

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Одеська політехніка»
Одеська національна наукова бібліотека
Одеська обласна універсальна наукова бібліотека
імені М. С. Грушевського
Національний університет «Львівська політехніка»
Західноукраїнський національний університет
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Маріупольський державний університет
Національний університет «Острозька академія»
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ТЕОРІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

**МАТЕРІАЛИ
IX Міжнародної науково-практичної
студентської конференції**

Одеса, 20 – 21 березня 2024 р.

УДК [002+02+070+008+659.3+37+327.88]:[004.77+004.8](062.552)

*Друкується за рішенням Вченої ради
Національного університету «Одеська політехніка»
(протокол № 11 від 23 квітня 2024 року)*

Актуальні питання інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса, 20-21 березня 2024 р. / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. Одеса : Одеська політехніка, 2024. 291 с.

Збірник містить матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, присвяченої проблемам інформаційної діяльності, масових комунікацій, інформаційного забезпечення освітніх процесів, інформаційного менеджменту в організаціях і прикладних аспектів застосування інформаційних технологій, а також соціальним, гуманітарним, економічним й технологічним вимірам сучасного медіапростору нашої держави в умовах збройного протистояння країні-агресору. Статті та тези доповідей охоплюють також проблеми сучасної міжкультурної та міжособистісної комунікації.

Конференція була проведена Національним університетом «Одеська політехніка» 20-21 березня 2024 року.

Збірник розраховано на наукових працівників, фахівців інформаційної та медіа сфер, викладачів, аспірантів і здобувачів ЗВО, а також усіх, хто цікавиться такою проблематикою.

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції.

Відповідальність за зміст статей покладається на авторів.

Редакційна колегія:

Спрінсян В. Г. – заслужений працівник освіти України, канд. мистецтвознавства, завідувач кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій (ІДМК) Національного університету «Одеська політехніка» (Одеська політехніка), голова Національної спілки документознавців України (голова редколегії)

Шевченко О. В. – доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри ІДМК Одеської політехніки

Баландіна Н. Ф. – доктор філол. наук, професор кафедри ІДМК Одеської політехніки

Амельченко Ю. С. – заслужений працівник культури України, директор Одеської обласної універсальної наукової бібліотеки імені М. С. Грушевського

Бірюкова І. О. – Генеральний директор Одеської національної наукової бібліотеки

Зінов'єва Т. А. – кандидат мистецтвозн., доцент кафедри ІДМК Одеської політехніки

Лаврик О. В. – кандидат філол. наук, доцент кафедри ІДМК Одеської політехніки

Якубовська М. Г. – кандидат філол. наук, доцент кафедри ІДМК Одеської політехніки

Бурлука О. В. – кандидат філос. наук, доцент кафедри ІДМК Одеської політехніки

Зірчак Г. П. – старший викладач кафедри ІДМК Одеської політехніки

Татакі О. О. – старший викладач кафедри ІДМК Одеської політехніки

**The Ministry of Education and Science of Ukraine
National University «Odesa Polytechnic»
Odesa National Scientific Library
Odesa M. Hrushevsky Regional Universal Scientific Library
National University "Lviv Polytechnic"
Western Ukrainian National University
Donetsk National University named after Vasyl Stus
Mariupol State University
National University «Ostroh Academy»
Kremenchug National University
named after Mykhailo Ostrogradskyi
National University
«Poltava Polytechnic named after Yury Kondratyuk»**

**TOPICAL ISSUES OF INFORMATION ACTIVITIES:
THEORIES AND INNOVATIONS**

Collection of Papers of the 9th International Scientific and
Practical Conference of students
Odesa, March, 20-21, 2024

Under the general editorship
V. G. Sprinsyan

UDC [002+02+070+008+659.3+37+327.88]:[004.77+004.8](062.552)

*Published by the decision of the National University "Odesa Polytechnic"
Academic Council (protocol № 11, 23.04.2024)*

Topical issues of information activities: theories and innovations: coll. Materials of the 9th International Scientific and Practical Conference, Odesa, March 20-21, 2024 / edited by V. G. Sprinsyan. Odesa: Odesa Polytechnic, 2024. 291 pp.

The collection contains the materials of the 9th International scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists, dedicated to the problems of information activities, mass communications, information support of educational processes, information management in organizations and applied aspects of the use of information technologies, as well as the social, humanitarian, economic and technological dimensions of the modern media space of our country in the conditions of armed confrontation with the aggressor country. The articles and theses of the reports also cover the problems of modern intercultural and interpersonal communication.

The conference was held by the National University "Odesa Polytechnic" on March 20-21, 2024.

The collection is designed for researchers, specialists in the information and media spheres, teachers, post-graduate students and students of higher education, as well as everyone who is interested in such issues.

The materials of the conference are published in the author's editorial office.

The authors are responsible for the content of the articles.

ЗМІСТ

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ І ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ

- Безугла Анастасія*, Маріупольський державний університет (м. Київ)
СТРУКТУРА, ФУНКЦІЇ ТА НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ
КАДРІВ МАРІУПОЛЬСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ14
- Білоусенко Олеся*, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
МНОЖИННІСТЬ ПОНЯТТЯ ДОКУМЕНТ У ЗАКОНОДАВСТВІ
УКРАЇНИ ТА ДЕРЖАВНИХ СТАНДАРТАХ19
- Галенко Катерина*, Українсько-іспанський інститут Національного університету «Одеська політехніка»
ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ:
ПОГЛЯД З ТОЧКИ ЗОРУ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ ТА
ІНФОРМАЦІЙНОГО АНАЛІТИКА24
- Гринников Олександр*, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»
ОХОРОНА ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА БАЗИ
ДАНИХ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ27
- Дейнека Анна*, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ВЕБСАЙТ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДІЄВИЙ
ІНСТРУМЕНТ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ30
- Мартинець Олег*, Західноукраїнський національний університет (м. Тернопіль)
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ СУЧАСНОГО АРТ-РИНКУ, ЇХ
КЛАСИФІКАЦІЯ.....34
- Набережна Діана*, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ КАДРІВ ЗВО36
- Перепелиця Валерія*, Національний університет «Острозька академія»
СУТНІСТЬ ТЕРМІНУ «ТРАНСФОРМАЦІЙНЕ ЛІДЕРСТВО» ТА ЙОГО
ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ.....40

Плотникова Руслана, Інститут гуманітарних наук Національного університету
«Одеська політехніка»

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ «ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕРЖАВИ» В
УМОВАХ ВІЙНИ44

Федотова Оксана, Савік Кирило, Маріупольський державний університет
(м. Київ)

ЗНАЧЕННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
СИСТЕМ АНАЛІТИЧНОГО ОБРОБЛЕННЯ ДАНИХ.....50

Шафранова Дар'я, Донецький національний університет імені Василя
Стуса (м. Вінниця)

ЕВОЛЮЦІЯ ДСТУ 2732 «ДІЛОВОДСТВО Й АРХІВНА СПРАВА.
ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ» ВІД 2004 ДО 2023 РР.56

БІБЛІОТЕКА В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Берестецький Віталій, Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль)

СТРУКТУРА ТРАДИЦІЙНИХ ТА ЕЛЕКТРОННИХ
БІБЛОГРАФІЧНИХ ПУТІВНИКІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ60

Біловус Петро, Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль)

РОЛЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ БІБЛОТЕК ДЛЯ СЛПІХ У РОЗВИТКУ
ІНКЛЮЗИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СУСПІЛЬСТВІ62

Ворона Вікторія, Національний університет «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»

БІБЛОХАБ ЯК СУЧАСНА МОДЕЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛОТЕКИ ...65

Кондратенко Юлія, Національний університет «Полтавська політехніка імені
Юрія Кондратюка»

АДАПТАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БІБЛОТЕК ДО
СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ПОВНОМАСШТАБНОЇ АГРЕСІЇ РФ ПРОТИ
УКРАЇНИ (на прикладі ЦБ ПМТГ).....70

Медвідь Роман, Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ
БІБЛІОТЕКИ.....77

Рудько Олександр, Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль)

СОЦІОКУЛЬТУРНА СИТУАЦІЯ У СУЧАСНІЙ БІБЛІОТЕЦІ ТА ЇЇ
ВПЛИВ НА КОМУНІКАТИВНО-ДЕОНТОЛОГІЧНУ КУЛЬТУРУ
БІБЛІОТЕЧНИХ ФАХІВЦІВ79

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ДОСВІД, ЗДОБУТКИ, ПРОБЛЕМИ

Васильєва Ірина, Інститут гуманітарних наук Національного університету
«Одеська політехніка»

МЕДІА ТА ВІЙСЬКОВІ КОНФЛІКТИ82

Волощук Каміла, Інститут гуманітарних наук Національного університету
«Одеська політехніка»

АКТИВНІСТЬ МЕДІААУДИТОРІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ
FACEBOOK (за матеріалами видання «Українська правда»)84

Гнатенко Софія, Інститут гуманітарних наук Національного університету
«Одеська політехніка»

«ВІЙСЬКОВА ЖУРНАЛІСТИКА» ТА «ВОЄННА ЖУРНАЛІСТИКА»:
ОСОБЛИВОСТІ ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТЬ В СУЧАСНОМУ
ІНФОРМОПРОСТОРІ90

Дрозд Марія, Херсонський державний університет

ПОНЯТТЯ ІМЕРСИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: СТАНОВЛЕННЯ ТА
ГОЛОВНІ ОСОБЛИВОСТІ94

Кравченко Анастасія, Херсонський державний університет

ЖИТТЄВІ ІСТОРІЇ ПРО ВІЙНУ В УКРАЇНСЬКИХ
ТЕЛЕПРОГРАМАХ97

<i>Лазеба Олександр</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка» ЕМОЦІЙНІСТЬ ЯК ОЗНАКА ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ ЖУРНАЛІСТА В ЧАС ВІЙНИ (на прикладі репортажів Ольги Кириленко)	100
<i>Москалик Діана</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка» ПОЛІТИЧНА МОБІЛІЗАЦІЯ ТА СОЦІАЛЬНІ РУХИ: АНАЛІЗ ГУРТУВАННЯ НАВКОЛО ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО ЯК РЕАКЦІЇ НА СУСПІЛЬНІ ЗАГРОЗИ	105
<i>Недоступ Анастасія</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка» РОЛЬ І ФУНКЦІЇ СТОРІТЕЛІНГУ В ЖУРНАЛІСТИЦІ В УМОВАХ ВІЙНИ	112
<i>Нечина Анастасія</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка» РОЗВИТОК ЖАНРУ РОЗСЛІДУВАННЯ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: ДОСВІД «ДЕТЕКТОР МЕДІА» ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ	116
<i>Рудницька Марія</i> , Херсонський державний університет ІСТОРІЯ Й СЬОГОДЕННЯ ФЕШН-ЖУРНАЛІСТИКИ	119
<i>Сакаль Вікторія</i> , Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС У ФОРМУВАННІ НОВИХ ПОГЛЯДІВ У СУЧАСНОМУ ЗМІ	125
<i>Сисоєва Дар'я</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка» РЕЦЕНЗІЯ ЯК ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ ТА КОМУНІКАЦІЇ: ФУНКЦІОНАЛЬНЕ НАВАНТАЖЕННЯ	129

