправильному контексті. Вживання сленгу та інших засобів візуальної комунікації для передачі емоцій,

настрою, смислових відтінків без використання багатослівних описів, а також у формуванні нових лексичних одиниць та неологізмів, що, у свою чергу, призводить до витіснення національної мовної конструкції. Крім того, було виявлено, що інтернет-комунікація впливає на стиль мовлення та культуру спілкування в цілому [2].

Під час інтернет-комунікації найчастіше використовуються такі мовні засоби:

- Скорочення, аббревіатури – «прив» – привіт; «норм» – нормально; «мб» – мабуть; «ясн» – ясно; «сек» – секунда; «дн» – день народження; «К» – еквівалент тисячі (в значенні грошей);

- Аббревіатури та похідні слова і вирази з англійської – «ІМХО» (In My Humble Opinion) – на мій погляд; «ЛОЛ» (Laugh Out Loud) – голосно сміятися; «ОК» – добре; «ПЛІЗ» (please) – будь ласка; «чЕкати» (to check) – перевіряти; «юзати» (to use) – використовувати; «донат» – (to donate) – пожертва; «свайпити» – ковзати пальцем по екрану;

- Сленгові слова та вирази – «шарити» – розуміти, добре розбиратися в чомусь; «кайф» – стан радості, ейфорії, насолоди; «зумери» – молодь з датою народження у період з 1997 по 2010;

- Емодзі (смайлики) – графічні символи, які використовуються для вираження емоцій або настрою під час письмової комунікації в інтернеті [2].

Бачимо, що технології відіграють ключову роль у трансформації української мови, впливаючи на її лексику, граматику та стилістику. Соціальні мережі стали потужним фактором формування сленгових виразів, скорочень та мемів, які швидко поширюються серед користувачів. Дослідження Інституту української мови НАН України свідчать про трансформацію мовних норм під впливом онлайн-комунікації [3].

Спілкування в соцмережах не завжди потребує дотримання мовних норм, але неграмотні тексти з орфографічними, пунктуаційними та іншими помилками, які часто трапляються в соцмережах сприяють постійному вживанню неправильних слів, тому рівень офіційного мовлення значно знижується.

Звичайно, не можна говорити лише про негативний вплив Інтернету на мову. Зокрема, небайдужі до культурного мовлення люди у інтернет-мережі з метою пропаганди культури спілкування загалом, і популяризації саме літературної мови розміщують матеріали, які мають на меті покращити рівень володіння українською мовою, організовують онлайн курси для тих, хто бажає вивчити українську мову, а також можна знайти сторінки, які популяризують

українську мову і культуру. Подібні інтернет-сайти містять інформацію, яка має стати у нагоді тим, хто прагне удосконалювати культуру свого мовлення

Отже, можна стверджувати, що інтернет-комунікація має як позитивний, так і негативний вплив на мовленнєву культуру. З одного боку, вона сприяє збагаченню мовлення новими словами та виразами, а з іншого - може призвести до зниження рівня грамотності та правильного використання мови [2] .

Список використаних джерел:

1. Івахненко Т. Культура мовлення в інтернет-комунікації. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені І. Огієнка. Філологічні науки. 2015. Вип. 40. С. 97–100.
2. Бернацька С. Роль і вплив інтернет-комунікації на сучасну культуру мовлення. Вісник науки та освіти. 2023. № 4(10). С. 62–75.
3. Овчеренко Л. Роль української мови в сучасній цифровій епосі: зміни в мовленні під впливом технологій. 2026. URL : <https://vseosvita.ua/library/rol-ukrainskoi-movy-v-suchasni-tsyfrovii-eposi-zminy-v-movlenni-pid-vplyvom-tekhnohii-942738.html>
4. Кулик О. Коментування публікацій в інтернет-виданнях як один із способів вираження культури мовлення у мережі. Культурологія в НаУОА. URL : <http://kulturolog.org.ua/i-conference/2012/109-infconf2012/543-kulyk.ht>.
5. Пустовіт Л. Словник іншомовних слів. Київ. Довіра. 2000. 903 с.

ТРУДНОЩІ УНІФІКАЦІЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Наталія ЄЛЬНІКОВА

*канд. філол. наук, завідувач кафедри гуманітарних дисциплін та
українознавства Харківського національного університету внутрішніх справ*

На сучасному етапі розвитку української державності питання європейської інтеграції перейшло з площини політичних декларацій у сферу інтенсивної законотворчої та термінологічної роботи. Процес адаптації національного законодавства до права Європейського Союзу вимагає не просто механічного перекладу тисяч сторінок нормативних актів, а глибокої концептуальної гармонізації та уніфікації юридичної термінології. Убачаємо в цьому процесі фундаментальний виклик для української лінгво-юридичної традиції, оскільки мова права є не лише інструментом комунікації, а й формою існування правової культури. Уніфікація юридичної термінології в контексті євроінтеграції стикається з низкою труднощів, зумовлених асиметрією правових систем, лінгвістичними особливостями української мови та специфікою наднаціонального дискурсу ЄС, що призводить до формування унікального мовного явища – українського євролекту. Актуальність дослідження зумовлена тим, що від точності й однозначності юридичних термінів безпосередньо залежить реалізація принципу правової визначеності, який є фундаментальним елементом верховенства права. Отримання Україною статусу кандидата на вступ до ЄС у 2022 р. прискорило темпи правової апроксимації, що виявило значні лакуни та суперечності в українському юридичному словнику. Труднощі уніфікації полягають у тому, що багато концептів права ЄС не мають прямих генетичних відповідників у вітчизняній правовій системі, яка довгий час розвивалася в межах іншої парадигми. Філологічний вимір цієї проблеми охоплює аналіз термінів як когнітивних одиниць, що акумулюють спеціальні знання. Уніфікація передбачає усунення синонімії, полісемії та неоднозначності, які в юридичному дискурсі є неприпустимими, оскільки можуть призвести до викривленого правозастосування.

Дослідження останнього десятиліття, зокрема праці Л. Бель, свідчать, що перекладацька діяльність інституцій ЄС створює гібридні варіанти національних мов, які іноді віддаляються від загальновживаної літературної норми, стаючи «наднаціональними» за своєю суттю [3]. Для України це означає необхідність балансування між збереженням автентичності юридичної мови та потребою в точній передачі змісту європейських стандартів.

У сучасній юридичній лінгвістиці під «євролектом» розуміють специфічний різновид національної мови, що використовується в межах Європейського Союзу як суверенної організації. Об'єктом аналізу виступає не автономна лінгвосистема, а сукупність спільних ізоглос і дискурсивних стратегій, що виникають унаслідок інтенсивної інтерференції офіційних мов ЄС. Цей процес зумовлений уніфікацією правничої термінології та постійною перекладацькою практикою в межах інституційної комунікації [1, с. 16]. Дослідниця А. Чеботарьова констатує, що лінгвальна архітектура європейського права базується на синтезі галузевого термінофонду, аббревіатур та усталених номенклатурних номінацій. Окрему увагу автор приділяє функціонуванню асимільованих термінологічних сполук як невід'ємної складової цього дискурсу [2].

Ми спостерігаємо унікальне явище, коли традиційний український юридичний лексикон стикається з концептами права ЄС. Це не просто запозичення нових слів, а глибинне розмивання значень. Усталені українські терміни починають вбирати в себе нові конотації, що призводить до явища семантичної дифузії. Межі між національними поняттями та європейськими категоріями стають проникними, створюючи гібридні смислові структури, які потребують філігранного тлумачення, аби уникнути юридичних колізій.

Мова європейських інституцій має виразну тенденцію до номіналізації. В українському юридичному дискурсі, який історично тяжів до більшої динамічності, ми бачимо поступове витіснення дієслівних конструкцій розлогими іменними ланцюжками. Хоча іменний стиль додає текстам офіційності та певної статичної монументальності, він водночас створює когнітивне навантаження. Для українського мовного середовища надмірне нагромадження іменників у непрямих відмінках часто ускладнює сприйняття «живого» змісту норми, роблячи текст більш герметичним. На стилістичному рівні відбувається своєрідна конвергенція різних регістрів. Традиційний український офіційно-діловий стиль, відомий своєю суворою нормативністю та однозначністю, зустрічається з особливим стилем європейських директив. Європейський дискурс часто оперує «гнучкими» формулюваннями, які мають на меті окреслити загальну рамку чи вектор (так зване *soft law*). Це породжує стилістичний гібрид, де в одному документі можуть співіснувати безапеляційні імперативи національного права та адаптивні, подекуди оціночні конструкції європейського зразка.

Отже, труднощі уніфікації юридичної термінології в контексті європейської інтеграції України є відображенням глибинних процесів адаптації національної ідентичності до глобальних стандартів. Сформований під впливом перекладу

український євролект демонструє риси гібридності, що, з одного боку, дозволяє точно передавати норми *acquis*, а з іншого – створює ризики відчуження юридичної мови від національної традиції. Уніфікація термінології – це не лише технічна робота перекладачів, а й стратегічне завдання для всієї правової системи. Від того, наскільки влучно та однозначно ми зможемо назвати нові для нас правові явища, залежатиме якість майбутнього українського законодавства та його здатність ефективно функціонувати в межах єдиного європейського правового простору.

Список використаних джерел:

1. Славова Л., Карабан В. Українська мова та євролект як мовна пара в перекладі. Посібник з перекладу актів права ЄС українською мовою. Частина Б. 2024. С. 8–43.
2. Чеботарьова А. Деякі проблеми перекладу Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2017. № 31. Т. 3. С. 168–173.
3. Biel L. From national to supranational institutionalisation: a microdiachronic study of the post-accession evolution of the Polish Eurolect. *Perspectives*. 2023. 31(4). P. 672–689.

ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ

Оксана ЗУБЕНКО

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Національного університету “Полтавська політехніка імені Ю. Кондратюка”

Анатолій ЛЕВКОВ

канд. мед. наук, доцент,

доцент кафедри фізичної терапії та ерготерапії

Національного університету “Полтавська політехніка імені Ю. Кондратюка”

Вступ та актуальність проблеми. Процеси глобальної цифровізації, що охопили всі сфери людської життєдіяльності, спричинили фундаментальні трансформації в системі вищої медичної освіти. У парадигмі смислових перетворень, що є центральною темою даної конференції, особливої ваги набуває питання збереження та розвитку мовної компетентності майбутніх фахівців. Для галузі охорони здоров'я, а саме для фахівців із фізичної терапії та ерготерапії, мова постає не лише як засіб передачі інформації, а як повноцінний терапевтичний інструмент. У цьому контексті слід зазначити, що мовна культура медичного працівника в умовах діджиталізації стає складником стратегічного капіталу територіальних громад, адже саме через якісну професійну комунікацію формується рівень суспільної довіри до системи охорони здоров'я та державних інституцій загалом [11, с. 42]. Сучасні суспільні виклики вимагають від реабілітолога не лише володіння мануальними техніками, а й здатності створювати смислово точний цифровий контент, який є безпечним та зрозумілим для пацієнта.

Сучасний виклик полягає у тому, що стрімка діджиталізація освітнього простору часто супроводжується спрощенням мовних норм, поширенням мережевого сленгу та втратою стилістичної точності. У контексті підготовки реабілітологів це створює певні ризики, адже професійна комунікація в цій сфері вимагає надзвичайної чіткості, емпатії та бездоганного володіння термінологічним апаратом. Актуальність нашої розвідки зумовлена необхідністю пошуку балансу між використанням новітніх цифрових інструментів та підтриманням високого рівня академічної мовної культури в медичному середовищі. Більше того, законодавчі вимоги щодо функціонування української мови як державної в усіх сферах публічного життя, включаючи медичну документацію, ставлять перед закладами вищої освіти завдання з

виховання мовної стійкості студента, яка є бар'єром проти професійної деформації в агресивному інформаційному середовищі.

Теоретичний аналіз соціокомунікаційної складової в реабілітації. Розглядаючи мовну компетентність як складову стратегічного капіталу фахівця, слід звернути увагу на її багатокомпонентну структуру. Вона включає лінгвістичний, прагматичний, соціокультурний та віднедавна – цифровий аспекти. У фізичній терапії та ерготерапії взаємодія «терапевт–пацієнт» будується на довірі, яка значною мірою формується через вербальний канал. Те, як спеціаліст формулює інструкції, як описує механіку рухів та як проводить психологічну підтримку, безпосередньо корелює з комплаєнсом (готовністю пацієнта виконувати призначення) та кінцевим результатом реабілітації. Як зазначає О. Я. Пришляк [12, с. 95], комунікативна компетентність майбутнього медика в епоху цифрових комунікаційних технологій трансформується у «цифрову емпатію» – здатність передавати професійні сенси та надавати емоційну підтримку через текстові та відеоканали зв'язку. Це вимагає від студента не просто грамотності, а вміння адаптувати науковий стиль до потреб пацієнта, уникаючи надмірної термінологізації або, навпаки, побутового спрощення.

Цифрова трансформація додає до цієї взаємодії нові медіатори: електронні медичні карти, телемедичні платформи, мобільні додатки для реабілітації та професійні соціальні мережі. У цьому середовищі «слово» стає цифровим кодом. Відтак, будь-яка мовна неточність, некоректне використання медичного терміна або порушення культури мовлення в цифровому просторі може призвести до хибної інтерпретації фахових даних іншими членами мультидисциплінарної команди або самим пацієнтом. Це піднімає питання інформаційної безпеки, оскільки точність мовного вираження в медичних базах даних є фундаментом для коректної роботи алгоритмів штучного інтелекту, які все частіше залучаються до діагностики та прогнозування результатів реабілітації [13, с. 16].

Розширена методологія та детальний опис етапів дослідження. Для забезпечення валідності та об'єктивності висновків нами було розроблено та реалізовано комплексне лонгitudне дослідження, яке тривало протягом двох навчальних семестрів. Дизайн дослідження передбачав поєднання кількісних та якісних методів аналізу, що дозволило отримати багатогранну картину трансформаційних процесів. Методологічна сітка дослідження базувалася на принципах системності та професійної спрямованості, що дозволило інтегрувати мовні вправи безпосередньо у фахові дисципліни кафедри фізичної терапії та ерготерапії.

Перший етап: діагностично-констатувальний. На цьому етапі було проведено вхідний зріз знань серед 75 студентів спеціальності «Терапія та реабілітація». Як діагностичний інструмент було обрано завдання, що максимально наближене до реальної клінічної практики: студентам було запропоновано підготувати розгорнутий реабілітаційний епікриз для пацієнта з постінсультним геміпарезом, використовуючи лише базове програмне забезпечення (текстовий редактор без автоматичної перевірки граматики). Оцінювання робіт проводилося за спеціально розробленою матрицею, яка включала такі критерії: 1) точність використання клінічної термінології; 2) дотримання орфографічних та пунктуаційних норм; 3) стилістична узгодженість та логічна структура тексту; 4) адекватність використання професійної лексики для опису функціональних порушень. Результати цього етапу виявили системні проблеми: 58 % робіт містили значні термінологічні помилки (наприклад, плутання понять «спастичність» та «ригідність»), а в 72 % текстів спостерігалось надмірне використання пасивних конструкцій та русизмів, що є наслідком впливу застарілої навчальної літератури. Додаткове анкетування показало, що понад 65 % студентів при виникненні сумнівів щодо написання терміна звертаються до загальних пошукових систем, а не до фахових медичних словників, що лише поглиблює проблему термінологічної неточності.

Другий етап: формувальний. Учасники були розподілені на експериментальну (n=40) та контрольну (n=35) групи. Контрольна група продовжувала навчання за стандартною програмою. Для експериментальної групи було впроваджено спеціальний факультативний курс «Цифрові комунікації в реабілітації». В рамках курсу студенти пройшли низку тренінгів з використання сучасних цифрових інструментів: онлайн-словники медичних термінів (зокрема, платформи з доказовою базою), системи перевірки граматики та стилю (з акцентом на критичне осмислення автоматичних правок), а також симуляційні платформи для ведення електронних медичних карт. Ключовим елементом навчання став метод «рефлексивного письма», де студенти не просто виправляли помилки, а письмово обґрунтовували свій вибір того чи іншого терміна чи синтаксичної конструкції, посилаючись на академічні джерела. Особлива увага приділялася роботі з Міжнародною класифікацією функціонування (МКФ), де точність перекладу та вживання дескрипторів українською мовою є критично важливою для міжнародної інтеграції вітчизняної системи реабілітації. Студенти вчилися диференціювати поняття «активність», «участь» та «обмеження життєдіяльності» в цифровому форматі звітності.

Третій етап: контрольньо-аналітичний. Після завершення курсу було проведено повторний зріз знань за аналогічним завданням. Для обробки результатів використовувався метод компаративного аналізу. Крім того, були проведені фокус-групові дискусії зі студентами експериментальної групи для отримання якісних даних про їхній досвід. Аналіз показав суттєву позитивну динаміку в експериментальній групі: кількість термінологічних помилок зменшилася на 85 %, а показник стилістичної коректності зріс на 70 %. Студенти контрольної групи продемонстрували незначне покращення (близько 15 %), що можна пояснити загальним навчальним прогресом. Якісний аналіз фокус-груп показав, що студенти почали сприймати мову не як формальність, а як інструмент клінічного мислення, що дозволяє більш точно структурувати інформацію про пацієнта та уникати діагностичних неточностей. Важливо зазначити, що студенти експериментальної групи відзначили зростання впевненості при спілкуванні в професійних месенджерах, що вказує на подолання комунікативних бар'єрів у цифровому просторі.

Проведене дослідження дозволяє сформулювати низку глибоких висновків, які виходять за межі суто педагогічного аналізу та стосуються фундаментальних аспектів соціокомунікаційної науки в медичній сфері.

1. Мовна компетентність як основа клінічної безпеки. Наше дослідження переконливо доводить, що цифрова трансформація освіти не зменшує, а навпаки, посилює відповідальність за мовну культуру. В епоху електронних медичних записів, де інформація миттєво стає доступною для всієї мультидисциплінарної команди, будь-яка мовна помилка може призвести до невірної інтерпретації клінічної картини та, як наслідок, до неправильно обраної стратегії реабілітації. Таким чином, мовна грамотність перестає бути суто гуманітарною цінністю і стає ключовим компонентом безпеки пацієнта. Висока культура мовлення в цифровому середовищі є практичним інструментом мінімізації медичних помилок. В умовах цифрового суспільства мова реабілітолога трансформується у фактор мобілізації соціального капіталу громади через підвищення грамотності пацієнтів у питаннях здоров'я.

2. Діджитал-інструменти як дидактичний ресурс для рефлексії. Результати експерименту демонструють, що цифрові інструменти (словники, коректори) є найбільш ефективними не як засоби автоматичного виправлення, а як стимулятори для глибокої когнітивної роботи. Процес вибору правильного терміна з кількох запропонованих варіантів, необхідність верифікації інформації за допомогою доказових баз даних – все це сприяє розвитку навичок критичного мислення. Студент перестає бути пасивним реципієнтом знань, а стає активним архітектором власного професійного мовлення. Ми спостерігаємо перехід від

парадигми «знати правила» до парадигми «розуміти логіку мови». Це корелює з трендами сучасної освіти, де цифрові мистецькі практики та дизайн тексту стають невід'ємною частиною професійної самопрезентації фахівця.

3. Необхідність подолання хибної дихотомії «технарів-гуманітарії» в медицині. Успішна реабілітація є результатом холістичного підходу, де біомеханічні знання та технологічні навички нерозривно пов'язані з умінням будувати терапевтичний альянс із пацієнтом. Мовна компетентність є тим містком, що поєднує ці дві сфери. Наше дослідження підкреслює необхідність глибокої інтеграції мовних дисциплін у професійний блок підготовки реабілітологів. Це дозволить сформувати у майбутніх фахівців цілісне уявлення про те, що слово лікаря має таку ж терапевтичну силу, як і правильно виконана фізична вправа. Така синергія знань є відповіддю на глобальні суспільні виклики та сприяє формуванню нової соціально-гуманітарної парадигми в медицині.

Перспективи подальших розвідок. Отримані результати відкривають широке поле для подальших наукових пошуків. Перспективними напрямками є: розробка та валідація стандартизованого тесту для оцінки рівня цифрової комунікативної компетентності медичних працівників; дослідження впливу телемедичних консультацій на якість комунікації та комплаєнс пацієнтів; аналіз етичних аспектів використання штучного інтелекту для генерації медичної документації та комунікації з пацієнтами. Окрему увагу слід приділити розробці україномовних цифрових онтологій у сфері фізичної терапії для забезпечення термінологічної єдності на національному рівні.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Т. Післясмак мови війни: соціолінгвістичний вимір. Мова. Суспільство. Журналістика: Зб-к матеріалів XXII міжн. науково-практ. конф. (Київ, 8 квітня 2022 р.). Київ : Видавець Паливода А. В., 2022. С. 45–60.
2. Стишов О. Українська лексика кінця XX ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): монографія. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2023. С. 388.
3. Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в Державному податковому університеті від 30.01.2025. URL: <https://surl.li/eqodgl> (дата звернення: 14.05.2026).
4. Кодекс академічної доброчесності Державного податкового університету (нова редакція від 29.06.2023). URL: <https://surl.li/ugqztx> (дата звернення: 14.05.2026).
5. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 14.05.2026).

6. Кастельс М. Інформаційна епоха: економіка, суспільство та культура. Київ: К.І.С. 2006. 600 с.
7. Шевченко Л. Стилїстика української літературної мови: функціонально-семантичний аспект. Київ. Київський університет. 2018. 350 с.
8. Різун В. Теорія масової комунікації. Київ: Просвіта, 2008. С. 260
9. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ. Академія. 2004. 344 с.
10. Лист МОН України № 1/2017-24 від 06.02.2024 р. щодо припинення будь-яких форм наукової співпраці з резидентами рф та рб. URL: <https://surl.li/igbmvj> (дата звернення: 14.05.2026).
11. Літвиненко С. Українська медична термінологія у фаховому вимірі: монографія. Полтава. ПДМУ. 2021. 215 с.
12. Пришляк О. Комунікативна компетентність майбутнього лікаря: навчальний посібник. Тернопіль. ТНМУ. 2019.
13. Герман Л. Цифрові технології в сучасній медичній освіті: виклики та перспективи. Полтава. ПДМУ. 2023. С. 14–19.
14. Ковальська Т. Формування термінологічної компетентності майбутніх фахівців з реабілітації. Науковий часопис НПУ імені М. Драгоманова. 2021. Вип. 81. С. 56–62.
15. Вакуленко Л. Українська мова за професійним спрямуванням для медичних спеціальностей: навчальний посібник. Київ: КНИГА-ПЛЮС, 2022. С. 240.
16. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава. Довкілля-К. 2008.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ЕТИЧНИЙ БАР'ЄР АВТЕНТИЧНОСТІ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ЗГЕНЕРОВАНИЙ КОНТЕНТ

Максим ЗЮБАНОВ

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Державного
податкового університету*

Ці тези не написані штучним інтелектом. Вони написані людиною за допомогою штучного інтелекту. Ця заява може здатися незвичною для наукової конференції, але саме в ній криється ключ до розв'язання етичної дилеми нашого часу. Ми стоїмо перед обличчям тектонічних змін: сьогодні чинити спротив інтеграції штучного інтелекту (ШІ) у ділове життя – це все одно, що свого часу протестувати проти електромобілів, намагаючись зберегти вічну монополію двигунів внутрішнього згоряння. Еволюція технологій не питає нашого дозволу; вона просто створює новий ландшафт, у якому нам доводиться жити. Питання не в тому, чи варто використовувати ці інструменти, а в тому, яку етичну ціну ми готові заплатити за ефективність.

Головний етичний бар'єр у сучасній комунікації – це бар'єр автентичності. Як зазначають дослідники проблематики AI-МС (ділової комунікації, опосередкованої ШІ), здатність алгоритмів імітувати наміри та емоції формує феномен «алгоритмічної суб'єктивності» [5]. Це явище ставить під загрозу фундаментальні реляційні основи B2B-взаємодії – щирість, довіру та унікальний голос компанії [3, с. 66]. В еру великих мовних моделей ми ризикуємо втратити ту саму «людську іскру», яка робить діловий діалог значущим. Тут пролягає чітка межа.

З одного боку, ми бачимо «людину-копіпастера». Це шлях інтелектуальних лінощів, де фахівець повністю делегує машині не лише написання слів, а й саме продукування сенсів. Коли ми отримуємо текст, який просто згенерував алгоритм без нашої глибокої перевірки, ми стикаємося з актом професійного обману. Це синтетична довіра, яка розсипається при першому ж складному питанні. З іншого боку, з'являється «людина-архітектор». Для архітектора ШІ – це не заміник мозку, а високотехнологічний екзоскелет. Це інструмент, який прискорює рутину, структурує масиви даних і пропонує варіанти, проте відповідальність за «креслення» сенсів завжди залишається в руках автора [3, с. 67]. Етична справедливість полягає в тому, щоб відкрито визнати роль інструмента, але зберегти за собою статус господаря процесу. Адже саме

людина-архітектор володіє тим самим «когнітивним бекапом» – базою знань, яка дозволяє відрізнити блискучу ідею від майстерно оформленої порожнечі.

Проблема кваліфікації сьогодні стає гострішою, ніж будь-коли. ШІ створює ефект «інтелектуального фотошопу»: він робить будь-який текст вилізаним, професійним і переконливим [4]. Але за цим фасадом часто ховається криза знань. В юридичній площині, у навчальному процесі чи у великому бізнесі некритична віра в алгоритм може бути фатальною. Щоб адекватно оцінити якість згенерованої комерційної пропозиції чи тендерної документації, людина повинна знати предметну область краще, ніж сам алгоритм. Без цього ми перетворюємося на сліпих водіїв, що довірилися автопілоту, не знаючи навіть елементарних правил дорожнього руху. Справжня експертність сьогодні – це не лише вміння писати тексти, а вміння виявляти змістові та логічні помилки в тих документах, які формує машина.

Найцікавіший аспект нашої теми – це питання відповідальності. У багатьох виникає спокуса зняти її з себе, переклавши на «технічний збій» чи «помилку нейромережі». Але за аналогією ми не можемо судити автомобіль за дорожньо-транспортну пригоду. Так, автомобіль може мати технічну поломку, але обов'язок вчасного проходження технічного обслуговування (ТО) і контроль за станом машини завжди лежать на власникові. Якщо ти виїхав на дорогу з несправними гальмами – винен ти, а не гальма. Так само працює й логіка зі страховими полісами. Ми не звинувачуємо папірець у тому, що термін його дії закінчився. Це ми, як суб'єкти права, мали простежити за цим терміном. У стосунках із ШІ все ідентично. Алгоритм не має правосуб'єктності [1, с. 10]. Він не має репутації, яку можна зіпсувати, він не має майна, яке можна конфіскувати як компенсацію за збитки. Тому будь-яка «галюцинація» ШІ чи помилка у розрахунках – це особиста відповідальність людини, яка поставила свій підпис під документом.

Ми маємо прийняти факт існування штучного інтелекту не як ворога, а як природний етап нашої еволюції. Проте це прийняття вимагає абсолютно нової етики. Ми повинні відверто визнати: ШІ – це лише блискучий інструмент, але джерелом сенсу завжди залишається людина. Зрештою, принцип «Human-in-the-loop» (людина в контурі управління) – це набагато більше, ніж просто черговий суворий регламент чи вимога європейських регуляторів [2]. Це єдиний чесний формат нашого співіснування з технологіями. Майбутнє ділової комунікації належить не тим, хто навчився найшвидше копіювати відповіді нейромереж. Воно належить тим «архітекторам», які мають власний інтелектуальний фундамент, зберігають людську автентичність і мають сміливість ставити свою репутацію під кожним ухваленим рішенням.

Список використаних джерел:

1. Харитонova О., Харитонов Є. Правове регулювання штучного інтелекту: виклики для цивільного права України в контексті євроінтеграції. Часопис цивілістики. 2023. № 49. С. 5–14.
2. Artificial Intelligence Act : Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council. Official Journal of the European Union. 2024. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj> (дата звернення: 06.05.2026).
3. Cardon P. W. et al. Searching for the Right Metaphors to Understand and Interrogate the AI Age. Business Communication Research and Practice. 2023. Vol. 6 (2). P. 65–68. URL: https://www.e-bcrp.org/archive/view_article?pid=bcrp-6-2-65 (дата звернення: 06.05.2026).
4. Davenport T. H., Mittal N. How Generative AI Is Changing Creative Work. Harvard Business Review. 2022. URL: <https://hbr.org/2022/11/how-generative-ai-is-changing-creative-work> (дата звернення: 06.05.2026).
5. Xu Y. et al. Hybrid cognitive authority and algorithmic subjectivity: rethinking knowledge management in AI-driven communication. Journal of Knowledge Management. 2025. Vol. 29. URL: <https://www.emerald.com/jkm/article/doi/10.1108/JKM-02-2025-0252> (дата звернення: 06.05.2026).

СУРЖИК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ЗАГРОЗА МОВНІЙ ІДЕНТИЧНОСТІ ЧИ НОВА КОМУНІКАТИВНА НОРМА?

Єлизавета КОЛОСОВА

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Державного податкового університету*

Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри
соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового
університету*

Соціальні мережі стали своєрідним дзеркалом мовних звичок українського суспільства. Саме тут особливо виразно проявляється явище суржику – змішаного мовлення, що поєднує елементи української та російської мов. Якщо раніше суржик вважався переважно явищем усного побутового мовлення, нині він проникає в письмову комунікацію соціальних мереж, набуваючи нових [1].

Суржик як мовне явище в українському мовознавстві досліджується давно, проте його цифровий вимір залишається відносно новою темою. У соціальних мережах суржик виявляється на кількох рівнях: лексичному (вживання русизмів замість українських відповідників: «любий» замість «будь-який», «співпадає» замість «збігається»), фонетичному (написання слів за принципами російської фонетики) та граматичному (калькування російських синтаксичних конструкцій) [2, с. 47].

Після 2022 р. мовна ситуація в українському сегменті соціальних мереж суттєво змінилась. Масовий перехід користувачів на українську мову спричинив парадоксальний ефект: велика кількість людей, для яких російська була домінантною мовою спілкування, почали писати українською, однак зберігаючи звичні мовні патерни. Так виник новий тип цифрового суржику – «перехідне мовлення», в якому щира спроба говорити українською поєднується з мимовільним відтворенням русифікованих форм [3].

Аналіз коментарів у популярних українських Telegram-каналах та Instagram-акаунтах свідчить про те, що суржик виконує різні комунікативні функції залежно від контексту. В одних випадках він є маркером невимушеного, «свійського» спілкування між однолітками. В інших – виявляє реальний рівень мовної компетентності автора. Варто також зазначити, що деякі блогери свідомо використовують суржикові елементи як стилістичний прийом для створення гумористичного ефекту або підкреслення автентичності [1].

Дискусійним залишається питання: чи є суржик у соціальних мережах загрозою чи нормою? Прихильники першої позиції наголошують, що масове відтворення змішаного мовлення в публічному просторі інтернету закріплює неправильні мовні

форми, особливо серед молоді, яка формує свій мовний досвід значною мірою через цифрове середовище [2, с. 112]. Натомість дослідники, які розглядають суржик як соціолінгвістичне явище, вказують на його природність у контексті мовного переходу суспільства та застерігають від надмірного нормативізму [4].

Важливу роль у подоланні суржику відіграє цифрова мовна культура. Популярні в соціальних мережах акаунти, присвячені правильній українській мові («Без суржику», «Як правильно по-українськи» тощо), демонструють значний суспільний запит на мовну самоосвіту. Онлайн-словники, чат-боти для перевірки слів і автоматичні підказки у смартфонах стають інструментами, які допомагають користувачам позбуватися русизмів у повсякденному мовленні [5].

Показово, що алгоритми соціальних мереж не розрізняють суржик і нормативну мову – відтак відповідальність за якість публічного мовлення повністю лежить на самому користувачеві. Це ставить перед системою освіти нове завдання: формувати в молоді не лише грамотність у класичному розумінні, а й усвідомлене ставлення до власного мовлення в цифровому просторі як до публічної комунікативної дії [3].

Таким чином, суржик у соціальних мережах є складним і неоднозначним явищем, яке відображає реальний стан мовного переходу українського суспільства. Воно потребує не засудження, а системного підходу: підвищення мовної свідомості, розвитку цифрових інструментів підтримки української мови та формування культури відповідального публічного мовлення в онлайн-середовищі.

Список використаних джерел:

1. Данилевська О. Мова в соціальних мережах: норма і відхилення. Українська мова. 2023. № 3. С. 28–41.
2. Коць Т. Суржик у цифровому комунікативному просторі: соціолінгвістичний аспект. Мовознавство. 2022. № 4. С. 44–58.
3. Мозгова Н., Остапченко В. Мовна ідентичність українців в умовах воєнного часу: виклики та перспективи. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2023. № 58. С. 112–117.
4. Стасюк Т. Нормативізм і варіативність у сучасній українській мові: дискурс соціальних медіа. Українська мова і literature в школах України. 2024. № 1. С. 34–40.
5. Харченко С. Цифрові інструменти підтримки мовної норми: досвід і перспективи. Українська мова. 2022. № 2. С. 65–74.

МОВНА СТІЙКІСТЬ АГРОНОМА В УМОВАХ ДВОМОВНОГО СІЛЬСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Антоніна КРИЦЬКА

викладач кафедри суспільно-гуманітарних наук Одеського державного аграрного університету

Марія ШАРКОВА

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП “Агрономія”
Одеського державного аграрного університету*

Мовна стійкість – це використання певної мови із сукупністю лексичних, граматичних, фонетичних та стилістичних елементів у щоденному спілкуванні незалежно від місця знаходження [3].

І. Цар у статті «Мовна стійкість, мовна толерантність і мовний конформізм в повсякденному спілкуванні молоді» з'ясовує співвідношення таких фундаментальних понять як «мовна стійкість», «мовний конформізм» та «мовна толерантність». На основі аналізу диктофонних записів буденного мовлення киян автор зазначає особливості проявів мовної стійкості та фактори, що зумовлюють перемикання кодів у повсякденному спілкуванні. Це спричинене переважно «комунікативною метою, потребою цитування, переданням прямої мови, вживанням фразеологізмів, повторенням іншомовного фрагмента висловлювання, а також прагненням надати висловлюванню експресивності» [4].

Науковиці Л. Коваленко та С. Жарая зазначають, що «формування національномовної свідомості громадянина держави в умовах новітнього етапу розвитку українського суспільства відповідає викликам сьогодення» [3].

Вони аргументують, що цей процес не є ізольованим, а включає тісну співпрацю з представниками інших народностей України. З огляду на національно-політичні реалії, науковиці акцентують на важливості мовної стійкості керівних кадрів як суб'єктів, що безпосередньо впливають на мовну поведінку широких верств населення.

Явище білінгвізму охоплює понад 70% людей у світі, сприяючи когнітивному розвитку. Коли людина щодня перемикається між мовами, її мозок постійно зберігає два набори слів. Він тренує виконавчі функції, які дозволяють ігнорувати зайве, утримувати інформацію в робочій пам'яті та швидко міняти стратегію. Мозок людини, яка володіє декількома мовами, працює ефективніше та реагує швидше. Це не тільки за умови, що людина народилася та зростала в

середовищі з двома мовами спілкування. Дослідження довели, що ефект помітний навіть у дорослих, які вивчили другу мову після 10 років [2].

В сучасних умовах ринку праці найбільш потрібними стають фахівці, що не тільки добре володіють своєю спеціальністю, а й здатні швидко адаптуватися й освоювати нові знання та навички, володіють аналітичним мисленням та можуть критично мислити та грамотно висловлювати свої думки.

Мова постає як важливий інструмент у професійній діяльності агронома, адже саме завдяки спілкуванню ми доносимо інформацію до інших людей. Багато залежить від того, наскільки доцільно агроном використовуватиме мову професійного спрямування, щоб працівники мали однакове розуміння щодо виконання своїх функцій та якісно виконували виробничі процеси. Особливо це стосується полімовних середовищ, які є досить поширеними на Одещині.

За даними Всеукраїнського перепису населення 2001 р., етнічна структура Одеської області включає понад 130 національностей і етнічних груп: українці – 62,8%, болгари – близько 6,1%, молдавани – близько 5,0%, гагаузи – приблизно 1,1%, інші етнічні групи представлені менш численно, але також впливають на культурно-мовний простір регіону [4].

Через таку багатонаціональність у нашій місцевості білінгвізм є досить поширеним. Тому агроном виступає як «місток» самоідентифікації та авторитету. Використання чіткої, грамотної, професійної мови є психологічною дистанцією агронома як фахівця, якому довіряють. Внутрішню стабільність та принциповість лідера підкреслює здатність зберігати українську професійну мову в будь-яких випадках.

Звідси ми розуміємо, що мовне середовище Одещини не є рівнозначним, а функціонує як складна система комунікації, де різні мови виконують різні громадські функції. Розглядаючи вагомість мов, можемо зазначити, що українська мова є державною та використовується на офіційному рівні. Але водночас національні меншини Одещини зберігають і використовують свої рідні мови в побуті та культурному житті.