СВІТОВА ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

Білобжєвська Вікторія, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА-МІЖНАРОДНИКА.....135

Вальчук Сергій, Західноукраїнський національний університет (м. Тернопіль)

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗБЕРЕЖЕННЯ І ТРАНСЛЯЦІЮ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ В УКРАЇНСЬКІЙ ДІАСПОРІ США: ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ141

Галентюк Віталій, Західноукраїнський національний університет (м. Тернопіль)

МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ США ТА УКРАЇНИ.....143

Маняк Анастасія, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ146

Остахова Яна, Коваленко Алла, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ВИПРОБУВАННЯ ОСВІТОЮ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ШКОЛЯРІВ У ЄВРОПІ (на матеріалах ЗМІ)149

Титаренко Анна, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОЛЬСЬКИХ ВИДАНЬ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ У МЕДІА-ІНДУСТРІЇ ТА МОЖЛИВИХ ШЛЯХІВ ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ПОЛЬСЬКОЇ ПРЕСИ159

Янчік Анастасія, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»

ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА-МІЖНАРОДНИКА: ДО ПИТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО НАВАНТАЖЕННЯ162

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ ТА ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

<i>Васильчук Анастасія</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»	
ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ	168
<i>Гарас Єва</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»	
ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ.....	173
<i>Горьковенко Євгенія, Решетнік Наталія</i> , Інститут інформаційної безпеки, радіоелектроніки та телекомунікацій Національного університету «Одеська політехніка»	
ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК ФАКТОР СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	176
<i>Лазеба Олександр</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	180
<i>Можина Анна</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»	
ФАКТЧЕКІНГ ЯК СПОСІБ ЗАПОБІГАННЯ ПОШИРЕННЮ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАХИСТУ СУСПІЛЬСТВА	186
<i>Нікова Катерина</i> , Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»	
ВПЛИВ МЕМІВ НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ 2022-2024 РОКІВ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АНАЛІЗ	192
<i>Салагор Ігор</i> , Інститут енергетики Національного університету «Одеська політехніка»	
ТЕХНОЛОГІЇ ПРОПАГАНДИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИХ ВІЙН 1917–1918 РР. І 2014–2024 РР.: ІСТОРИЧНІ ПАРАЛЕЛІ	196
<i>Скопич Дмитро</i> , Херсонський державний університет	
ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛИ ЯК ЗАСІБ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ.....	200

Щербай Арсен, Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль)

ГЕНЕЗИС ПРАВА НА ІНФОРМАЦІЮ В ПЕРІОД
ЦИФРОВІЗАЦІЇ203

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Борзова Дарина, Херсонський державний університет

ТРАДИЦІЙНІ ТА ОНЛАЙН-МЕДІА: ПРОБЛЕМА ТА СПЕЦИФІКА
СПІВІСНУВАННЯ206

Дуженкова Христина, Інститут гуманітарних наук Національного
університету «Одеська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОЦЕСАХ ОБРОБКИ
ТА АНАЛІЗУ ДОКУМЕНТІВ210

Кривчук Софія, Національний університет «Острозька академія»

РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
У ПРОСУВАННІ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ213

Лю Ко, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська
політехніка»

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ІННОВАЦІЙНОМУ
КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ЕРИ218

Марковець Марія, Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСІВ НА БАЗІ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ
СТОРІНОК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ223

Павлюк Крістіна, Інститут гуманітарних наук Національного університету
«Одеська політехніка»

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ЕПОХУ НОВИХ МЕДІА227

Січкарьова Ангеліна, Інститут гуманітарних наук Національного
університету «Одеська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В
МЕДІА.....233

Танасійчук Іван, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – МЕДІАПРОСТІР: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ236

Череповський Олександр, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»
ІНФОРМАЦІЙНІ ТА ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК МЕГАТРЕНД У КОНЦЕПЦІЇ «STAKEHOLDER CAPITALISM»241

Юрив Христина, Національний університет «Острозька академія»
СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ244

СУЧАСНА ОСВІТА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГЛОБАЛЬНОМУ ТА НАЦІОНАЛЬНОМУ ВИМІРАХ

Безцінна Карина, Харківський національний автомобільно-дорожній університет
МОТИВАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ЯК ПРОЯВ ПОТРЕБ ОСОБИСТОСТІ249

Гарнійчук Валентина, відділ інноваційного розвитку та моніторингу якості освіти Управління освіти Шевченківської районної в місті Києві державної адміністрації
АКТУАЛЬНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ ГУМАНІТАРНОГО НАПРЯМКУ «НЕЗЛАМНИЙ ШЛЯХ ДО ПЕРЕМОГИ» ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ СТАРШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАКЛАДІВ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ254

Котова Юлія, Харківський національний автомобільно-дорожній університет
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ: ТИПИ, ФУНКЦІЇ, СКЛАДОВІ258

Лавренюк Віолетта, Інститут гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»
КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКЛАМІ АБО ДОТЕПНІ ТРЮКИ ВИРОБНИКІВ263

<i>Ткаченко Дмитро</i> , Національний університет «Одеська політехніка» ДО ПИТАННЯ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «ЦІННІСТЬ» У СУЧАСНІЙ ФІЛОСОФІЇ	265
<i>Кучков Руслан</i> , Харківський національний автомобільно-дорожній університет ФАХОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ПЕДАГОГА ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО ЗАКЛАДУ ЯК СКЛАДОВІ ЙОГО ПРОФЕСІЙНОСТІ	270
<i>Поліщук Діана</i> , Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця) OPEN JOURNAL SYSTEM: ВІДКРИТИЙ ДОСТУП ДО НАУКОВИХ ЗНАНЬ	275
<i>Херовимчук Ангеліна</i> , Національний університет «Острозька академія» ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА ПРОМОУШН У БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТІ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	278
<i>Яцук Марія</i> , Національний університет «Острозька академія» ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЯХ КНИЖКОВОГО МАРКЕТИНГУ УКРАЇНИ	284

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ І ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО: ІСТОРИЯ, СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ

УДК 005.52(477)(043.2)

Анастасія Безугла,
Маріупольський державний університет
Науковий керівник: канд. н. із соц. комун., доц.
зав. каф. інформаційної діяльності Кудлай В. О.

СТРУКТУРА, ФУНКЦІЇ ТА НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ КАДРІВ МАРІУПОЛЬСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Проаналізовано основні особливості діяльності та комунікацій відділу кадрів Маріупольського державного університету. Визначено структуру, функції та напрями діяльності розглянутого структурного підрозділу.

Ключові слова: *відділ кадрів, заклад вищої освіти, посадова інструкція, кадрове діловодство.*

The main features of the activities and communications of the personnel department of the Mariupol State University were analyzed. The structure, functions and directions of activity of the considered structural subdivision are determined.

Keywords: *personnel department, institution of higher education, job description, personnel administration.*

Правильна організація кадрового діловодства у закладі вищої освіти є фактором, від якого залежить розвиток всієї установи.

Організація кадрового діловодства в МДУ заснована на правилах вказаних в організаційних документах закладу, розроблених на підставі нормативно-правових актах державного значення. До таких документів належать: статут МДУ, положення про структурні підрозділи МДУ, зокрема

положення про відділ кадрів [3], інструкція з діловодства в МДУ, номенклатура справ МДУ.

Відповідальність за організацію кадрового діловодства в МДУ несе начальник відділу кадрів. Ведення кадрового діловодства в МДУ покладається на відділ кадрів. Відділ кадрів є самостійним структурним підрозділом університету, який в своїй діяльності керується нормами Кодексу законів про працю України, чинного законодавства України у сфері вищої освіти, чинного трудового законодавства, Статутом МДУ, Колективним договором, Правилами внутрішнього розпорядку та цим Положенням. Питання про створення, реорганізацію або ліквідацію відділу кадрів приймається рішенням Вченої ради Університету, яке затверджується та вводиться в дію наказом ректора Університету. Відділ кадрів має свою круглу печатку із зазначенням своєї назви та назви МДУ та штампи, необхідні для роботи [там само].

В процесі своєї діяльності відділ веде облік прийому співробітників університету, облік тимчасової видачі документів із особових справ студентів, облік видачі документів із особових справ відряджених студентів, облік відрахованих студентів, облік пенсійних документів, списки пенсіонерів, інвалідів, облік трудових книжок, облік тимчасової видачі трудових книжок та веде листування з державними установами стосовно кадрів.

До основних завдань відділу кадрів входить:

- оформлення прийому, переведення, переміщення та звільнення працівників, облік відпусток працівників і здійснення контролю за їх наданням;
- організація обліку особового складу структурних підрозділів, студентів і звітності по кадрах;

– здійснення обліку військовозобов'язаних і призовників (співробітників та студентів) у встановленому законодавством порядку [3].

Відділ кадрів організує свою роботу з установами персональної відповідальності посадових осіб відділу за стан справ на дорученій ділянці роботи, виконання ними певних завдань і функцій. Одноособовість поєднується з колегіальним обговоренням питань, що входять до компетенції служби. Відділ має круглу печатку із зазначенням своєї назви та назви підприємства і штампи, необхідні для роботи.

Функціями цього підрозділу є: ведення прийому громадян з питань наймання на роботу, перевodu, звільнення та інших питань, які стосуються трудової діяльності, оформлення документів про прийом, переведення, переміщення і звільнення працівників, видача їм необхідних довідок та інших документів, пов'язаних з їх роботою; ознайомлення працівників з Правилами внутрішнього розпорядку, Колективним договором та посадовими (робочими) інструкціями МДУ, заповнення, зберігання та видача трудові книжки у відповідності до діючої інструкції та формування та ведення особових справ працівників, внесення до них змін, пов'язаних з трудовою діяльністю працівників; забезпечення ведення обліку і звітності з особового складу, в тому числі військовозобов'язаних та призовників – працівників та студентів, підготовка та ведення обліку наказів ректора з особового складу про надання відпусток працівникам, прийом за актом від приймальної комісії МДУ особових справ студентів, зарахованих або поновлених на навчання до МДУ, а також здійснення ведення та зберігання особових справ студентів; внесення відповідно до діючої інструкції записів у трудову книжку здобувача вищої освіти про його навчання, підготовка та видача довідки про підтвердження навчання в МДУ студентів, в тому числі військовозобов'язаних та призовників і надання студентам копій документів, що знаходяться в їх особових справах; дотримання вимог

законодавства з питань захисту персональних даних та порядку обробки персональних даних, ведення персонального та статистичного обліку всіх категорій працюючих, ведення підрахунків науково-педагогічного стажу професорсько-викладацького складу університету, бібліотечного стажу працівників наукової бібліотеки МДУ, необхідних для виплати надбавки за вислугу років та оформлення документів для призначення пенсій працівникам тощо [3].

Структуру і штат відділу кадрів затверджує ректор університету відповідно до типових структур апарату управління і нормативів чисельності викладачів, студентів, адміністративно-господарського і навчально-допоміжного персоналу з урахуванням обсягів роботи. До складу відділу кадрів входять: начальник відділу кадрів, провідний фахівець відділу кадрів (2 одиниці), фахівець відділу кадрів (2 одиниці).

Посадова інструкція начальника відділу кадрів, яка затверджена ректором МДУ від 05.02.2018 р. передбачає, що посада начальника відноситься до професійної групи «Керівники» та передбачає роботу з організації керівництва та забезпечення роботи відділу кадрів з метою здійснення діловодних процесів в роботі зі штатом університету [1].

Основними функціями начальника є ведення прийому громадян з питань наймання на роботу, переводу, звільнення та інших питань, які стосуються трудової діяльності та ведення обліку і звітності з особового складу, в тому числі військовозобов'язаних та призовників, які працюють та навчаються в університеті.

Також це контроль за наступними сферами діяльності відділу кадрів: оформлення документів про прийом, переведення, переміщення і звільнення працівників, видача необхідних довідок та інших документів, пов'язаних з роботою; підготовка та ведення обліку наказів ректора з особового складу, про надання відпусток працівникам; ведення та

зберігання особових справ здобувачів вищої освіти; ведення підрахунку науково-педагогічного стажу професорсько-викладацького складу університету, бібліотечного стажу працівників наукової бібліотеки МДУ; складання табелів обліку робочого часу працівників відділу кадрів та адміністративного складу; передача справ відділу кадрів на постійне та довготривале зберігання до архівного підрозділу університету.

Окрім контролю начальник відділу кадрів інформує та консультує керівників структурних підрозділів університету, веде прийом працівників з питань діяльності відділу кадрів та забезпечує складання встановленої звітності з обліку особового складу та роботи з персоналом. Не менш важливим є дотримання вимог законодавства з питань захисту персональних даних, порядку обробки персональних даних і норм, методів та прийомів безпечного ведення робіт.

Посадова інструкція провідного фахівця/фахівця відділу кадрів, яка затверджена ректором МДУ від 05.02.2018 р. [2] передбачає, що він повинен виконувати такі основні функції як: організувати своєчасний прийом, переведення і звільнення працівників, облік особового складу університету, його структурних підрозділів та здійснювати роботу, пов'язану із заповненням, обліком і зберіганням трудових книжок та особових справ працівників; вести встановлену звітно-облікову документацію з кадрових питань, брати участь у проведенні атестації працівників, надавати роз'яснення під час розроблення у структурних підрозділах посадових інструкцій та забезпечувати надання відпусток відповідної тривалості; здійснювати облік військовозобов'язаних і призовників університету серед працівників і здобувачів вищої освіти та здійснювати табельний облік працівників відділу кадрів та адміністрації, та інше.

Таким чином, за організацію кадрового діловодства в МДУ несе відповідальність відділ кадрів, який має чітку структуру. Його діяльність

регламентується як нормативно-правовими актами державного рівня, так і локальними організаційно-розпорядчими документами, зокрема статутом МДУ та положенням про відділ кадрів МДУ.

Список використаних джерел

1. Посадова інструкція начальника відділу кадрів МДУ. Маріуполь, 2017. 3 арк.
2. Посадова інструкція провідного фахівця/фахівця відділу кадрів МДУ. Маріуполь, 2017. 3 арк.
3. Положення про відділ кадрів Маріупольського державного університету: введено в дію наказом МДУ від 26.12.2023 № 201. URL: <https://mu.edu.ua/storage/MSU/documents/pidrozdily/2024/Положення%20про%20відділ%20кадрів%20Маріупольського%20державного%20університету.pdf> (дата звернення: 01.03.2024).

УДК 930.32:35.077.1:340:006(477)(043)

Олеся Білоусенко,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: канд. істор. наук, ас. каф. архівознавства та спеціальних галузей історичної науки Коломієць Н. А.

**МНОЖИННІСТЬ ПОНЯТТЯ «ДОКУМЕНТ» У
ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ ТА ДЕРЖАВНИХ СТАНДАРТАХ**

У дослідженні представлений порівняльний аналіз тлумачень терміну «документ», зафіксованих у різних законах України та державних стандартах, визначені як особливості кожного з них, так і суперечності з іншими поняттями.

Ключові слова: документ, термін, закон, ДСТУ – державний стандарт України, аудіовізуальний документ, електронний документ.

The thesis describes a comparative analysis of the interpretations of the term "document", fixed in different laws of Ukraine and state standards, found both the features of each of them and the contradictions with other concepts.

Keywords: document, concept, law, DSTU – state standard of Ukraine, audiovisual document, electronic document.

Документи – невід’ємна складова будь-якої сфери людського життя. Вони виступають доказовою базою різних суспільних явищ, за допомогою них здійснюється управління та регулювання державних процесів. Зважаючи на це, документ не міг не відбитися у законодавстві держави, як офіційний термін, який потребує конкретизації. Однак тлумачення базового для діловодства та документознавства поняття у різних законах України відрізняються між собою, що привернуло увагу автора. Отже, метою даного дослідження є аналіз визначень терміну «документ» та визначення їх схожості та відмінності між собою.

На погляд автора, доцільно розпочати аналіз дефініції саме із Закону України «Про інформацію» 1992 року, він визначає термін, як «матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі» [5]. З подібним визначенням можна ознайомитися також і в ДСТУ 2732:2004 «Діловодство та архівна справа» [1; с. 2]: обидва трактування зосереджені саме на ідеї збереження інформації. Не зважаючи на присутній аспект «передавання (*інформації*) у часі та просторі», формулювання не дає можливості точно зрозуміти чи це «передавання» передбачає використання зафіксованої інформації у першій фазі «життя» документа: для організації управлінської діяльності, чи воно ставить за мету передавання інформації протягом тривалого часу поки вона буде актуальною.

Більш конкретно у своїх визначеннях окреслюють потенційну сферу використання документа ДСТУ 2392-94 «Інформація та документація» та закон України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» 1995 р. Перший у своєму трактуванні «документу» – «записана інформація, яка може розглядатися як одиниця у ході здійснення інформаційної діяльності» [2; с. 12] – не наголошує увагу на носії інформації, натомість головною визначає її саму, зафіксовану будь-яким способом і для заздалегідь визначеної мети.

Натомість закон же розглядає документ як «матеріальну форму одержання, зберігання, використання і поширення інформації, зафіксованої на папері, магнітній, кіно-, фотоплівці, оптичному диску або іншому носієві» [3]. Як і в попередньому випадку, тут також прописані всі можливі дії, які можна провести із записаними даними, зокрема й використання її в усіх необхідних ситуаціях.

На відміну від попередніх законів та стандартів, закон України «Про бібліотеки та бібліотечну справу» дає найширший перелік носіїв інформації й, фактично, так чи інакше в аспекті носія інформації перетинається із двома іншими трактуваннями документа, які відомі на сьогодні. Серед них ми виділяємо дефініції електронного та аудіовізуального документів. Останній можна було б віднести до архівної сфери й не залучати до даного розгляду, за умови наявності цього терміну в статті 1 закону України «Про Національний архівний фонд та архівні установи» від 1994 р. [6]. Оскільки визначення даного терміна законодавчо не закріплене й міститься лише в енциклопедіях та тематичних словниках, вважаємо за доцільне звернутися до одного з них, аби з'ясувати чи є відмінності між трактуваннями, поданим у законі й працях, спеціалізованих на аудіовізуальній сфері. Так, згідно зі «Словником термінів щодо аудіовізуальних документів у сфері архівної справи» аудіовізуальні документи це такі, «зміст яких представлено у вигляді зображення і/або звуку, для фіксування яких застосовують аудіовізуальні засоби» [8; с. 6]. Фактично словник зазначає, що вони мають характерний носій інформації, як-то кіно- та магнітна плівка, який на пряму залежить від спеціальної техніки, за допомогою якої документи на цих носіях створюються, а відтак виникає питання щодо доцільності згадування в трактуванні, яке подає закон, цих носіїв інформації. З другого боку, як і інші документи, аудіовізуальні так само підлягають отриманню, збереженню, використанню та поширенню інформації, яка в них наявна,

тому віднести цей термін суто до галузі архівознавства нам не видається можливим.

З подібним визначенням, яке теж стоїть на перетині інших термінів, можна ознайомитися у статті 1 закону України «Про обов'язковий примірник документів» від 1999 р. [7].

Охоплює питання носія і особливості створення також визначення «електронного документа», яке можна знайти у статті 5 закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» 2003 року: «документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа» [4]. В цій же статті деталізовано, що «електронний документ може бути створений, переданий, збережений і перетворений електронними засобами у візуальну форму» [4]. Принагідно вважаємо за доцільне розглянути співвідношення понять «електронний документ» та «документ в електронному вигляді». На думку автора, вживання цих термінів, як синонімічних, є помилковим, оскільки з формулювання і попереднього визначення, висвітленого вище, стверджуємо, що електронний документ – той документ, який був «цифро-народженим», для нього не обов'язкова наявність паперового носія, однак, якщо такий все ж існує, то може претендувати на статус копії. З формулювання «документ в електронному вигляді», можемо зробити висновок, що це той документ, електронний вигляд якого є лише одним із варіантів подання копії оригіналу, наприклад, на рівні з паперовим носієм. Зважаючи на це, можемо зробити висновок, що дані дефініції не є тотожними між собою.

Таким чином, можна побачити, що станом на сьогодні не існує єдності в питанні визначення поняття документа, воно варіюється від закону до закону, від стандарту до стандарту, як це можна побачити на розглянутих вище прикладах. Не зважаючи на те, що закон України «Про бібліотеки і

бібліотечну справу» широко охоплює матеріальну основу, на якій може бути створений документ й це мало б стати перевагою даного трактування, він, на наш погляд, навпаки виключає потрібність існування термінів аудіовізуального та електронного документів, як окремих, зокрема які вирізняються від інших специфікою свого створення а, якщо поглибитися в міждисциплінарний аспект, й умов зберігання та використання. На наш погляд, серед вище розглянутих визначень, найбільше не суперечить іншим те, яке подане у законі «Про інформацію» від 1992 р. Хоч, воно не таке детальне, як у законі «Про бібліотеки і бібліотечну справу», однак дозволяє побудувати умовну ієрархію, на вершині якої можна поставити загальний термін «документ», нижче розташовуватимуться більш конкретизовані його види, як електронний, аудіовізуальний, не розглянутий у доповіді управлінський документ та ін.

Зважаючи на викладений матеріал, на нашу думку, проблема дефініції базового терміну для документознавства станом на сьогодні потребує доопрацювання, оскільки побіжно також впливає на інші галузі, пов'язані із документами та в яких вони активно використовуються.

Список використаних джерел

1. Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять. ДСТУ 2732:2004. Київ, 2005. 32 с. URL: [https://vn.court.gov.ua/userfiles/27_2732-2004\(1\).pdf](https://vn.court.gov.ua/userfiles/27_2732-2004(1).pdf) (дата звернення: 12.01.2024).
2. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. ДСТУ 2392-94. Київ, 1994. URL: https://dbn.at.ua/ld/11/1166_DSTU2392-94.pdf (дата звернення: 12.01.2024).
3. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України № 32/95-ВР від 27.01.1995 (зі змінами 2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-вр#Text> (дата звернення: 23.02.2024).
4. Про електронний документ та електронний документообіг: Закон України №851-VI від 31.05.2005 (зі змінами 2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення: 23.02.2024).
5. Про інформацію: Закон України № 2657-XII від 02.10.1992 (зі змінами 2023). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 24.02.2024).