З психологічного боку це створює для агронома складні умови для професійної взаємодії. Через це агроном опиняється в ситуації необхідності швидкої мовної адаптації залежно від працівників та громадськості. Така практика є нормальною для полімовного середовища, однак вона впливає на стабільність професійного мовлення.

Мовну стійкість у цьому контексті слід розуміти як здатність агронома свідомо використовувати українську мову в професійній діяльності. Це демонструє внутрішню стабільність і принциповість лідера. Агроному доводиться займатися «психологічним перекладом» аграрної термінології так,

щоб не виникло відчуття меншовартості чи розгубленості. Це пов'язано не лише з мовною ідентичністю, а й із комунікативною гнучкістю, яка стає в пригоді для налагодження контакту в багатомовному середовищі.

Важливо, що знання декількох мов не суперечить використанню української як державної, а навпаки, допомагає краще взаємодіяти з місцевою спільнотою. Агроном у такому середовищі виступає як людина, яка може поєднувати професійну діяльність з умінням комунікувати з представниками різних мовних груп і це сприяє кращій організації роботи та взаєморозумінню в колективі.

Агроном має володіти комунікативною гнучкістю та стресостійкістю постійно. Багатомовність агронома не розриває його ідентичності, а навпаки – підкреслює демократизм українського суспільства, в якому українська мова залишається непорушним каркасом професійної діяльності, звітності та документації, що забезпечує єдність не лише технологічних стандартів у професійній білінгвальності.

Список використаних джерел:

1. Мовна стійкість державних службовців і посадових осіб як ключова риса громадянина українського суспільства. Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Екологія. Публічне управління та адміністрування». Наукові видання КЗВО «Вінницька академія безперервної освіти». URL: <https://journals.academ.vinnica.ua/index.php/eco-pa/article/view/89> (дата звернення: 12.04.2026).

2. Сидоренко С. Мова спілкування впливає на мозок людини – дослідження. Новини України і світу сьогодні. Головні і останні новини дня на Главкомі. URL: <https://glavcom.ua/amp/country/science/mova-spilkuvannja-vplivaje-na-mozok-ljudini-doslidzhennja-917103.html> (дата звернення: 12.04.2026).

3. Учасники проєктів Вікімедіа. Мовна стійкість – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Мовна_стійкість (дата звернення: 12.04.2026).

4. Учасники проєктів Вікімедіа. Населення Одеської області – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Населення_Одеської_області (дата звернення: 12.04.2026).

5. Цар І. Мовна стійкість, мовна толерантність і мовний конформізм в повсякденному спілкуванні молоді / І. М. Цар. Психолінгвістика. 2016. Вип. 19(2). С. 68-77. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2016_19\(2\)__8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2016_19(2)__8).

КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФІЗИЧНОГО ТЕРАПЕВТА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИХИЛЬНОСТІ ПАЦІЄНТІВ ДО РЕАБІЛІТАЦІЇ

Анатолій ЛЕВКОВ

*канд. мед. наук, доцент кафедри фізичної терапії та ерготерапії
Національного університету "Полтавська політехніка імені Ю. Кондратюка"*

Катерина КОЛІСНИК

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності "Фізична терапія, ерготерапія"
Національного університету "Полтавська політехніка імені Ю. Кондратюка"*

Сучасна фізична терапія є не лише системою лікувально-відновлювальних методик, а й процесом постійної професійної комунікації між фахівцем і пацієнтом. У реабілітації результат залежить не тільки від правильності підібраних вправ, інтенсивності навантаження чи використання технічних засобів, а й від того, наскільки пацієнт розуміє мету втручання, довіряє спеціалісту та готовий регулярно виконувати рекомендації. У документах Всесвітньої організації охорони здоров'я реабілітація розглядається як комплекс дій, спрямованих на оптимізацію функціонування людини, що потребує активної участі самого пацієнта [1]. Професійний опис фізичної терапії також акцентує на пацієнтоцентрованості та міжособистісній взаємодії як складниках якісної допомоги [2].

Метою тез є обґрунтування значення комунікаційної компетентності фізичного терапевта для підвищення прихильності пацієнтів до реабілітаційної програми. Під прихильністю доцільно розуміти усвідомлену й послідовну участь людини у відновленні: відвідування занять, виконання домашніх завдань, дотримання рухового режиму, ведення самоспостереження та своєчасне інформування фахівця про зміни стану. Низька прихильність часто пов'язана не з небажанням лікуватися, а з нерозумінням завдань терапії, страхом болю, завищеними очікуваннями або відсутністю емоційної підтримки.

Комунікаційна компетентність фізичного терапевта охоплює вміння пояснювати складну професійну інформацію зрозумілою мовою, формулювати реалістичні цілі, слухати пацієнта, ставити відкриті запитання та коректно реагувати на сумніви. Важливими є також емпатія, тактовність, зворотний зв'язок і здатність адаптувати повідомлення до віку, рівня освіти, психологічного стану та попереднього досвіду пацієнта. Наприклад, фраза «Вам потрібно більше працювати» може сприйматися як осуд, тоді як пояснення «Спробуємо

поступово збільшити активність, щоб повернути впевненість у русі» підтримує співпрацю та зменшує тривогу.

Наукові дослідження підтверджують, що якість взаємин між терапевтом і пацієнтом впливає на результати фізичної реабілітації. У систематичному огляді А. Hall та співавторів підкреслено, що терапевтичний альянс асоціюється з кращими функціональними показниками, зменшенням болю та більшою задоволеністю лікуванням [3]. Подібні висновки зроблено і щодо пацієнтів із хронічним болем у попереку: сильніший альянс між клініцистом і пацієнтом прогнозує кращий результат втручання [4]. Отже, комунікація не є другорядною навичкою, а виступає частиною клінічної ефективності.

Особливого значення комунікація набуває на первинній консультації. Саме тоді пацієнт оцінює професіоналізм фахівця, безпечність запропонованої програми та власні перспективи відновлення. Доцільними є коротке пояснення діагностичних висновків, спільне визначення цілей, демонстрація вправи, уточнення можливих обмежень і домовленість про критерії прогресу. Якщо пацієнт розуміє, чому виконує конкретну дію, він частіше дотримується програми та менш схильний припиняти заняття після перших труднощів.

У цифровому середовищі комунікаційна компетентність доповнюється вмінням підтримувати контакт дистанційно. Відеоінструкції, онлайн-консультації, електронні щоденники та нагадування можуть підсилювати безперервність реабілітації між очними зустрічами. Водночас телереабілітація потребує чітких інструкцій, контролю безпеки та коректного зворотного зв'язку. Огляд досліджень Р. Seron та співавторів засвідчує потенціал телереабілітації у фізичній терапії, проте її ефективність залежить від організації процесу й активної участі пацієнта [5].

Отже, комунікаційна компетентність фізичного терапевта є вагомим чинником підвищення прихильності пацієнтів до реабілітації. Вона забезпечує зрозумілість терапевтичного плану, формує довіру, допомагає зменшити страх перед рухом і підтримує мотивацію до систематичної роботи. Для підготовки майбутніх фахівців спеціальності 227 «Фізична терапія, ерготерапія» доцільно ширше використовувати симуляційні заняття, аналіз клінічних ситуацій, тренування емпатичного інтерв'ювання та розвиток навичок пацієнтоцентрованого консультування.

Список використаних джерел:

1. Rehabilitation in health systems: guide for action. Geneva : World Health Organization, 2019. URL: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241515986> (дата звернення: 15.05.2026).
2. Description of physiotherapy. World Physiotherapy, 2023. URL: <https://world.physio/sites/default/files/2024-01/PS-2023-Description.pdf> (дата звернення: 15.05.2026).
3. Hall A. M., Ferreira P. H., Maher C. G., Latimer J., Ferreira M. L. The influence of the therapist-patient relationship on treatment outcome in physical rehabilitation: a systematic review. *Physical Therapy*. 2010. Vol. 90, No. 8. P. 1099–1110. DOI: 10.2522/ptj.20090245.
4. Ferreira P. H., Ferreira M. L., Maher C. G., Refshauge K. M., Latimer J., Adams R. D. The therapeutic alliance between clinicians and patients predicts outcome in chronic low back pain. *Physical Therapy*. 2013. Vol. 93, No. 4. P. 470–478. DOI: 10.2522/ptj.20120137.
5. Seron P., Oliveros M. J., Gutierrez-Arias R. et al. Effectiveness of telerehabilitation in physical therapy: a rapid overview. *Physical Therapy*. 2021. Vol. 101, No. 6. Article pzab053. DOI: 10.1093/ptj/pzab053.

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МОВЛЕННЄВУ КУЛЬТУРУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Ліана НАУМЕНКО

*канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету*

Швидкі темпи розвитку цифрових технологій останнім часом значною мірою впливають на повсякденне життя людини, зокрема й культуру мовлення та правила спілкування. Значне зростання популярності соціальних мереж сприяє цьому і формує нові мовні тенденції, пристосовуючи їх до вимог онлайн-комунікації. Нові технології подеколи спрощують процес спілкування, надають можливість контактувати оперативно, в той же час створюють умови для антиграмотності та змінюють мовні норми [1, С. 304]. Впровадження цифрових технологій у процес комунікації впливає на мовленнєву культуру через використання сленгу, скорочень, емодзі. У науковій літературі навіть з'явилися такі словосполучення «нетикет», «онлайн етикет», «цифровий етикет».

Окремі дослідники звертають увагу на створення нових умов комунікації, які можуть призвести до ослаблення престижу національної мови як результату послаблення вимог до мовних норм, розмивання стильових і стилістичних меж. До того ж використання переважно англійської мови в мережевому середовищі сприяє появі значної кількості запозичень, гібридних словотворень. Також текст у мережі досить часто поєднують з відео, елементами графіки, гіперпосилань [2].

Сучасне спілкування через SMS, електронну пошту, соціальні мережі значною мірою впливає на стиль письмового спілкування та спонукає до переосмислення усталених норм. Це в свою чергу сприяє формуванню нових жанрів з більш гнучкими формами вираження. Тенденція до активного використання поруч із класичними орфографічними та граматичними нормами графічних засобів, символів та інших елементів свідчить про формування нових варіантів мовної комунікації. Зміни в мовних нормах під впливом комп'ютерної медійної комунікації спонукають мовців пристосовуватися до нових реалій життя і можуть сприяти формуванню нових норм [3].

Важливо, щоб активне використання аббревіатур, власне створених скорочень в інтернет мовленні не призвело до зниження рівня грамотності та загальної культури мовлення. З одного боку, завдяки технологіям є чимало можливостей для вивчення різних мов, вибираючи ту чи іншу програму, зручний час, але з іншого, можливий ризик втратити традиційні мовні навички.

Дослідники цього питання вважають, що важливо «зберігати баланс між використанням технологій та збереженням традиційних мовних цінностей. Технології можуть слугувати інструментом для розвитку мовної культури, але важливо не втрачати зв'язок із загальноприйнятими нормами та цінностями мови» [1, с. 306].

У роботах багатьох науковців мова йде про вплив технологій на розвиток мовної культури, що проявляється у збільшенні обсягу письмової форми спілкування (повідомлення, пости, коментарі); зміні структури мовлення (короткі форми, аббревіатури, емодзі); впливові публікацій в Інтернет-мережі (лексика, фразеологія); розвитку голосових повідомлень та команд; розширенні словникового запасу та інш. Застосування технологій зробило більш зручним корегування та виправлення тексту; забезпечило доступ до навчальних матеріалів у зручний час та будь-якому місці; розширило можливості доступу до різних літературних та інформаційних джерел [4, с. 118].

Отож, цифрові технології можуть як позитивно, так і негативно впливати на мовну культуру. З одного боку, вони полегшують та розширюють можливості комунікації, з іншого – можуть впливати на граматичну правильність та стандарти мовлення через використання скорочень та неформальних виразів [5, с. 81].⁹

Мовна культура в цифровому середовищі проявляється у вмінні використовувати мову в Інтернеті, соціальних мережах, електронній пошті, враховуючи загальноприйняті та діючі норми і правила. Тому сьогодні стоїть питання про особливості поєднання норм мовної культури та комунікації в цифровому середовищі. Варто звернути увагу на наступні моменти:

- Розвивати здатність висловлювати думки чітко та лаконічно, використовуючи правила граматики та орфографії.
- Уникати некоректних висловлювань.
- Використовувати різноманітні засоби комунікації, серед них і мультимедійні елементи.
- Важливо пристосовувати свій стиль спілкування до конкретної соціальної мережі чи платформи.
- Дотримуватися в Інтернеті правил спілкування з представниками інших культур.
- Дотримуватися конфіденційності під час цифрової комунікації.

У часи цифровізації важливо розуміти та аналізувати взаємозв'язок між технологіями та мовною культурою. Також важливо зосередити увагу на взаємодії мови та штучного інтелекту.

Вплив цифрових технологій на розвиток мовної культури сьогодні потрібно вивчати, враховувати, бо він відіграє значну роль у спілкуванні. Він має подвійний вплив на розвиток мовної культури у цифровому середовищі. З одного боку, ці технології спрощують та прискорюють процес комунікації, а з іншого можуть зробити мовлення не достатньо точним та виразним. У той же час робота над вдосконаленням навичок використання мовних засобів у цифровому середовищі допоможе зрівноважити ефективність та якість спілкування.

Список використаних джерел:

Павлишинець О., Петришак Б., Бойчук Н. Вплив технологій на розвиток мовної культури: аспекти комунікації в цифровому середовищі. Вісник науки та освіти. 2024. № 3 (21). С. 301–312.

Кравець Л. Українська мова в епоху цифровізації: тенденції, зміни, перспективи. Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія, випуск 12. 2025. С. 18 – 22.

Холод І., Калініченко Т. Вплив цифрових технологій на мовні норми та стилістику в умовах трансформації комунікації у нових медіа. Вісник гуманітарних наук. 2024. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vgn_2024_1_5

Швелідзе Л. Кооперативні комунікативні стратегії взаємодії в соціальних мережах (на матеріалі дописів українських та американських користувачів). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2020. Т. 31(70). № 4. Ч. 3. С. 117–12.

Скиба О. Трансформації в системі наукових комунікацій в інформаційному суспільстві. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць. 2019. Вип. 1. С. 77–82.

СМИСЛОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Людмила ОНУЧАК

*канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов
Державного податкового університету*

Тетяна РУЖЕНЬКА

*старший викладач кафедри іноземних мов
Державного податкового університету*

Сучасний етап розвитку суспільства відзначається динамічними змінами у сфері соціальних комунікацій, які суттєво впливають на академічний дискурс. Наукова комунікація все більше інтегрується у світовий інформаційний простір, і англійська мова дедалі частіше виступає ключовим інструментом міжнародної академічної співпраці. Внаслідок цього академічний дискурс зазнає глибинних змін, що охоплюють мовні, структурні та комунікативні аспекти наукового спілкування.

Академічний дискурс сьогодні розглядається як комплекс мовленнєвих практик, які втілюються в контексті наукової та освітньої діяльності. Головним завданням цього різновиду комунікації є не лише передання наукових знань, але й обґрунтування результатів досліджень, а також забезпечення ефективної взаємодії серед фахівців та дослідників академічного середовища. Значення цього дискурсу важко переоцінити, адже він стає ключовим інструментом обміну ідеями та інноваціями на міжнародній арені [1].

На сучасному етапі розвитку науки англomовний академічний дискурс зазнає численних змін, що зумовлені впливом цифрових технологій, активною міжнародною інтеграцією та виникненням інноваційних підходів до взаємодії в науковій сфері. Один із найпомітніших трендів пов'язаний із цифровізацією наукового спілкування. Проведення онлайн-конференцій, організація вебінарів, використання електронних наукових журналів та платформ сприяють формуванню нових можливостей для поширення ідей наукової спільноти. Усе частіше дослідники звертаються до інтерактивних засобів комунікації, які дозволяють не лише оперативно обмінюватись інформацією, але й адаптувати зміст текстів для розуміння представниками інтернаціональної аудиторії. Це, у свою чергу, додає академічному дискурсу більше гнучкості, динаміки і мультимедійності [2].

Ще одним важливим аспектом еволюції академічного середовища є прагнення до спрощення наукового стилю викладу інформації. Якщо раніше такі

тексти були сповнені складними синтаксичними структурами та значною кількістю вузькопрофільної термінології, то нинішні публікації дедалі частіше орієнтуються на принципи простоти й доступності. Ця тенденція має важливу мету – зробити результати досліджень зрозумілими для глобальної аудиторії, включаючи тих дослідників, для яких англійська мова не є рідною [3].

Крім того, еволюція академічного дискурсу проявляється у зміні підходів авторів до формулювання комунікативних стратегій. Новітні наукові тексти стають більш персоналізованими, орієнтуючись на інтерактивність і встановлення діалогу з читачем. У текстах усе частіше зустрічаються способи залучення аудиторії через модальності, оціночні висловлювання та чіткі аргументативні структури. Це не лише робить інформацію легшою для сприйняття, але й підвищує ефективність взаємодії між авторами й читачами, сприяючи обміну ідеями та формуванню глибшого професійного розуміння. Тож сучасний англомовний академічний дискурс поступово трансформується в бік більшої доступності, відкритості та інтерактивності, зберігаючи при цьому свою основну функцію – сприяння поширенню знань та ідей у контексті глобалізації науки [4, с. 55].

Варто окремо наголосити на значущості проблеми міжкультурної комунікації в англомовному академічному середовищі. Умови глобалізації освіти й науки стимулюють активний обмін між представниками різних культурних традицій, що безпосередньо впливає на характер і зміст академічного дискурсу. Сучасні англомовні наукові тексти демонструють помітну орієнтацію на нейтральність, толерантність і культурну адаптивність [5]. У зв'язку з цим виникає необхідність формування міжкультурної комунікативної компетентності у майбутніх професіоналів.

Додатково важливо звернути увагу на зміну засобів передачі наукової інформації під впливом соціальних мереж і онлайн-спільнот. Академічна комунікація нині виходить за межі традиційних форматів, таких як спеціалізовані журнали чи конференції, і все частіше охоплює нові платформи – блоги, подкасти, відеопрезентації та професійні мережеві платформи. Ці інноваційні форми популяризації наукових знань забезпечують їхню доступність і сприяють розширенню міжнародної співпраці [6].

Іншим визначним фактором є вплив технологій штучного інтелекту, який активно трансформує академічний дискурс. Сучасні цифрові інструменти дозволяють автоматизувати процеси перекладу, редагування текстів, пошуку наукових даних і проведення аналізу. Водночас постає низка викликів, серед яких дотримання принципів академічної доброчесності, визначення авторства та

формулювання етичних норм використання штучного інтелекту у дослідницькій діяльності [7].

Отже, трансформації сучасного англомовного академічного дискурсу є відображенням масштабних змін у галузях науки та освіти. Процеси цифровізації, посилення міжкультурної взаємодії і розвиток нових комунікаційних технологій змінюють не лише структуру і стиль наукових текстів, але й підходи до академічного спілкування загалом. У таких умовах високий рівень володіння англомовним академічним дискурсом стає необхідною складовою професійної компетентності фахівців і ключовою передумовою успішної міжнародної наукової співпраці.

Список використаних джерел:

1. Hyland K. Academic Discourse: English in a Global Context. London : Bloomsbury Publishing, 2021. 312 p.
2. Weller M. 25 Years of Ed Tech. Edmonton : AU Press, 2020. 256 p.
3. Flowerdew J., Li Y. English for Research Publication Purposes. London : Routledge, 2022. 298 p.
4. Paltridge B. Discourse Analysis: An Introduction. 3rd ed. London : Bloomsbury Academic, 2021. 343 p.
5. Baker W. English as a Lingua Franca and Intercultural Communication. Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 287 p.
6. Luzón M. J., Pérez-Llantada C. Science Communication on the Internet. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2021. 276 p.
7. Tlili A., Shehata B., Adarkwah M. A. et al. What if the Devil is My Guardian Angel: ChatGPT as a Case Study of Using Chatbots in Education. Smart Learning Environments. 2023. Vol. 10. № 15. URL: <https://slejournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40561-023-00237-x>.

ETHICAL DILEMMAS OF USING AI-GENERATED CONTENT IN DIGITAL MEDIA: THE PROBLEM OF VERIFICATION AND TRUST EROSION

Sofiia OKHOTA

Master's Degree Student in Economic Journalism, State Tax University

Scientific Supervisor: *Volodymyr Bradov PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Social Communications, Philology and
Culture, State Tax University*

The rapid integration of generative artificial intelligence (AI) into digital media has fundamentally transformed contemporary journalism, reshaping approaches to content production, dissemination, and audience interaction. Unlike earlier automation systems used primarily for transcription, translation, or metadata generation, contemporary generative models increasingly participate in editorial workflows, including news summarization, automated text production, content personalization, and visual generation. Although such technologies significantly increase efficiency and reduce production time, they simultaneously provoke complex ethical dilemmas related to verification, transparency, accountability, and public trust (Zozulia, Trehub and Telelym, 2025).

One of the most pressing ethical concerns is the verification crisis resulting from the growing use of AI-generated information in journalism. Generative systems often produce persuasive yet inaccurate content, creating an “illusion of reliability” that may mislead both journalists and audiences. Since large language models generate responses probabilistically rather than through factual reasoning, they may fabricate quotations, misrepresent chronology, or provide inaccurate contextual interpretations. In journalism, where factual precision is a fundamental professional standard, these inaccuracies create serious risks for public communication. According to a joint study conducted by the BBC and the European Broadcasting Union (EBU), leading AI assistants distorted news content in nearly 45% of analyzed responses, frequently misrepresenting sources, omitting context, or presenting inaccurate factual details (BBC and EBU, 2025). Such findings demonstrate that editorial verification remains an ethical necessity even when algorithmic systems appear reliable.

A related ethical dilemma concerns automation bias – the tendency of media professionals to overestimate the accuracy and neutrality of algorithmic systems. Since AI-generated outputs are frequently written in a coherent and authoritative tone, journalists may unintentionally reduce the rigor of fact-checking procedures, particularly in high-speed digital environments where publication speed becomes a competitive advantage. In the context of war and information confrontation, the

dissemination of inaccurate or manipulated content may significantly intensify social panic, political polarization, and public confusion. Therefore, ethical concerns surrounding AI in media extend beyond technological limitations and directly affect information security and democratic resilience (Zyma, 2025).

Another important issue concerns transparency and the audience's right to know whether content has been generated or substantially modified by artificial intelligence. The absence of clear disclosure may undermine public confidence in journalism and blur the distinction between human authorship and algorithmic production. Contemporary studies demonstrate increasing audience skepticism toward synthetic media, particularly when AI involvement remains undisclosed. According to a USAID–Internews study, a considerable proportion of citizens perceive AI-generated journalism as a potential threat to content quality and editorial credibility (Polikovska, 2024). Consequently, transparent labeling of AI-assisted materials becomes not only a technical requirement but also an ethical obligation aimed at preserving trust.

The ethical challenges intensify with the development of deepfake technologies capable of realistically imitating voices, facial expressions, and public communication styles. In digital media, synthetic audiovisual content may contribute to misinformation campaigns, reputational manipulation, and political propaganda. This problem becomes especially sensitive in wartime conditions, where manipulated content can undermine institutional legitimacy and intensify informational threats. Recognizing these risks, international regulatory institutions have introduced mechanisms aimed at ensuring transparency and minimizing manipulation. The European Union's Artificial Intelligence Act establishes transparency obligations for AI-generated content and introduces mandatory disclosure requirements for synthetic media (European Union, 2024).

At the institutional level, ethical governance increasingly prioritizes human oversight as a necessary principle of responsible AI implementation. Editorial frameworks adopted by international news organizations emphasize that generative systems should support – rather than replace – journalistic work, while final responsibility for verification and editorial decision-making must remain with human professionals. The editorial approach developed by The Guardian explicitly stresses that generative AI should function exclusively under human supervision and never substitute professional journalistic judgment (Viner and Bateson, 2023).

Thus, ethical dilemmas surrounding AI-generated content in digital media cannot be reduced solely to technological efficiency or innovation. The principal challenge lies in balancing automation with professional responsibility, ensuring that technological advancement does not undermine credibility, verification standards, and public trust. Transparency, editorial accountability, mandatory verification, and human

oversight remain essential principles for preserving ethical journalism in the age of generative artificial intelligence.

REFERENCES

1. Zozulia, N.Yu., Trehub, A.M. Telelym, I.V. (2025) 'The role of artificial intelligence in the development of social communications: challenges and prospects', Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philology. Journalism, 36(75), pp. 141–145.
2. BBC and EBU (2025) News Integrity in AI Assistants. Geneva: European Broadcasting Union. URL: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/open/EBU-MIS-BBC_News_Integrity_in_AI_Assistants_Report_2025.pdf.
3. Zyma, O.H. (2025) 'Problems and risks of using artificial intelligence in the media environment', in Heryna, T. and Moshenets, N. (eds.) Social Communication Science in the Paradigm of Semantic Transformations: Societal Challenges, Trends in Education and Professional Activity: Proceedings of the V International Scientific and Practical Online Conference. Irpin–Łomża, 23 May 2025. Irpin: State Tax University, pp. 234–236.
4. Polikovska, Yu. (2024) '35% of citizens believe that the use of AI worsens media content – USAID-Internews study', MediaSapiens, 7 November. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/36661/2024-11-07-35-gromadyan-vvazhayut-shcho-vykorystannya-shi-pogirshuie-mediakontent-doslidzhennya-usaid-internews/>.
5. European Union (2024) Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act). Brussels: European Union.
6. Viner, K. and Bateson, A. (2023) 'The Guardian's approach to generative AI', The Guardian, 16 June 2023. URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai>.

МОВНА ОСОБИСТІСТЬ У ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Ігор ПРАЙС

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Державного податкового університету

Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового університету*

У сучасну епоху цифрових трансформацій мовна компетентність перестає бути лише інструментом передачі думок, перетворюючись на стратегічний актив фахівця. Культура мовлення в цифровому середовищі зазнає суттєвих змін під впливом швидкості комунікації, використання мультимедійних засобів та активного впровадження штучного інтелекту. Це вимагає від сучасної мовної особистості не лише володіння літературною нормою, а й здатності адаптувати свій стиль до специфіки мережевої взаємодії, де межа між усним та письмовим мовленням стає дедалі тоншою.

Метою даної роботи є аналіз трансформаційних процесів, що відбуваються у мовній культурі під впливом цифрових технологій, та визначення ролі мовної особистості у сучасному професійному дискурсі. Дослідження фокусується на викликах, які ставить перед фахівцем цифрова епоха, зокрема на необхідності балансу між технологічною адаптивністю та збереженням мовної ідентичності в умовах глобалізованого світу.

У контексті компетентнісного підходу мовна культура розглядається як невід'ємна складова професійної майстерності. Вона дозволяє фахівцю не лише коректно формулювати думки, а й ефективно інтегруватися в освітній та науковий простір, де мова виступає головним медіатором знань.

Розвиток таких навичок забезпечує здатність до постійного самовдосконалення в умовах динамічних суспільних змін. Саме через призму компетентностей мова перетворюється на інструмент стратегічного впливу, що визначає успішність професійної мобільності у сучасному світі [1].

Трансформація лексичного складу мови під впливом засобів масової інформації та цифрових комунікацій свідчить про глибокі внутрішні процеси оновлення мовної системи. Поява нових термінів, неологізмів та запозичень є природною реакцією на технологічний прогрес, проте вона потребує ретельної фільтрації.

Така активна динаміка вимагає від мовця особливої уваги до дотримання норм української мови, щоб уникнути засмічення мовлення. Збереження змістовної точності та чистоти мови у публічному і цифровому просторі стає викликом для кожного сучасного інтелектуала [2].

Використання інструментів штучного інтелекту в комунікації створює нове поле для професійної взаємодії, але водночас ставить складні етичні виклики. Автоматизовані системи здатні генерувати тексти високої складності, що значно прискорює робочі процеси та підготовку документації.

Проте цифрова автоматизація потребує постійного критичного оцінювання результатів з боку людини. Відповідальність за зміст, коректність, а головне - етичність та щирість повідомлення завжди залишається за автором, незалежно від досконалості використаних алгоритмів [3].

Цифрова грамотність сьогодні виступає базовим фундаментом, на якому вибудовується сучасна культура мережевого спілкування. Це поняття виходить за межі простого володіння пристроями, охоплюючи глибинне розуміння механізмів функціонування інформаційних потоків.

Вона передбачає здатність фахівця розпізнавати приховані маніпуляції, дотримуватися правил мережевого етикету та вибудовувати безпечну професійну комунікацію. Цифрова грамотність дозволяє мовній особистості залишатися суб'єктом, а не об'єктом технологічного впливу [4].

Формування глобальних мережевих спільнот докорінно змінює парадигму соціальної взаємодії, роблячи мову універсальним ключем до міжнародної співпраці. У цифровому суспільстві мережа стає основним середовищем, де формуються сенси та визначаються професійні репутації.

У таких умовах мовна особистість повинна демонструвати високу резистентність до інформаційного перевантаження. Якість, чіткість та лаконічність мовлення стають визначальними чинниками успіху в складній системі сучасних суспільних та професійних зв'язків [5].

Підсумовуючи, зазначимо, що цифрова трансформація комунікації вимагає від сучасної людини гармонійного поєднання традиційних мовних знань із новітніми технологічними вміннями. Культура мовлення в епоху цифровізації стає не лише ознакою освіченості, а й механізмом захисту власної ідентичності в глобальному потоці інформації.

Подальші перспективи дослідження вбачаються у вивченні впливу нейромережевих моделей на стилістику ділового мовлення та розробці нових стандартів цифрового етикету. Тільки через усвідомлене ставлення до слова та постійний саморозвиток можливо забезпечити ефективну, етичну та конструктивну взаємодію у глобальному цифровому просторі майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Гузенко В., Тодорцева Ю. Компетентнісний підхід у сучасній освіті. Науковий вісник. 2022. №1(349). URL: <http://visnyk.luguniv.edu.ua/index.php/vped/article/view/772>
2. Стишов О. Українська лексика кінця XX ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): монографія. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2023. 388 с.
3. Floridi L. The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities. Oxford University Press, 2023. URL: <https://academic.oup.com/book/35378>.
4. Gilster P. Digital Literacy. New York: Wiley, 1997. URL: <https://archive.org/details/digitalliteracy0000gils>.
5. Castells M. The Rise of the Network Society. 2nd ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. URL: <https://archive.org/details/riseofnetworksoc0000cast/page/n3/mode/2up>.

МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ В ЕПОХУ СВІТОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ

Діана ПРОКОПЕНКО

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Державного податкового університету

Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового університету*

Сьогодні цифрові технології істотно змінюють повсякденне життя людини, насамперед способи спілкування та обміну інформацією. Соціальні мережі, месенджери, онлайн-платформи, сервіси штучного інтелекту стали звичними інструментами комунікації. У таких умовах особливої ваги набувають мовна компетентність і культура мовлення, адже саме через мову людина презентує себе, вибудовує професійні контакти та взаємодіє з суспільством [1].

Мовна компетентність охоплює знання норм літературної мови та вміння доречно використовувати мовні засоби залежно від ситуації спілкування. Йдеться не лише про правильне написання слів чи побудову речень, а й про здатність чітко формулювати думки, добирати відповідний стиль мовлення, аргументовано висловлювати позицію. У цифровому середовищі до цього додається вміння вести комунікацію онлайн, дотримуватися мережевого етикету та враховувати особливості електронного спілкування [2, с. 47].

Сучасні технології створюють широкі можливості для мовного розвитку. Електронні словники, довідники, навчальні платформи, відкриті онлайн-курси дають змогу швидко перевірити значення слова, наголос, правопис чи стилістичну доречність вислову. Програми автоматичної перевірки текстів допомагають помічати орфографічні та граматичні помилки, а доступ до великої кількості інформаційних ресурсів сприяє розширенню словникового запасу [3].

Помітні зміни можна спостерігати і в мовному просторі українських соціальних мереж. За результатами досліджень 2025 року, частка україномовного контенту на популярних платформах зросла. Наприклад, на YouTube вона збільшилася на 19 %, а в TikTok – на 29 % [4]. Такі показники свідчать про посилення ролі української мови в цифровому середовищі та про поступову зміну мовних звичок користувачів.

Не менш важливим є те, що значна частина населення отримує інформацію саме через цифрові канали. За даними дослідження медіаспоживання, у 2025 році 86 % громадян користувалися соціальними мережами як джерелом новин, а 37 % отримували інформацію виключно звідти [5]. Це означає, що якість мовлення

в інтернет-просторі безпосередньо впливає на сприйняття подій, рівень суспільної дискусії та інформаційну культуру загалом.

Разом із перевагами цифрове спілкування має і проблемні сторони. Досить часто в онлайн-листуванні ігноруються правила пунктуації, використовуються хаотичні скорочення, емодзі замість слів, іншомовні кальки та сленг. Якщо така манера спілкування переноситься в навчальне чи професійне середовище, це негативно впливає на рівень мовної культури. Особливо помітною така тенденція є серед молоді, яка більшу частину комунікації здійснює через цифрові платформи [2, с. 112].

Культура мовлення включає не лише грамотність, а й доречність, логічність, точність та етичність висловлювання. У мережі це має особливе значення, оскільки будь-який допис, коментар чи повідомлення швидко стає публічним і впливає на репутацію людини. Саме тому важливо уникати мови ворожнечі, образ, маніпулятивних тверджень і поширення неперевіреної інформації [1].

Окремо варто згадати використання штучного інтелекту. Сервіси перекладу, генерації текстів і мовні помічники значно спрощують роботу з інформацією. Проте вони не можуть повністю замінити власну мовну підготовку людини. Без належного рівня компетентності складно оцінити точність отриманого тексту, його змістову коректність або стилістичну відповідність. Тому такі інструменти доцільно розглядати як допоміжний засіб, а не як альтернативу знанням.

Позитивним є й те, що для української мови активно розробляються цифрові рішення: сервіси перевірки правопису, електронні корпуси текстів, програми автоматичного аналізу мовлення. Це сприяє поширенню української мови в сучасному технологічному середовищі та підвищує якість мовної практики користувачів [6].

Для підтримки високого рівня культури мовлення необхідно розвивати цифрову грамотність, популяризувати якісний україномовний контент, удосконалювати мовну освіту та формувати навички відповідального онлайн-спілкування. Важливим напрямом залишається створення сучасних електронних ресурсів українською мовою, які будуть конкурентними в глобальному інформаційному просторі.

Отже, цифрові технології істотно змінюють мовне середовище та створюють як нові можливості, так і нові виклики. Від рівня мовної компетентності залежить якість комунікації, професійний успішність і збереження мовної ідентичності. Саме тому увага до культури мовлення сьогодні є необхідною умовою повноцінної участі людини в житті суспільства сучасної цифрової епохи.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : навч. посіб. Київ : Академія, 2018. 344 с.
2. Мацько Л., Кравець Л. Культура української фахової мови : навч. посіб. Київ : Академія, 2020. 360 с.
3. Український правопис. Київ : Наукова думка, 2019. 392 с.
4. Уповноважений із захисту державної мови. Моніторинг мовного середовища українського сегменту соціальних мереж у 2025 році. URL: <https://lb.ua/>.
5. Дослідження медіаспоживання населення України у 2025 році. The Page. URL: <https://thepage.ua/>.
6. Shmatko O., Kanishcheva O. Digital Language Technologies for Ukrainian Text Processing. URL: <https://arxiv.org/abs/2103.16997>.
7. Семеног О. Культура мовлення в умовах сучасних комунікаційних процесів : монографія. Суми : Університетська книга, 2021. 215 с.

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВИКЛАДАННЯ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В УМОВАХ СМИСЛОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Наталія РИБІНА

канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій Західноукраїнського національного університету

Сучасний розвиток соціокомунікаційного простору характеризується динамічними змінами у сфері міжкультурної взаємодії, цифровізації освіти та трансформації професійної комунікації. У цих умовах викладання перекладу англійської мови набуває особливого значення як інструмент формування комунікативної компетентності, міжкультурного діалогу та професійної адаптивності майбутніх фахівців. Підготовка перекладачів сьогодні виходить за межі традиційного мовного навчання та орієнтується на розвиток соціокомунікаційних навичок, критичного мислення й здатності працювати в умовах інформаційного суспільства.

Викладання перекладу англійської мови в сучасній освітній парадигмі передбачає інтеграцію мовної, культурної та цифрової компетентностей. Перекладач виступає не лише посередником між мовами, а й учасником соціальної комунікації, який забезпечує передачу смислів, культурних кодів та професійних контекстів. Особливої актуальності це набуває в умовах глобалізації та воєнних викликів, коли англomовна комунікація є важливим інструментом міжнародної співпраці, академічної мобільності та інформаційної взаємодії України зі світовою спільнотою.