6. Про Національний архівний фонд та архівні установи: Закон України №3814-ХІІ від 24.12.1993 (зі змінами 2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text> (дата звернення: 23.02.2024).

7. Про обов'язковий примірник документів: Закон України №595-ХІV від 17.01.2002 (зі змінами 2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-14#Text> (дата звернення: 24.02.2024).

8. Словник термінів щодо аудіовізуальних документів у сфері архівної справи. Київ, 2021. 67 с. URL: <https://undiasd.archives.gov.ua/doc/slovník%20AVD.pdf> (дата звернення: 24.02.2024).

УДК 930.22

Катерина Галенко,
Українсько-іспанський інститут
Національного університету «Одеська політехніка»
*Науковий керівник: д. н. із соц. комун., проф.,
проф. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Шевченко О. В.*

ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ПОГЛЯД З ТОЧКИ ЗОРУ ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО АНАЛІТИКА

У роботі висвітлюється роль документознавства та інформаційної діяльності у розвитку інформаційної грамотності в сучасному суспільстві. Розглядається теоретична основа інформаційної грамотності, роль документознавства в її формуванні.

Ключові слова: *інформаційна грамотність, документознавство, інформаційна діяльність, інформаційна культура, критичне мислення, дезінформація.*

This paper highlights the role of document science and information activities in the development of information literacy in modern society. The theoretical basis of information literacy, the role of document science in its formation is considered.

Keywords: *information literacy, document science, information activity, information culture, critical thinking, disinformation.*

Сучасне суспільство характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій. Неймовірний обсяг інформації, доступний людям, робить її опанування складним завданням. Необхідно вміти відрізняти достовірну інформацію від недостовірної, критично оцінювати джерела інформації та формувати власну думку. Поширення неправдивої та оманливої інформації стає все більш серйозною проблемою. Це може мати негативні наслідки для суспільства, тому важливо вміти виявляти дезінформацію та протистояти їй.

У цьому контексті інформаційна грамотність стає не просто корисною навичкою, а життєво важливою компетенцією, в набутті якої важко переоцінити роль документознавства та інформаційної діяльності. Ці дві дисципліни забезпечують людей знаннями, навичками та інструментами, необхідними для ефективного пошуку, оцінки, використання та створення інформації.

Документознавство вивчає закономірності створення, зберігання, поширення та використання документів. Ця дисципліна дає людям розуміння того, як інформація організована та представлена в різних типах документів, як її знайти та оцінити [1]. **Інформаційна діяльність** – це практична діяльність, спрямована на задоволення інформаційних потреб людей. Вона включає пошук, обробку, зберігання та поширення інформації. Інформаційна діяльність дає людям навички, необхідні для роботи з інформацією в реальних життєвих ситуаціях [1].

Інформаційна грамотність – це сукупність знань, навичок та вмінь, необхідних для того, щоб бути ефективним користувачем інформації. Інформаційно грамотна людина може: визначити інформаційну потребу, знайти потрібну інформацію, оцінити інформацію на достовірність, актуальність та повноту, використовувати інформацію етично та законно, створити та поширити інформацію [2].

Документознавство та інформаційна діяльність роблять значний внесок у розвиток інформаційної грамотності. Ці науки дають людям розуміння природи інформації, її форм та видів, джерел та способів організації; навчають як знаходити та використовувати інформаційні ресурси для вирішення конкретних завдань. Документознавство дає людям навички роботи з документами, їх аналізу та синтезу, а інформаційна діяльність формує навички пошуку, оцінки та використання інформації.

У культурному сенсі документознавство виховує у людей відповідальне ставлення до інформації та інформаційних ресурсів, в той час як інформаційна діяльність сприяє розвитку інформаційної етики та культури.

Інформаційна діяльність сприяє розвитку критичного мислення, що є необхідною складовою інформаційної грамотності. Вона навчає аналізувати та оцінювати інформацію з різних джерел, виявляти логічні помилки та емоційні маніпуляції, перевіряти факти та знаходити підтверджуючі докази, формувати власну думку та не піддаватися впливу фейкових новин.

Інформаційна діяльність також сприяє етичному використанню інформації. Вона навчає поважати авторські права та інтелектуальну власність, не поширювати дезінформацію та фейкові новини, використовувати інформацію відповідально та етично.

Отже, документознавство та інформаційна діяльність нерозривно пов'язані з інформаційною грамотністю. Ці дві дисципліни не лише дають людям знання та навички роботи з інформацією, але й формують у них інформаційну культуру, яка є основою для успішного життя в інформаційному суспільстві.

Список використаних джерел

1. Лемко Г. Характеристика та особливості документування. Перспективи та інновації науки. 2022. № 8(13). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-8\(13\)-126-135](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-8(13)-126-135) (дата звернення: 06.10.2023).

2. Іванійчук Т. Ю. Інформаційна грамотність користувача бібліотечних послуг та компетентності бібліотечних працівників: взаємозв'язки та взаємовпливи. *Актуальні проблеми політики*. 2016. Вип. 58. С. 227–240.

3. Коркос Я. Критичне мислення в епоху постправди. *Перспективи та інновації науки*. 2023. № 8(26). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-8\(26\)-196-211](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-8(26)-196-211) (дата звернення: 06.03.2024).

4. Писаренко Л. М. Медіаграмотність як ефективний метод розвитку особистості. *The european development trends in journalism, pr, media and communication*. 2021. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-18> (дата звернення: 06.03.2024).

УДК 005.92-028:334.72(477)

Олександр Гринников,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. мистецтвозн., доц.,
зав. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Спрінсян В. Г.

ОХОРОНА ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА БАЗИ ДАНИХ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

У дослідженні висвітлено особливості охорони прав власності на бази даних в Україні та країнах Євросоюзу, проблеми охорони баз даних різних країн та пропозиції щодо вибору відповідного впровадження.

Ключові слова: БД – бази даних, інтелектуальна власність, охорона прав, *sui generis*.

The study highlights the peculiarities of the protection of property rights to databases in Ukraine and the countries of the European Union, the problems of the protection of databases of different countries, and proposals for choosing the appropriate implementation.

Keywords: DB – databases, intellectual property, rights protection, *sui generis*.

У світі наразі не існує єдиної системи захисту прав інтелектуальної власності на бази даних. Більшість країн мають власне національне законодавство, яке може ґрунтуватися на авторському праві, праві *sui generis* або їхній комбінації:

1) авторське право: охороняє структуру та зміст бази даних, якщо вони є результатом творчої праці;

2) право *sui generis*: спеціальне право, яке надається власникам баз даних, які не охороняються авторським правом. Це право охороняє зусилля, вкладені в створення бази даних, і дозволяє власнику бази даних контролювати доступ до неї та її використання [2].

Темі охорони прав власності на бази даних в Україні, Європі та світі, допоки ще не приділено достатньої уваги вітчизняними науковцями. Лише деякі її аспекти частково розглянуті у колективній монографії за редакцією Ю. Капіци, статтях Г. Андрощука [2], В. Дроб'язка, С. Литвина [1]. Динаміка сучасних глобалізаційних трансформацій у сфері інформаційних технологій, зокрема, актуалізує питання вдосконалення законодавства про бази даних, як необхідного елемента інформаційного виробництва, й викликає необхідність подальшого його дослідження.

Ряд зарубіжних науковців, зокрема Л. Бентлі і Б. Шерман [4, с. 297-305], В. Калятін та О. Войніканіс [2, с. 13], відносять охорону прав на інвестиційні БД до інституту суміжних прав. Зокрема, останні порівнюють право виробника цих баз із правом виробника фонограми, оскільки підставою їх виникнення є “організаційна діяльність” [2 с. 13]. Цей підхід застосовується й у законодавстві низки держав (наприклад, Грузії, Словенії, Угорщини та ін.).

Однак, віднесення норм про бази даних до інституту суміжних прав викликає у Л. Т. Комзюка певні застереження, він не вважає достатньо обґрунтованою думку С. Литвина про те, що суміжність, яка має місце у

виконанні і навіть у фонограмах, втрачається у змісті БД і в правах видавця, тобто там, де авторських прав не просто немає, але, більше того, передбачається їхня відсутність [1, с. 263].

Деякі міжнародні договори також містять положення про захист баз даних. Найважливішим з них є Директива ЄС 96/9/ЄС «Про правовий захист баз даних». Ця директива встановлює мінімальні стандарти захисту баз даних в країнах-членах ЄС [3].

На нашу думку, варто віддати перевагу польському варіанту запровадження, відповідно до вимог ЄС, додаткової, понад авторсько-правової спеціальної охорони прав (*sui generis*) на БД шляхом прийняття спеціального закону, що передбачав би режим їх комплексної кумулятивної охорони.

Національне законодавство України практично не містить спеціальних норм щодо правового режиму бази даних. Зокрема, у Законі України «Про авторське право і суміжні права» міститься визначення бази даних і кілька поодиноких згадок. Цивільний Кодекс України згадує про бази даних лише в переліку об'єктів авторського права та в контексті розподілу майнових прав на службові твори. Доповнюють правове регулювання відносин щодо авторсько-правової охорони баз даних положення Угоди про асоціацію, яка у ст. 185-189 визначає об'єкт правової охорони, містить положення про суб'єктів авторського права на бази даних, визначає майнові авторські права на бази даних та випадки використання баз даних без згоди суб'єкта авторських прав на неї.

Охорона прав інтелектуальної власності на бази даних є важливою для стимулювання інновацій та захисту інвестицій в створення баз даних. В Україні, опираючись на світовий досвід, є потреба сформулювати ряд механізмів щодо захисту прав власників баз даних, включаючи авторське право, право *sui generis* та відповідні міжнародні договори.

Список використаних джерел

1. Литвин С. Й. Зміст суб'єктивного права “*sui generis*” на неоригінальну компіляцію даних (базу даних). *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2010. № 1 (48). С. 256-265.
2. Андрощук Г. Право інтелектуальної власності на неоригінальні бази даних: аналіз регіонального і національного законодавства. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2008. № 4. С. 25-37.
3. ДИРЕКТИВА 96/9/ЄС ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ ТА РАДИ від 11 березня 1996 року про правову охорону баз даних. URL: [Direktiva - 96/9 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#) (дата звернення: 19.02.2024).
4. Bently L., Sherman B. *Intellectual Property Law*. Second Edition. Oxford : Oxford University Press, 2004. 1131 p.

УДК 077:004.738.1WWW]:316.772.4-028

Анна Дейнека,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. українознавства,
культури та документознавства Дерев'янка Л. І.

**ВЕБСАЙТ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДІЄВИЙ
ІНСТРУМЕНТ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У дослідженні схарактеризовано вебсайт як ефективний засіб представлення підприємства, а також дієвий механізм взаємодії зі споживачами, зосереджено увагу на його значенні для поширення інформації про організацію чи компанію.

Ключові слова: *вебсайт, інформація, онлайн-середовище, підприємство.*

The website was characterized in the research as an effective way of presenting the enterprise and also as effective mechanism of interaction with consumers, was focused on its importance for spreading information about the organization or company.

Keywords: *website, information, online environment, enterprise.*

У період інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій мережа Інтернет поступово стає одним з провідних засобів

комунікації. У наш час цифрові інструменти дозволяють компаніям, фірмам, підприємствам і закладам суттєво скоротити відстань з аудиторією, персоналізувати спілкування, вивчити запити, уподобання і поведінку клієнтів для вдосконалення продукту, послуги тощо.

Представлення підприємства в онлайн-просторі здійснюється шляхом формування індивідуальної манери, а також інформування громадськості – надання актуальної, якісної та повної інформації, налагодження і підтримання результативного спілкування, а також формування механізму зворотного зв'язку й вивчення суспільної думки. Відтак ключову роль для продуктивної роботи підприємства, фірми, установи чи закладу, незалежно від організаційно-правової форми, спеціалізації та масштабів діяльності, відіграють технології просування вебсайтів, позаяк останні є одним з найважливіших складників механізму взаємодії зі споживачами. Для підприємства це насамперед зручний канал зв'язку і швидкий вихід на клієнтів [2, с. 103].

Вебсайт – це сукупність програмних, інформаційних, а також медійних засобів, які логічно пов'язані між собою. За своєю суттю, вебсайт – це віддзеркалення успішності фірми, її обличчя [1]. На думку фахівців, визначальними характеристиками сайтів сучасних компаній є інформативність, привабливість, простота навігації, додаткові можливості, зворотний зв'язок тощо. За наявності власного вебсайту зростає ефективність спілкування в мережі Інтернет, оскільки будь-який комунікаційний носій може містити покликання на електронний ресурс підприємства. Вебсайт дає можливість таргетованого повідомлення інформації про себе і, залежно від типу реклами та просування сайту, можливість знайти в Інтернеті свою цільову аудиторію. Крім того, відомості про поведінку відвідувачів сайту відразу ж потрапляють в інформаційну

систему підприємства, а це сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів [3, с. 21–22].

Офіційний сайт організації, підприємства, фірми чи установи одночасно виконує низку надважливих функцій: є дієвим PR-інструментом для формування позитивного іміджу компанії, сприяє результативній комунікації з різними цільовими аудиторіями, а також швидкій взаємодії з масмедіа. Вебсайт є ефективним засобом спілкування завдяки потужному потенціалу. Він уможлиблює розроблення власного фірмового стилю організації, презентування різноформатного контенту та інтегрування з іншими ресурсами – соціальними мережами.

Сучасні інформаційні технології дозволяють створити сайт, який комплексно вирішує питання, що стосуються реклами продукції чи послуг; автоматизації процесу прийому заявок на послуги; формування позитивного суспільного іміджу; залучення та мотивації кадрів; створення контенту й підтримки спілкування з пресою; просування бренду тощо.

Під час розроблення чи вдосконалення вебсайту важливо враховувати конкретні цілі та специфіку ведення бізнесу чи проєкту. За допомогою вебсайту можна вирішити численні завдання підприємства, завдяки цьому він стає ключовим елементом у цифровій стратегії компанії та сприяє досягненню різноманітних цілей в інтернет-середовищі.

У наш час саме вебсайт стає першочерговим і найбільш продуктивним засобом просування та поширення інформації про компанію чи підприємство, їхню діяльність, а також є своєрідним стартовим майданчиком для формування різних рекламних інтернет-комунікацій для забезпечення зворотного зв'язку зі споживачами або клієнтами, проведення опитувань і збору маркетингової інформації. Належне віртуальне представлення підприємства передбачає розміщення документів і матеріалів, які створюють його імідж. Саме сайт спроможний забезпечувати

інформаційну й сервісну підтримку клієнтів, споживачів, партнерів; рекламувати, продавати товари та послуги; налагоджувати контакти і зв'язки тощо.

Використання власного сайту в мережі Інтернет суттєво змінює підходи до ведення бізнесу з боку суб'єктів господарювання і надає їм значні можливості та переваги, з-поміж яких: вихід на нові ринки з унікальними товарами й послугами; організація зворотного зв'язку та поліпшення роботи служби підтримки користувачів шляхом інтерактивної обробки запитів споживачів; отримання та обробка актуальної інформації, прийняття на її основі ефективних управлінських рішень. Все це сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств та їхньої економічної безпеки [2, с. 108].

Отже, корпоративний вебсайт у наш час є ефективним інструментом належного позиціювання підприємства в онлайн-середовищі. Його унікальний контент має на меті зацікавити клієнтів, створити соціальну привабливість та позитивний імідж, а також забезпечити відкритість діалогу зі споживачами, партнерами й конкурентами.

Список використаних джерел

1. Вебсайт: визначення й застосування. URL: <http://www.webtec.com.ua/uk/articles/index/view/2011-05-05/web-site> (дата звернення: 14.03.2024).
2. Орлик О. В. Сучасні тенденції та напрями використання підприємствами інформаційно-комунікаційних технологій. *Вісник соціально-економічних досліджень*: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 98–110.
3. Якушев О. В., Васильченко Л. С., Литвин С. В. Вебсайт підприємства як ефективний інструмент маркетингових комунікацій в мережі Інтернет. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. Херсон: ХНТУ, 2020. № 1 (72). Частина 2. С.19–24.

УДК 343

Олег Мартинець,

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ СУЧАСНОГО АРТ-РИНКУ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Дослідження зосереджене на інформаційних ресурсах, що використовуються сучасним арт-ринком, та їх класифікації, забезпечуючи потреби різних учасників – від художників та колекціонерів до інвесторів та дослідників.

Ключові слова: *інформаційні ресурси, арт-ринок, цифрові технології*

The study focuses on the information resources used by the contemporary art market and their classification, catering to the needs of various participants, from artists and collectors to investors and researchers.

Keywords: *information resources, art market, digital technologies.*

Сучасний арт-ринок є динамічним та багатограним простором, де інформаційні ресурси відіграють вирішальну роль у підтримці його функціонування та розвитку.

Інформаційні ресурси можна класифікувати за декількома основними категоріями:

- **довідкові ресурси** – це бази даних, каталоги художників, арт-індекси, які надають інформацію про твори мистецтва, їх авторів, історію продажів та виставкову діяльність;
- **аналітичні ресурси** – включають арт-ринкові звіти, аналіз цін, тенденції та прогнози, які допомагають зрозуміти динаміку ринку;

- **медіа-ресурси** – охоплюють арт-журнали, блоги, новинні портали, які публікують новини, інтерв'ю, рецензії та статті про сучасне мистецтво;
- **освітні ресурси** – включають лекції, вебінари, курси, які сприяють підвищенню обізнаності та професійного розвитку у сфері мистецтва;
- **комерційні ресурси** – це онлайн-галереї, аукціонні платформи, які забезпечують купівлю та продаж творів мистецтва;
- **соціальні мережі та спільноти** – форуми, групи у соціальних мережах, де обговорюються теми, пов'язані з мистецтвом, та відбувається обмін досвідом, просування художників та творів мистецтва.

Кожна з цих категорій відіграє свою роль у формуванні інформаційного простору арт-ринку, забезпечуючи потреби різних учасників – від художників та колекціонерів до інвесторів та дослідників. Разом вони створюють комплексну систему, що сприяє прозорості, доступності та ефективності ринку культури та мистецтва [1; 2; 3].

З розвитком цифрових технологій особливо важливим стає інтеграція традиційних та цифрових ресурсів. Це дозволяє не лише розширити доступ до інформації, але й створити нові можливості для аналізу та прогнозування ринкових тенденцій. Відповідно сьогодні є кілька викликів, пов'язаних із інформаційними ресурсами сучасного арт-ринку:

- як новітні технології, такі як штучний інтелект та блокчейн, впливають на арт-ринок, зокрема на автентифікацію та ведення реєстру творів мистецтва;
- етичні дилеми, пов'язані з власністю, копірайтом та репродукцією творів мистецтва у цифрову епоху;
- як глобалізація впливає на доступність та розподіл мистецьких творів по всьому світу;
- як арт-консультанти та куратори впливають на формування цінностей на арт-ринку.

Важливо зазначити, що інформаційні ресурси повинні бути актуальними та надійними, оскільки вони впливають на прийняття рішень у сфері культури та мистецтва. Тому, вибір та використання інформаційних ресурсів вимагає критичного підходу та постійного оновлення знань.

Список використаних джерел

1. Михалевич В. Роль Інтернету в розвитку художньої культури та сучасного арт-ринку. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2015. №1. С. 37-42.
2. Момот Т. В., Момот Д. Т. Інфраструктура ринку арт-індустрії: аналіз сучасної структури та функцій. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2018. № 2 (4). С. 34-44.
3. Новачинський Ю. Спеціалізовані онлайн-платформи в контексті еволюції мистецького процесу в Україні в цифрову добу: Спроба класифікації. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2019. № 15(2). С. 41-45.

УДК 005.92-028:334.72(477)

Діана Набережна,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. українознавства,
культури та документознавства Дорошенко С. М.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ КАДРІВ ЗВО

У дослідженні представлено теоретико-методичні основи та тенденції ефективного використання та впровадження інформаційних технологій в діяльності відділу кадрів. Розглянуто спеціальні комп'ютерні програми в діяльності відділу кадрів.

Ключові слова: *інформаційні технології; персонал; кадровий потенціал.*

The study presents the theoretical and methodological foundations and trends of the effective use and implementation of information technologies in the

activities of the personnel department. Special computer programs in the activities of the personnel department were considered.

Keywords: *information technologies; personnel; skilled potential.*

Не раз в історії людства інновації в галузі технологій справляли революційний вплив на соціальний та економічний розвиток. В останні десятиліття зі стрімким розвитком інформаційних технологій світове суспільство вступило в епоху формування нового інформаційного простору на основі комп'ютеризації та мережевих комунікацій. Це об'єктивне явище сучасної дійсності супроводжується збільшенням обсягів суспільно значущої інформації, яка використовується для організації систем управління раціоналізацією діяльності.

Вплив інформаційних технологій на управління соціальними факторами має величезний вплив, оскільки безпосередньо пов'язаний з підвищенням ефективності діяльності відділу кадрів в цілому. Вони безпосередньо впливають на конкурентоспроможність сучасних ринків. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету, Інтернет-технологій та програмних продуктів, які наскрізно автоматизують усі процеси університету, сьогодні є одним із факторів ефективної діяльності відділу.

Ефективне управління складними і комплексними завданнями вимагає оптимальної взаємодії різних видів ресурсів. Інформаційні технології є важливим інструментом для підвищення ефективності діяльності відділу кадрів закладу вищої освіти. Вони сприяють автоматизації процесів, збереженню часу та покращенню якості обслуговування. Розглянемо деякі аспекти, які підтверджують цю тезу:

- Електронний документообіг: Використання електронних систем для обробки документів, зокрема заяв на прийом на роботу, звільнення, переведення тощо, дозволяє зменшити час на їх обробку та забезпечує точність даних.