Суттєвим аспектом сучасної методики викладання перекладу є використання цифрових технологій та інтерактивних форм навчання. Онлайн-платформи, системи автоматизованого перекладу, мультимедійні ресурси та штучний інтелект формують нове освітнє середовище, у якому змінюється роль викладача. Він стає фасилітатором комунікації, координатором освітнього процесу та наставником у формуванні професійної перекладацької компетентності. Водночас важливим залишається розвиток навичок критичного аналізу перекладеного тексту, уміння інтерпретувати смисли та адаптувати інформацію до різних соціокультурних контекстів.

У контексті соціокомунікаційної науки викладання перекладу англійської мови можна розглядати як складову системи професійної комунікації. Перекладацька діяльність забезпечує міжкультурний обмін інформацією, сприяє формуванню міжнародних академічних зв'язків та розвитку глобального інформаційного простору. Саме тому сучасна перекладацька освіта має

орієнтуватися на компетентнісний підхід, розвиток soft skills, комунікаційної мобільності та здатності працювати в багатомовному цифровому середовищі.

Отже, викладання перекладу англійської мови в умовах смислових трансформацій суспільства виступає важливим чинником розвитку соціальних комунікацій, міжкультурного діалогу та професійної освіти. Ефективність підготовки майбутніх перекладачів залежить від поєднання сучасних методик навчання, цифрових технологій та комунікативно орієнтованого підходу, що забезпечує формування конкурентоспроможного фахівця в умовах глобалізованого інформаційного суспільства.

Таким чином, викладання перекладу англійської мови в сучасному соціокомунікаційному просторі є важливим чинником формування міжкультурної взаємодії, професійної мобільності та цифрової компетентності майбутніх фахівців. В умовах глобалізації та розвитку штучного інтелекту особливого значення набуває поєднання традиційних методик перекладацької підготовки із сучасними цифровими технологіями та інтерактивними формами навчання. Це сприяє розвитку комунікативної адаптивності, критичного мислення та здатності ефективно працювати у багатомовному інформаційному середовищі, що відповідає сучасним викликам соціокомунікаційної науки та освітньої практики.

Список використаних джерел:

1. Ping Y. Revisiting translation as a method in language teaching and learning. Oxford University Press ELT Journal. 2024. DOI: 10.1093/elt/ccae022.
2. Revisiting translation as a method in language teaching and learning Yuan Ping. Revisiting translation as a method in language teaching and learning. ELT Journal. 2024. DOI: 10.1093/elt/ccae022.
3. Корунець І. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця: Нова книга, 2017. 448 с.
4. Максименко С., Фролова І. Формування професійної компетентності майбутніх перекладачів у процесі фахової підготовки. Педагогічні науки. 2021. № 77. С. 112–118.
5. Рибіна Н., Кошіль Н., Гирила О. Штучний інтелект і переклад у викладанні англійської мови: можливості та виклики. Медична освіта. 2024. № 2. С. 98–105.
6. Черноватий Л. Методика викладання перекладу як спеціальності. Вінниця: Нова книга, 2013. 376 с.

БРЕНД ЯК УЧАСНИК СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ: PR-КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Ірина РОМАНІВ

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності

“Журналістика” Державного податкового університету

Науковий керівник: *Ліана Науменко, канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету*

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну з лютого 2022 р. радикально змінило вектори PR-комунікацій вітчизняних компаній. Стратегії, що ще кілька років тому базувалися переважно на просуванні продукту та формуванні лояльності споживача, зазнали суттєвої трансформації під впливом суспільних очікувань, морально-етичних вимог воєнного часу та потреби бізнесу легітимізувати власну присутність на ринку в умовах національної кризи. Бренд перестав бути лише комерційним актором і став суб'єктом суспільного діалогу, від якого громадяни вимагають чіткої ціннісної позиції.

Дослідження PR-практик понад 40 українських брендів у період 2022–2024 рр. засвідчує формування кількох стійких комунікаційних моделей. Перша – модель солідарності – передбачає активну інтеграцію воєнної тематики в контент бренду: публічна підтримка ЗСУ, збори на потреби армії, волонтерські ініціативи. Другою є модель стриманої присутності: бренд мінімізує рекламну активність, зберігаючи лише функціональні повідомлення. Третя – модель ціннісної ідентифікації – орієнтована на побудову довгострокового образу «українського бренду» через акцентування культурної ідентичності, мови та патріотичних наративів. Вибір між моделями визначається галуззю, розміром компанії та ступенем її публічності [1].

Ключовою тенденцією стала переорієнтація з cause marketing на автентичну громадянську позицію. Аудиторія, чутливо налаштована в умовах воєнного часу, легко розпізнає інструментальне використання патріотичних меседжів і реагує на нього негативно. Натомість компанії, що будують комунікацію навколо реальних дій – документально підтвердженої допомоги армії, підтримки переселенців або збереження робочих місць, – фіксують значне зростання довіри й органічного охоплення [2]. Це свідчить про те, що в умовах суспільної мобілізації соціальний капітал бренду безпосередньо залежить від ступеня його участі у відтворенні колективних цінностей громади.

Окремим викликом є балансування між комерційною доцільністю та моральними очікуваннями. Дослідження показують, що надмірна

«мілітаризація» рекламного контенту, особливо у поєднанні з реальними проблемами постачання або якості товарів, призводить до репутаційних криз. Прикладом слугує хвиля критики, яка обрушилась на кілька великих ритейлерів у 2023 році у зв'язку з використанням символіки ЗСУ в рекламних кампаніях на тлі публічних звинувачень у несплаті податків [3]. Відтак управління соціальним капіталом засобами PR в умовах війни вимагає не лише творчих, а й етично вивірених стратегічних рішень.

Важливим аспектом є також роль цифрових платформ у реалізації PR-стратегій воєнного часу. Соціальні мережі стали основним майданчиком для оперативної комунікації брендів з аудиторією: Instagram, Telegram і TikTok перетворилися на інструменти не лише просування, а й формування громадянської ідентичності компанії. Дослідники фіксують, що бренди, які регулярно публікували достовірний контент про власну участь у волонтерських ініціативах або збереженні робочих місць у регіонах бойових дій, демонструють вищий рівень органічного залучення та утримання лояльної аудиторії [2; 3]. Це підтверджує тезу про те, що прозорість і послідовність комунікації – ключові чинники формування соціального капіталу бренду в умовах тривалої кризи.

Таким чином, українські бренди у 2022–2024 роках перебудували свої PR-стратегії, трансформували традиційний маркетинговий підхід у бік соціально орієнтованої комунікації. Мобілізація соціального капіталу через рекламу та PR набула ознак громадянської відповідальності. Перспективним напрямком подальших досліджень є вивчення довгострокового ефекту воєнних комунікаційних стратегій на повоєнну репутацію брендів і їхні можливості утримати завойований символічний капітал.

Список використаних джерел:

1. Гиріна Т. Жіночі аудіонаративи у формуванні патріотичного дискурсу під час війни. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2025. № 2 (62). С. 16–24.
2. Грищенко В. PR-стратегії брендів під час кризи: від реклами до громадянської відповідальності. Маркетинг і цифрові технології. 2024. № 1. С. 12–26.
3. Зикун Н. Комунікаційна ідентичність українського бізнесу в умовах збройного конфлікту. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2023. № 16. С. 45–58.

АСОЦІАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА: КОГНІТИВНИЙ ТА МОВНИЙ АСПЕКТИ

Світлана РОМАНЧУК

*канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри журналістики
Українського гуманітарного інституту*

Актуальність теми. У сучасному соціокультурному просторі, що перебуває під впливом інтенсивних глобалізаційних і воєнно-політичних трансформацій, мовна особистість студента зазнає суттєвих когнітивних змін. Дослідження того, як ментальні асоціації корелюють із мовною компетентністю, дозволяє не лише реконструювати актуальну мовну картину світу молоді, а й прогнозувати розвиток української мови в майбутньому.

Сучасна лінгвістична парадигма зміщує фокус із вивчення мови як системи знаків на дослідження мови як діяльності людської свідомості. В умовах динамічних соціокультурних змін мовна особистість студента постає як складне когнітивне утворення, у якому асоціативні зв'язки виступають маркерами інтелектуального й ціннісного розвитку. Дослідження цих механізмів дозволяє зрозуміти, як внутрішні ментальні структури трансформуються в якісну мовну компетентність.

Мета роботи – обґрунтувати когнітивну природу асоціацій та на основі емпіричного дослідження виявити їхню роль у формуванні мовної компетентності студентів різних профілів підготовки.

Завдання: проаналізувати історіографію вивчення мовної особистості в когнітивному аспекті; провести порівняльний аналіз асоціативних полів студентів різних ЗВО та спеціальностей; оцінити вплив асоціативного потенціалу на формування лінгвальної стійкості та культури мовлення.

Об'єкт дослідження: мовна особистість студента як сукупність когнітивних та мовних характеристик.

Методи: асоціативний експеримент, опитування, компаративний аналіз.

Історіографія та когнітивні засади вивчення проблеми. Теоретичне підґрунтя дослідження базується на ідеях В. фон Гумбольдта про мову як діяльність духу та О. Потебні про внутрішню форму слова. Фундаментальну модель мовної особистості розробив Ю. Караулов, виокремивши когнітивний рівень як систему понять та концептів. У сучасному українському мовознавстві ці питання досліджують О. Селіванова (когнітивна ономазіологія), С. Єрмоленко (стилістична картина світу) та Ф. Бацевич (комунікативна лінгвістика).

З позицій когнітивістики, асоціація – це акт доступу до ментального лексикону. Вона демонструє, як мовна одиниця інтегрована в систему знань студента. Глибина

цих зв'язків прямо визначає мовну компетентність – здатність особистості до точного смислопородження та стилістичної гнучкості.

Когнітивна природа асоціацій та її вплив на мовну компетентність

Теоретичне осмислення проблеми потребує розуміння асоціації не як механічного зв'язку між словами, а як складного психолінгвістичного механізму вербалізації знань.

Асоціацію слід розглядати як когнітивний вузол. З позицій когнітивної лінгвістики (праці О. Селіванової, Ф. Бацевича), асоціація є шляхом доступу до концептосфери особистості [1, 2]. Коли свідомість реагує на стимул, відбувається активація певних фреймів та сценаріїв, збережених у пам'яті. Отже, асоціативне поле індивіда – це «ментальна карта», яка відображає глибину розуміння світу.

Розглянемо механізм впливу асоціацій на мовну компетентність:

Семантичне наповнення: Мовна компетентність – це не лише знання граматики, а насамперед володіння смислами. Багатий асоціативний апарат дозволяє студенту бачити в слові не одне значення, а спектр конотацій. Це забезпечує точність слововживання та стилістичне багатство мовлення.

Лінгвальне моделювання: Когнітивна база асоціацій дозволяє особистості будувати складні логічні та образні зв'язки. Чим розгалуженіша сітка асоціацій, тим вищою є здатність студента до продукування оригінальних текстів та інтерпретації складних смислів (герменевтичний аспект компетентності).

Мовна стійкість: Сформовані асоціативні зв'язки навколо ключових національних та етичних концептів створюють «імунітет» мовної особистості проти маніпуляцій та суржикізації, що є вищим рівнем мовної культури.

Для того, аби розкрити роль асоціативних полів для формування мовної компетентності студентів, було проведено опитування у формі анкети «Особливості мовної особистості студента в сучасному соціокультурному просторі». У ньому взяли участь 150 студентів (бакалаврат та магістратура) таких закладів вищої освіти: Український гуманітарний інститут (гуманітарний факультет), Державний податковий університет (факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, факультет обліку та оподаткування) та Волинський національний університет імені Лесі Українки (філологічний та юридичний факультети).

Аналіз відповідей студентів дозволив виявити цікаву динаміку між професійною спрямованістю та регіональним контекстом. Зокрема, ми виявили такі спільні риси:

Національна ідентичність: Незалежно від закладу, концепт «Україна» має потужне ядро: воля, незламність, дім. Це свідчить про консолідацію мовної картини світу під впливом зовнішніх викликів.

Етична рефлексія: Студенти всіх трьох університетів погоджуються, що «слово може поранити сильніше за дію», що вказує на високий рівень розуміння прагматики мови.

Асоціативне поле, зумовлене стимулом-словом, породило в підсвідомості студентів різні образи. Нижче подаємо порівняльну таблицю асоціацій за результатами опитування студентів.

Ця таблиця демонструє, як фахова спрямованість і соціокультурне середовище впливають на вербалізацію концептів у свідомості молоді.

Порівняльна таблиця асоціативних реакцій студентів

Стимул-символ	Студенти УГІ (гуманітарний профіль)	Студенти ДПУ (гуманітарний/економічний)	Студенти ВНУ ім. Лесі Українки (юридичний /філологічний)
Україна	<i>Дім, незламність, серце, молитва, воля.</i>	<i>Держава, незалежність, територія, майбутнє.</i>	<i>Держава, кордон, рідна мова, солов'їна, боротьба, Волинь.</i>
Справедливість	<i>Правда, чиста совість, Бог, мир у душі.</i>	<i>Істина, рівність, правда, закон, моральний вибір.</i>	<i>Закон, суд, право, істина, кодекс, чесність. людське ставлення.</i>
Гідність	<i>Внутрішній стержень, самоповага, честь, людяність.</i>	<i>Майдан, престиж, моральна цінність, право людини, висока зарплата</i>	<i>Нескореність, характер, цінність особистості, відвага, права, людини, обов'язок</i>
Слово	<i>Зброя, ліки, творчість, відповідальність, душа.</i>	<i>Інструмент, інформація, обіцянка, зброя, сила, віра.</i>	<i>Мистецтво, енергія, краса мови, рана, пісня, доказ, дія.</i>
Вибір	<i>Шлях, відповідальність перед собою, ризик.</i>	<i>Свобода, доля, можливість, самовизначення.</i>	<i>Рішення, альтернатива, наслідки, законність.</i>
Мова	<i>Ідентичність, код нації, спосіб мислення.</i>	<i>Засіб комунікації, інструмент роботи, знання.</i>	<i>Культурна спадщина, скарб, генетичний код.</i>

Аналіз результатів: спільне та відмінне Асоціації студентів УГІ мають виражений духовно-ціннісний та метафоричний характер. Часто зустрічаються поняття, пов'язані з внутрішнім світом (душа, молитва, серце). Це свідчить про

високу емоційну та етичну складову мовної компетентності. Мова сприймається як засіб самовираження та духовного зв'язку.

У студентів ДПУ переважає прагматично-функціональний та термінологічний тип асоціацій. Багато реакцій пов'язано з фаховою підготовкою (висока зарплата, можливість, інструмент роботи, знання). Мовна компетентність тут виявляється через точність, лаконічність та орієнтацію на діловий результат. Мова - це ефективний інструмент професійної діяльності.

Студенти ВНУ показали, що їхні асоціації мають сильний етнокультурний та національно-патріотичний компонент. Відчувається глибока повага до традиції та територіальної приналежності (Волинь, пісня, код). Високий рівень філологічної рефлексії. Мовна компетентність базується на глибокому знанні культурних контекстів та історії мови.

Висновки. Дослідження асоціативного потенціалу студентів УГІ, ДПУ та ВНУ імені Лесі Українки засвідчило, що мовна особистість сучасного студента є ціннісно-орієнтованою. Спільним для всіх є патріотичний та етичний вектори когніції. Відмінності у відповідях зумовлені «професійною деформацією» (філологічна рефлексія проти юридичного прагматизму). Проте саме глибина асоціативних зв'язків, а не лише знання правил, визначає якість мовної компетентності як здатності особистості ефективно моделювати соціокультурну дійсність.

Незважаючи на відмінності (від метафоричності гуманітаріїв до конкретики юристів), ядро асоціативного поля в усіх групах єдине: «Україна – Дім», «Справедливість – Правда», «Слово – Відповідальність». Це свідчить про те, що когнітивна база студентів сьогодні консолідована навколо спільних національних цінностей, що є фундаментом їхньої лінгвальної стійкості та високої мовної компетентності.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 344 с.
2. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.

НОРМАТИВНІСТЬ І ЕКСПРЕСИВНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ ФАХІВЦІВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

СУКАЛЕНКО Тетяна

*д-р філол. наук, професор, професор кафедри соціальних комунікацій,
словесності та культури Державного податкового університету*

ШПЕТНА Світлана

*канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов за професійним
спрямуванням Луганського національного університету імена Тараса Шевченка*

У сучасному інформаційному суспільстві комунікація є одним із ключових механізмів формування суспільної думки, передачі знань та організації соціальної взаємодії. Особливе значення у цьому процесі має професійна діяльність фахівців соціальних комунікацій, до яких належать журналісти, медіаменеджери, PR-фахівці, рекламники, контент-менеджери, редактори та інші спеціалісти, діяльність яких безпосередньо пов'язана зі створенням, поширенням і трансформацією інформації.

Особливої актуальності сьогодні набуває питання культури професійного мовлення фахівця. Воно є основним інструментом комунікативної діяльності, через який реалізуються інформативна, переконувальна та впливова функції медіакомунікації. Від рівня мовної культури фахівців значною мірою залежать ефективність передачі інформації, формування довіри аудиторії та загальна якість комунікативного процесу.

Нормативність та експресивність є визначальними характеристиками професійного мовлення. Нормативність забезпечує правильність, логічність і зрозумілість мовлення відповідно до мовних норм. Експресивність сприяє посиленню емоційного, образного та впливового потенціалу повідомлення. У сучасному медійному просторі, якому притаманні висока динамічність, конкуренція за увагу аудиторії та швидке поширення інформації, особливо важливим є вміння поєднувати нормативність та експресивність мовлення.

Проблеми культури мовлення, мовної норми та експресивності активно досліджуються в сучасній стилістиці і теорії комунікації. Н. Бабич, Л. Мацько, М. Пентилюк, О. Сербенська та ін. розглядали мовну норму як основу ефективної комунікації та важливий показник мовної компетентності особистості. У сфері соціальних комунікацій вивчення професійного мовлення пов'язане з аналізом медіадискурсу, публічної комунікації та стратегій інформаційного впливу. У науковій розвідці Н. Лебедевої, В. Тимкової [3] досліджено актуальні тенденції функціонування культури мовлення в українському телерадіопросторі. Здійснено аналіз найхарактерніших мовних

помилки, які часто трапляються у текстах реклами українських медіа. Наведено приклади, спрямовані на вдосконалення мовленнєвої культури радіо- і тележурналістів. У праці Н. Шумарової, І. Мариненко [4] схарактеризовано мовно-комунікативні процеси, що відбуваються в медіа і впливають на стан української мови як засобу спілкування. Комунікативно-когнітивні особливості медіадискурсу стали предметом дослідження О. Дячук, Л. Онучак [2]. Основоположні поняття і категорії риторичної культури професійного мовлення висвітлені у навчальному посібнику В. Василенко [1].

Мета дослідження – розглянути поняття нормативності та експресивності у професійному мовленні фахівців соціальних комунікацій.

Нормативність є фундаментальною характеристикою культури мовлення. Мовна норма традиційно визначається як сукупність усталених мовних правил, що регулюють правильне використання мовних засобів на різних рівнях – фонетичному, лексичному, граматичному та стилістичному.

До основних компонентів мовної нормативності належать: орфоепічні норми, що регулюють правильну вимову слів; лексичні норми, які визначають доречність використання слів відповідно до їх значення; граматичні норми, що забезпечують правильну побудову словосполучень і речень; стилістичні норми, які регулюють використання мовних засобів залежно від комунікативної ситуації.

У професійному медійному середовищі дотримання цих норм є важливим показником професійної компетентності комунікатора. Помилки у мовленні можуть негативно впливати на сприйняття інформації, знижувати авторитет джерела і створювати перешкоди для ефективної комунікації. Крім того, мовна нормативність сприяє формуванню єдиного комунікативного простору, у межах якого інформація передається чітко та зрозуміло.

Для фахівців соціальних комунікацій дотримання мовних норм має особливе значення, оскільки їхні тексти та виступи часто є публічними і спрямованими на широку аудиторію. Нормативність забезпечує точність передавання інформації, сприяє формуванню довіри до комунікатора та підвищує авторитет джерела інформації. Крім того, правильне використання мовних норм допомагає уникнути двозначності або неправильного трактування повідомлення. У медійному середовищі, де інформація поширюється швидко та має значний суспільний вплив, мовна помилка може призвести до викривлення змісту повідомлення або зниження рівня довіри до медіа.

Водночас у сучасній лінгвістиці значна увага приділяється експресивному потенціалу мови. Експресивність розглядається як здатність мовних одиниць передавати емоційні, оцінні та образні відтінки змісту. Вона виявляється у

використанні мовних засобів, що надають висловлюванню виразності, образності та переконливості. Експресивність у мовленні може реалізовуватися через різноманітні мовні засоби, зокрема: лексичні засоби (метафори, епітети, порівняння); синтаксичні конструкції (риторичні запитання, повтори, інверсії); стилістичні прийоми (контраст, градація, антитеза); інтонаційні засоби, що підсилюють емоційне забарвлення мовлення.

У сфері соціальних комунікацій експресивність є важливим інструментом привернення уваги аудиторії. У медійному середовищі, де інформаційні потоки є надзвичайно інтенсивними, саме виразність повідомлення часто визначає його здатність зацікавити адресата. Особливо активно експресивні засоби використовуються у журналістиці, рекламі та PR-комунікаціях. Вони допомагають створювати яскраві повідомлення, що швидко запам'ятовуються, формувати позитивний імідж брендів або організацій та стимулювати емоційну реакцію аудиторії. Однак надмірна експресивність може призвести до втрати об'єктивності або зниження рівня професійності мовлення. Тому важливим є вміння комунікатора доречно використовувати експресивні засоби з урахуванням комунікативної ситуації.

Ефективне професійне мовлення у сфері соціальних комунікацій передбачає гармонійне поєднання нормативності та експресивності. Нормативність забезпечує логічність і правильність мовлення, а експресивність підсилює його вплив. Особливо важливим є дотримання цього балансу в сучасному медіадискурсі. У цифровому медіапросторі зростає тенденція до спрощення мовлення, використання розмовних елементів, англіцизмів та емоційно забарвлених висловів. З одного боку, це сприяє наближенню комунікації до аудиторії, а з іншого – може призводити до зниження рівня мовної культури.

Тому професійна підготовка фахівців соціальних комунікацій повинна передбачати розвиток високого рівня мовної компетентності, що охоплює знання мовних норм, уміння використовувати стилістичні ресурси мови, здатність адаптувати мовлення до різних комунікативних ситуацій. Поєднання цих характеристик дозволяє створювати медіатексти, які одночасно відповідають мовним стандартам і є привабливими для аудиторії, оскільки конкуренція за увагу читача постійно зростає.

Перспективи дослідження вбачаємо в аналізі мовних стратегій і стилістичних прийомів, що використовуються в сучасному медійному дискурсі, та розробленні методик формування культури професійного мовлення майбутніх фахівців соціальних комунікацій.

1. Василенко В. Риторична культура професійного мовлення. Курс лекцій. Навчальний посібник для здобувачів гуманітарних факультетів закладів вищої освіти. Суми: Сумська філія Харківського національного університету внутрішніх справ, 2023. 377 с.
2. Дячук О., Онучак Л. Комунікативно-когнітивні особливості медіадискурсу. Закарпатські філологічні студії. 2023. Вип. № 29. Т. 1. С. 124–128.
3. Лебедева Н., Тимкова В. Культура мовлення фахівців сучасної рекламної діяльності. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2024. Вип. 1 (№ 208). С. 240–246.
4. Шумарова Н., Мариненко І. Мова медіа: дві тенденції текстотворення. Наукові записки Інституту журналістики. 2025. № 87 (2). С. 21–32.

НЕОЛОГІЗМИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Олена ТУРЧАК

*канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри європейських і східних мов та
перекладу Університету імені Альфреда Нобеля*

З кінця ХХ ст. мова переживає період інтенсивного насичення новими словами, що зумовлено глобалізаційними процесами, активізацією міжкультурної комунікації та появою нових соціальних і цифрових реалій. Неологізми потребують постійного та систематичного вивчення, зокрема їхньої фіксації, кодифікації, смислового навантаження, особливостей функціонування в різних стилях мови тощо. Уживання новотворів, способи їхнього утворення, семантичні особливості, джерела запозичення та процеси адаптації в мовній системі досліджували Н. Клименко, Є. Карпіловська, Л. Кислюк [1], І. Кузьма [2], Д. Мазурик [3], О. Стишов [4] та інші.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій сприяв активному оновленню словникового складу мови. Поява соціальних мереж, нових цифрових платформ, різноманітних мобільних застосунків, штучного інтелекту зумовила потребу номінації нових понять, процесів та явищ. Результатом стало інтенсивне поповнення лексики неологізмами, утвореними шляхом запозичення та на основі словотвірних моделей української мови. Такі новотвори стали невід'ємною частиною цифрового дискурсу, вони відображають зміни в способах комунікації, мислення та взаємодії сучасного суспільства. Їхня мовна асиміляція переважно відбувається за кількома критеріями:

– транслітерація або фонетична адаптація, що передбачає відтворення графічної чи звукової форми іншомовного слова з мінімальним пристосуванням до мови-реципієнта, наприклад: фішинг, блокчейн, гаджет, чат, лайк, хакер, пост, сканер. Такі запозичення переважно функціонують у сфері цифрових технологій, медіа та інтернет-комунікації, що зумовлює їхню високу частотність у сучасному мовленні;

– калькування, яке полягає в покомпонентному перекладі іншомовних лексичних одиниць та словосполучень засобами української мови з відображенням їхньої структурно-значеннєвої моделі. Кальки, на відміну від прямих запозичень, відтворюють не іншомовну форму, а її внутрішню структуру, що сприяє більш органічному інтегруванню нових понять в українську мовну систему. Результатом такого процесу є термінологічні словосполучення, наприклад: штучний інтелект (з англ. artificial intelligence),

хмарне сховище (з англ. cloud storage), віртуальна реальність (з англ. virtual reality), соціальна мережа (з англ. social network) тощо;

– гібридне словотворення, що полягає в поєднанні іншомовної основи з українськими словотвірними засобами. Унаслідок цього іншомовні лексеми поступово адаптуються до норм української мови та активно функціонують у повсякденному мовленні. Особливо продуктивним є творення іменників та прикметників від іншомовних основ, наприклад: піарник, тіктоківець, ютубівець, геймерство, гуглення, інфлюенсерський, стримерський, блогерський, фейковий, трендовий тощо. Менша продуктивність спостерігається серед дієслів: гуглити, постити, лайкнути, репостити, скролити, шерити. Подібні новотвори використовуються для характеристики явищ сучасного життя, культури, інтернет-комунікації та професійної діяльності. Вони не лише передають нові реалії цифрової комунікації, а й демонструють здатність української мови швидко засвоювати іншомовний матеріал відповідно до власних граматичних моделей.

Отже, неологізми цифрової епохи демонструють високу дериваційну активність та інтеграцію в граматичну структуру української мови. Швидкість поширення новотворів сприяє їхньому закріпленню не тільки в усному мовленні, а й у медіатекстах та професійній комунікації. Частина таких слів поступово переходить із розмовної сфери до публіцистичного, рідше наукового стилю, що свідчить про їхню перспективу подальшої кодифікації в сучасній українській мові.

Список використаних джерел:

1. Клименко Н., Карпіловська Є., Кислюк Л. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
2. Кузьма І. До питання про неологізацію словотворення: активна лексика сучасних засобів масової інформації в аспекті дериватології. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Мовознавство. Тернопіль: ТНПУ, 2014. Вип. II (24). 2014. С. 139–143.
3. Мазурик Д. Інноваційні процеси в лексиці сучасної української літературної мови (90-і роки XX ст.): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01. Львів, 2002. 21 с.
4. Стишов О. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця XX ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): дис... д-ра філол. наук: 10.02.01. Київ, 2003. 597 с.

ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ

Олена УМІНСЬКА

*викладач української мови та літератури, викладач вищої категорії
Відокремленого структурного підрозділу “Житомирський автомобільно-
дорожній фаховий коледж Національного транспортного університету”*

Сучасний освітній простір перебуває під впливом стрімкого розвитку цифрових комунікаційних технологій, що зумовлює трансформацію ролі вчителя та зміну підходів до навчання. Особливої актуальності це набуває у діяльності вчителя-словесника, який формує мовну особистість, здатну до ефективної комунікації.

Впровадження компетентнісного підходу в освіті є одним із пріоритетних напрямів освіти в Україні. Це обумовлено як питаннями наближення нашої освітньої системи до міжнародних стандартів, так і внутрішніми проблемами, що сформовані в освітній галузі. Роль кваліфікованих фахівців у будь-якій галузі виробництва важлива, а в освіті це питання є першочерговим, оскільки, як зазначав М. П. Драгоманов, «планова перебудова освіти потребує майстра і не виконується сліпим інструментом» [2, с. 14].

Основним завданням вчителя є не лише навчити читати та писати, тобто дати певні знання, його мета набагато вища - розвинути й сформувати особистість. У зв'язку з переходом на компетентнісний підхід, освітнє гасло «освіта на все життя» поступається місцем новому - «освіта крізь усе життя». Саме така освіта передбачає не тільки підвищення рівня педагогічної майстерності, а й здійснення самоактуалізації, самореалізації та самовдосконалення вчителя-словесника. Складовими компонентами професійної компетентності педагога є індивідуальна та пізнавальна траєкторія вчителя-словесника, яка слугує для самостійного творчого вирішення життєвих і професійних завдань, ініціювання нових цілей тощо.

Необхідно зазначити, що питання професійної компетентності є актуальним. Значною мірою це пов'язано з тим, що володіння вчителем високим рівнем професійної компетентності впливає на результат його роботи. Проблема професійної компетентності педагога є предметом дослідження багатьох науковців. У сучасних працях значна увага приділяється цифровій компетентності як невід'ємній складовій професійної діяльності вчителя. Водночас питання інтеграції цифрових технологій у викладання мовно-літературних дисциплін потребує подальшого дослідження.

Значна частина сучасних досліджень із даного питання присвячена особливостям упровадження компетентнісного підходу (В. Антикова, Н. Бібік, Л. Ващенко, Н. Голуб, І. Єрмаков, О. Новіков, О. Овчарук, О. Пометун, О. Ситник та ін.). У науково-методичних джерелах вивчається структура та зміст професійної компетентності вчителя (Т. Браже, І. Зязюн, Н. Кузьміна, І. Підласий, Я. Набока, В. Нестеров, І. Мітіна, Т. Сорокіна та ін.). У дослідженнях сучасних українських лінгвістів представлено складові професійної компетентності вчителя-словесника (Н. Голуб, О. Горошкіна, Л. Мацько, Т. Мельник, М. Пентилюк, О. Семеног, О. Тищенко, А. Фасоля тощо).

Аналіз літературних джерел показує, що питання, пов'язані з професійними компетентностями, не є новими. За словами К. Д. Ушинського, освіта є «вдосконалення розуму і серця, самоствердження, що сприяє життєвій активності, зміцнює віру в себе, вселяє бадьорість і радість, робить інтенсивнішими відчуття впевненості і щастя [8, с. 162]. Відомі вчені В. Стоюнін, В. Водовозов, Ф. Буслаєв, Т. Лубенець були палкими прихильниками мистецтва слова як засобу суспільного, громадянського, естетичного виховання. Учені-методисти, літературознавці Н. Волошина, Г. Гуковський, М. Жулинський, Б. Степанишин присвятили свої дослідження актуальним проблемам методики викладання літератури, питанню вдосконалення фахової компетентності вчителя-словесника [6, с. 250]. На думку Г. Гуковського, справжній вчитель-словесник повинен мати такі якості і властивості як розвинена естетична чутливість, високий рівень асоціативного мислення, відчуття краси. Про високе покликання вчителя-словесника знаходимо і у В. Сухомлинського, який вважав, що «...школа - це насамперед учитель. Особистість учителя - наріжний камінь виховання [7, с. 198]. Педагог-новатор вбачав у вчителів-майстрів непересічну, духовно багату творчу людину, яка може «виражати себе як особистість. Розкривати свій внутрішній світ перед людьми» [7, с. 199].

Професійна компетентність учителя-словесника є складним інтегративним утворенням, що включає мовну, літературну, методичну, комунікативну, культурологічну та цифрову компетентності. У сучасному освітньому середовищі цифрова компетентність стає ключовою складовою, оскільки забезпечує ефективність навчання та взаємодії. Компетентний учитель – це вчитель, який завдяки знанням та набутим вмінням може успішно розв'язувати на практиці будь-які педагогічні задачі. Важлива роль у педагогічній практиці приділяється і поняттю педагогічна майстерність. С. Гончаренко в Українському педагогічному словеснику дає таке визначення поняття: «...це характеристика високого рівня педагогічної діяльності. Критеріями педагогічної майстерності педагога виступають такі ознаки його діяльності: гуманність, науковість, оптимальний характер, творчість (оригінальність)» [1, с. 251].

У підручнику І. Зязюна «Педагогічна майстерність» знаходимо таке визначення цієї дефініції: «...педагогічна майстерність – це комплекс властивостей особистості, що забезпечує самореалізацію високого рівня професійної діяльності. До важливих властивостей належать гуманістично спрямована діяльність вчителя, його професійна компетентність, педагогічні здібності, педагогічна техніка» [4, с. 30].

Отже, можна зазначити, що педагогічна майстерність – це характеристика педагогічної діяльності, яка здійснюється на високому рівні. Головною характеристикою є гуманістична спрямованість, яка є багатоаспектною. Ціннісними орієнтаціями педагогічної майстерності є: самоутвердження, засоби педагогічного впливу на студента та на мету педагогічної діяльності. Успіх педагогічної діяльності залежить від сутності професійної компетентності, тобто, від рівня знань вчителем предмета, методики його викладання, розуміння теорії педагогіки та психології. Важливо пам'ятати, що вагомим елементом у структурі педагогічної майстерності є здібність до педагогічної діяльності, а провідними слід вважати такі здібності: комунікативність, динамізм особистості, емоційна стабільність, оптимальне прогнозування, креативність

Використання цифрових технологій дає можливість урізноманітнити форми роботи: інтерактивні вправи, онлайн-тести, відеолекції, електронні підручники, віртуальні дискусії. Це сприяє підвищенню мотивації студентів, розвитку їхнього критичного мислення та творчих здібностей. Разом із тим існують певні виклики: інформаційне перевантаження, зниження рівня живого спілкування, труднощі з академічною доброчесністю. Тому важливо поєднувати традиційні та цифрові методи навчання.

Особливу увагу слід приділяти формуванню комунікативної культури в цифровому середовищі, що передбачає розвиток мовлення, критичного мислення та відповідальності за власну інформаційну діяльність.

У педагогічній практиці розвиток професійної компетентності тісно пов'язується з професійною діяльністю вчителя. У контексті її діяльнісного підходу професійна діяльність розглядається як сукупність та взаємозв'язок таких елементів: мотивація – мета – завдання – функціонування – зміст – методи – форми – результат – рефлексія. Названі елементи становлять певний цикл діяльності, який спрямований на зростання професійної компетентності педагога-словесника і розглядається як керований і самокерований процес.

Досягти успіху у педагогічній діяльності може лише той вчитель-словесник, який володіє такими знаннями і вміннями:

- знає свій предмет досконало і викладає його з бажанням;
- пов'язує зміст освіти з сучасним життям;

- здійснює розвивальне навчання;
- успішно заохочує учнів до самоосвіти;
- формує національну свідомість.

Отже, професійна компетентність вчителя-словесника в умовах цифровізації освіти є багатокомпонентною системою, що потребує постійного вдосконалення. Ефективність освітнього процесу залежить від здатності педагога інтегрувати сучасні технології, зберігаючи гуманістичні цінності освіти. В новому освітньому просторі професійна компетентність вчителя-словесника передбачає розвиток інформаційної (знати), діяльній (уміти), креативної (володіти) та розвивальної (бути) функцій, засвоєння інноваційних ролей і принципів професійної діяльності, що пов'язано з видозміною сфери особистості, розвитком її самостійності, творчого потенціалу, інтелектуальних здібностей, особистісного і професійного самовдосконалення і саморозвитку.

Вчитель-словесник має знайти свій шлях і свою майстерність, бо саме він є проповідником знань й творцем мистецтва.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко С. Український педагогічний словник. Київ. Либідь. 2005. 251 с.
2. Драгоманов М. Чудацькі думки про українську національну справу. Львів. 1892. 344 с.
3. Наукові основи методики літератури: наук.-метод. посіб. / За ред. Н. Волюшиної. Київ. Ленвіт. 2002. 343 с.
4. Педагогічна майстерність: підручник / І. Зязюн, Я. Крамущенко, І. Кривоносов та ін.; за ред. І. Зязюна.- 2-е вид., допов., і перероб. Київ. Вища школа. 2014. 424 с.
5. Сидоренко В. Акма – синергетичний підхід до підвищення кваліфікації вчителя української мови та літератури в системі неперервної освіти. Наукова скарбниця освіти Донеччини. Донецьк. 2010. № 2. с. 111–117.
6. Степанишин Б. Викладання української літератури в школі. Київ. Проза. 2015. 254 с.
7. Сухомлинський В. Як виховувати справжню людину. Вибр. твор.: в 5 т. Київ. Радянська Школа. 1997. Т. 2. С. 158–199.
8. Ушинський К. Про користь педагогічної літератури. Збірник в 5 томах: Педагогіка. 1992. Т. 1 с. 160–176.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ В INSTAGRAM В УМОВАХ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ

Вікторія ФІЛІМОНКОВА

здобувачка вищої освіти

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Соціальні мережі стали одним із ключових каналів маркетингових комунікацій брендів, а Instagram завдяки візуальній природі особливо ефективний для fashion-сегмента. Для компаній, що працюють на локальному ринку, недостатньо просто вести сторінку й регулярно публікувати контент: необхідно вибудовувати цілісну контент-стратегію, яка враховує культурні, мовні та поведінкові особливості цільової аудиторії [1; 2].