- Аналітика даних для прийняття рішень: Використання аналітики даних дозволить відділу кадрів аналізувати тренди в наймі, звільненні та утриманні персоналу. Наприклад, аналіз показників збереження персоналу може допомогти виявити причини втрати кваліфікованих працівників та розробити стратегії збереження талановитих кадрів.

- Системи управління персоналом: ІТ-рішення допомагають відстежувати кадровий склад, контролювати відпустки, навчання, оцінювання працівників та інші аспекти управління персоналом.

- Онлайн-навчання: Онлайн-системи навчання та розвитку персоналу: Розробка та використання онлайн-платформ для навчання та професійного розвитку персоналу дозволить забезпечити постійне навчання та підвищення кваліфікації співробітників, що в свою чергу позитивно впливає на їхню продуктивність та мотивацію.

- Електронні бази даних: Зберігання інформації про співробітників у цифровому форматі дозволяє швидко знаходити необхідні дані та забезпечує їх безпеку.

- Відкриті системи обміну інформацією: Застосування інформаційних технологій для побудови систем внутрішнього та зовнішнього обміну інформацією стосовно вакансій, потреб у персоналі, курсів підвищення кваліфікації тощо, що сприятиме ефективному розподілу робочих сил та повертанню кваліфікованих кадрів.

Ці інноваційні підходи та рішення на основі інформаційних технологій можуть допомогти відділу кадрів вищого навчального закладу забезпечити ефективне управління персоналом та відповідати викликам сучасного освітнього середовища.

Існує багато комп'ютерних програм, спеціально розроблених для управління персоналом. Серед них на особливу увагу заслуговує кадровий план «Персонал» – це професійна кадрова програма, яка забезпечує

автоматизацію управління персоналом і підтримує управління персоналом для компаній з різними формами власності та різною чисельністю працівників (від кількох людей до декількох тисяч) [2]. Кадрова програма «Персонал» має велику кількість різноманітних функцій, які можна використовувати для вирішення практично всіх завдань, необхідних для управління персоналом. Система реалізує кадровий документообіг і забезпечує створення та друк кадрових документів як регламентованого, так і довільного форматів. Програма забезпечує ведення складного кадрового обліку, властивого вищим навчальним закладам і підтримує навчальну та наукову діяльність працівників. «Персонал-ЗВО» забезпечує інтеграцію всіх кадрових завдань в єдиному інформаційному просторі і дозволяє істотно збільшити ефективність роботи працівників кадрової служби [3].

Таким чином, використання інформаційних технологій в діяльності відділу кадрів ЗВО може значно підвищити ефективність підприємств, краще оптимізувати витрати для працівників і створити краще соціальне середовище.

Список використаних джерел

1. Бурлаков О. С. Інформаційні технології управління кадровим потенціалом. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 39-43.
2. Гайфуллін Б.М., Обухів І.А. Автоматизовані системи управління підприємством. К.: Юрінком Інтер-фейс-Прес, 2005. 156 с.
3. ПЕРСОНАЛ — ЗВО. URL: <https://zvo.in.ua/> (дата звернення: 13.01.2024).
4. Чупріна М. О., Гогот М. М. Використання інформаційних систем в управлінні персоналом. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. № 11. С. 236-238.

УДК 316.46.058

Валерія Перепелиця,
Національний університет «Острозька академія»
Науковий керівник: д. філос., ст. викл. каф.
інформаційно-документних комунікацій Федорук О. М.

СУТНІСТЬ ТЕРМІНУ «ТРАНСФОРМАЦІЙНЕ ЛІДЕРСТВО» ТА ЙОГО ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

У дослідженні представлено сутність поняття «трансформаційне лідерство» та основні його характеристики, сформовано його ознаки та вплив на розвиток організацій.

Ключові слова: *трансформаційне лідерство, лідер, характеристики, організація.*

The study presents the essence of the concept of "transformational leadership" and its main characteristics, its features and influence on the development of organizations.

Keywords: *transformational leadership, leader, characteristics, organizations.*

Жодна сучасна організація сьогодні не може функціонувати без керівника-лідера, який не лише повинен якісно організувати роботу, а й мотивувати свою команду для розвитку компанії. Вивчаючи питання лідерства, науковці з роками почали виокремлювати види та стилі лідерства. Особливу увагу приділяють для трансформаційного лідерства.

Трансформаційна концепція лідерства була досліджена Джеймсом Макгрегором Бернсом американським істориком та політологом, який вважався фахівцем у дослідженнях лідерства і був заслуженим науковим співробітником Академії лідерства Джеймса Макгрегора Бернса. Він направив свої дослідження лідерства на взаємодію лідерів із командою, які працюють над взаємною вигодою. Бернс вважав, що трансформаційне

лідерство зосереджене на потребах та цінностях своїх попередників. Воно відбувається тоді, коли одна або кілька людей взаємодіють між собою та піднімають одне одного на більший рівень [2].

Іноземні вчені давали різні визначення терміну «трансформаційне лідерство», а саме:

1. Б. Басс вважав, що трансформаційне лідерство, воно відбувається тоді, коли лідер розширює інтереси підлеглих, спонукає їх до усвідомлення прийняття рішень, спонукає виходити за власні межі задля блага організації

2. Річард Дафт вважав, що трансформаційне лідерство ґрунтується на особистих якостях людини

3. Видатний психолог Рональд Е. Ріджіо вважав, що цей стиль лідерства має позитивний вплив на групу. Причинами тому є, те що трансформаційні лідери зауважують, що їх підлеглі можуть робити все можливе для досягнення спільної мети, надихають членів групи і дають їм все нові можливості [4].

Науковцями було представлено безліч термінів стосовно трансформаційного лідерства, але кожен з них підкреслював, що це – здатність одного або багатьох людей позитивно впливати на прогрес і розвиток людей, з якими вони працюють. Цей стиль включає в себе вплив на людей та вдосконалення умінь та навичок. Поняття описують ключові аспекти лідерського підходу, спрямованого на позитивні зміни підлеглих та організації в цілому. Головне в трансформаційному лідерстві – взаємодія та створення сприятливих умов в організації.

Перевагами використання трансформаційного лідерства є: заохочення чесності і довіри у команді, забезпечення балансу у роботі між короткостроковими баченням і довгостроковими цілями, сприяння розвитку нових ідей. З іншого боку, недоліками є: трансформаційний стиль лідерства

підійде лише компаніям, які давно існують, на ринку праці адже для цього стилю потрібна чітко встановлена організаційна структура [4].

Основними ознаками трансформаційного лідерства, вважають: вміння піклуватися за підлеглими; ефективно зазначення завдань для досягнення цілей команди; мотивування підлеглих; здатність спонукати; стимулювати та заохочувати підлеглих на додаткові зусилля заради досягнення спільних цілей.

Лідери трансформації, як правило, характеризуються як енергійні, наділені ентузіазмом та пристрасні. Вони не тільки проявляють максимальну залученість в організації, а також беруть участь у всіх її процесах та зосереджені на тому, щоб допомогти кожному члену групи досягти успіху [3, с. 1].

З основних характеристик трансформаційного лідера – терпеливість, уважність, професіоналізм, впливовість. Види діяльності, які повинен забезпечити трансформаційний лідер: залучення працівників, забезпечення нагород, можливість розвитку, прислухатися до працівників та створення комфортних умов. На рисунку 1 зображено, яким ключовими характеристиками та напрямками діяльності має володіти трансформаційний лідер.



Рис. 1 Характеристика трансформаційного лідера [4]

Трансформаційний лідер – це впевнена особистість яка здатна навчити підлеглих та спроможна дивитися на перспективу. Підлеглі повинні бачити у своїй свідомості не лише абстрактний образ свого керівника, а також реальні його дії в управлінні організацією.

Тема лідерства постійно цікавила науковців. Кожен зробив свій внесок для дослідження цієї важливої теми. Розкривши та дослідивши її всі зрозуміли, що лідерство – ефективна формула успішної організації. Сьогодні кожна компанія шукає на керівні посади саме лідерів, які можуть направляти свою команду для здійснення усіх цілей.

Трансформаційне лідерство є найефективнішим із стилів лідерства. Воно спрямоване на формування індивідуальних відносин між лідером і послідовником окремо. Науковці стверджують, що таке лідерство містить базові стильові особливості поведінки лідерів, їх творчої стимуляції та підтримки, спонукання виходити за межі короточасних цілей, прагнути до змін відповідно нових значущих цілей колективу.

Отже, трансформаційний лідер повинен мати характерні особливості, які демонструють його, як лідера. Важливо, аби він вмів направляти і спонукати підлеглих до втілення нових досягнень, був професіоналом своєї справи і мотиватором. Давав можливість помилятися, адже саме помилки допомагають вчитися та знаходити нові рішення до вирішення проблеми. Трансформаційний лідер має бути терплячим, впевненим і надихаючим, аби підлеглі мали керуючого наставника. Також варто пам'ятати про створення на робочому місці комфортних умов для працівників, тоді це допоможе мотивувати до відповідального та сумлінного виконання професійних обов'язків.

Список використаних джерел

1. 5 успішних прикладів трансформаційного лідерства. URL: <https://ahaslides.com/uk/blog/transformational-leadership-examples/> (дата звернення: 23.01.2024).

2. Вступ до розуміння феномену лідерства. URL: <https://transform-wise.com/portal/article-introduction-to-understanding-the-phenomenon-of-leadership/> (дата звернення: 23.01.2024).

3. Демченко Т. М., Коваль О. В. Трансформаційне лідерство. *Вісник СХТ*. Випуск № 2, 2018. С. 30-31. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/12106/1/%D0%92%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%A1%D0%9D%D0%A2_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA%202_2018-30-31.pdf. (дата звернення: 23.01.2024).

4. Державна служба. Трансформаційне лідерство державних службовців. URL: <http://www.pag-journal.iei.od.ua/archives/2020/20-2020/18.pdf>. (дата звернення: 23.01.2024).

5. Трансформаційне лідерство – що це таке, визначення та поняття. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11040865-transformational-leadership>. (дата звернення: 23.01.2024)

УДК 331.108

Руслана Плотникова,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. н. із соц. комун., проф., проф. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Шевченко О. В.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ «ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕРЖАВИ» В УМОВАХ ВІЙНИ

У дослідженні представлено особливості трансформації концепції електронної держави в умовах війни, схарактеризовано переваги та проблеми і шляхи подолання останніх.

Ключові слова: диджиталізація, цифровізація, мобільний додаток «Дія», диджитал-революція, концепції електронної держави.

The research presents the features of the transformation of the e-government concept in the context of war, characterizes the advantages and problems, and ways to overcome them.

***Keywords:** Digitalization, Digitization, «Diia» mobile application, Digital revolution, E-government concepts.*

Процес диджиталізації та цифровізації України в мережах функціонування державної платформи «Дія» суттєво змінив свій вектор через збройну агресію з боку російської федерації. Останні роки адміністративна реформа активно здійснювалася за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Платформа та мобільний додаток «Дія» спростив процес комунікації між державною владою та населенням щодо соціально-економічних, політичних та інформаційних питань. Завдяки ефективному запровадженню концепції електронної держави та нових цифрових механізмів було досягнуто значних успіхів у сфері доступності адміністративних послуг.

Війна – стала новим викликом для усіх сфер державного управління. Завдяки функціонуванню електронних платформ, технічного забезпечення та локальної підтримки на місцях повсякчас вирішуються соціальні проблеми населення.

Глобальний прогрес у сфері цифровізації та інформатизації державних процесів обумовлений загальним вектором державної політики, який був заданий за час каденції Президента Володимира Зеленського. Завдяки його ініціативі та лобіюванню концепції електронної держави, була фактично реалізована диджитал-революція в Україні.

З 24 лютого 2022 р. відбулася значна трансформація спектру представлених адміністративних послуг – додано більше десяти додаткових можливостей в межах платформи та електронного мобільного додатку «Дія». Війна представляє собою максимальне відхилення від соціально-державної норми функціонування країни, а державні онлайн платформи максимально намагаються вирішувати нагальні проблеми та ефективно компенсувати відсутність офлайн доступу до адміністративних послуг.

З метою задоволення потреб населення були введені наступні функції в межах платформи «Дія»:

- єДокумент – спеціальний вид цифрового документу, який з'явився через збройну агресію російської федерації. Багато людей постраждали, втративши свої домівки та майно, включаючи документи – метою спрощення ідентифікації особи був створений єДокумент. Він містить паспортні дані та РНОКПП (картку платника податків);

- Дія. TV та Дія. Радіо – хто володіє інформацією, той володіє світом – ця фраза набуває нового значення в умовах війни. Забезпечення населення об'єктивною й оперативною інформацією, та можливість супутньо розрадити громадян - все це ефективно здійснюють вищевказані функції мобільного додатку «Дія»;

- Внутрішньо переміщена особа – бойові дії викликали хвилю внутрішньої та зовнішньої міграції, задля подолання цієї проблеми та систематизації даних щодо обсягу переміщених осіб, була запроваджена ця функція. Вона працює як в межах мобільного додатку, так і на платформі. Після подання заяви, інформація автоматично передається до реєстрів. У подальшому особа може отримати паперову довідку за місцем перебування та спеціальні виплати;

- Допомога по безробіттю – це послуга для громадян України, яка передбачає отримання фінансової допомоги людям, які втратили роботу під час війни. Функція доступна для осіб, які до війни були офіційно працевлаштовані чи були зареєстровані як фізична особа-підприємець;

- єДекларація можливість подання звітів суб'єктами господарської діяльності. Держава намагається максимально підтримати підприємців та підприємства, бо саме вони є основою економіки України;

- Пошкоджене майно – численні руйнації об'єктів соціальної інфраструктури та домівок цивільних, тисячі загублених життів – все це

наслідки російської збройної агресії. Функція «пошкоджене майно» дозволяє громадянам повідомити про обсяг завданих матеріальних збитків, щоб у подальшому отримати компенсацію;

- Донат на дрон – допомога армії стала автоматизованою та простою. Тепер кожен громадянин може посилити українську армію та зберегти життя тисячі військових просто за допомогою кліку. Можна долучитися до фінансового збору на Армію дронів, чи задонатити до фонду «Повернися живим» чи UNITED24;

- Військові облигації – альтернативна можливість допомогти своїй країні. Громадяни можуть придбати цінні папери, випущені державою в умовах воєнного стану. Це простий і ефективний спосіб підтримати економіку та армію України;

- «Ворог» – функція мобільного додатку, яка працює у тандемі з автоматизованим ботом. Громадяни мають змогу повідомляти про пересування військової техніки та військ окупантів. Ця інформація суттєво допомагає Збройним Силам України на шляху до нашої перемоги;

- Шеринг авто – це можливість поділитися технічним паспортом свого транспортного засобу з іншою людиною. Таким чином водій може оперативно ввести дані щодо іншого водія його автомобіля, який користується його транспортом.

Окрім цього, державна платформа піклується про громадян, які вимушено виїхали за кордон України – по-перше, це переклад електронних документів на англійську мову (в межах міжнародного кодування); по-друге, цифрова ідентифікація на державній польській платформі «mObywatel».

Цифрова трансформація концепції електронної держави, зокрема, на основі платформи «Дія» отримала новий напрямок свого розвитку. Ворог помилково передбачав, що військова агресія загальмує майбутній ріст та

перекреслить наявні досягнення України. Але сучасні виклики війни, які постали перед державним управлінням, навпаки прискорили успішну цифровізацію країни. Інновації ефективно вирішують нагальні проблеми громадян, практично компенсуючи відсутність кадрів та тимчасову окупацію територій.

Головна мета цифровізації – скорочення відстані між населенням та державною владою. В умовах війни за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій був досягнутий максимальний результат взаємодії громадян та владних структур. Цей успіх мав місце завдяки оперативному реагуванню держави на потреби людей – були створені нові послуги, документи, реєстри, сервіси та проекти. Всі вони покликані передавати об'єктивну інформацію, спрощувати ідентифікацію людей, формувати та надавати допомогу саме тим, хто її потребує.

Головна функція державного управління – служити потребам громадян. І цифрова трансформація державних платформ згідно потреб населення це логічне продовження такого «служіння».

Головне бажання населення – це безпечна та територіально цілісна Україна. Новий характер комунікації між владою та громадянами розкрив увесь потенціал концепції електронного урядування.

Ворог був впевнений, що величезна біда спричинить провалля між керівництвом та людьми. Натомість, криза не тільки не змогла розколоти суспільство, навпаки – критична ситуація продемонструвала роботу кожної ланки управління та кожної особи в країні, мотивувавши на нові альтернативні варіанти розвитку, креативне вирішення проблем та оперативне реагування на потреби громадян. Сьогодні кожен працює на межі своїх можливостей.

Держава у смартфоні стала невід'ємною частиною самоідентифікації та позиціонування українців у світі. Вже сьогодні цей проєкт забезпечує

прозорість та гнучкість владних рішень, простоту комунікації у форматі «влада – населення», оперативність функціонування та недискримінацію. Цифрова трансформація електронного урядування в межах платформи “Дія” – прямий доказ народоправства та панування демократії на вітчизняних теренах.

Список використаних джерел

1. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-VI. *Офіційний вісник України*. 2010. № 49. Ст. 1604.
2. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 06.03.2024).
3. Про хмарні послуги : Закон України від 17.02.2022 р. № 2075-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2075-20#Text> (дата звернення: 06.03.2024).
4. Інформаційна політика. URL: <http://volynstandart.com.ua/information-policy> (дата звернення: 06.03.2024).
5. ДСТУ ISO/IEC 27001:2015 Інформаційні технології. Методи захисту системи управління інформаційною безпекою. Вимоги (ISO/IEC 27001:2013. Cor 1:2014, IDT). URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=66910 (дата звернення: 06.03.2024).
6. ДСТУ EN ISO 22301:2017 Безпека суспільства. Системи керування неперервністю діяльності. Вимоги (EN ISO 22301:2014, IDT; ISO 22301:2012, IDT). URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=82095 (дата звернення: 06.03.2024).
7. Евакуація даних: як GigaCloud під обстрілами вивозив сховище даних Prozorго до Львова. Офіційний сайт Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/23/688435/> (дата звернення: 06.03.2024).

УДК 657:004

Оксана Федотова,
Маріупольський державний університет
д. істор. н., ст. наук. співробітник,
проф. каф. інформаційної діяльності,
Кирило Савік,
Маріупольський державний університет,
м. Київ

ЗНАЧЕННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМА АНАЛІТИЧНОГО ОБРОБЛЕННЯ ДАНИХ

Дослідження присвячене висвітленню ролі інформаційних технологій в ході інформаційно-аналітичної діяльності. Авторами розглянуто основні види сучасних технологій обробки даних у напрямі вирішення поставлених завдань та підготовки аналітичної статистичної продукції. Показано функціональні можливості новітніх інформаційних систем на прикладі Інформаційно-моніторингової системи «Web-Observer» та програмного CRM комплексу «Zendesk Sell».

Ключові слова: *інформаційні технології, інформаційно-аналітична діяльність, процес обробки даних, інформаційні системи, аналітичні та статистичні документи.*

The study is devoted to highlighting the role of information technologies in the course of information and analytical, statistical activities. The author considers the main types of modern information technologies for dataprocessing in the direction of solving tasks an preparing analytical products. The functional capabilities of the latest information systems are shown on the example of the Web-Observer Information and Monitoring System and the CRM Systems of twarepackage.

Keywords: *information technology, information and analytical activities, dataprocessing, information systems, analytical and statistical documents.*

Розширення мережі персональних комп'ютерів та телекомунікаційних можливостей значно змінило спосіб впливу інформації на життя суспільства. Сьогодні активно проводиться процес оцифрування паперових джерел, результатом чого стає доступність великої кількості статей, книг в електронному форматі. Це призводить до того, що однією з головних вимог у роботі з великими масивами електронних документів окреслюється можливість здійснення швидкого, ефективного пошуку, і надання точних, актуальних даних. Особливо цінним є контекстний пошук, який враховує тематику тексту при видачі результатів на запит [1, с. 28]. Допомогти у тому покликані інформаційні технології які, за визначенням ЮНЕСКО, становлять цілісний комплекс поєднаних науково-технологічних, інженерних дисциплін, що досліджують методику результативної організації праці співробітників, задіяних в обробці та збереженні інформаційних відомостей, обчислювальну техніку, існуючі методи налагодження взаємодії з учасниками виробничого процесу та виробничим устаткуванням, їх практичне використання, а також дотичні до цієї обробки соціально-економічні та культурні аспекти [8].

Серед наявних інформаційних технологій на даному етапі виокремлюють наступні:

1) опрацювання даних (спрямовані на розв'язання добре структурованих завдань, що містять потрібні вхідні дані, відповідні алгоритми та типові операції з їх оброблення для виконання шаблонних, повторюваних процесів; застосовуються при обробці даних, створенні поточних контрольних звітів, одержанні відповіді на конкретний запит у формі паперового документа);

2) керування (призначені для провадження діяльності в середовищі системи за умов більш слабкої структурованості завдань, покликані

задовольнити інформаційні потреби усього кадрового персоналу фірми, використовуються для підготовки різноманітної звітної документації);

3) підтримки прийняття рішень (орієнтовані на оптимальну організацію взаємодії користувача і комп'ютера; впроваджуються для розв'язання погано структурованих завдань; пропонують поєднані класичні способи доступу і оброблення даних разом з математичними; характеризуються високим рівнем адаптованості);

4) експертних систем (ґрунтуються на можливостях впровадження штучного інтелекту; дозволяють за необхідності отримати консультації фахівців-аналітиків (профільних експертів) відповідно до тих проблемних аспектів, знання з яких відображені у даних системах) [2].