Метою цієї публікації є визначення основних складових ефективної контент-стратегії бренду в Instagram в умовах локального ринку. На практиці така стратегія має поєднувати аналіз аудиторії, формування візуальної ідентичності, добір контент-пілонів, планування регулярних публікацій і системне оцінювання результатів. Контент-маркетинг у цьому разі виступає не лише інструментом просування, а й способом формування довготривалих відносин із підписниками та підвищення довіри до бренду [3].

Першим етапом є визначення цільової аудиторії. Для локального fashion-ринку це, як правило, молодь 18–30 рр., міські споживачі, а також покупці, для яких важливими є стиль, якість і відповідність актуальним трендам. Саме на основі потреб цієї аудиторії формуються контент-пілони: презентація товару, стилістичні добірки, освітні матеріали, закулісся виробництва, відгуки клієнтів і контент користувачів. Такий підхід дає змогу поєднати інформаційну, емоційну та продажну функції комунікації [4; 5].

Другим важливим елементом є візуальна ідентичність бренду. Узгоджена палітра кольорів, типографіка, стиль фото- і відеоконтенту, а також єдина композиційна логіка профілю формують впізнаваність і створюють позитивне перше враження. Для Instagram це особливо важливо, оскільки саме візуальний образ часто стає першим контактом потенційного клієнта з брендом. У локальному контексті значення має й мовна адаптація: використання української мови, локальних референсів і близьких аудиторії смислів підсилює відчуття автентичності та довіри [1].

Ефективна контент-стратегія також потребує правильного вибору форматів. Пости допомагають підтримувати цілісну естетику профілю, Reels розширюють охоплення, Stories забезпечують оперативну взаємодію з підписниками, а

інтерактивні механіки сприяють залученню та зростанню активності аудиторії. Для fashion-бренду доцільно комбінувати різні формати, щоб не лише інформувати, а й надихати, демонструвати цінності бренду та стимулювати купівельну поведінку [2; 4].

Окремої уваги потребує взаємодія з аудиторією та аналіз ефективності. Коментарі, приватні повідомлення, опитування в Stories, репости відгуків і контенту користувачів формують навколо бренду спільноту, а не просто набір підписників. Результативність контент-стратегії слід оцінювати за такими показниками, як охоплення, залученість, переходи до профілю або сайту, збереження публікацій і конверсії. Регулярний аналіз цих метрик дає змогу коригувати контент-план та обирати більш ефективні формати [3; 5].

Додатковим інструментом просування для брендів у fashion-сегменті є співпраця з інфлюенсерами. Найчастіше ефективними виявляються мікро- та наноінфлюенсери, оскільки їхня аудиторія сприймає рекомендації як більш щирі та наближені до реального досвіду. У поєднанні з якісним органічним контентом, таргетованою рекламою та системною аналітикою це дає змогу підвищувати впізнаваність бренду й посилювати його позиції на локальному ринку.

Отже, формування контент-стратегії бренду в Instagram в умовах локального ринку має ґрунтуватися на глибокому розумінні аудиторії, послідовній візуальній ідентичності, локалізації повідомлень та постійному вимірюванні результатів. Найбільш ефективною є стратегія, що поєднує різні формати контенту, регулярну взаємодію з підписниками та співпрацю з інфлюенсерами. Саме така модель дозволяє бренду не лише збільшувати охоплення, а й формувати лояльну спільноту навколо себе.

Список використаних джерел:

1. Кочевой М., Баранова К. Побудова бренду промислового підприємства в умовах глобальної конкуренції. Наукові перспективи. 2025. № 12(66). С. 1008–1018.
2. Кудіна А. Дієві інструменти просування fashion-брендів через соціальну мережу Instagram. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Т. 4. № 2. С. 61–71.
3. Альошина Т., Козенков Д., Сало М. Контент-маркетинг як сучасний елемент маркетингової стратегії підприємства. Економічний вісник. 2022. № 3. С. 59–68.
4. Зіньцьо Ю., Федорук М. Основні види та формати контенту для SMM. Економіка та суспільство. 2025. № 71. С. 86–90.
5. Філіна О. Роль та види контенту при просуванні в соціальних мережах. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 1(31). С. 75–81.

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ У ВІК ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: РИЗИКИ ТА НАСЛІДКИ

Микита ЧУБАТОВ

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Державного податкового університету

Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового університету*

Глобальна віртуалізація комунікації трансформує не лише канали передачі інформації, але й саму структуру мовної компетентності та культури мовлення. У сучасних умовах інтернет-середовище генерує нові соціолінгвістичні динаміки, які, з одного боку, розширюють межі міжособистісного спілкування та демократизують його, а з іншого – створюють ризики мовної гомогенізації та втрати етнокультурної ідентичності [1]. Такі фактори, як анонімність, відсутність невербальних сигналів та крос-культурний характер цифрових платформ, у значній мірі змінюють шаблони використання мови. Це зумовлює необхідність переосмислення традиційних мовних норм, які під впливом технологічного детермінізму адаптуються до нових гібридних форматів спілкування.

Ключовим рушієм трансформації мовних норм у цифровому просторі є принцип економії мовних зусиль, зумовлений технічними обмеженнями платформ та потребою у високошвидкісному обміні даними. Цей принцип реалізується через синтаксичну редукцію – спрощення структури речень, уникнення складнопідрядних конструкцій та перехід до неформального стилю комунікації, що фактично стирає межі між усним та писемним мовленням. Лексична система збагачується за рахунок глобалізаційних запозичень (переважно з англійської мови), неологізмів та акронімів, які швидко асимілюються віртуальними спільнотами [2].

Рівень мовної компетентності та стійкість до втрати мовних навичок залежать від віку, коли людина засвоїла мову, частоти використання мови та рівня володіння, тому необхідна постійна практика, яку сьогодні частково забезпечують віртуальні джерела. Для найвищої ефективності згаданої практики, не варто обмежуватися лише електронними джерелами. Наприклад, залучення здобувачів освіти до онлайн-конференцій, круглих столів та дискусій стимулює підвищення загального рівня володіння мовою, збагачує словниковий запас та створює середовище для обміну думок.

Культура мовлення у віртуальному просторі стикається з проблемою ерозії традиційної лінгвістичної ввічливості. Для регулювання комунікативної поведінки формується мережевий етикет, відомий як «нетикет» – система конвенційних норм інтернет-спільноти, що базується на толерантності, відповідальності та надійності. Втім, дослідження виявляють значний розрив між теоретичними засадами нетикету та реальною практикою онлайн-взаємодії [3].

Типовим порушенням є ігнорування правил правопису та граматики. 12.5% користувачів суттєво порушують згадані правила. Це призводить до формування толерантності до спрощених мовних стандартів. Окрім цього, віртуальний простір часто створює обставини для конфліктів, через що 21.4% респондентів відзначають наявність агресії у мережі Інтернет. Наслідком такої поведінки є деградація лінгвістичної ввічливості та формування токсичного середовища комунікації. Крім того, фіксується надмірний флуд, де частка беззмістовного тексту сягає 6.3%. Варто звернути увагу на візуально-емоційний аспект комунікації. Користувачі активно заміщують традиційну невербаліку переважно позитивними емоджі та специфічними форматами написання, як-от «CamelCase». Це додає тексту мультимодального забарвлення. Завдяки таким графічним засобам компенсується відсутність міміки та інтонації, що допомагає уникати непорозумінь між співрозмовниками. Незважаючи на високий рівень фіксованих порушень, статистичні дані свідчать, що лише близько третини користувачів (32,2%) свідомо оперують поняттям нетикету [3].

Мовна компетентність пов'язана з практиками читання, які також суттєво змінюються. Перехід від друкованих до електронних форматів, поява аудіокниг та подкастів (таких як україномовні проєкти «Взяла і прочитала», «Запах слова») суттєво розширюють аудиторію та популяризують мову. Однак науковці акцентують увагу на серйозних ризиках, адже цифровізація зменшує час, який приділяється читанню, що призводить до «кліпового мислення». Зниження концентрації уваги та вільний доступ до коротких текстів знижують здатність людини розуміти глибокі смисли та зменшують словниковий запас [4].

Технологічні рішення, наведені у дослідженні, втрачають свою ефективність за умови відсутності співпраці з носіями мови. Вирішальну роль у цьому процесі перебирають на себе традиційні інституції пам'яті. Тепер бібліотеки – це не лише пасивні сховища, а адаптовані до нових реалій місця зберігання класичної спадщини. Варто згадати досвід Нью-Йоркської публічної бібліотеки з проєктом «Insta Novels» та ініціативи Британської бібліотеки, які трансформують класичні тексти у формати соціальних мереж [5].

Отже, цифрова епоха висуває нові вимоги до мовної культури, де володіння мережевим етикетом і мультимодальними інструментами тотожне знанню формальної граматики. Запобігання руйнуванню або розмиванню мовних норм та поширенню поверхового «кліпового» сприйняття інформації лежить у площині міждисциплінарних рішень. Поєднання потенціалу штучного інтелекту та сучасних платформ із зусиллями профільних інституцій не просто мінімізує деструктивні тенденції, але й сприяє ефективному розвитку національної мови через підвищення грамотності, використання офіційного ресурсу Словники України on-line, Регулярне читання класичної та сучасної української прози.

Список використаних джерел:

1. Івахненко Т. Культура мовлення в інтернет-комунікації. 2015. URL: <https://surl.li/nodfsj>.
2. Холод І., Калініченко Т. Вплив цифрової комунікації на трансформацію мовних норм. 2024. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/items/7aa4e74e-e237-4b2e-9bbb-2d40a10b5e82>.
3. Кавка О. Нетикет у соціальних мережах. 2024. URL: <https://digitalcommons.lindenwood.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1619&context=faculty-research-papers>.
4. Сенчило-Татліліоглу Н. Цифрові технології та культура читання: вплив на розвиток української мови. 2025. URL: https://www.researchgate.net/publication/404365050_CIFROVI_TEHNOLOGII_TA_KULTURA_CITANNA_VPLIV_NA_ROZVITOK_UKRAINSKOI_MOVI.
5. Мовчан К. Культурологічні аспекти управління сучасними бібліотеками. 2024. URL: <https://www.eu-scientists.com/index.php/fag/article/download/62/55/278>.

ПАНЕЛЬ 5. ТЕХНОЛОГІЇ МОБІЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ ТА PR

CONTENT MARKETING AND SOCIAL MEDIA AS TOOLS OF INTERACTION WITH THE TARGET AUDIENCE

Inna HERASHCHENKO

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Business Journalism and Digital Media, Simon Kuznets Kharkiv
National University of Economics*

Digitalization processes significantly influence the development of modern communications, transforming approaches to interaction with the audience and methods of information dissemination. In contemporary conditions, content marketing and social media have become effective tools for establishing communication between organizations and target audiences. Their use is relevant both in the field of media communications and in the marketing activities of enterprises, including agricultural companies.

Today, social media platforms such as Instagram, Facebook, TikTok, and YouTube provide opportunities for rapid dissemination of information, audience engagement, and brand promotion. The growing popularity of digital platforms contributes to the transformation of communication models and increases the importance of interactive content. Modern users not only consume information but also actively participate in its creation and distribution, which strengthens the role of digital communications in society.

Content marketing is an important component of digital communication strategies because it enables organizations to attract audience attention through useful, relevant, and engaging content. The effectiveness of content marketing depends on the quality of information, visual presentation, regularity of publications, and adaptation of materials to audience interests. High-quality content contributes to the formation of a positive image, increases audience loyalty, and improves communication efficiency [1].

In the field of journalism and media communications, social media play a significant role in distributing news content, ensuring prompt communication with audiences, and increasing user engagement. Journalists actively use digital platforms to promote media materials, conduct live broadcasts, and interact with readers. As a result, social media have become not only communication channels but also independent sources of information [2].

Table 1

Main advantages of social media in communication activities

Social media tool	Characteristics	Communication effect
Instagram	Visual content, stories, reels	Audience engagement and brand awareness
Facebook	Communities, advertising tools	Communication with consumers and feedback
TikTok	Short video content	Rapid audience reach and popularity growth
YouTube	Video hosting and streaming	Informational influence and audience retention

At the same time, agricultural enterprises increasingly use digital marketing tools to promote products and maintain communication with consumers. Social networks help companies increase brand awareness, advertise products, study consumer preferences, and build long-term relationships with customers. The use of digital communication channels allows agricultural enterprises to improve marketing efficiency and strengthen their competitive position in the market [3].

Table 2

Digital marketing tools used by agricultural enterprises

Tool	Purpose of use	Expected result
Social media marketing (SMM)	Product promotion and communication	Increased audience engagement
Content marketing	Creation of useful informational content	Improvement of brand image
Targeted advertising	Reaching specific consumer groups	Increase in sales and audience reach
Video marketing	Demonstration of products and processes	Growth of consumer trust

The effectiveness of digital communications depends on the correct combination of communication channels and marketing tools. Organizations that actively use content marketing and social media can quickly adapt to audience needs and maintain competitive advantages in the digital environment [4].

Therefore, content marketing and social media are important tools of modern communication activities. Their effective use contributes to improving interaction with target audiences, strengthening brand image, and increasing the effectiveness of media and marketing communications in the digital environment [5].

REFERENCES

1. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 9th ed. Pearson, 2024. 568 p.
2. Tuten T., Solomon M. Social Media Marketing. 5th ed. Sage Publications, 2023. 432 p.
3. Ryan D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. 6th ed. Kogan Page, 2022. 320 p.
4. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. 3rd ed. Kogan Page, 2022. 416 p.
5. Safko L. The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success. 4th ed. Wiley, 2021. 688 p.

МІЖНАРОДНА ПІДТРИМКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ) УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Ніна ЗРАЖЕВСЬКА

*д-р наук із соц. комунікацій, професор, професор кафедри міжнародної
журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

Під час повномасштабної війни українські медіа зіткнулися з значними викликами: забезпеченням операційного виживання та одночасним дотриманням професійних стандартів, редакційної незалежності й соціальної відповідальності. У цьому контексті міжнародна допомога стала критично важливим чинником, який дозволяє медіаорганізаціям не лише продовжувати функціонування, а й підтримувати та розширювати свої CSR-практики в екстремальних умовах.

З аналітичної точки зору міжнародну підтримку можна розглядати як складову ширшої CSR-екосистеми, у межах якої українські медіа виступають не лише провайдерами соціально відповідальних практик, але й отримувачами підтримки, заснованої на принципах солідарності. Доступ до фінансових ресурсів, безпекової інфраструктури та професійного навчання безпосередньо впливає на спроможність медіаорганізацій реалізовувати гуманітарні, інформаційні та мобілізаційні ініціативи. Таким чином, зовнішня допомога функціонує як опосередкований, але надзвичайно важливий драйвер CSR у воєнних медіасистемах.

Провідну роль серед міжнародних донорів відіграє Європейський Союз, який із 2017 р. інвестував понад €100 млн у розвиток незалежних медіа. У березні 2025 р. Брюссель оголосив про додатковий пакет підтримки у розмірі €10 млн для зміцнення журналістики та посилення її стійкості в умовах війни (EEAS, 2025).

Fondation Hironnelle у партнерстві з Institute for Regional Media and Information (IRMI) з 2022 р. реалізує Media Resilience Support Programme. У 2024 р. програма спрямувала 1,57 млн. на забезпечення доступу до перевіреної інформації у прифронтових та високоризикових регіонах (Fondation Hironnelle, 2023).

Важливим прикладом скоординованої міжнародної підтримки є Ukrainian Media Fund (UMF) – спільна ініціатива за підтримки організацій із Данії, Фінляндії, Норвегії, Польщі та Швеції. Фонд надає фінансову допомогу редакціям, що працюють у зонах конфліктів, забезпечує журналістів захисним

спорядженням та сприяє післявоєнним зусиллям із відновлення медіасередовища (Ukrainian Media Fund, 2024).

Серед інших ключових донорів варто виокремити European Centre for Press and Media Freedom (ЕСРМФ), який реалізує програму Voices of Ukraine та надає екстрену фінансову допомогу, проводить тренінги з цифрової безпеки й підтримує психологічну стійкість журналістів, які працюють в умовах надзвичайного тиску (ЕСРМФ, 2023). Подібним чином International Press Institute (IPI) від початку повномасштабного вторгнення виділив близько €100 тис. на підтримку незалежних українських медіа (International Press Institute, 2023).

Суттєвий внесок зробили також Open Society Foundations, які інвестували в Україну понад \$230 млн. У 2022 році організація започаткувала Democracy Fund обсягом \$50 млн для підтримки незалежної журналістики, стійкості медіа та демократичних цінностей в умовах війни (Open Society Foundations, 2022).

Важливу роль відіграли й механізми оперативного реагування. Ukrainian Media Emergency Fund (UMEF), яким управляє IREX, надає термінову допомогу медіа, що працюють у прифронтових районах. Паралельно міжнародна фандрейзингова кампанія The Fix Media, розміщена на платформі FundRazr, зібрала майже €3 млн на підтримку провідних українських редакцій (FundRazr, 2022).

UNESCO долучилася через інституційні та освітні ініціативи, зокрема створення Центру солідарності журналістів у Харкові та запуск Media Excellence Programme, спрямований на посилення професійних компетентностей і психологічної стійкості журналістів (UNESCO, 2024).

Репортери без кордонів (RSF) підтримали близько 1 900 журналістів і 270 медіаорганізацій, надаючи захисне обладнання, технічні ресурси та психологічну допомогу (RSF, 2024). Лише у 2024 р. RSF забезпечили 129 медіа та 57 журналістів у 16 регіонах енергетичним обладнанням (генераторами, зарядними станціями та зовнішніми акумуляторами), а також провели навчання для понад 1400 журналістів, серед яких 380 працювали в зонах конфлікту. Тренінги були присвячені фізичній, цифровій та правовій безпеці, а також фактчекінгу й протидії дезінформації.

Додаткову підтримку надали такі організації, як Media Development Foundation (MDF), що започаткувала Core Media Fund для підтримки етичних стандартів і довгострокової стійкості медіа, а також DW Akademie, чия ініціатива MediaFit пропонує гранти, менторство та програми цифрового навчання (DW Akademie, 2023).

Окрім зовнішньої допомоги, важливі механізми підтримки були сформовані завдяки професійним та інституційним мережам. У співпраці з National Union of Journalists of Ukraine (NUJU), European Federation of Journalists (EFJ) та International Federation of Journalists (IFJ) в Україні було створено мережу з шести Центрів

солідарності журналістів (Journalists' Solidarity Centres). Ці центри забезпечують безпечні робочі простори, обладнання, а також юридичну й психологічну підтримку медіапрацівників, які постраждали від війни (European Federation of Journalists, 2024).

У сукупності ці ініціативи формують багаторівневу систему підтримки, що поєднує фінансову допомогу, безпекові заходи, професійне навчання та інституційний розвиток. Упродовж 2022–2025 рр. загальний обсяг міжнародної допомоги перевищив €400 млн.

Ця підтримка не лише забезпечила виживання українських медіа, але й посилила їхню здатність виконувати соціально відповідальні функції, зокрема інформувати суспільство, підтримувати постраждалі громади та протидіяти дезінформації. У цьому сенсі міжнародна допомога виступає структурним компонентом CSR воєнних медіа, забезпечуючи її безперервність та ефективність.

Список використаних джерел:

1. EEAS. (2025). EU support for independent media in Ukraine. European External Action Service.
2. Fondation Hironde. (2023). Media Resilience Support Programme. Fondation Hironde.
3. Ukrainian Media Fund. (2024). Support for Ukrainian media during wartime. Ukrainian Media Fund.
4. ECPMF. (2023). Voices of Ukraine programme. European Centre for Press and Media Freedom.
5. International Press Institute. (2023). IPI support for independent Ukrainian media. International Press Institute.
6. Open Society Foundations. (2022). Democracy Fund for Ukraine. Open Society Foundations.
7. FundRazr. (2022). The Fix Media fundraising campaign for Ukrainian newsrooms. FundRazr.
8. UNESCO. (2024). Media Excellence Programme and Journalists' Solidarity Centre initiatives. UNESCO.
9. RSF. (2024). Support initiatives for Ukrainian journalists and media outlets. Reporters Without Borders.
10. DW Akademie. (2023). MediaFit initiative. DW Akademie.
11. European Federation of Journalists. (2024). Journalists' Solidarity Centres in Ukraine. European Federation of Journalists.

PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Евеліна КЮРКЧЮ

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Навчально-наукового інституту природничо-математичних наук,
інформатики та менеджменту Південноукраїнського національного
педагогічного університету імені К. Д. Ушинського*

У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства особливої актуальності набуває проблема ефективної комунікації органів публічної влади з громадськістю. Від рівня відкритості, прозорості та якості взаємодії з громадянами значною мірою залежить рівень довіри до владних інституцій та їхня спроможність реалізовувати управлінські рішення. Водночас недостатньо ефективне використання PR-технологій у діяльності органів публічної влади може призводити до зниження соціального капіталу та ускладнення суспільного діалогу.

Питання комунікації влади з громадськістю та формування соціального капіталу досліджувалися у працях вітчизняних науковців, зокрема В. Башманівського, А. Шаповалової, Н. Лесовець, С. Синиці та інших. Проте в умовах цифровізації, інформаційних викликів та криз це питання потребує подальшого осмислення.

Метою дослідження є аналіз ролі PR-технологій як інструменту формування соціального капіталу органів публічної влади.

PR-технології в системі органів публічної влади виступають важливим інструментом взаємодії з громадськістю. Їх сутність розкривається через поєднання двох ключових функцій – управлінської та комунікативної. З одного боку, вони є складовою управлінської діяльності, що спрямована на формування позитивного іміджу органів влади та підтримку їхньої легітимності. З іншого боку, PR-технології забезпечують системну взаємодію з громадськістю, сприяючи встановленню двостороннього діалогу між державою та суспільством [1, с. 5].

Серед конкретних PR-технологій, що використовуються органами публічної влади, можна виокремити: кризові комунікації (оперативне інформування та протидія дезінформації), технології публічних консультацій, інструменти візуалізації управлінських рішень (інфографіка, дашборди відкритих даних), а також стратегії роботи зі стейкхолдерами (зокрема з бізнесом, молоддю, ВПО та ветеранами). Важливу роль на сьогодні відіграє цифровізація комунікаційних процесів [2, с. 126]. Соціальні мережі, офіційні

вебсайти та електронні платформи стали основними каналами взаємодії, що дозволяють владі оперативно реагувати на запити громадян. Особливого значення такі комунікації набули в умовах повномасштабної війни, коли інформаційна політика держави стала важливою складовою національної безпеки.

Реалізація PR-технологій в органах публічної влади здійснюється через спеціалізовані структурні підрозділи, зокрема пресслужби та відділи зв'язків з громадськістю [3, с. 361]. Їх функціонування включає взаємодію із ЗМІ, підготовку офіційних повідомлень, організацію інформаційних кампаній та забезпечення зворотного зв'язку з громадськістю. Водночас сучасна практика засвідчує, що ефективність цих структур залежить не від формальної присутності комунікаційних підрозділів, а від реальної інтеграції PR-стратегії в процес підготовки та прийняття управлінських рішень.

Соціальний капітал у контексті публічного управління розглядається як сукупність відносин довіри та соціальних зв'язків, що забезпечують ефективну взаємодію між державою і громадянами. Його рівень безпосередньо залежить від залученості суспільства до прийняття рішень та готовності до реальної співпраці. Важливо підкреслити: соціальний капітал не з'являється лише тому, що влада оголосила себе «прозорою». Він створюється тоді, коли PR-технології працюють не на сухе інформування, а на побудову реальної довіри через діалог [4, с. 173].

Ефективність PR-технологій залежить не лише від наявності інструментів, а й від якості їх застосування. На заваді формуванню соціального капіталу сьогодні стоять: переважання одностороннього інформування над діалогом, низька культура зворотного зв'язку та ризик «цифрового розриву» (нерівномірний доступ громад до е-сервісів). Подолання цих бар'єрів дозволить перейти від формального висвітлення діяльності до реального партнерства влади та суспільства.

Таким чином, PR-технології безпосередньо впливають на формування соціального капіталу органів публічної влади через забезпечення прозорості комунікації та розвиток механізмів громадської участі. Найбільш дієвими стають гібридні стратегії, що поєднують оперативність кризового реагування із інструментами залучення цільових груп. Саме такий підхід створює умови для переходу від формального звітування до реальних партнерських відносин між владою і суспільством.

У результаті дослідження встановлено, що PR-технології є важливим інструментом забезпечення ефективної взаємодії органів публічної влади з громадськістю. Їх застосування сприяє підвищенню рівня відкритості,

прозорості та довіри до державних інституцій, а також забезпечує ефективнішу реалізацію управлінських рішень. Визначено, що розвиток PR-технологій позитивно впливає на формування соціального капіталу, який є важливою умовою стабільного функціонування демократичного суспільства. Зміцнення соціального капіталу, своєю чергою, підвищує ефективність державного управління та сприяє розвитку громадянського суспільства.

Вдосконалення комунікаційних стратегій органів публічної влади є необхідною умовою підвищення рівня довіри до держави та зміцнення взаємодії між владою і громадськістю. Перспективними напрямками подальших досліджень є розробка критеріїв оцінки впливу конкретних PR-технологій на соціальний капітал, а також адаптація міжнародних антикризових комунікаційних моделей до реалій України.

Список використаних джерел:

1. Синиця С., Данилишин В. Особливості PR в сфері державного управління. Ефективна економіка. 2021. № 8. 5 с.
2. Новікова Н. Соціальні мережі як інструмент для органів державної влади для налагодження зв'язків з громадськістю. Інвестиції : практика та досвід. 2020. № 5–6. С. 123–127.
3. Деревянко В. Сучасні засоби комунікативного зв'язку з громадськістю в публічному управлінні. Управління розвитком соціально-економічних систем : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 20–21 квіт. 2023 р. Харків. 2023. С. 360–363.
4. Шаповалова А. Сучасний PR : від теорії і практики до політичних комунікацій та цифрових трансформацій : монографія. Київ. КНУТД. 2026. 220 с.

COMMUNICATION SUPPORT FOR THE IT SPHERE AS A STRATEGIC FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF THE NATIONAL ECONOMIC SYSTEM

Svyatoslav NECHAI

Master's Student in Journalism, State Tax University

Scientific Supervisor: *Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and
Culture, State Tax University*

In the 21st century, the IT sector has emerged as a pivotal driver of the national economy, facilitating the growth of service exports, creating high-value employment opportunities, stimulating innovation in related industries, and forging new models of interaction between the state, business, and society. Concurrently, the economic potential of IT is intrinsically linked to its discourse and conceptualization: the media establish frames of perception, navigate reputational risks, legitimize policy decisions, and influence investment expectations and talent attraction [1]. Consequently, media support for the IT sector serves not merely as a secondary function but as a strategic development tool – both at the enterprise level and within the framework of national economic policy [2].

Media support for the IT sector is best understood as a systemic communication activity aimed at establishing and maintaining industry trust, elucidating its economic significance, promoting products and services, attracting investment and talent, and managing crises [5]. It encompasses media relations, content marketing, thought leadership, social media presence, analytical reporting, participation in public events, educational campaigns, and engagement with government institutions. Unlike traditional industries, IT companies frequently operate within global markets, offering intangible products and utilizing distributed teams; thus, their reputation is heavily dependent on communication: that which is intangible must be persuasively articulated [1].

A primary characteristic of media support for the IT sector is the dominance of narratives that synthesize technological complexity with social significance. Effective communications must translate “technological discourse” into concepts accessible to a mass audience, illustrating how a product impacts daily life, what problems it addresses, which risks it mitigates, and what added value it creates. In this context, the media function as a mediator between the expert community and the general public; the quality of this “translation” determines the level of public support for digital

reforms, the readiness to adopt innovations, and the overall innovation climate within the country.

A second critical feature lies in the requirement that IT media support be simultaneously grounded in economic rationale and value-driven motivation. For investors and public administrators, key performance indicators are paramount: export volume, tax revenues, contribution to GDP, employment figures, growth rates, and productivity levels. Conversely, for society, humanitarian dimensions are equally vital: data ethics, cybersecurity, inclusivity of technological access, and the protection of human rights within the digital environment. Consequently, robust IT sector communications must establish a strategic equilibrium, demonstrating economic impact while simultaneously emphasizing social responsibility [5].

The third characteristic is the high velocity of information cycles and the perpetual requirement for operational responsiveness. The IT industry functions within a paradigm of rapid releases, updates, transitions, and emerging technological trends. Media support must align with this tempo: providing timely explanations of product updates, managing security incidents, commenting on shifts in the regulatory landscape, and managing the expectations of users and partners. A delayed media response can prove more costly than the triggering event itself, as an information vacuum is swiftly filled by rumors, manipulations, and competitive interpretations [5].

Crisis communication as a constituent element of IT sector media support warrants distinct analysis. Crises may manifest as data breaches, cyberattacks, technical failures, allegations of copyright infringement, or reputational conflicts arising from executive statements or unsuccessful advertising campaigns [4]. In a digital economy, a crisis often triggers a “network effect”: a single incident scales instantaneously via social platforms, and its consequences impact not only the individual brand but also trust in the industry as a whole [1]. Consequently, media support must encompass pre-established response scenarios, transparent messaging, a readiness to engage with journalistic inquiries, the availability of competent spokespersons, and an evidentiary basis (event timelines, technical explanations, and mitigation plans). For the IT sector, integrity and precision are paramount: the audience expects not merely “soothing” rhetoric, but definitive answers regarding the actions taken and the timeline for resolution.

The fourth characteristic is the prominent role of the personal brands of experts and executives as primary communication channels. In the technological sphere, authority is frequently personified: audiences tend to trust specific engineers, entrepreneurs, analysts, and researchers. The participation of such individuals in public discourse – through op-eds, podcasts, keynote speeches, specialized conferences, and media commentaries – bolsters trust in the company and the industry, while

simultaneously shaping the country's expert image on an international level. However, personal brands also entail risks: indiscreet statements or politically sensitive topics can trigger waves of public backlash and boycotts. Consequently, IT media support ensures not censorship, but rather communicative literacy: an understanding of context and facts, respect for the audience, and accountability for public messaging [5].

The fifth characteristic involves multi-channel engagement and audience fragmentation. Communication strategies targeting users, investors, the state, local communities, the educational environment, and international partners cannot be uniform. Content that is effective on LinkedIn for the business community will not resonate on TikTok for a younger demographic or within official press releases for government agencies.

The sixth characteristic is the presence of a competitive information environment and the risks of manipulation. As the IT sector generates significant financial flows and intersects with political decision-making, it frequently becomes a target for information attacks. Potential threats include smear campaigns, the amplification of negative incidents, and the framing of IT as a "privileged" industry that purportedly fails to contribute to society – or, conversely, its romanticization without critical analysis. Consequently, media support must rely on open data, partnerships with independent think tanks, systematic fact-checking, and the production of lucid explanatory materials. In conditions of information turbulence, the advantage lies with the actor capable of serving as a source of verified information.

The seventh characteristic is the specificity of the national context and the necessity of aligning sectoral and state narratives. When the IT sector is positioned as an economic driver, it is vital that this claim is substantiated not only by PR messaging but also by innovation support policies, a stable regulatory environment, intellectual property protection mechanisms, digital infrastructure, and the advancement of STEM education [3]. Within this framework, media support evolves into a conduit of communicative trust between business and the state: facilitating the explanation and public deliberation of legislative initiatives, popularizing digital transformation programs, and demonstrating tangible results for citizens. Particular emphasis is placed on communicating tax regimes, service export conditions, investment attraction, and cybersecurity policies. Inconsistent or contradictory messaging from various stakeholders creates uncertainty, which negatively impacts economic decision-making.

The eighth characteristic is the educational dimension of media support. Sustained industry development necessitates a robust talent pipeline, including engineers, product managers, designers, data analysts, and security specialists. In this capacity, the media can perform functions of professional orientation and digital literacy enhancement, popularizing technical professions, dismantling stereotypes regarding "easy money" in

IT, and emphasizing the importance of systematic education. Furthermore, communications can facilitate the integration of academia and business by highlighting internships, joint university-corporate programs, grants, hackathons, and incubators. In the long-term perspective, educational communication serves as a fundamental driver of national competitiveness.

The ninth characteristic is the mandate for measuring communication effectiveness in terms of economic outcomes. For the IT sector, it is essential to transition from mere “mention counts” to metrics aligned with business objectives: trust growth, lead generation, reduction in recruitment costs via a strong employer brand, increased partnership conversion rates, user retention, and the public’s readiness to adopt digital solutions. Relevant metrics may include media sentiment, Share of Voice (SoV), reach within key segments, trust dynamics based on longitudinal surveys, the efficacy of crisis messaging, and the impact of content on traffic and registrations. Such an approach transforms media support into a strategic management tool rather than a decorative appendage [4].

In conclusion, media support for the IT sector as a driver of the national economy is characterized by several distinct features: the necessity of “translating” technology into accessible meanings, the balance of economic and value-based arguments, high operational responsiveness, advanced crisis communication, reliance on the personal brands of experts, multi-channel engagement, protection against manipulation, alignment with state policies, an educational mission, and the measurement of performance outcomes. In the contemporary humanitarian space-time, communication becomes no less vital than the technology itself: it fosters the trust without which investment, innovation, and sustainable development are impossible. Consequently, high-quality media support for the IT sector should be regarded as a fundamental factor in national resilience and economic growth.

REFERENCES:

1. Ahmed T., Maharaj G., Saxton G.D., Zhang S. ESG Communication Tactics and Reputational Capital on Social Media. Information. 2025. № 16(12). URL: <https://doi.org/10.3390/info16121063>.
2. Carreira C., Mendes A., Ferreira J.F., Christin N. A Systematic Review of Security Communication Strategies: Guidelines and Open Challenges. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2504.02109>.
3. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. 2026. URL: <https://thedigital.gov.ua/>.
4. Schneider E., Kyriakopoulos V., Seo Y., Hong N., Lee M., Lim J. S. Artificial Intelligence in Crisis Communication: Investigating Source Effects and Matched Crisis

Responses on Stakeholder Perceptions. 2026. URL:
<https://link.springer.com/article/10.1057/s41299-026-00254-9>.

5. We presented “Digital Tiger: the Market Power of Ukrainian IT – 2024” – a study of the prospects of Ukrainian IT in key export markets around the world. 2024. URL: <https://itukraine.org.ua/predstavili-digital-tiger-the-market-power-of-ukrainian-it-2024-doslidzhennya-perspektiv-ukrayinskogo-it-na-klyuchovih-eksportnih-rinkah-svitu/>.

ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ЗОВНІШНЬООРІЄНТОВАНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ВЛАДНИХ ПОВНОВАЖЕНЬ

Олексій ПРОНЕВИЧ

*д-р юрид. наук, професор, професор кафедри службового та медичного права
Навчально-наукового інституту права
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Комунікаційний феномен паблік рилейшнз (PR/зв'язки з громадськістю) детермінований прагненням соціально активних суб'єктів суспільних відносин налагодити перманентну комунікацію з цільовою аудиторією з метою формування позитивної репутації. Полісемантичність концепту паблік рилейшнз зумовлює відсутність його уніфікованого дефініціювання. Як наслідок, у фаховому дискурсі паблік рилейшнз альтернативно тлумачиться як елемент партисипативної демократії, вид соціальної комунікації, наука про формування громадської думки, стратегічна діяльність для побудови гармонійних суспільних відносин, система некомерційних комунікаційних зв'язків, управління сприйняттям бренду, мистецтво організації комунікаційного простору, сукупність засобів впливу на громадську думку, складова інформаційно-комунікаційного менеджменту (маркетингової комунікації), частина спрямованих на формування репутації компанії та досягнення маркетингового результату маркетингових комунікацій, інструмент поглиблення довіри/досягнення консенсусу тощо. На нашу думку, паблік рилейшнз у широкому сенсі полягає в цілеспрямованому формуванні громадської думки та управлінні нею задля досягнення взаєморозуміння між людьми, окремими соціальними спільнотами, етносами/націями, державами. Натомість паблік рилейшнз у вузькому сенсі є системною управлінською діяльністю комерційної компанії та/або суб'єкта владних повноважень, спрямованою на просування артикульованих конструктів/наративів з метою створення пабліцитного підґрунтя для позитивного оцінювання цільовими групами їх соціальної місії, результатів статутної діяльності, якості товарів або надаваних публічних послуг. Принагідно зауважимо, що відповідно до пункту 7 частини 1 статті 4 Кодексу адміністративного судочинства України до суб'єктів владних повноважень належать органи державної влади (у тому числі без статусу юридичної особи), органи місцевого самоврядування, органи військового управління, їх посадові чи службові особи, інші суб'єкти при здійсненні ними публічно-владних управлінських функцій на підставі законодавства, в тому числі на виконання делегованих повноважень, або наданні адміністративних послуг [1].

Аксіоматично, що паблік рилейшнз іманентний різним сферам суспільного життя. Французький дослідник Б. Гурне констатував, що «для органів адміністративного управління вкрай необхідно розробляти і систематично застосовувати політику поліпшення своїх зв'язків з громадськістю». Природно, що упродовж останнього часу суттєва увага приділяється ствердженню паблік рилейшнз у сфері публічного адміністрування, тобто ґрунтованій на приписах закону зовнішньоорієнтованій діяльності суб'єктів владних повноважень, що полягає у забезпеченні легального публічного інтересу, сприянні приватним особам в реалізації суб'єктивних прав, здійсненні ефективного управління публічним майном, наданні адміністративних послуг, ідентифікації та нейтралізації реальних загроз для охоронюваного державою загального блага [2, с. 140].

Паблік рилейшнз у сфері публічного адміністрування є маркером людиноцентричності та інклюзивності публічної адміністрації, засобом підвищення транспарентності публічно-владної діяльності адміністративних органів, технологією ангажементу громадськості до формування державної політики/розроблення соціально значущих управлінських рішень. Стратегічним комунікаційним імперативом у сфері публічного адміністрування є запровадження механізму двосторонньої комунікаційної взаємодії суб'єктів владних повноважень та приватного сектору, формування громадської думки на основі об'єктивної інформації.

Інформування громадськості є складовою паблік рилейшнз. Реактивне інформування полягає у задоволенні суспільного запиту на отримання об'єктивної інформації про прийняті рішення та практичні дії суб'єктів владних повноважень. Натомість проактивне інформування полягає у налагодженні діалогу із суспільством щодо обговорення проєктів управлінських рішень суб'єктів владних повноважень.

Національною стратегією сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021–2026 рр., затвердженою указом Президента України від 7 вересня 2021 р. № 487/2021, визнана необхідність удосконалення механізму реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку громадянського суспільства, у тому числі в частині посилення інституційної спроможності органів виконавчої влади з питань налагодження комунікацій з громадськістю, зокрема забезпечення функціонування відповідних підрозділів. У цьому документі наголошено на важливості міжсекторальної співпраці держави, бізнесу, суспільних груп та інститутів громадянського суспільства, які «мають налагоджені комунікації, разом взаємодіють для досягнення позитивних змін у суспільстві та створення публічного блага» [3].

Наразі склалася практика створення окремими адміністративними органами спеціалізованих структурних підрозділів зі зв'язків з громадськістю. Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2016 р. № 564 передбачена інституціоналізація Департаменту інформації та комунікацій з громадськістю у структурі Секретаріату Кабінету Міністрів України [4]. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України «Про упорядкування структури апарату центральних органів виконавчої влади, їх територіальних підрозділів та місцевих державних адміністрацій» від 12 березня 2005 р. № 179 прямо передбачено створення у складі міністерств секретаріатів як сукупності «самостійних структурних підрозділів і посад, що здійснюють організаційне, правове, фінансово-економічне, матеріально-технічне забезпечення діяльності міністерства», серед іншого й структурних підрозділів із забезпечення взаємодії із засобами масової інформації та зв'язків з громадськістю [5]. Зазначимо, що за відсутності типового положення про комунікаційний структурний підрозділ секретаріату міністерства його функціонал визначається наказом міністерства. Так, у пункті 2.1 Положення про відділ зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації у складі управління взаємодії з органами державної влади та зв'язків з громадськістю, затвердженого наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 9 червня 2017 р. № 824 (наразі це міністерство йменується Міністерством економіки, довкілля та сільського господарства України), основні завдання зазначеного відділу було визначено таким чином: забезпечення оперативного та об'єктивного інформування громадськості про діяльність міністерства; організація проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації економічної політики держави шляхом проведення круглих столів, семінарів, конференцій, публічних обговорень за участю представників органів виконавчої влади та громадськості; організація підготовки та проведення публічних заходів міністерства із залученням громадськості та засобів масової інформації; здійснення інформування про діяльність міністерства в засобах масової інформації та в мережі Інтернет [6]. Натомість Департамент зв'язків із громадськістю Міністерства внутрішніх справ України позиціонується як самостійний структурний підрозділ центрального апарату міністерства, що координує проведення органами та підрозділами внутрішніх справ інформаційної політики міністерства, здійснення взаємодії з населенням, об'єднаннями громадян, засобами масової інформації, а також підприємствами, організаціями та установами, що діють в інформаційній сфері [7].

У типовому положенні про структурний підрозділ місцевої державної адміністрації, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 26

вересня 2012 р. № 887, на інформаційно-комунікаційній компоненті публічно-владної діяльності місцевої державної адміністрації наголошується побіжно та еkleктично. Загалом йдеться про виконання завдань щодо «постійного інформування населення про стан здійснення визначених законом повноважень» [8], а в рекомендованих переліках структурних підрозділів місцевих державних адміністрацій, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 18 квітня 2012 р. № 606, передбачено створення в апаратах місцевих державних адміністрацій структурних підрозділів щодо здійснення виконавчої влади з питання інформаційної діяльності та комунікації з громадськістю [9].

Інформаційна діяльність та комунікації з громадськістю місцевих державних адміністрацій має здійснюватися згідно з Методичними рекомендаціями з розроблення Положення про структурний підрозділ з інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю обласної, Київської, Севастопольської міської державної адміністрації, затверджених наказом Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 15 жовтня 2013 р. № 199. Згідно з пунктом 3 Методичних рекомендацій основні завдання цього структурного підрозділу визначено таким чином: сприяння реалізації конституційного права громадян на свободу слова та безперешкодній діяльності засобів масової інформації; участь у реалізації державної політики в інформаційній та видавничій сферах; здійснення заходів щодо розвитку інформаційного простору та інформаційної інфраструктури на відповідній території; участь у реалізації державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства; проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики; сприяння місцевим органам виконавчої влади у забезпеченні взаємодії з громадськими організаціями; забезпечення реалізації права громадян брати участь в управлінні державними справами та задоволення їх потреби в інформації [10].

Формально встановлені інформаційно-комунікаційні стандарти враховуються при розробленні положень про профільні комунікаційні структурні підрозділи місцевих державних адміністрацій. Наприклад, у чинному Положенні про управління інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю Івано-Франківської обласної державної адміністрації передбачено, що зазначене управління серед іншого: сприяє розвитку національного інформаційного простору, безперешкодній діяльності медіа усіх форм власності; забезпечує в межах компетенції оперативну взаємодію з медіа; здійснює моніторинг друкованих та електронних медіа, що функціонують на теренах області, готує інформаційно-аналітичні матеріали щодо ситуації в інформаційному просторі регіону, висвітлення у медіа найважливіших питань

внутрішньої та зовнішньої політики держави; організовує та проводить у межах компетенції пресконференції, брифінги, тематичні зустрічі з журналістами, готує та поширює інформаційні матеріали тощо; проводить акредитацію журналістів та працівників медіа при Івано-Франківській обласній державній адміністрації; за результатами аналізу діяльності сприяє впровадженню ефективних механізмів комунікацій між Івано-Франківською обласною державною адміністрацією та політичними партіями, громадськими організаціями, інститутами громадянського суспільства; організовує просвітницькі кампанії для різноманітних верств населення, інститутів громадянського суспільства з метою ознайомлення їх з механізмами участі у формуванні і реалізації державної та регіональної політики; узагальнює висновки, пропозиції та зауваження, що надійшли під час проведення консультацій з громадськістю, в межах своєї компетенції сприяє врахуванню громадської думки під час прийняття рішень місцевими органами виконавчої влади тощо. Примітно, що управління інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю підпорядковано голові Івано-Франківської обласної державної адміністрації, підзвітне та підконтрольне Міністерству культури України [11].

Підпорядковані керівникам органів виконавчої влади інформаційні служби забезпечують реалізацію державної інформаційної політики, здійснюють моніторинг медіа, налагоджують взаємодію з громадськістю. Водночас наголосимо, що у провідних демократіях поширена практика передачі зв'язків з громадськістю на аутсорсинг спеціалізованим PR-агенціям. Доцільність залучення аутсорсера до здійснення зв'язків з громадськістю обґрунтовується необхідністю заощадження коштів, безальтернативністю використання потужного потенціалу глибоко інтегрованих до комунікативного простору професійних PR-агенцій для досягнення максимального результату (наголошується на їх готовності реалізовувати масштабні піар-кампанії, здатності використовувати широкий спектр комунікаційних технологій, спроможності артикулювати цільові гранд-наративи та здійснювати їх системну промоцію, наявності усталених робочих контактів з медіа та неурядовими інституціями), необхідністю націлювання штатних PR-відділів компаній на вирішенні питань стратегічного характеру (наприклад, розроблення комунікаційних стратегій або програм антикризових паблік рилейшнз) [12, с. 49].

Одним із стратегічних напрямів професіоналізації державної служби визначено підвищення рівня професійних компетентностей державних службовців з комунікаційного забезпечення діяльності державних органів. Найперше йдеться про поглиблення професійних знань щодо державної

інформаційної політики, технологій комунікації, інструментів взаємодії державного органу з громадськістю, налагодження міжсекторального партнерства, організації публічних консультацій як специфічної форми комунікації з громадськістю.

Резюмуючи, зазначимо, що імплементація концепту паблік рилейшнз у сфері публічного адміністрування сприяє налагодженню партнерської комунікаційної взаємодії суб'єктів владних повноважень з громадськістю у рівноправному партнерському форматі «суб'єкт – суб'єкт». Результатом ефективної реалізації паблік рилейшнз є вплив на громадську думку та формування позитивного іміджу державних органів, забезпечення транспарентності їх діяльності, залучення громадян до розроблення і реалізації соціально значущих управлінських рішень, поглиблення довіри громадян до владних інституцій. В умовах воєнного стану екзистенційного значення набуває здійснення кризової комунікації влади із суспільством.

Список використаних джерел:

1. Кодекс адміністративного судочинства України від 6 липня 2005 року № 2747-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15#Text>.
2. Проневич О. Система суб'єктів публічного адміністрування. Публічне адміністрування: навч. посіб. / А.І. Берlach, Н.А. Литвин, І.А. Мацелюх та ін.; заг. ред. А.І. Берlach, Н.А. Литвин. Київ: ВД «Дніпро», 2025. С. 137–182.
3. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 роки: указ Президента України від 7 вересня 2021 року № 487/2021. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text>.
4. Про затвердження структури Секретаріату Кабінету Міністрів України: постанова Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2016 р. № 564. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/564-2016-%D0%BF#Text>.
5. Про упорядкування структури апарату центральних органів виконавчої влади, їх територіальних підрозділів та місцевих державних адміністрацій: постанова Кабінету Міністрів України від 12 березня 2005 року № 179. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2005-%D0%BF#Text>.
6. Про затвердження Положення про відділ зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації у складі управління взаємодії з органами державної влади та зв'язків з громадськістю: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 9 червня 2017 року № 824. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0824731-17#Text>.
7. Про затвердження Положення про Департамент зв'язків із громадськістю МВС України та Типового положення про підрозділ зв'язків із громадськістю

органу внутрішніх справ України: наказ Міністерства внутрішніх справ України від 18 червня 2010 р. № 254. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0254320-10#Text>.

8. Про затвердження Типового положення про структурний підрозділ місцевої державної адміністрації: постанова Кабінету Міністрів України від 26 вересня 2012 року № 887. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/887-2012-%D0%BF#Text>.

9. Про затвердження рекомендаційних переліків структурних підрозділів обласної, Київської та Севастопольської міської, районної, районної в м. Києві та Севастополі державних адміністрацій: постанова Кабінету Міністрів України від 18 квітня 2012 року № 606. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/606-2012-%D0%BF#Text>.

10. Про затвердження Методичних рекомендацій з розроблення Положення про структурний підрозділ з інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю обласної, Київської, Севастопольської міської державної адміністрації: наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 15 жовтня 2013 року № 199. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0199603-13#Text>.

11. Положення про управління інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю Івано-Франківської обласної державної адміністрації: розпорядження Івано-Франківської обласної військової адміністрації від 30 травня 2024 року № 253. URL : <https://www.if.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-struktury-ta-polozhennia-pro-upravlinnia-informatsiinoi-diialnosti-ta-komunikatsii-z-hromadskistiu-ivano-frankivskoi-oblasnoi-derzhavnoi-administratsii>.

12. Прозорова І., Шестопалова Л. Аутсорсинг у сфері паблік рилейшнз. Економіка. 2021. № 3. С. 49–53.

THE ROLE OF NICHE PODCASTS IN THE FORMATION OF PROFESSIONAL COMMUNITIES: A CASE STUDY OF THE IT INDUSTRY

Kateryna RIABOTYNSKA

Master's Student in Journalism, State Tax University

Scientific Supervisor: *Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and
Culture, State Tax University*

An analysis of scientific approaches to the formation of professional communities through podcasts allows for the statement that digitalization has fundamentally changed the nature of audio content. Podcasting has expanded beyond the boundaries of the traditional entertainment format and transformed into a platform for the dissemination of professional expertise and the unification of micro-communities, particularly IT industry specialists. The psychological foundation of this process is the phenomenon of "parasocial closeness" (V. Vaishnav, A. Tripathi, A. Pandey [7, pp. 506–522]). The specificity of the live voice, an easy-to-perceive style, and personalized delivery create a space of trust where the listener easily identifies with the speakers. Concurrently, the podcast format itself begins to perform the function of informal mentoring. In the business environment, as noted by D. Madsen and K. Slåtten, podcasts operate within the framework of the so-called "management fashion," meaning they filter and legitimize new managerial and technological trends, transforming the audience into intellectual capital that stands behind the host or the project as a whole [5, pp. 1–18]. Meanwhile, audience behavior has evolved from passive listening to co-creation (J. Wendland [8]). This allows for the interpretation of contemporary podcasts as "digital archipelagos" or "social hubs" (J. Nudo, M. Cinelli [6]), where autonomous and secure micro-communities form around narrow, niche topics, within which real professionalism is valued significantly higher than media noise. From the perspective of economic journalism, the industry-specific podcast has rallied an "imagined audience" around itself (H. Tsaryk [4, pp. 66–71]). The use of professional slang and a shared cultural code transform individual audio projects into interest-based clubs. They trigger horizontal communication among specialists and become an important unifying platform among like-minded individuals in the labor market, where the author's reputation transforms into a concretely measurable economic asset.

The conceptualization of industry podcasting within the system of economic media allows for its differentiation from traditional internet radio and general business media [1, pp. 186–191]. The primary difference lies in the audience logic: while classical business publications work with wide reach and fast news, a niche IT podcast

focuses on retaining attention within a specific professional environment over a long duration of a podcast season's release [2, pp. 245–246]. This phenomenon is examined through the effect of "sticky listening," where the prolonged engagement of listeners is sustained by their social identity, professional slang, and a sense of belonging to the inner circle of the industry. The study proves that the audio format has transformed into an instrument for the verification of expertise, where the primary unit for measuring a project's success is not the number of views, but the status and relevance of the sources. The expert function of such journalism is realized through four fundamental components: the engagement of direct knowledge carriers (market practitioners), the depth of interpretation of market processes, transparency of analysis (visualizing the speaker's train of thought), and strict fact-checking, since any mistake in the IT environment instantly destroys the reputation of the media product. The role of the host, meanwhile, evolves from a simple moderator into an editor-analyst and an intellectual curator who filters the chaotic flow of news and structures knowledge for the community. Thus, the industry podcast emerges as a multiplatform product of a new type [3, pp. 262–267]. By combining the intimacy of voice, analytical explanatory depth, and the visual evidence of video versions, it normalizes professional ethics and becomes an effective "social glue" and an instrument for the capitalization of reputation in the digital economy.

The study of content, as well as information regarding individual initiatives, has demonstrated that global technological podcasting is a dynamic ecosystem of contemporary business journalism, where the indicator of success is not mass reach, but the depth of audience engagement. The primary quality standard of niche projects is specific thematic segmentation, which allows for the formation of autonomous "digital archipelagos" around narrow disciplines, ranging from cybersecurity to specific programming languages. Through the example of the podcast Darknet Diaries (specifically, the episode "Masters of Deception"), it has been traced how, through the tools of emotional storytelling and the analysis of real case studies, niche media successfully transmit the tacit knowledge of the industry and shape the value field of contemporary specialists. International practice has consolidated the model of expert journalism (exemplified by The Pragmatic Engineer and Software Engineering Daily), where the quality of the audio product relies on strict fact-checking, transparency of analytical methods, and the engagement of primary sources the direct creators of technologies, rather than merely industry analysts. In this process, the host acts as an intellectual curator who directs the course of the conversation, outlines its vector, and defines the values that will be broadcast. The psychological criterion for the quality of global projects is the effect of "sticky listening," which transforms content consumption into a habit from episode to episode. The contemporary global IT podcast

is conceptualized in this work as a hybrid multiplatform product that integrates audio, video (the visual evidence of diagrams and charts on YouTube), and artificial intelligence for transcription and translation, which erases language barriers and transforms specific success stories into a demonstration of the massive potential of the industry and community.

Research into the Ukrainian-language media market has demonstrated that Ukrainian IT podcasting has successfully moved past the stage of amateur experimentation and transformed into a professional tool for strategic communications and knowledge transmission, which is regularly consumed by more than half of qualified developers. Under the conditions of a full-scale invasion and market crises, these projects have acquired a pronounced stabilizing function, becoming a communicational framework that protects the community from disinformation. Unlike traditional business media, the Ukrainian segment is structured as a network of autonomous digital communities and niche technical archipelagos (exemplified by No Name Podcast, [ne]pravylnyi DevOps, and Pytannia Yakosti), where the use of complex professional jargon serves as a unique filter for engaging specialists into the inner circle of the industry. Ukrainian practice confirms the effectiveness of the expert partnership model (specifically in the projects DOU Podcast, \$100M Startup, and Startups are hard), which allows for a deep interpretation of macroeconomic processes and venture investments according to the tenets of slow journalism. Owing to this, the participation of opinion leaders, business startup founders, and top managers in episodes transforms into a personnel marketing tool, which increases the level of trust in employer brands by dozens of percent and capitalizes on the reputation of companies. A detailed case analysis of the podcast Ranni Dostup has visualized the mechanics behind the operation of parasocial closeness and the intimacy of audial storytelling. Through the candid analysis of managerial mistakes (fuckups) and ethical challenges, rigid corporate barriers are negated, and the podcast transforms into a dynamic social hub for mentorship and the integration of geographically dispersed groups of specialists into a unified professional ecosystem.

REFERENCES

1. Гиріна Т. Корпоративний подкастинг як інструмент стратегічних комунікацій у креативних індустріях. Записки таврійського університету, Том 36 (75) № 5 2025. Частина 2. С. 186–191. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/28>
2. Гиріна Т. Кіберспортивна журналістика в Україні як фактор формування медіа трендів. *Język i kultura ukraińska we współczesnej humanitarnej przestrzeni czasowej: aspekty komunikacji międzyjęzykowej i kształtowanie kompetencji komunikacyjnych współczesnego specjalisty* [wydanie elektroniczne] : zbiór materiałów IV Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji online, Irpiń – Łomża, 21 lutego 2025 r. / Redakcja naukowa: Tetiana Hyryna, Nataliia Moshenets. Irpiń: Państwowy Uniwersytet Podatkowy; Łomża: Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2025. S. 245–246
3. Гиріна Т. Феномен гейміфікації в журналістиці як філософська категорія. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки. Соціально-гуманітарні науки: тези доповідей XXV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених: [у 2-х т.]. – Т. 2 (м. Київ, 01-04 квітня 2025 р.) / [ред. кол.: Н.І.Мельник, А.М.Кокарева та ін.]; Державний університет «Київський авіаційний інститут». – К.: КАІ, 2025. – С.262–267.
4. Царик Г. Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу. Південний архів (філологічні науки). 2024. Вип. 95. С. 66–71. URL: https://library.dmed.org.ua/uploads/files/2024-12/1735290973_864-tekst-statti-1796-1-10-20240126.pdf.
5. Madsen D. Ø., & Slåtten K. Podcasting Management: How Audio Platforms Are Shaping Business Ideas. MDPI: Administrative Sciences. 2025. №15(9), 342, pp. 1–18. URL: <https://www.mdpi.com/2076-3387/15/9/342>.
6. Nudo J., Cinelli M., Baronchelli A., Quattrociocchi W. From Niche to Mainstream: Community Size and Engagement in Social Media Conversations. Social and Information Networks. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2501.12076>.
7. Vaishnav V., Tripathi A., Pandey A., Kumar A., Sharma A. The Role of Podcasts in Digital Communication. Oriental College of Technology, Bhopal. 2025. Vol. 10. P.506–522. URL: <https://www.ijnrd.org/papers/IJNRD2502260.pdf>.
8. Wendland J. Social Podcasting – Levels of Podcast Audience Participation. Journal of Radio & Audio Media. 2025. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376529.2025.2460834#abstract>.

ПАНЕЛЬ 6. ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

ECONOMIC JOURNALISM AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING SOCIAL CONSENSUS ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REGIONS

Yelizaveta DADIVIERINA-PEREKHRESTIUK

master's Student in Journalism, State Tax University

Scientific Supervisor: *Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and
Culture, State Tax University*

The contemporary architecture of public administration and management in Ukraine is undergoing deep transformations under the influence of military actions, decentralization, and European integration processes. Ensuring the sustainable socio-economic development of territories directly depends on their capacity to attract external and internal capital, stimulate innovation, and modernize infrastructure. In this context, the investment attractiveness of a region emerges not merely as a static aggregate of natural-resource or financial indicators, but as a dynamic, information-managed category that is significantly modeled through the channels of mass communication. Under these conditions, economic journalism is transformed from a passive reporter of financial news into an active subject of public administration, which directly influences the formation of the investment image of territories, minimizes informational asymmetry, and acts as a reliable communicative bridge between local self-government bodies, local business, and potential investors.

In scientific literature, the investment attractiveness of territorial entities is traditionally defined through the dialectical correlation of two basic elements: investment potential, which reflects the capacity of the investment space and the objective opportunities for capital investments, and investment risk, which indicates the reliability and safety of the business environment [2, pp. 25–31]. Under the conditions of martial law, classical financial evaluation models lose their predictive accuracy, since normal investment benchmarks shift from categories of growth potential to priorities of risk control and ensuring business continuity [5, pp. 54–58]. It is precisely here that an acute need for high-quality economic journalism arises. Professional media discourse is capable of deconstructing macroeconomic uncertainty, translating abstract threats into clear, verified indicators of the administrative capacity of enterprises and regional elites. High-quality economic analytics in the press performs the role of an evidentiary baseline for the investor, demonstrating the viability

and adaptability of local markets, which is a primary prerequisite for overcoming the economic isolation and backwardness of Ukrainian regions [2, pp. 25–31].

From the standpoint of social communications theory and public administration, the influence of economic journalism on investment processes is realized through several interconnected functions. The first is the informational-transparent function, aimed at overcoming the informational vacuum and market asymmetry. An investor, making decisions under conditions of limited and often distorted information, relies on independent media monitoring. The second is the institutional-control function (the watchdog function), which ensures the publicity of the administrative decisions of local authorities, and highlights the level of corruption or, conversely, the effectiveness of preferences and fiscal incentives for business. The third is the image-making function, oriented toward capitalizing on the package of trust in a region through the broadcasting of successful resilience cases (success stories). Thus, the media do not merely reflect economic reality, but carry out its neotechnological construction, transforming the investment attractiveness of a community or region into a managed variable of public management [5, pp. 54–58].

Of particular significance is the fact that contemporary transformational processes require an update of approaches to the development of strategic priorities for the recovery of territories. Regions are forced to compete fiercely for limited financial and human resources [2, pp. 25–31]. Economic journalism within this coordinate system acts as an instrument of preventive risk management. By highlighting the intellectual, innovative, infrastructural, and resource-raw material potential of communities, and by recording the real level of purchasing power and financial stability of local budgets, the media shape the primary interest of capital providers. Systemic media accompaniment allows for balancing nationwide investment vectors with unique local advantages, creating the prerequisites for the formation of an intra-state investment cycle and stable post-war recovery [1, pp. 41–45].

Empirical studies of investment processes in Ukraine record deep spatial differentiation and imbalances in attracting capital investments among various administrative-territorial units [1, pp. 41–45]. The military conflict and its attendant disruptions of logistic chains, destruction of assets, and population migration led to a sharp drop in the aggregate attractiveness ratings of most regions in 2022–2023 [3, pp. 133–141]. The task of economic journalism under these conditions is to conduct deep analytical monitoring that allows for differentiating regions not by a formal geographical principle, but by the real indicators of the adaptability of their economic complexes. The objective coverage of regional sector-specific losses and the requirements for financial resources to cover them (where Kharkiv, Kherson, Vinnytsia, and Zaporizhzhia regions emerge as leaders in terms of damages) is a direct

responsibility of the media with the aim of drawing the attention of international donors and institutional investors [1, pp. 41–45].

An analysis of the dynamics of the investment space proves that the maritime and central regions of Ukraine traditionally possess a powerful pole of economic attraction [3, pp. 133–141]. Thus, prior to the beginning of large-scale military actions, the maximum attractiveness indices were recorded in Dnipropetrovsk, Odesa, Volyn, Kharkiv, and Kirovohrad regions, as well as in the city of Kyiv [1, pp. 41–45]. The economic press, by analyzing these indicators in detail, demonstrates to investors how a favorable transport-geographical position, the density of urbanized structures, and the presence of international communication corridors ensure a rapid recovery of capital investments even after deep crisis recessions. The media representation of a U-shaped trajectory of economic recovery, for instance, in the Odesa region in 2023–2024, acts as a powerful psychological and pragmatic signal for the market, stimulating the resumption of capital inflow [3, pp. 133–141].

A separate important vector of media analysis is the coverage of the agro-industrial sector, which constitutes the foundation of the national economy and the maintenance of global food security [1, pp. 41–45]. Despite the blockade of ports and the destruction of infrastructure, the domestic agro-industrial complex (AIC) demonstrates a unique capacity for adaptation. Journalism investigations and economic reviews, drawing upon data from the National Bank of Ukraine, record a radical transformation in the structure of investments: the priority has shifted from large-scale new construction to financial assistance, loans under state guarantees, digital precision farming technologies, and the development of an anti-crisis infrastructure. When the economic press publishes rankings of capital investments per 1 hectare of agricultural land (where Ternopil, Cherkasy, Sumy, and Poltava regions emerged as leaders in 2025), it steers investment flows into highly efficient territorial clusters [1, pp. 41–45].

Along with this, the media must openly point out the risks of territorial polarization according to the center-periphery model. The concentration of capital predominantly in urbanized cores or relatively safe western regions poses a threat of investment passivity and depression in peripheral communities [3, pp. 133–141]. Economic journalism, by employing analytical tools (such as the Pareto curve or Ward's method), visually demonstrates to public authorities the necessity of introducing a differentiated, territorially oriented policy and fiscal incentives for high-risk zones. Thus, journalism acts not merely as a recorder of investment imbalances, but as an effective mediator that prompts local self-government bodies toward proactive actions, the modernization of engineering networks, and the creation of local growth points [2, pp. 25–31; 3, pp. 133–141].

Within the system of factors determining the competitiveness and investment attractiveness of regions, the quality and accessibility of infrastructure occupy a fundamental place [4, pp. 55–62]. The infrastructural complex is the backbone of any modern economy, encompassing not only physical assets (transportation networks, energy systems, communication technologies) but also a robust social infrastructure (educational institutions, healthcare facilities, housing stock, and public services). Economic journalism devotes significant attention to the analysis of the state of infrastructure, given that its very level of development allows regional businesses to minimize operational costs, negate logistical risks, and substantially increase labor productivity. Publications in economic outlets that rely on international experience (specifically on case studies from Eastern European countries or Azerbaijan) prove that regions with a high quality of infrastructure consistently outperform other territories in attracting foreign direct investments [4, pp. 55–62].

The problem of overcoming infrastructural gaps under the conditions of wartime destruction acquires particular relevance in media discourse. The blockade of traditional maritime routes forced economic journalists to reorient their attention toward the coverage of alternative multimodal corridors, the development of Danube ports (Reni, Izmail, Kiliia), and the construction of dry ports in border zones [3, pp. 133–141]. The media actively analyze the effectiveness of public-private partnerships (PPP) as an innovative financing mechanism for infrastructure projects, engaging government officials, foreign investors, and leaders of business associations in the discussion [4, pp. 55–62]. Journalistic materials clearly articulate the thesis that sustainable infrastructure development is an integral component of national unity and security, while investments in the reconstruction of adjacent communications act as the most significant factor in the economic growth of communities [2, pp. 25–31].

The international dimension of Ukraine's investment attractiveness is also under the meticulous scrutiny of the economic press. When selecting a site, a foreign investor evaluates the country's global competitiveness based on authoritative worldwide rankings (such as Doing Business by the World Bank, Euromoney indices, BERI, or the Confidence Index by A.T. Kearney) [6, pp. 2181–2191]. Economic journalism performs the function of a translator of these complex indices for the domestic consumer, showing how internal corruption, bureaucratic barriers, or the imperfection of the institutional environment lower the state's positions. At the same time, by highlighting Ukraine's integration into the European economic space, the media stimulate the implementation of international sustainability standards (ESG principles, environmental programs of the Green Deal, and carbon farming), which is critically important for attracting institutional Western capital [6, pp. 2181–2191].

Moreover, high-quality journalism records a unique synergetic connection between the investment, infrastructural, and migration attractiveness of regions. Economic development and capital inflow directly stimulate the development of social capital, halt brain drain processes, and transform frontline or de-occupied territories into centers of attraction for a qualified workforce and business migrants [6, pp. 2181–2191]. Systemic coverage of these interrelations in the analytical press allows for the formation of a long-term strategy for balanced spatial development, where infrastructural modernization, supported by media transparency, becomes the main catalyst for economic transformation and national cohesion [2, pp. 25–31].

Under the conditions of martial law and high turbulence in the macroeconomic environment, traditional tools for evaluating investment attractiveness, which rely exclusively on retrospective financial reports of enterprises, reveal their complete administrative limitation. Past financial results in an unstable crisis environment poorly predict the future viability of a business entity. Under these circumstances, the digital transformation of business processes falls into the focus of attention of economic journalism and investment management. Digitalization ceases to be merely a trendy development function and transforms into a basic tool for survival, neotechnological reproduction, and the intellectualization of capital. The economic press, by actively popularizing an indicator-based approach to monitoring enterprises, forms a new dashboard of trust for the potential investor [5, pp. 54–58].

It is scientifically substantiated that the use of a system of digital indicators allows for a radical reduction in the level of informational asymmetry between an enterprise and a capital provider. When an economic journalist operates in their analytical reviews with comparable, verified digital footprints of a company's activity, investment attractiveness transitions from the plane of subjective expectations into the format of a transparent, quantitatively measurable, and managed variable. The media representation of such areas as data transparency (through electronic document management), process manageability (through digital route logs), financial discipline, and logistical supply visibility acts as undeniable evidence for the investor of the management's anti-crisis capacity. The existence of a closed loop of evaluation – monitoring – administrative decision within a company, recorded in the press, signals a high level of its economic security to the market [5, pp. 54–58].

The integration of digital indicators into the practice of administrative decision-making allows companies to significantly shorten the reaction cycle to external disruptions (energy constraints, destruction of warehouses, or changes in regulatory rules) [5, pp. 54–58]. Economic journalism analyzes and verifies such composite indices of digital manageability in detail, showing investors that the enterprise is capable of functioning in an autonomous mode and promptly diversifying risks. The

substantiation of the weight coefficients of these indicators under wartime conditions shifts toward cyber resilience, data protection, and the readiness of personnel to work in extreme digital environments. Thus, the digitalization of management, supported and verified through the mass media, becomes a key element of organizational and economic security that maximizes the attractiveness of local business [5, pp. 54–58].

From the perspective of public administration, the popularization of digital indicators through economic media stimulates not only individual enterprises but also entire territorial communities to deploy digital monitoring platforms (concepts of Smart Safe City, security situation centers, and open registries of geospatial data). The digital openness of municipalities, regularly broadcasted in the press, minimizes corruption risks, increases the speed of administrative service delivery, and optimizes the use of land and property resources of communities. This creates a strong synergetic effect, where the digitalization of municipal administration reinforces the digital transparency of local business, forming a cohesive, investment-attractive, and secure information and communication environment for the region [2, pp. 25–31].

The generalization of the research findings regarding the interaction between economic journalism and investment processes allows for the formulation of comprehensive strategic directions to optimize the regional investment policy of Ukraine under contemporary challenges. The effective attraction of capital and the overcoming of spatial imbalances are possible only under the condition of achieving a synergetic effect among three key components: proactive state policy of authorities, flexible innovative initiatives of private business, and systemic informational support from economic mass media. Within this coordinate system, economic journalism performs the role of the primary communicative driver that ensures the coordination of actions of all subjects, verifies data reliability, and shapes the long-term vector of public trust [1, pp. 41–45].

The primary strategic direction, actively supported by media discourse, is the stimulation of the innovative and investment activity of enterprises on the principles of sustainable development [1, pp. 41–45]. Post-war reconstruction of the national economy on the basis of outdated, energy-intensive, and ecologically hazardous models is absolutely unpromising and leads to economic isolation. Economic journalism must become a platform for popularizing the principles of the circular economy, regenerative agriculture, and European standards of environmental responsibility, which will allow for the attraction of global ESG investments [6, pp. 2181–2191]. The second direction is the coverage and support of the infrastructural modernization of communities [4, pp. 55–62]. The media must maintain continuous monitoring of the development of logistical networks, industrial parks, the implementation of alternative energy, and the digitalization of municipal

administration, which constitutes the material basis for attracting capital [2, pp. 25–31].

The third most crucial direction is the optimization of the institutional environment and regulatory policy at the local level [1, pp. 41–45; 2, pp. 25–31]. Journalistic investigations and analytical publications must uncompromisingly expose facts of corruption, bureaucratic pressure, or inefficient resource utilization, while simultaneously highlighting the successful experience of communities that provide investors with reliable legal guarantees, tax incentives, and transparent business conditions [2, pp. 25–31]. The fourth direction involves the development of interregional cooperation, the formation of powerful diversified economic clusters, and the active use of ranking and analytical tools for the continuous monitoring of enterprise potential [1, pp. 41–45]. The media broadcasting of these objective rankings allows for the mitigation of investment passivity in peripheral territories and ensures balanced spatial development [3, pp. 133–141].

In conclusion, it should be noted that the influence of economic journalism on the investment attractiveness of Ukraine's regions under the conditions of martial law and post-war recovery carries a fundamental, system-forming character. Media texts do not merely reflect statistical indicators, but act as a powerful tool of public administration that transforms the risk profile of territories, increases the institutional transparency of business and government, stimulates the digitalization of management, and capitalizes on the trust of the international community. Only through the development of a high-quality, objective, and analytical economic media discourse is Ukraine capable of ensuring the continuity of the investment process, achieving a qualitative technological leap toward a high-tech ecological economy, and successfully integrating into the European and global economic space.

REFERENCES

1. Добрянська Н., Дискіна А., Тетью А. Оцінка потенціалу інвестиційної привабливості підприємств регіонів України як чинника формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності та відновлення економіки. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2025. Volume 10. № 4. С. 41–45.
2. Дубовик А. Стимулювання інвестиційної привабливості територіальних громад. *Економіка і управління*. 2025. Вип. 4. С. 25–31.
3. Іран К. Інвестиційна привабливість Одеської області в контексті відновлення економіки Південного регіону України. *Часопис соціально-економічної географії*. 2025. Випуск 39. С. 133–141.
4. Маммедлі У. Роль інфраструктури у підвищенні інвестиційної привабливості регіонів. *Порта Універсум*. 2026. 2(4). С. 55–62. URL: <https://doi.org/10.69760/portuni.26040008> (дата звернення: 02.05.2026).
5. Осадча О. Формування інвестиційної привабливості підприємства на основі цифрових індикаторів у системі оцінювання, моніторингу та управлінських рішень в умовах воєнного стану. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2026. Том 11. № 1. С. 54–58.
6. Lopushynskiy, I., Petrenko, V., Grechanyk, B., Malimon, V., Mosora, L. and Yaroshovych, V., 2023. Innovative Mechanisms of Shaping the Migration Attractiveness of Ukraine Regions. *Economic Affairs*, Vol. 68, No. 04, pp. 2181–2191.
7. Mammadli, U., 2026. The role of infrastructure in increasing investment attractiveness in the regions. *Porta Universorum*, 2(4). Available from: <https://doi.org/10.69760/portuni.26040008> [Accessed 2 May 2026].

НАПРЯМИ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ЕКОНОМІЧНУ ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ

Ольга ЗИМА

*канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри бізнес журналістики і цифрових медіа Харківського
національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

Сучасні медіа в Україні трансформувалися з інструмента інформування у потужний механізм впливу на суспільну свідомість. Дослідження медіаманіпуляцій показують, що інформаційний контент формується не лише з метою передачі фактів, а й для впливу на інтерпретацію подій населенням. У цьому контексті економічна журналістика набуває особливого значення, оскільки вона безпосередньо впливає на економічну поведінку населення країни.

Економічна журналістика має не лише інформувати, а й виконувати функцію соціального орієнтування, допомагаючи населенню адаптуватися до ринкових змін. Також треба враховувати те, що використання специфічної термінології без належної інтерпретації створює «інформаційні бар'єри», які блокують раціональне сприйняття фактів населенням.

У своєму дослідженні А. Горлатих [1] доводить те, що економічна журналістика відіграє вирішальну роль у поширенні складної економічної інформації серед громадськості, і має допомагати розуміти як економічні процеси впливають на повсякденне життя людини. Зміна ролі економічної журналістики у розв'язанні соціальних, політичних та економічних проблем, забезпечує глибше розуміння їх наслідків для суспільства. Економічні журналісти мають дотримуватися тонкого балансу між наданням точної інформації та вирішенням емоційних та етичних аспектів щодо економічних питань. Створюючи такий контент, журналісти сприяють підвищенню поінформованості громадян щодо розуміння економічних процесів у державі та покращують їх залученість у демократичний діалог.

Таким чином, можна сказати, що економічна журналістика виконує функцію «мосту» між складними економічними процесами та суспільством і впливає на економічне мислення громадян та прийняття рішень щодо економічних питань. Це також доводить те, що при низькому рівні економічної грамотності населення, такий вплив стає не просто інформуванням, а механізмом формування поведінки.

Ефективність розуміння економічної інформації значною мірою залежить від рівня підготовленості населення. У наукових роботах з медіакомунікацій доводиться, що в умовах недостатнього критичного мислення та низької медіаграмотності більш дієвими стають прийоми маніпуляції. У сфері економічної

журналістики це означає, що складні економічні процеси можуть бути спрощені та інтерпретовані таким чином, щоб не лише подавати новини, а й пояснювати базові економічні поняття, створювати освітні рубрики, використовувати інфографіку та короткі пояснювальні відео. Такі формати зменшать «інформаційні бар'єри» та підвищать здатність населення критично оцінювати економічні повідомлення.

Емоційна складова медіаконтенту відіграє ключову роль у формуванні реакції населення. Як показує аналіз маніпулятивних технологій, використання емоційно забарвленої лексики та сенсаційності підсилює вплив інформації на поведінку людей. У сфері економічної журналістики це може призводити до панічних настроїв, що впливають на фінансові рішення громадян.

Економічна журналістики виконує важливе соціальне завдання: інтеграцію особистості у суспільно-цивілізаційну матрицю. Економічна інформація стає складником об'єктивного суспільно-політичного кругозору особистості, адже виявляє процеси реформування вітчизняної економіки, інтенсифікує суспільну дискусію щодо фінансово-економічних питань, тому так важливо подати її вчасно та відповідно до базових стандартів журналістики [2].

Як доводять дослідження Медвідь, Стеценко, Азімової [3], в економічних новинах активно використовуються сенсаційність і мовні прийоми, які: привертають увагу; водночас сприяють маніпуляції та поширенню неправдивої інформації. Це підтверджує застосування в новинах, які стосуються економічного контексту, таких маніпулятивних технологій, як: маніпулятивна подача новин; поширення економічних фейків; емоційний фреймінг, який реалізується через добір мовних засобів і контексту, що впливає на сприйняття аудиторією інформації з економічних подій.

У роботі Т. Голоти [4] доведено, що сучасні медіа використовують мовні та риторичні інструменти маніпуляції, які можуть здійснюватися через вибіркове використання статистичних даних і їх інтерпретацію, а самі медіа виконують не лише інформативну, а й впливову функцію. Причому статистика іноді використовується як аргумент авторитету, навіть без глибокого аналізу показників, які можуть бути наведені.

Також треба відмітити, що емоційні наративи підсилюють вплив інформації та сприяють її поширенню. Тобто емоційно забарвлена інформація має значно сильніший вплив на аудиторію. Використання сенсаційних формулювань і драматизації подій може викликати панічні настрої, що підтверджується дослідженнями маніпулятивних технологій у медіа. У сфері економіки це може впливати на поведінку споживачів і фінансові рішення.

У дослідженні А. Наливайко [5] встановлено, що українські медіа системно порушують журналістські стандарти, зокрема це стосується економічної інформації.

Найчастіше у журналістському матеріалі бракує балансу думок, достовірності джерел, а також відокремлення фактів від коментарів журналіста. Це створює інформаційний простір, де легко з'являються псевдоексперти, а їхні коментарі використовуються для легітимації позицій.

Апеляція до авторитету є одним із ключових маніпулятивних прийомів. У наукових роботах зазначається, що використання неперевірених експертів дозволяє створити ілюзію достовірності інформації. Це особливо небезпечно в економічній журналістиці, де експертні оцінки мають значний вплив. Тому експерти мають виступати джерелом довіри, а не інструментом впливу на думку людей. Ризик для суспільства може бути в тому, що залучення економічними журналістами експертів може бути способом легітимації певної позиції, навіть якщо вона є маніпулятивною.

Таким чином, можна сказати, що економічна журналістика в Україні відіграє ключову роль у формуванні громадської думки та економічної поведінки населення. Вона стає «мостом між складними економічними процесами та суспільством», але водночас стає полем для маніпуляцій через емоційний фреймінг, використання неперевірених експертів, сенсаційність та спрощення складних процесів. Поєднання цих факторів із низькою економічною грамотністю населення створює ризики для суспільства, зокрема поширення фейків, панічних настроїв та викривленого сприйняття економічної реальності.

Покращення економічної журналістики можливе через: підвищення якості журналістських матеріалів шляхом дотримання журналістських професійних стандартів; застосування різних аналітичних форматів; уникнення заголовків, що викликають страх або паніку у громадян; прозорість джерел та уникнення «псевдоекспертів», які коментують теми поза своєю спеціалізацією; освітні ініціативи для населення та системну боротьбу з дезінформацією.

У результаті таких покращень економічна журналістика може стати не лише інструментом впливу, а й інструментом розвитку критичного мислення, економічної культури та демократичного діалогу в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Horladykh A. Bridging economics and media: key topics in economic journalism. Bulletin of Lviv Polytechnic National University series: "Journalistic sciences". Lviv. Lviv Politechnic Publishing House, 2025. – № 1(9). – P. 1–9. URL: <https://ena.lpnu.ua/handle/ntb/118270>.
2. Супрун В. Економічна журналістика у телевізійному дискурсі України: соціальний аспект. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Том 32 (71). № 6 Ч. 3. С. 133–137.
3. Medvid O., Stetsenko O., Azimova O. Lingual means and tactics of expressing sensationalism in the headlines of news articles on economic subjects. Philological Treatises. 2023. №15(1). С. 117–128. URL : <https://tractatus.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/1075>
4. Голота Т. Мовні засоби маніпулятивної риторики в текстах українських медіаресурсів. Мовні і концептуальні картини світу. 2025. №1(77), С. 142–160. URL : <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2025.1.08>.
5. Наливайко А. Тенденції порушення професійних стандартів у сучасній українській журналістиці. Український інформаційний простір. 2023. №1(11). URL : [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279587](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279587).

THE ROLE OF BUSINESS JOURNALISM IN EXPLAINING TAX REFORMS AND SHAPING PUBLIC ATTITUDES TOWARD THE NEW FISCAL POLICY

Veronika KOZACHENKO

*A student of the first (bachelor's) level of higher education in the specialty
"Journalism", State Tax University*

Scientific Supervisor: *Tetiana Hyrina, Doctor of Sciences in Social Communications,
Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and
Culture, State Tax University*

In the contemporary vector of mass media development, economic and business journalism emerges not merely as an instrument for recording financial market indicators, but as an independent, influential subject for explaining tax reforms and directly modeling the tax culture of society. The globalization processes of economic integration, the rapid growth of transnational business, and digital transformation pose complex, multidimensional tasks for national fiscal systems. Over the recent decades, the average global corporate income tax rate has undergone a sharp decline from nearly 50% in 1980 to approximately 24% in 2020, reflecting the intensification of interstate fiscal competition [5, pp. 460–470]. Parallel to this, the large-scale shifting of profits by international corporations to low-tax jurisdictions causes annual losses to global budgets in the amount of 100 to 240 billion US dollars as a result of base erosion and profit shifting (BEPS) [5, pp. 460–470]. For Ukraine, these challenges synchronized with the extreme factors of martial law, the destruction of industrial potential, and a critical narrowing of the tax base. The full-scale invasion of 2022 caused an unprecedented economic downturn the contraction of Ukraine's GDP amounted to approximately 30%, which significantly deepened the budget deficit and placed the state in deep financial dependence on external assistance: as of 2024, nearly 73% of additional budget needs were covered through international support. In response to these crisis phenomena, state management identified the implementation of BEPS instruments and adaptation to global European tax standards as foundational benchmarks of the National Revenue Strategy for 2024–2030 [5, pp. 460–470]. Within the framework of scientific analysis of European tax systems using correlation modeling, a clear pattern has been revealed: an unjustified increase in direct tax rates leads to a drop in fiscal efficiency ($r = -0.4439$) and stimulates large-scale tax evasion by business structures, accompanied by an increase in GDP losses ($r = 0.4641$) [5, pp. 460–470]. Conversely, a stable positive correlation has been found between tax revenues and the indicators of digital development ($r = 0.6090$) and cybersecurity ($r = 0.5873$), which confirms that countries with a higher fiscal culture

direct resources not toward escalating pressure, but toward the total digitalization of administration [5, pp. 460–470]. The role of business journalism in this context lies in communicating these patterns to the public, overcoming populism, and substantiating the necessity of transitioning toward transparent, digitalized instruments of interaction between the state and taxpayers [5, pp. 460–470]. The contemporary digital transformation of tax relations acts as a powerful organizational and economic safeguard for minimizing the shadow sector and achieving the UN Sustainable Development Goals, ensuring financial stability and inclusive growth. The digitalization of the State Tax Service of Ukraine (STS), implemented within the nationwide course "State in a Smartphone," transforms the fiscal agency from a control body into a high-tech service center and an analytical hub capable of modeling economic development scenarios [2, pp. 100–109]. The primary tool of this interaction has become the Electronic Cabinet of the Taxpayer, which was utilized by over 5 million individuals in 2024, ensuring the automation of business processes alongside transparent, twenty-four-hour access to registries and the submission of electronic reporting [2, pp. 100–109].

An important vector of the reform, which requires deep and professional media explanation on the part of the business press, is the development and implementation of a new model for taxing income obtained through digital economy industries and sharing economy platforms [6]. At the meeting of the round table "Harmonization of Approaches to the Taxation of International Parcels and Digital Platforms: Joint Discussion of Draft Laws by Representatives of Government and Business –organized by leading business communities of Ukraine (Ukrainian Business Council, EBA, American Chamber of Commerce, CIPE) with the participation of Minister of Finance Sergii Marchenko and Deputy Head of the STS Serhii Lysiuk –the parameters for the modernization of fiscal legislation were outlined in detail [6]. The specified reform directly concerns the operations of Ukrainian and international digital platforms providing taxi, rental, delivery, and online commerce services within the domestic market [6].

As Serhii Lysiuk emphasized during the discussion: "The digital economy is one of the key drivers of growth in the world today, and therefore its effective regulation and the exchange of tax information are critically important for the further integration of Ukraine into the European and global economic space" [6]. The model proposed in draft law No. 15111-D envisages the implementation of a preferential 10% personal income tax rate for platform users, while simultaneously placing the functions of a tax agent directly onto digital platform operators. This step allows for the automation of reporting, significantly reduces the administrative burden on citizens, and ensures the de-shadowing of the labor market. An important component of the reform is Ukraine's

integration into the international system of automatic exchange of tax information based on OECD standards and multilateral agreements on digital income [6]. The task of a business journalist in covering these processes is to explain the simplicity and benefits of automated declaration to users in detail, overcome public apprehensions regarding "tax pressure," and demonstrate how digitalization contributes to leveling the competitive playing field for business.

The level of tax culture reflects the general state of societal development and the degree of its acceptance of democratic and legal values. In its institutional aspect, tax culture is a complex infrastructure that combines political culture (the awareness of the importance of fiscal contributions for the state), legal culture (knowledge of one's rights and obligations), and financial-strategic culture (the timely submission of transparent reporting) [1, pp. 19–29]. Studies of the media space prove that for a long time, mass media, particularly nationwide television, demonstrated an extremely low level of engagement in shaping tax culture, favoring entertainment or culinary genres, while within news segments, tax themes were covered primarily through the prism of criminal negativity: tax evasion schemes, searches, or fiscal fines of public figures. Such content does not stimulate tax compliance but merely reinforces the alienation between the taxpayer and the state [1, pp. 19–29].

Contemporary fiscal policy demands an abandonment of outdated repressive approaches and the building of transparent, partnership-based relations. An innovative step in developing the agency's service model was the systemic introduction of the institution of tax mediation, which was consolidated by the signing of the Memorandum on Mutual Partnership and Cooperation between the STS and the Public Union "Ukrainian Academy of Mediation," represented by Acting Head of the STS Lesia Karnaukh and President of the Academy Luiza Romanadze [4]. As Lesia Karnaukh noted: "This is an opportunity to resolve disputes between the state and business in a timely manner, without turning everything into years-long litigation. And most importantly—without losses to the budget. We are implementing the principles of mediation in the tax sphere so that disputes are resolved through a professional and meaningful dialogue" [4].

The directions for deploying mediation encompass developing changes to current legislation and conducting specialized training sessions for tax officials with the aim of their acquiring the skills and tools of a mediator [4]. The professional community of business journalists openly records crisis phenomena in the media field, stating that economic journalism in Ukraine has become socialistic and excessively populist, since instead of a deep analysis of the conditions for GDP creation and entrepreneurship support, the press often focuses on wholesale blame shifting onto business [3].

Concurrently, the full-scale war triggered irreversible processes of decolonization within the media space: Ukrainian business publications completely abandoned Russian sources and benchmarks, focusing instead on a pragmatic analysis of the experience of Eastern European countries (Poland, Hungary, Slovakia) regarding companies entering foreign markets and optimizing tax systems [3]. Business journalism today must become a reliable shield for legal business, cultivating within society the understanding that the honest payment of taxes is an act of the highest civic responsibility and the financial foundation for ensuring national security and the Victory of the state.

Thus, the conducted analysis proves that the role of business journalism in explaining tax reforms and shaping public attitudes toward the new fiscal policy is a strategic factor in ensuring the sustainable development and national security of the state. Contemporary economic journalism is transforming from a passive informant into an active conduit of reforms, capable of deconstructing complex macroeconomic indicators, mitigating the informational asymmetry of the market, and acting as an architect of trust between the business community, citizens, and fiscal institutions.

To effectively increase the level of tax culture in Ukrainian society, coordinated interaction is required among state institutions, non-governmental organizations, and professional media platforms.

REFERENCES

1. Бессараб А., Пономаренко Л., Гіріна Т. Роль телебачення у формуванні податкової культури в українському суспільстві. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 2 (50). С. 19–29.
2. Вінницька О. Цифровізація податкових відносин як інструмент досягнення цілей сталого розвитку. Економічні горизонти. 2025. № 2 (31). С. 100–109.
3. «Економічна журналістика в Україні стала соціалістичною». Кошовий з Інтерфаксу і Давиденко з Forbes. Що з економікою. 2025. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cksXG2oLro8> (дата звернення: 03.05.2026).
4. Медіація як інструмент довіри: ДПС модернізує підхід до податкових спорів. Державна податкова служба України : офіційний вебпортал. 2026. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/984769.html> (дата звернення: 08.05.2026).
5. Maliarchuk O., Rylieiev S., Skrypnyk M., Matsak O., Kolomiiets P. Reforming the Tax System of Ukraine in the Context of Globalization Challenges. Theoretical and Practical Research in Economic Fields. 2025. Vol. 16, № 2. P. 460–470.
6. Towards the transparent digital market: State Tax Service joined discussion of the new platform taxation model. State Tax Service of Ukraine : official web portal. 2026. URL: <https://tax.gov.ua/en/mass-media/news/1013637.html> (дата звернення: 08.06.2026).

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ НОВИН НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНИХ НАСТРОЇВ В УМОВАХ КРИЗИ

Єлизавета ТИЩЕНКО

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету фінансів
та цифрових технологій Державного податкового університету*
Науковий керівник: *Олена Калита, канд. пед.наук, доцент, доцент кафедри
соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового
університету*

У сучасному світі, особливо в умовах економічних, фінансових, а тим паче воєнних криз, медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільних настроїв. Економічні новини не просто інформують про ВВП, інфляцію чи безробіття – вони конструюють сприйняття реальності, впливають на споживчу поведінку та соціальну стабільність. Тема є особливо актуальною для України, яка сьогодні перебуває в епіцентрі повномасштабної війни, що супроводжується енергетичною кризою та глобальними економічними потрясіннями. Метою цієї роботи є аналіз механізмів впливу економічних новин на суспільні настрої в кризових умовах.

Формування суспільних настроїв під впливом медіа пояснюється теорією встановлення порядку денного, згідно з якою медіа формують перелік тем, про які суспільство думає найчастіше. Акцентування уваги на певних економічних проблемах, зокрема інфляції чи коливаннях валютного курсу, підвищує їхню значущість у суспільній свідомості. У кризові періоди це здатне призводити до завищеного сприйняття небезпек. Теорія “спіралі мовчання” додатково пояснює, чому люди уникають висловлення оптимістичних оцінок, якщо основний медійний дискурс несе негативний характер.

Окрему увагу варто приділити феномену “інформаційної інтоксикації” та переважанню негативних новин в сучасних медіа. Це створює суттєвий розрив між об’єктивним станом економіки та її суб’єктивним сприйняттям громадянами. Психологічний механізм проявляється у формуванні економічного самопочуття населення, де негативний фон посилює тривожність і сприяє формуванню песимістичних очікувань щодо майбутнього. Поведінковий механізм пов’язаний зі змінами стратегій споживання: від панічного скуповування товарів першої необхідності до відмови від довгострокових заощаджень. Політичний аспект виявляється у суттєвому зниженні довіри до державних та фінансових інституцій, що в умовах війни безпосередньо загрожує стійкості національної безпеки. Соціальний механізм полягає у формуванні так званих «інформаційних бульбашок», коли різні групи населення споживають відмінний інформаційний контент і по-різному оцінюють кризові явища.

В умовах війни в Україні економічні новини тісно переплітаються з безпековими питаннями. Як показують дослідження, негативний тон новин сильніше впливає на оцінку загального стану держави, ніж на сприйняття власного фінансового становища. Важливо розуміти, що економічні наративи можуть поширюватися за вірусним принципом, створюючи ефект масової паніки навіть за відсутності реальних економічних підстав. Наприклад, чутки про дефіцит певних товарів у медіа часто призводять до їх реального зникнення з полиць через ажіотажний попит.

Суспільний песимізм часто перетворюється на “самоздійснюване пророцтво”, коли масові негативні очікування призводять до реального гальмування економічної активності. Для нейтралізації таких впливів необхідним є підвищення рівня медіаграмотності населення та забезпечення прозорості, оперативної комунікації з боку органів влади. Стійкість українського суспільства в кризовий період значною мірою залежить від здатності громадян критично оцінювати інформаційні потоки та розрізняти маніпулятивні технології від об’єктивної аналітики.

Список використаних джерел:

1. Зикун Н. Публічні комунікації в умовах кризи: стратегії та інструменти. Український інформаційний простір. 2022. Вип. 1(9). С. 10–25.
2. Почепцов Г. Інформаційна політика. Київ : Знання, 2018. 663 с.
3. Іванов В. Українська медіапросторова соціологія (на матеріалі мови засобів масової інформації): монографія. Київ : Академія, 2020. 216 с.
4. Яковенко Р. Психологічні аспекти сприйняття економічних новин у період фінансової нестабільності. Економічний часопис. 2023. № 4. С. 15–21.
5. Любіцева О. Роль мас-медіа у формуванні економічної поведінки населення: монографія. Київ : Вид. центр КНУ, 2021. 388 с.
6. Національний банк України. Інфляційні звіти та макроекономічні дослідження в умовах війни. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all?tags=21>
7. Центр економічної стратегії. Трекер економіки України під час війни. URL: <https://ces.org.ua/ukraine-economy-tracker/>
8. Даниленко А. Вплив інформаційного простору на фінансову безпеку держави: Зб-к матеріалів конф. «Економічна безпека України». Київ : ДПУ, 2024.
9. Шевченко В.. Медіагігієна та критичне мислення як відповідь на інформаційні кризи. Журналістика та медіа. 2023. № 3. С. 56–62.
10. Шиллер Р. Нарративна економіка: як історії стають вірусними та визначають хід економічних подій: монографія. Київ : Наш Формат, 2023. 320 с.

ПАНЕЛЬ 7. КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ

КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ: КЕЙС ІТАЛІЇ (2025–2026 РР.)

Анастасія БЕССАРАБ

*д-р наук із соц. комунікацій, професор, професор кафедри психології та
соціальної роботи Хортицької національної академії*

Сучасний європейський медіапростір демонструє перехід від традиційної інформаційної журналістики до моделей конструктивної та пояснювальної комунікації, у межах яких журналістика рішень (solutions journalism) набуває статусу комунікаційної стратегії суспільного діалогу. В Італії у 2025–2026 рр. цей підхід інтегрується як у професійні стандарти, так і в редакційні практики провідних медіа, зокрема RAI та Il Sole 24 Ore.

Журналістика рішень визначається як підхід, що передбачає системне висвітлення соціальних проблем з обов'язковим аналізом відповідей на них, включно з оцінкою ефективності рішень. Методологічні засади цього підходу сформульовані Solutions Journalism Network, яка у 2025 р. оновила критерії доказовості рішень та їх перевірки [1]. У європейському контексті журналістика рішень інституційно підтримується через European Journalism Centre (Європейський центр журналістики), який у 2025 р. оновив Solutions Journalism Toolkit, інтегрувавши його в програми медіаосвіти та цифрової журналістики [2].

Ключову роль у формуванні журналістики рішень в Італії відіграє професійна система саморегуляції. У 2025 р. Ordine dei Giornalisti затвердив оновлені освітні програми CNOG, які включають модулі з конструктивної журналістики, цифрової етики та роботи з даними [3]. Важливою подією стало ухвалення оновленого Codice deontologico delle giornaliste e dei giornalisti (Кодекс етики журналістів і журналісток), що набув чинності 1 червня 2025 р. Документ вперше прямо регламентує: використання штучного інтелекту в журналістиці; перевірку алгоритмічно згенерованого контенту; відповідальність за дезінформаційні ризики [4].

Комунікаційні стратегії журналістики рішень в Італії

1. Діалогічна стратегія. Реалізується через редакційні формати громадського обговорення, зокрема в регіональних медіа Ломбардії та Емілії-

Романьї. У 2025 р. Corriere della Sera Milano запустила серію публічних форумів «Milano Dialoga», присвячених інтеграції мігрантів і міській політиці [5].

2. Пояснювальна стратегія. Активно застосовується в цифрових редакціях Il Sole 24 Ore, де у 2025–2026 рр. реалізовано серію аналітичних матеріалів щодо реформи італійського бюджету та європейської фінансової політики з використанням data journalism [6].

3. Кейс-орієнтована стратегія. Реалізується через ініціативи Carta di Roma, яка у 2025 р. опублікувала серію журналістських кейсів щодо інтеграційних програм у містах Болонья та Турин, демонструючи ефективні практики міграційної політики [7].

4. Цифрово-комунікаційна стратегія. У 2025–2026 рр. RAI (Radiotelevisione Italiana) розширила мультимедійні формати RAI Play Sound, включаючи подкасти з аналітикою соціальних рішень, а La Repubblica інтегрувала інтерактивні лонгріди з візуалізацією соціальних даних [8].

В італійському контексті журналістика рішень виконує функцію медіації суспільного діалогу, забезпечуючи: зменшення інформаційної поляризації; підвищення довіри до інституцій; залучення громадян до обговорення політик.

У 2025 р. дослідження Reuters Institute підтвердило, що конструктивні та пояснювальні формати мають вищий рівень довіри аудиторії в Італії порівняно з класичними новинними форматами [9].

Журналістика рішень в Італії у 2025–2026 рр. функціонує як інституційно закріплена комунікаційна стратегія, інтегрована в систему професійної освіти, етики та редакційної практики. Її ключова особливість полягає в переході від інформаційного повідомлення до моделі суспільного діалогу через пояснення та демонстрацію рішень.

Список використаних джерел:

1. Інститут масової інформації. Аналітичні матеріали та тренінги з журналістики рішень. URL: <https://imi.org.ua/> (дата звернення: 08.05.2026).
2. Суспільне Мовлення. Проєкти суспільної журналістики та відновлення громад. URL: <https://suspilne.media/> (дата звернення: 08.05.2026).
3. Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2025. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/> (дата звернення: 08.05.2026).
4. Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti. Codice deontologico delle giornaliste e dei giornalisti (2025). Roma: Ordine dei Giornalisti, 2025. URL: <https://www.odg.it/> (data di accesso: 08.05.2026).

5. Corriere della Sera. Milano Dialoga: iniziative di comunicazione pubblica 2025. Milano: RCS MediaGroup, 2025. URL: <https://www.corriere.it/> (data di accesso: 08.05.2026).

6. Il Sole 24 Ore. Data journalism e politiche economiche europee 2025–2026. Milano: Gruppo 24 Ore, 2025. URL: <https://www.ilsole24ore.com/> (data di accesso: 08.05.2026).

7. Carta di Roma. Rapporti su migrazione e integrazione 2025. Roma: Associazione Carta di Roma, 2025. URL: <https://www.cartadiroma.org/> (data di accesso: 08.05.2026).

8. Radiotelevisione Italiana (RAI). RAI Play Sound: progetti di storytelling digitale 2025–2026. Roma: RAI, 2025. URL: <https://www.rai.it/> (data di accesso: 08.05.2026).

9. Reuters Institute for the Study of Journalism. Trust and news consumption in Italy 2025. Oxford: University of Oxford, 2025. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/> (data di accesso: 08.05.2026).

THE PHENOMENON OF ORDINARY PEOPLE'S HEROISM IN THE SOCIO-COMMUNICATIVE SPACE OF FRONTLINE ZAPORIZHZHIA

Tetiana HYRINA

Doctor of Sciences in Social Communications, Professor, Head of the Department of Social Communications, Philology, and Culture, State Tax University, Irpin, Ukraine

The processes of the unfolding full-scale armed aggression against Ukraine have actualized the need for a fundamental rethinking of the theoretical and methodological foundations of social communication science in the context of ensuring the cognitive security of society. Cognitive warfare, by its very nature, emerges not merely as a tool for disseminating disinformation or manipulative messages, but as a deliberate struggle for the way of thinking, the interpretation of reality, and the capacity for constructive action. Researching the dynamics of cognitive resistance reveals a geographical and semantic transformation of resilience narratives. While the experience of the symbolism of Irpin in 2022 represented the first acute shock of the war, reactive resistance, the swift repelling of the enemy from the capital, and the structuring of the experience of rescue and evacuation, the reality of frontline Zaporizhzhia as of 2026 demonstrates a transition to adaptive resilience within the grueling marathon of a prolonged confrontation [5, pp. 39–46]. In the socio-communicative space of the Zaporizhzhia region, which is under systematic terror from guided aerial bombs (KABs), FPV drones, and missile strikes, a distinctive living fabric of narrative is being formed. The researcher's optics, grounded in personal reflection, national identity, and sociological monitoring, allow for the deconstruction of dry statistics in reports and the identification of patterns in the functioning of the resilience discourse through the prism of the decentralization of heroism.

Over the years of the major war, tectonic shifts have occurred within the Ukrainian communication field regarding the categorical apparatus of the concept of "heroism." The traditional poster-style heroism of the past, which relied on significant social distance, idealization, and the mythologization of an unattainable subject, proved to be ineffective under the conditions of the twenty-first-century networked information society. Contemporary socio-communicative reality demonstrates a distinct shift toward the concept of heroes next door – real people whose living, sincere voices in the digital space (particularly on Instagram and TikTok networks) sound more convincing than monumental propaganda or hostile destructive narratives. A linguo-cognitive analysis of media stories from the Zaporizhzhia resistance attests to a steady transition from the communicative language of the victim to the language of the master of one's own land. This discourse shapes a space of meanings where the basic lexemes

home, land, family, and memory are transformed into mental anchors that hold society within a unified communication field. The media representation of specific human destinies creates an invisible cognitive shield, where each personal story reconstructs a shared reality and blocks paralyzing fear of death.

The first distinct case of the repersonalization of war and the deconstruction of fear is the figure of aerial reconnaissance soldier Taras Bilka, a journalist who refused to become an anonymous digit in official briefings. His individual communication strategy uniquely combines the discourse of vulnerability with the rationalization of psycho-emotional states. The public discussion of PTSD mechanisms to his 40,000-strong audience emerges as an act of the highest courage that builds collective immunity. The three-dimensionality of T. Bilka's image is marked through specific everyday anchors of mental stabilization a children's toy, a cat talisman, and his own metal spoon kept in his body armor as a rejection of the anonymity of war. His rational slogan "NE SCYAT" ("DO NOT PISS PANT" / "STAY BRAVE") and his trench videos deconstruct the enemy myth of the broken Ukrainian, replacing it with the image of a conscious defender [4]. The next element of the cognitive defense system is the agrarian-blogger Mykola Hrabko from Komyshevukha, who cultivates 500 hectares of land, half of which is located in the gray zone under the crosshairs of FPV drones and the Molniya UAV [3]. The beginning of the full-scale invasion is fixed in his memory through direct labor in the field amidst the movement of refugee columns. The farmer's workday, which begins with the Chuyka drone detector, and his media honesty (I run a blog, but inside I am crying) assert the category of the future tense [3]. Each sunflower seed he sowed in 2026, just 25 kilometers from the line of contact, serves as a powerful counter-narrative against the concept of scorched earth, proving the superiority of the existential connection with one's native land over financial or security risks [3].

An important communication vector is the activity of Anna Logvynenko – a former videographer for the Ministry of Emergency Situations and currently a journalist for Suspilne Zaporizhzhia. Her contribution to cognitive security lies in fulfilling the role of the Witness, who records the destruction after strikes, preventing the world from forgetting or distorting the reality of the crimes [1]. A. Logvynenko's technological humanism manifests itself in the integration of artificial intelligence to generate mine safety videos for teenagers, translating the language of a deadly threat into the language of youth trends. Her forced transition to Suspilne due to emotional exhaustion demonstrates the legitimization of a media professional's right to weakness and a timely change of optics to prevent professional burnout [1]. The digital space of her pages maintains a balance between the horror of war and the grandeur of Zaporizhzhia sunsets on the banks of the Dnipro River, marking the city not as a

helpless victim, but as the heir to a great history. The fourth, culminating element of the ethics of memory is the image of Inna Lytvynova from Novomykolaivka, located 20 kilometers from the front line. After the death of her husband Vitaliy in March 2026 in the Pokrovsk direction, she transformed her personal tragedy from a period into an ellipsis a continuation of his cause through active volunteering and fundraising. Weaving toys with live energy emerges as a tool for overcoming destruction and despair. Her open admission of her own emotional vulnerability (I have become a bit of a crybaby) converts the psychological tension of society into an effective, constructive form, preventing the mental roots of the frontline community from turning into a mental wasteland [2].

An analysis of the effectiveness of these individual narratives allows for the identification of two leading linguo-cognitive mechanisms. The first is the transition of the macro-category of socio-cultural modeling from the socio-political identification of “Sviy” (One’s Own) to the emotional-existential proximity of “Ridnyi” (Native/Kin). The abandonment of a high, rally-style rhetoric in favor of a living, sometimes colloquial, rasping-with-fatigue speech removes the cognitive barrier between the addresser and the addressee. The audience views the media text not as a poster, but as its own mirror, which triggers the mechanism of empathetic resonance. The unity of society is formed horizontally, through the recognition of kinship and the solidarity of a shared destiny. The second mechanism is the alchemy of transforming trauma into social action. In the messages of the heroes, the semantic fields of the lexemes loss, pain, and tears are instantly stitched together with active verbs and lexemes of action: fundraiser, generator, weave, work. The enemy directs attacks to induce cognitive paralysis; instead, local narratives legitimize the emotion but immediately convert it into an algorithm of resistance. Thus, a stable cognitive model is anchored in the minds of recipients: I am in pain, therefore, I must act and work even harder.

The conducted structuring proves that the four researched voices function as an integrated, self-regulating defense system: T. Bilka rationalizes fear and protects the mind from panic [4]; M. Hrabko, through labor, asserts the future tense and protects the sense of land [3]; A. Logvynenko, through truth and technology, protects the worldview [1]; I. Lytvynova, through the ethics of memory, protects the right to unconditional love [2]. The image of a local hero in the discourse of frontline Zaporizhzhia is not merely a media phenomenon, but a living neural network of collective resilience that holds the cognitive space Ukrainian. The researcher's personal scientific circle closes upon the understanding that the state’s cognitive security rests on a deep love for specific people and specific streets of the native home, where in one of the frontline districts, a mother awaits a phone call. Zaporizhzhia demonstrates to

the world people-atlases whose narratives transform every wound into a source of inexhaustible energy and make Ukrainian victory inevitable.

REFERENCES

1. Анна Логвіненко: [офіц. сторінка в Instagram]. 2026. URL: https://www.instagram.com/ukr_forever/ (дата звернення: 05.05.2026).
2. Інна Литвинова. Innabantinka/ уАІГрашки/ Брелочки/ Прикраси для волосся: [офіц. сторінка в Instagram]. 2026. URL: <https://www.instagram.com/innabantinka/> (дата звернення: 05.05.2026).
3. Микола Фермер | блогер Запоріжжя: [офіц. сторінка в Instagram]. 2026. URL: https://www.instagram.com/mykola_farmer/ (дата звернення: 05.05.2026).
4. Тарас Білка: [офіц. канал на YouTube]. 2026. URL: https://www.youtube.com/results?search_query=%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%81+%D0%B1%D1%96%D0%BB%D0%BA%D0%B0 (дата звернення: 05.05.2026).
5. Hyrina T., Shtyk-Matvienko K. Evolution of radio broadcasting in Ukraine in the wartime: Realities of social information for the population Since february 24, 2022, to the present day. State and Regions. Series: Social Communications, 2023. № 1 (53), pp. 39–46. Available from: [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.1\(53\).5](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.1(53).5).

КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНТЕРВ'Ю НА ОФЛАЙН ПАНЕЛЯХ В ІТ-ІНДУСТРІЇ: ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ТА МЕДІЙНИЙ АСПЕКТ

Ярослав МАСЛАКОВ

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Державного податкового університету*

Науковий керівник: *Тетяна Гиріна, д-р наук із соц. комунікацій, професор,
завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державного податкового університету, м. Ірпінь, Україна*

За останні роки ІТ-індустрія перетворилася не лише на одну з найвпливовіших сфер економіки, а й на окреме професійне середовище зі своїми правилами комунікації, стилем взаємодії та власною медійною культурою. Попри активний розвиток онлайн-форматів, офлайн заходи не втратили своєї актуальності. Навпаки, конференції, форуми, панельні дискусії чи технічні саміти досі залишаються важливим місцем для професійного спілкування. Саме там компанії презентують нові продукти, обговорюють тенденції розвитку технологій, шукають партнерів і формують власний публічний імідж.

Цікаво, що для багатьох учасників такі заходи мають значення не лише як джерело інформації. У певному сенсі офлайн події створюють відчуття “живої” індустрії, де можна побачити реакцію аудиторії, поспілкуватися зі спікерами без екрана між співрозмовниками та зрозуміти загальний настрій професійної спільноти. Навіть після активного переходу багатьох процесів у дистанційний формат великі ІТ-конференції продовжують збирати повні зали [1].

Для журналістів такі події давно перестали бути лише місцем для збору коментарів. Насправді офлайн панелі – це досить динамічне робоче середовище, де потрібно швидко орієнтуватися в інформації та постійно перемикатися між різними форматами роботи. Якщо ще кілька років тому після інтерв'ю можна було повернутися в редакцію й спокійно готувати матеріал, то зараз аудиторія очікує майже миттєвого висвітлення подій. Короткі відео, фотографії, stories, прямі ефіри чи оперативні цитати спікерів часто з'являються в медіа буквально під час самої панелі.

Через це змінилася і сама роль журналіста. Тепер він уже не лише автор тексту або спостерігач за подією. У таких умовах журналіст часто одночасно виконує функції інтерв'юера, репортера, фотографа та контент-мейкера. Особливо це помітно на масштабних конференціях, де кілька дискусій проходять паралельно, а найцікавіші коментарі можуть прозвучати не тільки зі сцени, а й десь у кулуарах або під час неформального спілкування.

У цьому контексті робота на ІТ-заходах іноді виглядає значно менш “ідеально”, ніж це може здаватися зі сторони. Потрібно швидко знайти спікера після виступу, записати коментар у шумному залі, перевірити, чи нормально працює мікрофон, зробити фотографії та паралельно стежити за тим, що відбувається на сусідній панелі. І все це – в умовах постійного браку часу. Тому багато журналістів говорять про те, що сучасна медійна робота стала значно більш багатозадачною, ніж раніше [2].

Окрему складність створює сама специфіка ІТ-тематики. Більшість дискусій на таких заходах мають доволі вузькопрофесійний характер. Під час панелей можуть обговорюватися питання кібербезпеки, автоматизації, штучного інтелекту, хмарної інфраструктури чи складних технічних рішень у розробці програмного забезпечення. Для журналіста в такій ситуації недостатньо просто записати слова спікера. Важливо хоча б базово орієнтуватися в темі, інакше є ризик неправильно зрозуміти контекст або спростити інформацію настільки, що вона втратить свій зміст.

Паралельно виникає ще одна проблема – необхідність адаптувати складну технічну інформацію для ширшої аудиторії. Не всі читачі працюють у сфері ІТ або добре розуміють професійну термінологію. Тому журналісту доводиться постійно шукати баланс між доступною подачею та точністю формулювань. Якщо текст буде надто технічним, його складно сприйматиме широка аудиторія. Але й надмірне спрощення часто викликає критику вже серед спеціалістів галузі [3].

На офлайн панелях особливо помітно, наскільки важливими для журналіста стали комунікаційні навички. У реальних умовах далеко не все відбувається за заздалегідь підготовленим сценарієм. Спікер може несподівано згадати новий продукт, прокоментувати резонансну тему або дати натяк на зміни всередині компанії. У такі моменти журналісту потрібно швидко реагувати, уточнювати інформацію та фактично “ловити” важливу деталь ще під час розмови.

Цікаво й те, що найцінніші коментарі дуже часто звучать уже після завершення офіційної частини заходу. У кулуарах атмосфера зазвичай менш формальна, тому спікери можуть дозволити собі говорити простіше та відкритіше. Інколи саме коротка розмова після панелі допомагає краще зрозуміти позицію компанії чи реальне ставлення представників індустрії до певної проблеми.

Підготовка до таких заходів теж займає важливе місце в роботі журналіста. Перед конференцією необхідно ознайомитися з програмою, переглянути інформацію про спікерів та проаналізувати теми, які зараз активно обговорюються в професійному середовищі. Наприклад, сьогодні значна увага

приділяється розвитку штучного інтелекту, питанням кібербезпеки, автоматизації або змінам на IT-ринку праці. І саме ці теми найчастіше стають центром дискусій на великих технологічних заходах [4].

Проте навіть хороша підготовка не гарантує, що все піде за планом. Для офлайн конференцій типовими залишаються постійні зміни в розкладі, затримки виступів або технічні проблеми. Іноді журналіст має лише кілька хвилин на інтерв'ю між двома панелями, а інколи доводиться буквально шукати тихе місце для запису коментаря в переповненому залі. Такі моменти рідко помітні аудиторії, але саме вони складають значну частину реальної журналістської роботи.

Варто також звернути увагу на вплив соціальних мереж на висвітлення IT-подій. Якщо раніше основним результатом роботи був повноцінний текстовий матеріал, то зараз контент створюється одразу в кількох форматах. Журналісти публікують короткі відео, фотографії, цитати та швидкі реакції буквально в режимі реального часу. Через це змінився і темп роботи – сучасна медійна діяльність стала значно швидшою та більш інтенсивною.

Технічна сторона професії також суттєво змінилася. Нині журналіст на IT-конференції зазвичай працює не лише з блокнотом чи диктофоном. Телефони, мікрофони, камери, стабілізатори, ноутбуки та павербанки стали звичною частиною робочого процесу. Особливо це стосується створення мультимедійного контенту для платформ на кшталт Instagram, TikTok чи LinkedIn, де швидкість публікації часто має не менше значення, ніж сам матеріал [5].

Окремої уваги заслуговує й робота зі спікерами. Представники IT-компаній зазвичай дуже уважно ставляться до своїх публічних висловлювань, особливо якщо йдеться про нові продукти, внутрішні процеси або конкурентне середовище. Через це журналісту потрібно не лише правильно формулювати запитання, а й дотримуватися професійної етики та вміти підтримувати конструктивний діалог.

Хороше інтерв'ю в IT-сфері рідко будується лише на заготовленому списку питань. Найцікавіші моменти часто виникають спонтанно – коли співрозмовник починає пояснювати щось простішими словами, згадує власний досвід або реагує більш емоційно, ніж під час офіційного виступу. Саме такі моменти зазвичай роблять матеріал більш живим і допомагають аудиторії краще зрозуміти тему.

Сучасна журналістика в IT-індустрії вже давно вийшла за межі класичного формату репортажу. Робота журналіста в IT-сфері тепер охоплює не лише написання текстів, а й роботу з відео, соцмережами та технічними темами, які

часто потребують додаткового розуміння контексту. Попри розвиток онлайн-комунікацій, офлайн панелі й надалі залишаються важливим простором для професійної комунікації, налагодження контактів та роботи з контентом, який згодом поширюється через медіа та соціальні мережі.

Саме через це роль журналіста на таких заходах останніми роками значно ширша, ніж просто запис інтерв'ю чи підготовка новини. У певному сенсі він стає посередником між технологічною індустрією та суспільством, пояснюючи складні теми зрозумілою для аудиторії мовою.

Список використаних джерел:

1. Global Conference, Top 10 Reasons to Attend a Conference. January 21, 2026. URL: <https://globalconference.ca/top-10-reasons-to-attend-a-conference/>
2. Original Research article, Front. Psychol., The importance of time perspective in media multitasking behavior. October 31, 2025. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2025.1654790/full>
3. Brian X. Chen, 10 Pieces of Tech Jargon That Confused Us in 2025. December 30, 2025. URL: <https://www.nytimes.com/2025/12/30/technology/personaltech/tech-jargon-ai.html>
4. Indeed Editorial Team, How to conduct an interview as a journalist (with steps). November 26, 2025. URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-conduct-interview-as-journalist>
5. Matthew Carluccio, Multimedia Journalism Skills for Success in the Digital Age. January 19, 2026. URL: <https://matthewcarluccio.com/multimedia-journalism-skills-for-success-in-the-digital-age/>
6. Ivan L. Nagy, A Press Conference Would Be Nice. May 13, 2026. URL: <https://www.cjr.org/the-interview/press-conference-would-be-nice-helen-branswell-hantavirus-outbreak-alarm-covid-cruise-ship-sick.php>
7. Andrew Deck, Semafor's new AI tool helped boil down its entire flagship conference into nine takeaways. May 7, 2026. URL: <https://www.niemanlab.org/2026/05/semafor-s-new-ai-tool-helped-boil-down-its-entire-flagship-conference-into-nine-takeaways/>
8. Nick Usher, The year journalists abandon the press conference. NiemanLab. Predictions for Journalism 2026. URL: <https://www.niemanlab.org/2025/12/the-year-journalists-abandon-the-press-conference/>

ПАНЕЛЬ 8. ЦИФРОВІ МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ ТА ДИЗАЙН У ВИМІРІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОЇ ПАРАДИГМИ

ВІЗУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ ІСТОТ У ЖАНРІ ХОРРОР

Богдан БИРКА

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Київського національного університету технологій та дизайну

Світлана ПАШУКОВА

старший викладач кафедри цифрового мистецтва Київського національного університету технологій та дизайну

Однією з поширених проблем у створенні істот у жанрі хоррор є надмірна концентрація на зовнішніх візуальних ефектах без урахування складних процесів у мозку людини, про які зазначили Ю. Крістієва і Н. Керролл [1, 2]. Без урахування когнітивних процесів складно досягти високого рівня емоційного впливу на глядача. Створення істоти – це не лише художня розробка образу, а й розуміння механізмів сприйняття загрози, огиди чи чужорідності. Ефективність дизайну істот безпосередньо залежить від того, наскільки успішно він діє на людську психіку. Частина цих реакцій виникає на підсвідомому рівні, що пояснює емоційне сприйняття вигаданих образів як потенційної загрози.

Під дизайном істоти розуміється процес створення візуального образу персонажа, що поєднує художні, пластичні та психологічні характеристики задля формування певного емоційного враження у глядача. У жанрі хоррор дизайн істот переважно ґрунтується на порушенні звичних візуальних норм і людських уявлень про анатомію, пропорції чи поведінку.

Силует є першоосновою будь-якого виразного монстра, а форма виступає первинним каналом передачі загрози. Згідно з дослідженнями Т. Тіллмана [3], геометричні примітиви безпосередньо впливають на сприйняття характеру істоти. Трикутники еволюційно асоціюються з об'єктами, що можуть завдати шкоди (зуби, ікла, пазури), тому їхнє використання сигналізує про агресію та небезпеку. Натомість круг у формі зазвичай асоціюється з чимось дружнім, але в жанрі хоррору часто використовується для зображення пухлин або об'єктів, уражених інфекцією чи гниттям. Прямокутні форми в дизайні монстрів часто сигнализують про неблаганну загрозу. Таким чином, використання різних типів форм дає змогу посилити психологічний вплив візуального образу (Рис. 1 а).

Асиметрія використовується для руйнування гармонії. Симетрія у живих об'єктів є ознакою здоров'я, тому будь-яке відхилення від неї підсвідомо сприймається як сигнал про хворобу або мутацію (Рис. 1 б). Асиметричні деталі (зміщені очі, кінцівки різної довжини) створюють відчуття чогось неправильного [3].

Важливе значення у створенні людиноподібних істот має ефект “зловісної долини”, який виникає, коли об'єкт виглядає майже як людина, але зберігає мінімальні невідповідності (Рис. в). Це викликає різку відразу замість емпатії. Масахіро Морі стверджував, що це почуття “моторошності” є еволюційним механізмом захисту від трупів або хворих людей, які можуть бути джерелом інфекції. Він зазначав, що рух значно поглиблює ефект “зловісної долини”: зомбі викликає набагато сильніший жах, ніж нерухомий труп. Тому використання цього ефекту є важливим інструментом у створенні моторошних істот [4].

а)

б)

в)

г)



а) Hans Ruedi Giger, б) Luke
Beksiński, г) Vitalii Hryhoriv

Starkie, в) Zdzisław

Колір у хорорі виконує роль психологічного стимулу (Рис. 1 г). Червоний колір еволюційно пов'язаний з кров'ю та агресією, що підвищує рівень тривоги глядача та активує симпатичну нервову систему. Блідо-блакитні та зеленуваті відтінки асоціюються з патологічними станами, що підсилює відчуття біологічної відрази [5].

Отже, ефективний дизайн істот у жанрі хоррора ґрунтується не лише на візуальній виразності образу, а й на глибокому розумінні психологічних механізмів людського сприйняття. Використання певних силуетів, асиметрії, кольорових рішень дозволяє посилити емоційний вплив образу й сформувати у глядача відчуття тривоги та дискомфорту.

Список використаних джерел:

1. Carroll N. The Philosophy of Horror, or, Paradoxes of the Heart. Routledge, 1990. 272 p. ISBN 0-415-90145-6.
2. Kristeva J. Powers of Horror: An Essay on Abjection. Columbia University Press, 1982. 219 p. ISBN 0-231-05346-0.
3. Tillman T. Narrative creature design: Bachelor's thesis. 2023. 52 p. URL: <https://www.theseus.fi/handle/10024/797367> (10.05.2026).
4. Mori M. The Uncanny Valley // IEEE Robotics & Automation Magazine. 2012. Vol. 19. DOI:10.1109/MRA.2012.2192811.
5. Lakpa Dorjee S., Palash B. The Effects of Color Grading on Audience Experience in the Context of Horror Movie, 2024. P. 2-7 E-ISSN: 2582-2160.

КОПІРАЙТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА У DIGITAL-КОМУНІКАЦІЯХ (НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН- ШКОЛИ “MENTORA ACADEMY”)

Єлизавета БОЖКОВА

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Запорізького національного університету*

Наталя САНАКОЄВА

*канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та
інформаційної діяльності Запорізького національного університету*

Актуальність дослідження зумовлена перенасиченістю сучасного інформаційного простору, де суто раціональні аргументи поступово втрачають свою первинну силу, поступаючись місцем емоційному впливу. Копірайтинг у digital-комунікаціях сьогодні перетворився на складний процес моделювання емоційного стану споживача, який органічно спонукає його до цільової дії.

Проблематика дослідження полягає у пошуку ефективних та водночас екологічних інструментів текстового впливу, які здатні залучати аудиторію без використання маніпулятивних тригерів (надмірного залякування чи штучного ажіотажу). У сучасних наукових роботах із маркетингу в умовах диджиталізації зазначається, що інструменти цифрових комунікацій дозволяють брендам налагодити ефективний зв'язок із клієнтами в режимі реального часу, де копірайтер виступає своєрідним «сценаристом», чиї ідеї мають глибоко закріпитися у свідомості аудиторії [1, с. 100].

Особливе місце в емоційному копірайтингу займають психологічні тригери – потужні стимули, які працюють на несвідомому рівні та викликають прогнозовану реакцію читача. На думку дослідниць Н. Терентьєвої та Р. Пестрецової, використання емоцій, соціального доказу та відчуття емпатії допомагає компаніям формувати сильну конкурентну перевагу та довготривалі відносини з клієнтами [2, с. 59]. Найбільш дієвими тригерами у соціальних мережах наразі є страх втраченої вигоди (FOMO), інтрига, відчуття ексклюзивності та турбота.

Теоретичні засади емоційного впливу та вирішення означеної проблеми були апробовані нами на практиці під час розробки комплексної SMM-стратегії для онлайн-школи «Mentora Academy», яка спеціалізується на підготовці школярів і студентів до НМТ та ЄВІ. Цільова аудиторія цього стартапу – випускники шкіл та їхні батьки, а також студенти вишів. Цей сегмент є вкрай чутливим до стресу та тривожності, пов'язаних зі вступною кампанією. Відповідно, головним завданням копірайтингу в цьому проєкті стало не пряме

нав'язування освітніх послуг, а створення атмосфери цілковитої довіри, підтримки та експертності.

У процесі моделювання SMM-стратегії ми свідомо відмовилися від використання агресивних продажних текстів формату «купи курс негайно», замінивши їх на емоційно-підтримувальний контент. Наприклад, замість використання триггеру «страху не скласти іспит», який часто застосовують конкуренти, ми імплементували тригер «спільності та полегшення». Цей тригер було реалізовано через регулярні рубрики сторітелінгу про успішний досвід подолання стресу студентами минулих років та спеціальні лексичні конструкції, що транслюють емпатію. Тексти бренду транслюють повідомлення: «Ми розуміємо твої хвилювання, з нами підготовка буде спокійною, структурованою та зрозумілою». Такий підхід допомагає ефективно знизити рівень тривожності абітурієнтів і формує міцну лояльність до освітнього бренду ще на етапі його підготовки до запуску.

Важливим професійним рішенням під час формування контент-плану стала також повна відмова від прямих порівнянь з брендами-конкурентами у маркетингових текстах. Практика доводить, що екологічний копірайтинг, який зміщує фокус винятково на власні переваги (зручність онлайн-платформи, постійний супровід професіоналів) без приниження інших шкіл, викликає значно більше довіри у представників покоління зумерів. Успіх такої стратегії пояснюється ключовою психологічною рисою цього покоління – високим рівнем детекції «фальші» та несприйняттям агресивної реклами.

Окрему увагу було приділено оптимізації текстів та адаптації форматів під специфіку різних платформ. Зокрема, тексти для Instagram були максимально скорочені, очищені від зайвої «води» та стилістично адаптовані під швидке споживання, оскільки сучасний користувач не готовий читати складні лонгриди. Аналізуючи залучення аудиторії на новітніх платформах текстового формату, наприклад, Threads, ми також виявили важливу закономірність: ускладнені механіки взаємодії працюють значно гірше. Натомість спрощення формату до звичайних, живих текстових відповідей та свідомо відмова від використання зображень у дописах на користь чистого тексту підвищують рівень взаємодії та органічного охоплення. Наприклад, згідно з аналітикою SociaVault Labs (2026), рівень залученості (ER) у текстових дописах-запитаннях без зображень на Threads на 62% вищий порівняно зі стандартними форматами [3]. Це підтверджує тезу про те, що емоційний копірайтинг має бути не лише глибоким за змістом, але й максимально легким та оптимізованим для сприйняття.

Отже, досвід застосування навичок емоційного копірайтингу при розробці SMM-стратегії для «Mentora Academy» доводить, що текст залишається

ключовим інструментом управління споживчою поведінкою. Вирішення проблеми залучення аудиторії в умовах інформаційного шуму полягає у використанні екологічних психологічних тригерів, відмові від маніпулятивних порівнянь та гнучкій адаптації форматів комунікації під конкретні платформи. У контексті нашого дослідження ми визначаємо екологічний копірайтинг як тип текстового впливу, що базується на емпатії, прозорій демонстрації переваг продукту без використання когнітивного тиску чи маніпуляцій. Це дозволяє не просто привернути увагу до бренду, але й вибудувати міцний емоційний зв'язок, що є головним критерієм успіху в сучасному digital-середовищі.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Полтава, 2023). Полтава : ПУЕТ, 2023. 320 с. URL: https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/zt_marketynng-v-umovah-didzhytalizacziyi_2023.pdf (дата звернення: 15.04.2026).
2. Терентьєва Н., Пестрецова Р. Роль психологічних тригерів у формуванні сприйняття бренду та поведінки споживачів. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 3 (285). С. 52–61. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/03/3.25._topic_Natalia-V.-Terenteva-Ruslana-Pestretsova-52-61.pdf (дата звернення: 15.04.2026).
3. What Is a Good Engagement Rate on Threads in 2026? (Benchmarks & Data). SociaVault Labs. 2026. URL: <https://sociavault.com/blog/good-engagement-rate-threads-2026> (дата звернення: 15.04.2026).

КОЛЯДКИ ТА ЩЕДРІВКИ ЯК ФОРМА ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ

Ангеліна ВЕРШИГОРА

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Державного податкового університету*

Українська народна творчість є важливою складовою духовної культури народу, у якій відображаються історичний досвід, світогляд, моральні цінності та культурні традиції українців. Особливе місце у системі календарно-обрядового фольклору займають колядки та щедрівки – різдвяно-новорічні пісні, що протягом століть виконували не лише обрядову чи розважальну функцію, а й слугували засобом передачі культурної пам'яті від покоління до покоління. У текстах колядок і щедрівок заковано уявлення про світобудову, родинні цінності, працю, достаток, духовність та зв'язок людини з громадою і природою.

На думку українського фольклориста І. Франка, народна пісня є «живим літописом народу», у якому зберігаються його історична пам'ять та духовний досвід [1]. Саме тому колядки та щедрівки можна розглядати як своєрідний культурний текст, через який суспільство відтворює власну ідентичність та підтримує тяглість традиції.

Водночас у сучасних умовах глобалізації, цифровізації культури та повномасштабної війни питання збереження нематеріальної культурної спадщини набуває особливої актуальності. Колядки та щедрівки сьогодні функціонують не лише у традиційному обрядовому середовищі, а й активно поширюються через медіа, соціальні мережі, концертну діяльність та міжнародні культурні проекти. Це свідчить про здатність української традиційної культури адаптуватися до нових суспільних умов без втрати своєї духовної основи.

Актуальність теми зумовлена необхідністю осмислення ролі колядок та щедрівок у збереженні національної пам'яті й культурної ідентичності українського народу в умовах сучасних суспільних викликів. В умовах війни, інформаційного протистояння та активних глобалізаційних процесів саме традиційна культура стає одним із важливих чинників духовної стійкості суспільства. Колядки та щедрівки не лише зберігають історичні й культурні смисли, а й формують відчуття приналежності до національної спільноти, підтримують зв'язок поколінь та актуалізують колективну пам'ять українців.

Крім того, сьогодні спостерігається активне переосмислення різдвяно-новорічної обрядовості у сучасному медіапросторі. Колядки та щедрівки виконуються у сучасних музичних інтерпретаціях, використовуються у

благодійних концертах, міжнародних культурних акціях та цифрових проєктах. Символічним прикладом світового визнання української культурної традиції стала популяризація «Щедрика» М. Леонтовича, який у світовій культурі відомий як «Carol of the Bells». Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну ця композиція набула нового символічного звучання як музичний маркер української культурної ідентичності у світі [2].

Колядки та щедрівки належать до найдавніших жанрів українського календарно-обрядового фольклору. Їх походження пов'язане ще з дохристиянськими аграрними культурами, що були спрямовані на вшанування сонця, природи, врожаю та циклічності життя. Після прийняття християнства язичницькі елементи поступово поєдналися з біблійними мотивами, унаслідок чого виникла унікальна синкретична традиція української різдвяної обрядовості.

У текстах колядок і щедрівок поєднуються релігійні, моральні, родинні та соціальні мотиви [4]. У них оспівуються народження Христа, добробут родини, праця господаря, повага до батьків, щедрість і взаємопідтримка. Водночас ці твори містять значну кількість символічних образів – сонця, зорі, місяця, води, зерна, дерева життя, – які мають глибоке архетипне значення. На думку Мирослава Поповича, традиційна культура є «механізмом передачі колективного досвіду та історичної пам'яті», а народна пісенна творчість виконує функцію збереження культурної тяглості суспільства.

Особливе значення колядки та щедрівки мають як форма колективної пам'яті. Французький соціолог М. Альббакс зазначав, що колективна пам'ять формується через спільні соціальні практики, ритуали та символи. Саме різдвяні обрядові традиції створюють простір спільного культурного переживання, у якому відтворюється відчуття належності до національної спільноти. Виконання колядок у родинному колі, громаді чи церковному середовищі забезпечує передачу культурних знань та цінностей між поколіннями.

Водночас сучасний культурний простір демонструє різноманітні форми переосмислення колядок та щедрівок, що виходять за межі суто музичної інтерпретації. Значну роль у цьому процесі відіграють як академічні фольклорні колективи, так і молодіжні експериментальні проєкти, які поєднують традиційний спів із елементами театралізації, перформансу та візуального мистецтва. Наприклад, у діяльності ансамблів на кшталт «Божичі», «Родовід» або етномузичних студій при культурних центрах відтворюються локальні варіанти різдвяного обрядового співу з різних регіонів України, що дозволяє не лише зберігати, а й реконструювати автентичні пласти традиційної культури [3].

Додатково показовим є досвід великих благодійних різдвяних концертів 2022-2025 років, які поєднують культурну та соціальну функції. Зокрема, у

Львові та інших містах України регулярно відбуваються різдвяні програми хорових капел і муніципальних колективів, де виконуються колядки й щедрівки різних історичних періодів – від давніх народних зразків до сучасних авторських інтерпретацій. Такі заходи нерідко мають благодійну мету та спрямовані на підтримку Збройних Сил України, що надає традиційній обрядовості нового соціального виміру: коляда постає не лише як ритуальна практика, а як форма громадянської солідарності та культурного спротиву.

Паралельно з цим у цифровому середовищі формується новий тип побутування колядок і щедрівок. Онлайн-платформи стають простором, де традиційні тексти набувають візуальної та інтерактивної форми: користувачі створюють короткі відео з колядуванням у незвичних локаціях, організовують віртуальні різдвяні події та благодійні онлайн-ініціативи, у межах яких різдвяний спів виконує функцію соціальної мобілізації та збору допомоги [4]. У 2024-2025 рр. особливої популярності набули великі відеозбірки українських колядок на YouTube, які супроводжуються закликами до підтримки українських військових і гуманітарних ініціатив, що підкреслює поєднання культурного та громадянського виміру сучасної традиції.

Крім того, колядки та щедрівки відіграють важливу роль у формуванні емоційної пам'яті. Вони асоціюються з родинним теплом, дитинством, спільними святами та відчуттям приналежності до власної культури. Саме тому різдвяна обрядовість залишається важливим чинником збереження культурної тяглості навіть серед українців, які через війну були змушені виїхати за кордон. У багатьох країнах світу українські громади організовують спільні колядування, вертепи та різдвяні фестивалі, підтримуючи культурний зв'язок із Батьківщиною.

Отже, колядки та щедрівки є важливими носіями національної пам'яті та духовної культури українського народу. Вони зберігають історичний досвід, моральні цінності, традиційний світогляд і забезпечують передачу культурної спадщини між поколіннями. У сучасних умовах глобалізації та війни різдвяно-обрядова творчість набуває нового значення як форма культурного спротиву, засіб консолідації суспільства та інструмент міжнародної репрезентації України.

Саме тому збереження та популяризація української різдвяної традиції є важливим чинником підтримки національної ідентичності, культурної пам'яті та духовної стійкості українського суспільства.

Список використаних джерел:

1. Грушевський М. Історія української літератури : у 6 т. Київ : Либідь, 1995. Т. 1. 708 с.

2. Зайцева І. Роль мистецтва як семіотичного та когнітивного медіатора у міжкультурній комунікації. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Ірпінь, 2026. С.180-186.

3. Кулиняк М. Музично-пісенний фольклор у сучасній українській культурі. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2024. № 4. С. 331–337.

4. Фольклор у сучасному суспільстві: традиції, трансформації : колективна монографія / відповідальна редакторка Лариса Вахніна ; Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України. Київ : Видавництво ІМФЕ, 2024. 302 с.

МЕДІАТИЗАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ: ЯК ЗМІ ТРАНСФОРМУЮТЬ УКРАЇНСЬКИЙ ФОЛЬКЛОР

Інна ЗАЙЦЕВА

*канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності
та культури Державного податкового університету*

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій, глобалізації та інтенсивного інформаційного обміну традиційна культура опиняється у новому комунікаційному середовищі, де суттєво змінюються форми її існування, трансляції та сприйняття. Особливо це стосується українського фольклору, який із переважно усної та локальної форми поступово переходить у медійний, цифровий і глобалізований простір. У зв'язку з цим постає проблема медіатизації традиційної культури як складного процесу, що одночасно забезпечує збереження культурної спадщини та її трансформацію відповідно до потреб сучасних медіа.

Актуальність дослідження також зумовлена тим, що медіа сьогодні відіграють ключову роль у формуванні культурної пам'яті, національної ідентичності та суспільних смислів. Український фольклор дедалі частіше функціонує не лише як елемент традиційної культури, а як ресурс масової культури, культурної дипломатії та національного брендингу. Водночас така трансформація супроводжується ризиками спрощення, комерціалізації та втрати автентичних значень фольклорних форм.

Особливої ваги ця проблематика набуває в умовах російсько-української війни, коли культура стає важливим інструментом опору, консолідації суспільства та утвердження національної ідентичності. У цьому контексті медіатизація фольклору виступає не лише як культурний процес, а й як чинник інформаційної боротьби та символічного захисту культурної спадщини України [4].

Метою дослідження є аналіз процесу медіатизації традиційної культури та визначення особливостей трансформації українського фольклору в сучасному медіапросторі.

На думку багатьох дослідників, медіатизація є одним із ключових процесів сучасної культури, адже саме медіа дедалі більше впливають на формування суспільних смислів, моделей поведінки та культурної пам'яті. Як зазначає німецький дослідник Андреас Гепп, «медіатизація означає взаємопроникнення медіа та повсякденного життя, унаслідок чого змінюються способи соціальної взаємодії та культурного досвіду» [2, 8]. У контексті української культури це

особливо помітно на прикладі трансформації фольклору, який поступово переходить із локального традиційного середовища у глобальний інформаційний простір.

Український фольклор є важливою складовою національної культурної спадщини. Він охоплює народні пісні, думи, легенди, казки, обряди, традиційну символіку, декоративно-ужиткове мистецтво та інші форми народної творчості. Водночас у сучасному суспільстві фольклор перестає бути виключно елементом традиційної культури й дедалі частіше набуває нових форм існування через медіа. На нашу думку, саме завдяки медійному середовищу український фольклор отримав можливість бути не лише збереженим, а й переосмисленим відповідно до культурних запитів сучасності [5].

Одним із найпомітніших прикладів медіатизації українського фольклору є музична індустрія. Народні пісні протягом століть виконували важливу роль у житті українців, передаючи з покоління в покоління історію, світогляд і моральні цінності народу. В умовах сучасної війни усвідомлення своїх коренів набуло особливого значення, а знання фольклору стало важливим чинником національної самоідентифікації [1]. Сучасні українські виконавці активно інтегрують народні мотиви у популярну музику, поєднуючи традиційне звучання із сучасними жанрами. Яскравим прикладом є творчість Джамали, яка у своїх композиціях поєднує елементи кримськотатарської музичної традиції, народної мелодики та сучасного музичного звучання. Пісня «1944», з якою співачка перемогла на Євробаченні 2016, актуалізувала тему історичної пам'яті, депортації кримськотатарського народу та культурної травми через сучасний медійний формат. Завдяки міжнародному інформаційному резонансу ця композиція стала прикладом того, як музика й медіа можуть перетворювати елементи етнічної культури на важливий інструмент культурної дипломатії та формування глобального інтересу до української тематики.

Не менш показовим є творчість гурту Go_A, який після участі у Євробаченні 2021 популяризував український фольклор на міжнародному рівні. У пісні «Шум» поєднуються елементи давніх веснянок, електронної музики та сучасної сценічної естетики. Водночас гурт ДахаБраха використовує автентичний український спів, народні інструменти та етнічні мотиви, створюючи новий формат презентації традиційної культури у глобальному медіапросторі.

Важливим прикладом сучасної трансформації фольклору стала також композиція «Stefania» гурту Kalush Orchestra, у якій поєдналися елементи народної колискової, етнічної музики та сучасної реп-культури. Після перемоги на Євробаченні 2022 пісня набула глобальної популярності у соціальних

мережах і фактично перетворилася на медійний символ української культурної стійкості в умовах війни.

Медіатизація фольклору активно відбувається і в соціальних мережах. Платформи TikTok, Instagram та YouTube стали середовищем популяризації народних пісень, традиційного одягу, обрядів та діалектів. Сьогодні українська молодь дедалі частіше переосмислює народну культуру через короткі відеоформати, меми, флешмоби та цифрові візуальні образи. Наприклад, значного поширення набули відео з виконанням колядок, щедрівок чи народних пісень у сучасній інтерпретації. Крім того, після початку повномасштабної війни особливої популярності набув контент, пов'язаний із традиційною українською символікою, вишиванкою, народною музикою та етнічними елементами культури.

Варто зазначити, що медіа не лише популяризують фольклор, а й змінюють форми його існування. Якщо традиційний фольклор передбачав безпосередню передачу культурного досвіду від покоління до покоління, то сьогодні значна частина народної творчості функціонує у цифровому форматі. Це сприяє ширшому поширенню культурної спадщини, однак водночас створює ризик втрати автентичності [7]. На думку французького соціолога Жана Бодріяра, сучасна медіакультура нерідко замінює реальність її символічними копіями, унаслідок чого культурні явища можуть перетворюватися на симулякри – не просто копії чогось реального, а образи, які створюють лише ілюзію справжності [6]. У контексті українського фольклору це проявляється у спрощенні традиційних образів, комерціалізації народної символіки або використанні етнічних мотивів виключно як модного тренду.

Зокрема, у соціальних мережах дедалі частіше можна побачити стилізовані фотосесії у вишиванках або відео з народними піснями, де традиційна культура використовується переважно як естетичний елемент контенту. У таких випадках увага акцентується насамперед на зовнішній «етнічній атмосфері», тоді як символічне значення орнаментів, обрядовість чи історичний контекст залишаються поза увагою. Подібна тенденція простежується й у рекламній індустрії, де народні мотиви нерідко використовуються для створення впізнаваного «українського стилю» без глибокого осмислення їхнього культурного змісту.

Водночас існують і позитивні приклади сучасного переосмислення фольклору. Так, популяризація народної пісні «Щедрик» у світовому медіапросторі або сучасні музичні інтерпретації вище зазначених гуртів та виконавців демонструють, що традиційна культура може органічно адаптуватися до нових медійних форматів без повної втрати своєї автентичності. Саме тому

проблема збереження балансу між модернізацією фольклору та його культурною сутністю сьогодні є особливо актуальною.

На нашу думку, процес медіатизації має також важливе культуротворче значення. Завдяки медіа український фольклор виходить за межі локального побутування та стає частиною глобального культурного простору. Це особливо важливо в умовах війни та інформаційного протистояння, коли культура перетворюється на один із ключових інструментів формування національної ідентичності та культурної дипломатії [3]. Символічним прикладом цього стала хвиля популярності української народної пісні «Ой у лузі червона калина», яка після 2022 року набула міжнародного звучання й стала символом українського спротиву.

Окремої уваги заслуговує використання елементів українського фольклору в кіно, рекламі та цифровому мистецтві. Сучасна українська кіноіндустрія дедалі частіше звертається до народної демонології, міфології та обрядової культури. У фільмах і серіалах активно використовуються образи мавок, русалок, відьом, а також елементи традиційних обрядів і символіки, які адаптуються до сучасної візуальної мови та сприйняття глядача. Яскравим прикладом є анімаційний фільм «Мавка. Лісова пісня», який переосмислює українську міфологію та образи з драми Лесі Українки у форматі сучасної анімації, роблячи фольклорні мотиви доступними глобальній аудиторії. Подібні тенденції простежуються і в інших кінематографічних проєктах. Зокрема, у стрічці «Пекельна Хоругва, або Різдво Козацьке», де поєднуються козацький міф, різдвяна обрядовість і народна демонологія в пригодницькому форматі для широкої аудиторії. Окремо варто згадати фільм «Додому», де фольклорні елементи не є центральними, але культурний код, традиційні уявлення про родину, землю та пам'ять проявляються через символічні образи й контекст кримськотатарської та української ідентичності.

У сфері рекламної комунікації етнічні мотиви також набувають широкого застосування, виконуючи функцію формування позитивного образу української культури як сучасної, актуальної та конкурентоспроможної. Зокрема, у фешн-індустрії українські дизайнери інтегрують елементи традиційної вишивки, орнаментів і крою у сучасні колекції, перетворюючи їх на частину повсякденного та подіумного одягу. Таким чином, традиційні мотиви виходять за межі етнічного костюма й стають елементом глобальної модної культури.

Ще одним напрямом є продуктова реклама та брендинг, де етнічні мотиви використовуються для створення національно маркованого образу продукції. Орнаменти, стилізовані під народний розпис або вишивку, формують у

споживача асоціації з автентичністю та традиційністю, навіть у випадках, коли сам продукт не має прямого зв'язку з народною культурою.

Окремо варто відзначити туристичний брендинг, у межах якого традиційні символи – писанка, вишиванка, козацька спадщина, дерев'яна архітектура – використовуються для створення впізнаваного візуального образу України як туристичного напрямку. Це сприяє не лише популяризації культурної спадщини, а й її включенню в сучасні економічні та іміджеві процеси.

На нашу думку, медіатизація українського фольклору є неоднозначним, але закономірним процесом розвитку культури в умовах цифрової епохи. З одного боку, медіа сприяють популяризації традиційної культури, залученню молоді до народної творчості та збереженню культурної пам'яті. З іншого – існує ризик поверхневого сприйняття фольклору, втрати його сакрального змісту та перетворення окремих елементів народної культури на суто комерційний продукт.

Отже, медіатизація традиційної культури суттєво впливає на трансформацію українського фольклору, змінюючи форми його існування, способи поширення та суспільне сприйняття. У сучасному медіапросторі фольклор уже не є лише елементом минулого, а постає динамічним культурним явищем, здатним адаптуватися до нових соціокультурних умов. Водночас саме через медіа українська традиційна культура сьогодні зберігає свою актуальність, формує національну ідентичність та репрезентує Україну у світовому культурному просторі.

Список використаних джерел:

1. Кулиняк М. Музично-пісенний фольклор у сучасній українській культурі. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2024. № 4. С. 331–337.
2. Купрій Т. Концептуалізація медіатизації культури: зарубіжний досвід конституювання. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 2. С. 48–54.
3. Зайцева І. Роль мистецтва як семіотичного та когнітивного медіатора у міжкультурній комунікації. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Ірпінь, 2026. С.180-186.
4. Пиж'янова Н. Нормативне та інституційне забезпечення державної політики збереження фольклорної спадщини. Молодий вчений. 2021. № 12 (100). DOI: 10.32839/2304-5809/2021-12-100-33.

5. Фольклор у сучасному суспільстві: традиції, трансформації : колективна монографія / відповідальна редакторка Лариса Вахніна ; Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України. Київ : Видавництво ІМФЕ, 2024. 302 с. URL : <https://www.etnolog.org.ua/pd/stories/monografiji/2024/folklor.pdf>.

6. Baudrillard J. Simulacra and Simulation (Translated by Sheila Faria Glaser). University of Michigan Press. 1994. 164 p. URL :<https://doi.org/10.3998/mpub.9904/>

7. Chorna N. Cultural Heritage of Ukraine: the Problems of Study, Conservation and Use. Scientific Papers of Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University. Series: History. 2021. № 36. С. 67–74. DOI: 10.31652/2411-2143-2021-36-67-74.

8. Hepp A. Cultures of Mediatization. Cambridge : Polity Press, 2012. 180 p.

СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Лідія КОВАЛЬ

*д-р техн. наук, канд. мистецтвознавства, професор,
завідувачка кафедри цифрового мистецтва*

Київського національного університету технологій та дизайну

На сьогодні очевидним стає факт, що сучасне цифрове середовище формує новий тип візуальної культури, в якому художній образ існує не лише як статичний артефакт, а й як інтерактивна система, здатна моделювати альтернативні рівні реальності. У контексті розвитку цифрового мистецтва проблема візуального проєктування набуває особливого значення, оскільки художник працює вже не лише із матеріальною формою, а й зі структурами подій, знаковими системами та механізмами занурення користувача у віртуальний простір-час.

Традиційне уявлення про реальність як ієрархічну систему взаємопов'язаних рівнів уможливорює розгляд цифрового середовища як похідної, але автономної форми існування. Відомо, що віртуальна реальність характеризується похідністю, актуальністю, автономністю та інтерактивністю. Її існування залежить від активності зовнішньої щодо неї реальності, однак у межах власного простору вона формує окремі часові, просторові та поведінкові закони. Саме тому цифрове середовище не можна трактувати виключно як технічну платформу – воно виступає специфічною формою художньо-комунікативної реальності.

Користувач цифрового мистецького продукту не лише спостерігає візуальний образ, а й послідовно переживає події інтерактивного сценарію. Особливістю такого досвіду є можливість довільного вибору траєкторії руху та варіантів взаємодії із середовищем. Це зумовлює синтетичний характер сприйняття, у якому поєднуються візуальні, просторові, емоційні та психологічні компоненти. Відповідно, проєктування цифрового середовища передбачає створення цілісного простору-часу, здатного підтримувати ефект присутності та занурення на емоційному рівні.

У віртуальній психології важливими для розуміння специфіки цифрового середовища є поняття гратуалу, інгратуалу та консуеталу. Гратуал пов'язаний із переживанням піднесеного або натхненного стану свідомості, інгратуал – із відчуттям психологічного дискомфорту чи пригнічення, тоді як консуетал визначає стан суб'єктивної нормальності. Цифрове мистецтво здатне свідомо

моделювати подібні психоемоційні стани через візуальні образи, композиційні рішення, світлові ефекти, ритм, інтерактивність і нелінійну драматургію.

Ще однією важливою особливістю цифрового середовища є трансформація матеріального об'єкта у знак. У цифровому мистецтві художник взаємодіє вже не з фізичною річчю, а з її візуальною моделлю та семіотичним образом. Це сприяє посиленню ролі символу, метафори, алегорії та міфологічних структур мислення. Сучасна цифрова візуальність значною мірою орієнтована на формування змінених станів свідомості, а тому активно використовує асоціативні емоційні художні прийоми.

Наукові дослідження останніх років підтверджують, що віртуальне середовище суттєво впливає на естетичне сприйняття та поведінкові реакції користувачів. Найчастіше сучасна наукова думка розглядає цифрове середовище не лише як технологічний продукт, а й як складний психологічний і художньо-комунікативний простір. У сучасних працях:

- аналізуються сучасні методи використання глибинного навчання у створенні, обробці та дослідженні контенту віртуальної реальності, а також перспективи розвитку інтелектуальних VR-технологій [1];
- розглядаються особливості побудови візуального мистецького простору засобами VR-технологій та підкреслюється значення інтерактивності для формування емоційного зв'язку між користувачем і цифровим середовищем [2];
- визначається роль віртуального тривимірного простору у створенні ефекту занурення та формуванні нових моделей цифрової естетики [3];
- підсумовується, що VR-середовище здатне посилювати емоційну залученість користувача та створювати більш інтенсивний естетичний досвід порівняно з традиційними формами демонстрації мистецтва [4];
- досліджуються принципи створення неоднозначних утопічних образів у XR-іграх і віртуальних світах, а також аналізується те, як візуальна поетика, суперечливі коди та особливості сприйняття формують у користувача унікальний емоційний і смисловий досвід [5].

Специфіка формування цифрового зображального ряду полягає також у зміні професійної ролі художника. Автор цифрового продукту повинен володіти не лише композиційними навичками та комп'ютерними технологіями, а й здатністю працювати з уже існуючими візуальними кодами, комбінувати та трансформувати їх у нові художні структури. У сучасному цифровому мистецтві дедалі більшого значення набуває не академічна майстерність відтворення форми, а вміння організовувати інформаційні потоки, створювати візуальні сценарії та моделювати поведінку користувача в інтерактивному просторі.

Отже, візуальне проектування цифрового середовища є комплексним процесом, що поєднує художні, психологічні, семіотичні та технологічні аспекти. Цифровий художник виступає посередником між різними рівнями реальності та формує нові способи взаємодії людини з інформаційним простором. Ефективність цифрового середовища залежить не лише від технічної досконалості, а й від здатності створювати цілісний емоційно-комунікативний досвід, який забезпечує ефект присутності, занурення та активної взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Wang M., Lyu X.-Q., Li Y.-J., Zhang F.-L. VR content creation and exploration with deep learning: A survey. *Computational Visual Media*. 2020. Vol. 6. P. 3–28. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s41095-020-0162-z>.
2. Li. P. Research on Visual Art Design Method Based on Virtual Reality. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*. 2021. Vol. 13, Issue 2. P. 16–25. URL: <https://www.sciencedirect.com/org/science/article/pii/S1942388821000046>.
3. Wilmsheerst J., Mackay A. Utilizing Virtual Reality and Three-Dimensional Space, Visual Space Design for Digital Media Art. *Global Media Journal*. 2022. URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/utilizing-virtual-reality-and-threedimensional-space-visual-space-design-for-digital-media-art.php?aid=92082>.
4. Gulhan D., Durant S., Zanker J. M. Aesthetic judgments of 3D arts in virtual reality and online settings. *Virtual Reality*. 2023. Vol. 27. P. 573–589. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10055-022-00671-1>.
5. Höhl W. Ambiguity in utopian XR-games: Basic principles for the design of virtual worlds. *European Journal of Futures Research*. 2023. Vol. 11: article number 6. URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40309-023-00218-w>.

НЕО ФОЛЬКЛОР ЯК ВІДПОВІДЬ НА КРИЗУ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ

Діана МОРОКО

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Державного податкового університету*

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р. стало не лише воєнною, а й глибокою культурною кризою: під загрозою знищення опинилися мова, традиції, матеріальна та нематеріальна спадщина українського народу. Водночас системна криза ідентичності, яку переживає суспільство у стані екзистенційної загрози, закономірно активізує глибинні етнокультурні механізми самозахисту. Одним із найбільш динамічних засобів такої рефлексії є неофольклор – інтегрована сукупність нових фольклорних текстів, візуальних образів та соціокультурних практик. Вони виникають як миттєва відповідь на актуальні суспільно-політичні виклики, спираючись при цьому на архаїчні жанрові форми та фундаментальні архетипи традиційної народної культури. На нашу думку, вивчення неофольклору воєнного часу є пріоритетним науковим завданням, оскільки дозволяє простежити, як народна творчість перетворюється на інструмент збереження ідентичності, психологічної стійкості та культурного спротиву.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі неофольклору як специфічного культурного феномену, що формується в умовах російсько-української війни, визначенні його жанрово-тематичних особливостей та обґрунтуванні його ролі у процесах збереження та відтворення національної ідентичності сучасних українців.

Поняття «неофольклор» охоплює широкий спектр явищ: від фольклоризованих авторських пісень і переосмислених обрядових текстів до цифрових інтернет-мемів, легенд про конкретних учасників бойових дій та новотворів у топонімічних переказах. Ми вважаємо, що визначальна риса неофольклору полягає не у стихійній творчості заради творчості, а у формі свідомої чи підсвідомої відповіді колективної свідомості на суспільну травму. Стан національної культури в умовах воєнного часу характеризується високим рівнем драматизму і непередбачуваності: якщо матеріальну спадщину за сучасних технологій можна реставрувати, то нематеріальна культура потребує живого носія, активної передачі та переосмислення [1].

Серед найбільш показових жанрів неофольклору воєнного часу періоду виділяються фольклорні новотвори у формі колядок. У традиційній культурі

колядка є сакральним текстом зимового обрядового циклу, що несе магічну функцію побажання добробуту та захисту. З початком повномасштабної війни в українському медіапросторі активно поширилися нові варіанти колядок, у яких на місце традиційних образів прийшли образи війни, постаті захисників та знакових топонімів – яскравим прикладом є, зокрема, авторська колядка «Там, во Бахмуті», що пройшла шлях швидкої фольклоризації [2]. Це явище свідчить про живучість жанрової форми та її здатність вбирати новий гостросоціальний зміст, зберігаючи при цьому архаїчну символічну структуру.

Принципово важливим пластом сучасного неофольклору є воєнна символіка – система образів, що сформувалася як реакція на національну травму і спирається на глибоко вкорінені фольклорні архетипи [3]. Такі образи, як Привид Києва, Свята Джавеліна, Пес Патрон, героїка Азовсталі чи Острів Зміїний, не є випадковими медіапродуктами – кожен із них має чіткий фольклорний прецедент. Привид Києва відтворює образ характерника – козацького воїна з надприродними здібностями; Свята Джавеліна типологічно відповідає образу Богородиці-Заступниці; Пес Патрон – тотемному охоронцю-помічнику; а Азовсталь набула рис міфологізованого місця сили, порівнянного з легендарними осередками козацького спротиву [3]. На нашу думку, ця паралельність не випадкова: у кризові моменти колективна свідомість інстинктивно звертається до готових архетипних моделей, надаючи новим реаліям знайомого символічного оформлення.

Окремого наукового розгляду заслуговує функціонування неофольклору у цифровому середовищі. Соціальні мережі (TikTok, Telegram, Instagram) стали не лише майданчиком для поширення, а й простором для народження нових фольклорних текстів. Меми функціонують у цьому просторі як короткотермінові «артистичні спілкування малої групи» [1] – комунікативні події, де відбувається варіювання, переосмислення і закріплення нових смислів. Ми переконані, що мем у контексті війни перебирає на себе функції анекдоту та прислів'я: він стискає складну реальність до впізнаваної формули і виконує захисну – гуморальну і психологічну роль. Відомий слоган-мем «Доброго вечора, ми з України!» є яскравим прикладом того, як побутова репліка миттєво набула статусу загальноновживаного символу нескореності [4].

Неофольклор виконує цілий спектр функцій: терапевтичну (переробка травматичного досвіду через гумор, нарацію, ритуал), мобілізаційну (об'єднання колективу навколо спільних образів і смислів), сакральну (надання героїчним подіям і особам ознак легендарності), комеморативну (збереження пам'яті про конкретних людей та події) і пародійно-захисну (висміювання ворога, зниження його образу) [3].

У своїй сукупності ці функції перетворюють неофольклор на потужну ідеологічну платформу, те, що один із дослідників назвав «пряmostоянням» нації у війні [1]. Фольклорний ресурс культури у такий спосіб постає не пасивним архівом минулого, а живим, саморегульованим механізмом культурного самовідновлення.

Таким чином, неофольклор воєнного часу є закономірною та функціонально необхідною відповіддю колективної свідомості на кризу ідентичності. Він свідчить про вітальність народної культурної традиції, яка здатна переосмислювати архаїчні форми, наповнюючи їх актуальним суспільним змістом. Продукуючи нові образи на основі глибинних архетипів, українське суспільство одночасно зберігає культурну неперервність і творить нову символічну мову спротиву. Отже, неофольклор в умовах війни стає не лише формою творчості, а й способом колективного виживання, збереження історичної пам'яті та утвердження національної ідентичності українців.

Список використаних джерел:

1. Івановська О. Фольклорний ресурс національної культури як ідеологічна платформа пряmostояння українців у війні. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. 2023. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1805948>.
2. Кравченко В. Мемі під час війни. 2023. URL: <https://www.uadim.in.ua/post/memy-pid-chas-viiny>.
3. Назарова Л. Воєнна Символіка України (2022–2025): Фольклорна Генеза, Типологія, Функціональне Навантаження. Наукові записки. Серія: Філологічні науки, 2(214). 2025. С. 121–128. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-214.2-16>.
4. Яремко Л. Тема війни у фольклорі: новотвори, фольклоризація (на прикладі текстів колядок). Studia Methodologica, (53), 2022. С. 23-45. URL: <https://doi.org/10.25128/2304-1222.22.53.02>.

АРХІТЕКТОНІКА ФОРМИ В ДИЗАЙНІ НАУКОВО-ФАНТАСТИЧНИХ ІСТОТ: ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ВІЗУАЛЬНО ПЕРЕКОНЛИВИХ ОБРАЗІВ

Лідія ПОЛЩУК

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Київського національного
університету технологій та дизайну*

Світлана ПАШУКОВА

*старший викладач кафедри цифрового мистецтва Київського національного
університету технологій та дизайну*

Роль цифрового мистецтва та концепт-арту в сучасній візуальній культурі, зокрема в кіноіндустрії, геймдизайні та цифровій ілюстрації стає дедалі важливішою. Створення науково-фантастичних істот вимагає не лише художньої виразності та естетики, а й логічного та структурного обґрунтування форми, формуючи візуальну основу персонажів, істот і середовищ ще на етапі проектування, забезпечуючи їхню візуальну переконливість. У дизайні sci-fi істот важливим є не лише оригінальність самої форми, а і її структурне обґрунтування. За допомогою архітектонічних принципів формоутворення, логічного конструювання та зоологічних елементів, створюється можливість формування правдоподібних біоморфних структур, що сприймаються глядачем як потенційно реальні.

Дж. Герні у своїй книзі «Imaginative Realism» переконаний: фантастичні образи виникають не з випадкової стилізації, а з поєднанням уяви з реальністю (анатомією, фізикою руху, формами). Особливу роль відіграє використання архітектурних принципів, а саме: ритму, маси, балансу, опорної структури, модульності та функціонального розподілу елементів [1]. В. Барлоу у «Barlowe's Guide to Extraterrestrials» демонструє підхід, за якого дизайн істоти базується не на випадковій фантазії, а на передбаченні умов її середовища існування: гравітації, атмосфери, типу пересування, способу живлення та соціальної поведінки. Саме середовище формує морфологію організму, а не навпаки [2].

Метою дослідження було з'ясування принципів формування науково-фантастичних істот у цифровому мистецтві шляхом поєднання анатомічної точності, біологічної логіки та архітектурно-структурного підходу. Саме такі принципи часто застосовуються у дизайні великих sci-fi створінь, зокрема роботів з «Mass Effect», істот з «Skyline», а також біомеханічних образів у концепт-художника «Master Gecko» у його авторському проєкті під назвою «Epitaph» (Рис. 1 б,г).

Наприклад, у дизайні машин - женців, з ігрової франшизи «Mass Effect» масивність форми поєднується з анатомічною логікою руху (Рис. 1 а), а в істотах із «Skyline» використовується принцип асиметричної конструктивної напруги, що підсилює відчуття чужорідності (Рис. 1 в).



а)

б)

в)

г)

Рис. 1. Концепт-арти науково-фантастичних істот

Водночас дослідження показало: процес формоутворення sci-fi істот не обмежується лише раціональним конструюванням. Важливу роль відіграє принцип «контрольованої випадковості»: свідомо інтерпретація графічних відхилень у цифрових ілюстраціях стає генеративним методом пошуку нетипових рішень. Такі артефакти не усуваються, а аналізуються та інтегруються у зображення як ресурс експресивного посилення концепту та подальшого розвитку ідеї.

Результати дослідження засвідчують, що інтеграція архітектонічного підходу з відхиленнями від натури активізує креативність та допомагає у формуванні авторського стилю. Цифровий скетчінг постає простором творчої імпровізації, де «помилка» стає продуктивним методом деконструкції звичної анатомії задля візуальної інтерпретації реальності та створення унікального образу.

Список використаних джерел:

1. Gurney J. Imaginative Realism: How to Paint What Doesn't Exist. Kansas City : Andrews McMeel Publishing, 2009. 219 p.
2. Barlowe W. Barlowe's Guide to Extraterrestrials. New York : Workman Publishing Company, 1979. 158 p.
3. Dixon D., Massey J. Animals Real and Imagined: Fantasy of What Is and What Might Be. New York : Firefly Books, 2010. 158 p.

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ БРЕНДІВ У МЕРЕЖАХ INSTAGRAM І ТІКТОК: СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ EDTECH-ПРОЄКТІВ

Наталя САНАКОЄВА

*канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та
інформаційної діяльності Запорізького національного університету*

Катерина ЖУКОВА

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Запорізького національного університету*

Актуальність теми. Стрімка візуалізація медіаспоживання та зміна алгоритмів соціальних мереж у 2026 р. зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів взаємодії з аудиторією. Станом на 2026 р. в Україні платформа TikTok посідає друге місце за популярністю (19 млн користувачів), а Instagram посідає четверте місце та охоплює 12,6 млн осіб [4]. Оскільки ці платформи є ключовими для молоді, розробка науково обґрунтованої візуальної стратегії стає критичною для конкурентоспроможності проєктів у ніші EdTech (Educational Technology). Ринок EdTech у 2026 р. характеризується високим рівнем когнітивного навантаження на користувача, що потребує трансформації освітнього контенту у візуально легкі та емоційно привабливі форми.

Об’єкт дослідження – процес візуальної комунікації брендів у сегменті EdTech (освітніх технологій) у цифровому середовищі соціальних мереж.

Предмет дослідження – стратегічні візуальні рішення та інструменти залучення аудиторії на прикладі онлайн-школи «Mentora Academy».

Мета роботи – дослідити особливості візуальної комунікації у сегменті EdTech та обґрунтувати стратегію просування освітнього проєкту в Instagram і TikTok (на прикладі «Mentora Academy»).

Візуальна комунікація базується на використанні специфічної мови образів та символів, що задіює зоровий канал сприйняття як найбільш інтенсивний канал отримання інформації, а в науковій літературі вона класифікується за трьома основними типами, що охоплюють статичну форму у вигляді графічного дизайну, типографіки та фотоконтенту, динамічну форму, що включає відео, анімацію та motion-дизайн, а також інтерактивну форму, представлену фільтрами доповненої реальності, опитуваннями в Stories та ігровими механіками [2].

Ефективність цих засобів зумовлена фізіологічними особливостями людини: зорові образи обробляються мозком у десятки разів швидше за текстові. Візуальна айдентика бренду виступає первинним інструментом ідентифікації товарів та послуг.

Як зазначає Н. Величко, графічні образи характеризуються вищим рівнем когнітивної доступності та значною емоційною інтенсивністю, адже «ще на ранніх етапах розвитку цивілізації для передачі інформації використовувалися схематичні зображення, що перетворилися згодом на піктографічні системи, такі як руни, клинопис, ієрогліфи» [1, с. 7].

Науковці підкреслюють, що «ефективність візуальних засобів вираження полягає в тому, що серед усіх відчуттів людини найголовнішу роль відіграє зір» [3, с. 69]. Зорові образи мають здатність миттєво викликати потрібні емоційні стани, які часто не піддаються раціональному поясненню, але стають вирішальними при виборі освітнього продукту.

Емпіричний аналіз та практична реалізація. Було проведено бенчмаркінг провідних гравців українського ринку EdTech, зокрема проєктів «GO_ITEENS» та «TURBO ZNO», який виявив, що брак системності у використанні кольорів та шрифтів часто розмиває ідентичність брендів, а дефіцит «людяності» через надмірне використання стокових зображень замість реальних фото учнів суттєво знижує рівень довіри аудиторії. Водночас аналіз підтвердив специфіку Instagram як простору «естетичного перфекціонізму», де ключовими факторами залишаються єдність палітри та цілісність сітки профілю, тоді як TikTok у 2026 році вимагає високої динаміки та мікронавчання, поданого через швидкий монтаж і трендові аудіодоріжки. Аналіз EdTech-компонентів у мережах Instagram та TikTok дозволив виявити перехід від суто інформативної візуалізації до сугестивної, де бренд транслює не лише знання, а й спосіб життя.

Ми аналізували стратегічні візуальні рішення та інструменти залучення аудиторії на прикладі онлайн-школи «Mentora Academy», концепція якої фокусується на глибинному розвитку особистості поза межами традиційного академічного тиску. Аналіз впровадженої стратегії демонструє чітку орієнтацію на покоління Альфа та Бета, враховуючи їхнє кліпове мислення та високі вимоги до цифрової естетики через впровадження моделі динамічного мікронавчання (micro-learning). Замість тривалих лекційних форматів бренд використовує концентрований контент – наприклад, 20-секундні ролики у TikTok з однією чіткою темою (як-от «як не помилитися у наголосах»), що забезпечує миттєве засвоєння інформації.

Візуальна айдентика бренду базується на обґрунтованій колірній моделі, де «активний червоний» трактується як когнітивний маркер уваги. Він виступає інструментом залучення в умовах інформаційного перенасичення, а контраст із мінімалістичним білим фоном забезпечує зменшення візуального шуму та відчуття структурованості знань. Ефективність реалізованої в Instagram контент-стратегії підтверджується використанням трьохетапного алгоритму залучення у Stories та Reels (експозиція – сюжет – СТА). Така структура (від занурення в проблему до

роз'яснення та заклику до дії) ідеально адаптована під швидкий темп сприйняття сучасних користувачів, забезпечуючи стабільно високу залученість.

Особливу роль у системі бренду відіграє використання автентичного візуального ряду з реальними студентами. Трансляція щирих емоцій та успіху створює сугестивний ефект, стимулюючи потенційного клієнта підсвідомо проєктувати позитивні результати навчання на власну особистість. Так, стратегія «Mentora Academy» трансформує описовий підхід у чітке аналітичне обґрунтування кожного компонента взаємодії з аудиторією.

Отже, у 2026 році візуальна стратегія в сегменті EdTech трансформувалася з суто естетичного доповнення у фундаментальний фільтр уваги. В умовах екстремального інформаційного перенасичення та домінування поколінь Альфа і Бета, візуальна комунікація стає єдиним ефективним інструментом подолання «когнітивного бар'єра» та встановлення тривалого емоційного контакту з молоддю.

Досвід онлайн-школи «Mentora Academy» наочно підтверджує, що успіх освітнього проєкту в Instagram та TikTok залежить від переходу до аналітично обґрунтованого контенту. Використання червоного кольору як когнітивного маркера, впровадження мікронавчання для боротьби з кліповістю мислення та застосування трьохетапного алгоритму залучення у відеоконтенті дозволяють бренду не просто бути поміченим, а інтегруватися в цифровий стиль життя студента.

Отже, стратегічне просування EdTech-проєктів сьогодні вимагає відмови від стокової уніфікації на користь автентичної сугестивної візуалізації. Лише через поєднання функціонального дизайну, що мінімізує візуальний шум, та щирого емоційного сторітелінгу освітні бренди здатні конвертувати швидку увагу користувача у стабільну лояльність та реальні результати навчання.

Список використаних джерел:

1. Величко Н. Тенденції розвитку засобів візуальної комунікації в контексті дизайну книги. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2020. № 3. С. 5–13.
2. Дорошкевич Д., Томко К. Аналіз інструментів оцінки ефективності візуального цифрового контенту. Ефективна економіка. 2020. № 4. С. 18–26.
3. Прилуцька А. Є. Візуальна реклама в культурному ландшафті міста: теоретико-методологічні підходи. Гуманітарний часопис. 2015. № 1. С. 67–73.
4. Digital 2026: Ukraine. DataReportal. 2026. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-ukraine> (дата звернення: 29.04.2026).

ВИШИВАНКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ ТЕКСТ І СИМВОЛ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНЦІВ

Юлія ТІЛЖЕНКО

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Державного податкового університету*

В умовах повномасштабної збройної агресії Росії проти України питання культурної ідентичності набуває особливої гостроти. Одним із найбільш виразних маркерів української культури є вишиванка, яка сьогодні перетворилася не лише на елемент традиційного одягу, а й на потужний символ національної єдності, історичної пам'яті та культурного спротиву. На нашу думку, дослідження вишиванки як культурного тексту та семіотичного коду дає можливість глибше осмислити механізми збереження української ідентичності в умовах сучасних суспільних викликів.

Вишиванка є унікальним явищем матеріальної й духовної культури, у якому поєднуються художня виразність, символічний зміст, ритуальна функція та комунікативний потенціал. З давніх часів для українців вишиті речі виконували роль своєрідного оберегу, що зберігав пам'ять роду, традиції предків і духовний зв'язок між поколіннями. В Україні існує кілька десятків регіональних мотивів вишивки та тисячі їх варіацій, а понад 250 вишивальних швів базуються на двадцяти основних техніках. Водночас вишивку можна було «читати» як книгу, адже кожен символ в орнаменті наділений певним значенням.

Метою дослідження є аналіз вишиванки як важливого елемента української культурної спадщини, символу національної ідентичності та своєрідного культурного коду, через який передаються історична пам'ять, традиції та світогляд українського народу.

У зв'язку з цим особливого значення набуває семіотичний підхід до осмислення української вишивки, який дозволяє розглядати її не лише як елемент народного мистецтва, а і як складну систему символів та знаків.

З семіотичного погляду вишиванка є складним культурним текстом, у якому поєднуються різні рівні значень і символів. Українська вишивка становить цілісну систему знаків, що відображає духовні, світоглядні та культурні традиції народу: кожен орнамент, колір чи елемент композиції кодує важливі для українців поняття й уявлення [5]. Саме тому узори вишивок можна розглядати як своєрідні «письмена», через які передавалися знання, цінності та культурна пам'ять. Не випадково на Гуцульщині серед вишивальниць був поширений

вислів: «Я таку сорочку випишу!», адже зображення людей, тварин, рослин чи небесних символів ніби «виписувалися» у візерунках орнаменту.

Особливо виразно символічне значення вишивки простежується у регіональному різноманітті української культури. Протягом віків вишивка перетворилася на важливий культурний код, у межах якого кожен регіон України виробив свої унікальні символи, техніки та художні стилі. Так, полтавська вишивка відзначається стриманістю кольорів і переважанням рослинних мотивів, що символізують життя, гармонію та родючість. Для гуцульської традиції характерними є яскраві кольори й геометричні орнаменти, які уособлюють енергію, силу та зв'язок людини з природою. Водночас подільська вишивка вирізняється насиченими червоно-чорними поєднаннями, що мають захисне й оберегове значення.

На нашу думку, українська вишивка виконує не лише естетичну, а й важливу соціокультурну функцію. Вона відіграє значну роль у формуванні та трансформації культурних цінностей, а також у збереженні національної ідентичності. Особливо виразно це проявилось під час національно-визвольних рухів XIX–XX ст., коли вишиванка стала символом національної свідомості, єдності та прагнення українців до збереження власної культури [2, с 28].

У сучасному культурному просторі вишиванка функціонує як динамічний семіотичний об'єкт, зміст і значення якого постійно розширюються. Сьогодні, на наш погляд, вона виступає не лише елементом традиційного одягу, а й важливим маркером національно-культурної ідентичності, модним брендом та засобом індивідуального самовираження. Уособлюючи національні культурні цінності, вишита сорочка набула особливого символічного значення й стала невід'ємною частиною соціального, політичного та культурного життя сучасного українського суспільства. Поступово традиційні орнаменти та символи формують нову візуальну мову, яка не потребує перекладу, але водночас зберігає глибокий зв'язок із локальною культурною традицією та історичною пам'яттю народу [3].

Особливого значення вишиванка набула після 24 лютого 2022 р. В умовах повномасштабної війни, коли під загрозою опинилися українська культура, історична пам'ять та сама національна ідентичність, вишиванка перетворилася на символ внутрішньої єдності та духовної стійкості українців у всьому світі. Незалежно від того, де сьогодні перебувають українці, в Україні чи за її межами, вишиванка стала важливим атрибутом колективної ідентичності та способом вираження належності до українського народу. Недаремно в сучасному суспільному дискурсі все частіше наголошується, що у вишиванці закодовано те, чого не здатні знищити ні час, ні війна [1].

У сучасних умовах глобалізації та інформаційного протистояння вишиванка також виконує функцію культурної дипломатії, представляючи Україну у світовому культурному просторі. Як невід’ємна складова українського народного вбрання, вона не лише прикрашає українців, а й формує образ народу, для якого важливими є стійкість, духовність і збереження національної самобутності. На нашу думку, звернення до народного мистецтва, збереження традиційних видів вишивки та їх сучасне переосмислення є важливим засобом усвідомлення власного родоводу, підтримки духовних традицій і відродження української культури загалом [4, с.183].

Отже, вишиванка є не лише елементом традиційного українського одягу, а й важливим культурним текстом і багаторівневим символічним кодом, у якому збережено історичну пам’ять, духовні цінності та світогляд українського народу. Через орнаменти, кольори, символи й регіональні особливості вона передає культурний досвід поколінь та забезпечує зв’язок між минулим і сучасністю. В умовах війни та глобалізаційних викликів вишиванка набула особливого значення як символ національної єдності, культурної стійкості та духовного спротиву. Водночас її популяризація в сучасному культурному просторі сприяє утвердженню української ідентичності, збереженню культурної спадщини та формуванню позитивного образу України у світі.

Список використаних джерел:

1. Вишивка – це код нації. Gazeta.ua 2024. URL : <https://special.gazeta.ua/mhpgromadi-vyshyvka-tse-kod-natsiyi-1217828>.
2. Горбатюк О. Ю. Феномен української вишивки в культуротворчих процесах : кваліфікаційна робота магістра. Київ : НАКККІМ, 2024. 65 с.
3. Денисюк Ж. 3. Вишиванка як об’єкт україноцентричного наративу та національно-культурної ідентичності в інформаційному просторі. Мистецтвознавчі записки. 2022. № 41. DOI: 10.32461/2226-2180.41.2022.262936.
4. Зайцева І. Роль мистецтва як семіотичного та когнітивного медіатора у міжкультурній комунікації. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Ірпінь, 2026. С.180-186.
5. Символіка українського орнаменту. Знаки у вишивці та їхнє значення. Candy Yarn. 2024. URL : <https://candy-yarn.com.ua/ua/a503060-simvolika-ukrainskogo-ornamenta.html>.

ОСОБЛИВОСТІ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Валерія ЧУМАРНА

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
“Журналістика” Запорізького національного університету*

Наталя САНАКОЄВА

*канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та
інформаційної діяльності Запорізького національного університету*

Актуальність дослідження визначається стрімким розвитком соціальних мереж як основного каналу комунікації брендів. Мета дослідження полягає в аналізі особливостей SMM-стратегій всеукраїнських та локальних закладів ресторанного бізнесу.

У бізнес-середовищі SMM виконує не лише збутову функцію, але й PR-функцію, сприяючи формуванню позитивного іміджу та лояльності клієнтів [1]. Завданнями SMM є: підвищення впізнаваності бренду, створення спільнот навколо нього, формування лояльності та збільшення продажів [2]. Для закладів ресторанного бізнесу SMM дозволяє демонструвати унікальність концепції, візуалізувати страви, інформувати про акції та події, а також оперативно комунікувати з клієнтами [3].

Відповідно до звіту DataReportal, станом на 2026 рік Instagram впевнено утримує позиції однієї з найпопулярніших соціальних мереж в Україні. Аудиторія платформи налічує близько 12,6 млн користувачів, що охоплює 35,7 % від загальної кількості українських інтернет-користувачів [4]. Особливостями платформи є візуальна орієнтованість, широкі можливості для таргетингу та інтеграція інтерактивних форматів (Stories, Reels, прямі ефіри). Ключовими інструментами SMM в Instagram є: контент-маркетинг (розважальний, інформаційний, навчальний, іміджевий, користувацький контент), інфлюенс-маркетинг, таргетована реклама, SEO-оптимізація та безкоштовні методи (використання геотегів, хештегів, взаємодія з аудиторією). Отже, для утримання фокусу уваги аудиторії в умовах інформаційного перенасичення контент має бути високоякісним та поєднувати привабливий візуал, змістовний текст, навігаційні інструменти (хештеги, геолокації) та емоційні акценти [5].

Оцінка ефективності SMM-стратегій базується на ключових показниках (KPI), серед яких: динаміка аудиторії (темپ приросту підписників), залученість (коефіцієнт ER – Engagement Rate), охоплення (Reach), конверсії (переходи на

сайт, замовлення), рентабельність інвестицій (ROI) [2]. Для ресторанного бізнесу важливими є також показники задоволеності клієнтів (відгуки, згадування) та комунікації (швидкість відповідей, тональність коментарів). На підставі аналізу цих метрик з'ясовано необхідні умови для коригування стратегії та підвищення її ефективності.

Мережа «Львівські Круасани» є міжнародним франчайзинговим брендом, що налічує 199 закладів в Україні та 23 – закордоном [6]. Оскільки компанія працює за моделлю франчайзингу, головним завданням її SMM-стратегії є постійна трансляція стабільності та передбачуваної якості для споживачів незалежно від локації. У результаті детального аналізу комунікаційної діяльності мережі з'ясовано, що бренд використовує концепцію Lovemark (бренд-любов). Цей підхід ефективно транслює позитивні емоції та гарантує відчуття стабільності та якості. Також важливою складовою концепції Lovemark мережі є активна соціально-відповідальна комунікація (зокрема, ініціативи з підтримки ЗСУ), що підвищує емоційну лояльність аудиторії. Контентна стратегія включає публікації апетитних фотографій круасанів, відео процесу приготування, репости Stories гостей, а також публікації, присвячені новинам мережі та соціальним проєктам. Активно використовуються інструменти залучення: конкурси, акції, знижки, а також співпраця з інфлюенсерами та благодійні ініціативи, що формує позитивний імідж бренду. Візуальний контент є якісним, стильним та орієнтованим на викликання апетиту.

Ресторан «Brooks» [7] позиціонує себе як американське сіті-кафе, що пропонує динамічну, швидку кухню, орієнтовану на тренди. Концепція бренду передбачає поєднання якісної їжі та напоїв з атмосферою сучасного міського простору. SMM-стратегія ресторану фокусується на створенні образу стильного місця для зустрічей, роботи та відпочинку. Візуальний контент сторінки включає професійні фотографії страв, напоїв, інтер'єру, а також атмосферні відео. Ресторан активно використовує інфлюенс-маркетинг, запрошуючи блогерів, медіа та інші бізнеси та ініціативи для створення контенту, що підвищує довіру до бренду. Відгуки клієнтів є позитивними, що свідчить про високий рівень сервісу. Однак, порівняно з мережевим брендом, «Brooks» має менше можливостей для масштабування контенту, тому його SMM-активність є більш камерною, орієнтованою на локальну аудиторію.

Отже, проведене дослідження підтверджує, що SMM є невід'ємною складовою успішного просування брендів ресторанного бізнесу. Instagram, завдяки своїм візуальним можливостям та інтерактивним форматам, є ефективною платформою для комунікації з цільовою аудиторією. Результати порівняльного аналізу засвідчили, «Львівські Круасани» та «Brooks»

демонструють різні підходи до SMM: масштабна контентна стратегія з акцентом на впізнаваність бренду (для мережі) та більш камерна, локальна стратегія, орієнтована на створення атмосфери (для одиничного закладу). Обидва підходи є ефективними за умови врахування специфіки бренду, потреб аудиторії та постійного моніторингу ключових метрик ефективності.

Список використаних джерел:

1. Решетнікова О. Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування бренду та підвищення обсягів збуту. Економіка та суспільство. 2024. № 65. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-128>.
2. Чирак І. SMM як інструмент формування лояльності клієнтів і збільшення продажів: практичні поради для компаній. Ефективна економіка. 2025. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2025_2_57.
3. Лисюк Т., Терещук О., Демчук О. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. 2021. № 28. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>.
4. Kemp S. Digital 2026 Mid-Year Global Update Report. DataReportal. 2026. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-mid-year-global-update-report>.
5. Значек Р. Р., Ковалів І. О. Просування магазину жіночого одягу за допомогою соціальних мереж. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2020. № 7. С. 36-44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2020_7_7.
6. Lviv Croissants. Офіційна сторінка в Instagram. URL: <https://www.instagram.com/lvivcroissants/>.
7. Brooks Eats & Drinks. Офіційна сторінка в Instagram. URL: <https://www.instagram.com/brookseatsdrinks/>.

ISBN 978-83-68480-26-9
DOI <https://doi.org/10.58246/NFHK6772>