Розвиток комп'ютерних інформаційних технологій досить тісно пов'язаний з еволюцією інформаційних систем. Інформаційна система включає в себе набір засобів та методів, що надають користувачу можливість проводити збір, реєстрацію, оброблення, зберігання, видачу інформації [5].

Інформаційні системи застосовують комп'ютери, необхідне програмне забезпечення та засоби електронної телекомунікації задля збору, обробки, збереження та передачі інформації у різних сферах життя суспільства. Інноваційні електронні та Інтернет-технології уможливають сервісне обслуговування спеціалістів у дистанційному режимі. Фахівці-аналітики послуговуються аналітичними методами та використовують прийоми моделювання з метою ситуативного вивчення стану певної галузі. Відповідним чином опрацьовані дані дають змогу розробляти стратегічні варіанти подальшого розвитку у напрямі менеджменту та маркетингу, приймати виважені управлінські рішення з урахуванням тенденцій ринкової політики [4].

Зокрема, функції інформаційних систем на підприємстві полягають у покращенні управління потоком робіт між учасниками бізнес-процесів, корегуванні їхніх дій, підвищенні ефективності бізнес-процесів. Автоматизація базових бізнес-операцій призводить до їхньої переорганізації та впровадження нових, комп'ютеризованих операцій. Так, означені тенденції можна спостерігати в діяльності банківських установ, що надають роздрібні послуги, і тому зацікавлені у вдосконаленні управління бізнес-процесами.

Серед сучасних інформаційних систем аналітичної обробки даних набувають важливості CRM-системи, що представляють собою програмний комплекс, який допомагає вести єдину, цілісну базу даних клієнтів і зберігати відповідну історію взаємин [4, с. 31]. Завданнями CRM-систем на сьогодні є: консолідація даних споживачів (збір контактів користувачів, демографічних даних, інших інформаційних відомостей); фіксація активності (відстеження комунікації з клієнтами в різних каналах); оцінювання продуктивності (створення звітів за результатами співпраці з клієнтами); автоматизація шаблонних процесів (забезпечення автоматизованого маркетингу і продажу. Прикладом такого типу систем може бути аналітична модель «Zendesk Sell». Вона дозволяє успішно обмінюватися інформацією у межах системи й за рахунок застосування зовнішніх сервісів, а також оптимально керувати клієнтами на основі вбудованої бази даних (містить відомості 20 млн. фірм, компаній та 200 млн. фахівців). Суттєвою перевагою «Zendesk Sell» виступає можливість використання поглибленої аналітики, що включає понад 30 вже готових до застосування звітів та відповідно налаштованих інформаційних панелей (дають змогу оперативно відстежувати результативність різного роду операцій та ін.) [9].

Заслуговує на увагу також інформаційно-моніторингова система «Web-Observer» (WO), яка впроваджується для збирання, оброблення, збереження й аналізу інформаційних відомостей, взятих з різнопланових електронних джерел (Інтернет-публікацій, листів електронної пошти тощо).

З позицій функціональності вказана система дозволяє: провадити оперативне збирання, аналіз та поповнення наявної бази даних новими матеріалами з потрібних джерел; здійснювати відбір сконцентрованих даних стосовно до актуальних рубрик; швидко повідомляти працівників засобами електронної пошти на предмет надходження необхідної інформації; готувати аналітичні звіти і дайджести за різними тематичними аспектами; експортувати обрані матеріали в Word; аналізувати тональність (емоційну складову) публікацій; налагоджувати статистичні параметри згадувань про конкретні об'єкти в публікаціях (фірми, діячі тощо); вести архіви та реалізовувати пошук інформації в них [6].

Загалом комплекс WO пропонує можливості: провадження моніторингу актуальних подій у різних сферах (соціальной, політичній, економічній та ін.); відслідковування відомостей щодо репутаційного рейтингу та іміджевої привабливості (осіб, підприємств); здійснення моніторингу конкурентного середовища та тенденцій ринку; провадження попереднього моніторингу відомостей в електронних засобах масової інформації до її поширення в друкованій формі; забезпечення контролю витоку даних конфіденційного характеру, виявлення першоджерел недостовірної інформації; створення аналітичної і статистичної звітної документації; оптимальної організації роботи з архівом зібраних даних [7].

Таким чином, нові інформаційні технології загалом та інформаційні системи, зокрема, сприяють швидкому доступу до інформації, на основі чого можливо ефективно здійснювати прискорену обробку потрібних

відомостей, своєчасно вносити їх до баз даних, провадити різноплановий аналіз, та готувати актуальну аналітичну й статистичну продукцію.

Список використаних джерел

1. Бонч-Бруєвич Г.Ф., Носенко Т.І. Організація та обробка електронної інформації: навч. посіб. Київ: 2013. 92 с.
2. Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. Київ: Університет «Україна», 2014. 417 с.
3. Варенко В. М. Інформаційно-аналітичні технології прийняття ефективних управлінських рішень. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2014. № 3. С. 62-65.
4. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортні технології» Нац. акад. міськ. госп-ва. Харків, 2010. 222 с.
5. Іванова Т.В., Баранов В.В. Сучасний стан розвитку інформаційних систем. *Наукові записки Кіровоградського національного технічного університету*. 2010. Вип. 10. Ч. 1. С. 224-226. URL: www.kntu.kr.ua/doc/nauk_zap_10_1/stat_10_1/64.doc (дата звернення: 24.02.2024).
6. Інформаційно-моніторингова система «Web-Observer». URL: <https://www.finport.com.ua/ua/products/wo.html> (дата звернення: 24.02.2024).
7. Муковський І. Т., Міщенко А. Г., Шевченко М. М. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах: навч. посіб. Київ: Кондор, 2012. 224с.
8. Пліско І., Волот О. Інформаційні технології та їх вплив на підвищення ефективності діяльності підприємств малого бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 2. С. 154-159. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppou_2016_2_21 (дата звернення: 24.02.2024).
9. CRM. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/crm> (дата звернення: 26.02.2024).

УДК 930.25.022(477)

Дар'я Шафранова,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Науковий керівник: д. екон. н., проф.,
зав. каф. інформаційних систем управління Анісімова О. М.

**ЕВОЛЮЦІЯ ДСТУ 2732 «ДІЛОВОДСТВО Й АРХІВНА СПРАВА.
ТЕРМІНИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ» ВІД 2004 ДО 2023 РР.**

У дослідженні представлено різницю між ДСТУ 2732 2004 року та 2023. Показано нову термінологію та значення нових термінів. Зазначено зміни, які були зроблені у стандарті протягом 20 років.

Ключові слова: документ, ДСТУ, 2732, стандарт, терміни, діловодство.

The study presents the difference between DSTU 2732 of 2004 and 2023. The new terminology and the meaning of the new terms are shown. The changes that have been made to the standard over the past 20 years are indicated.

Keywords: document, DSTU, 2732, standard, terms, office work.

Сучасне визначення терміну «документ» стає все більш комплексним, оскільки він включає в себе різноманітні підходи та визначення. Сутність документа полягає у його різнобічності та тісному зв'язку з передачею та використанням інформації, яка має значення як у часі, так і у просторі. З моменту виникнення документів люди розпочали накопичувати та систематизувати знання про їх створення, оцінку та обробку. З часом з'являлися постанови, розпорядження, стандарти, щодо оформлення документів. Які через деякий період починали оновлюватись, ставати більш зручнішими у використанні та оформленні [1].

Кожен документ оформлюється за усіма правилами ДСТУ які з часом змінюються. Щось додається нове, щось стає застарілим та неактуальним.

Через певний період виходять різні нові положення, що надають певні правила при оформленні документа.

З 01 березня 2024 року діє новий державний стандарт ДСТУ 2732:2023 «Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять», який затвердив ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» наказом від 25.05.2023 № 121. ДСТУ 2732:2023 замінило ДСТУ 2732:2004 [2]. А до 2004 року чинним був ДСТУ 2732-94 Діловодство й архівна справа.

ДСТУ – це українська аббревіатура, яка означає «Державний стандарт України». Стандарт, який встановлює вимоги, правила, методи або характеристики щодо певної сфери діяльності в Україні.

За цей період відбулись певні зміни. Це пов'язано зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, широкому застосуванню в управлінській діяльності електронних документів та електронного документообігу. У ДСТУ 2732:2023 є важливі зміни:

1. У новому стандарті позначається, що носій документної інформації використовується для записування та відтворення інформації. За 2004 термін документної інформації відрізняється від нового: зауважується, що функція матеріального носія можна тільки зберігати та передавати документну інформацію.

2. Сучасному ДСТУ з'явилась нова термінологія: цілісність електронного документа, придатність для використання інформації електронного документа, оригінал електронного документа, електронна копія електронного документа, електронна копія оригіналу паперового документа, цифрова копія, більш розширене поняття про документ в електронній формі, інформаційно-аналітичний документ, організаційний документ, електронна справа, електронний інформаційний ресурс, інформатизація архівної справи, електронний архів та архів електронних

документів. Усі ці терміни відсутні у стандарті за 2004 рік, але вказується, що електронний документ – це документ, який створюють та використовують тільки в межах комп'ютерної системи [3].

4. ДСТУ 2732:2023 є терміни які відсутні порівняно з 2004: справа, архів, матеріальна основа документа, зовнішні ознаки документа, надрукований документ, зображувальний документ, графічний документ, надрукований документ, засвідчена копія (службового документа), незасвідчена копія (службового документа), дублікат оригіналу (службового документа) [4]. Також новий стандарт має більшу термінологію, якщо порівнювати його з 2004 роком.

Процес оновлення стандарту неперервний. Необхідність оновлення було викликано прийняттям Постанови КМУ від 17 січня 2018 р. № 55 «Деякі питання документування управлінської діяльності», оновленим ДСТУ 4163:2020 «Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів». ДСТУ 4163:2003 базувався на ДСТУ 2732-94 тому оновлення одного документа спричинило оновлення іншого документа.[5]. Сфера застосування оновленого стандарту також значно розширена: він охоплює не лише документацію з організаційного управління, а також інформаційно-аналітичну, незалежно від її функціонального призначення та відповідає вимогам Постанови КМУ від 17 січня 2018 р. № 55. Тепер можна очікувати оновлення ДСТУ 4163.

Отже, у ДСТУ 2732:2023 робиться більший акцент на електронному документообігу. Через те, що в сучасному світі перевага віддається електронному формату документів. В деяких організаціях електронні документи повністю витіснили паперові. Тому з'явилися нові терміни, вимоги до оформлення документів.

Список використаних джерел

1. Документознавство як наука. URL: <http://surl.li/rolls> (дата звернення: 14.03.2024).
2. Наказ ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» «Про прийняття національного стандарту та скасування національного стандарту» від 25.05.2023 № 121. URL: <http://surl.li/rolos> (дата звернення: 14.03.2024).
3. ДСТУ 2732:2023. Національний стандарт України. Діловодство та архівна справа. Терміни та визначення понять. URL: <http://surl.li/rolqq> (дата звернення: 14.02.2024).
4. ДСТУ 2732:2004. Національний стандарт України. Діловодство та архівна справа. URL: <https://www.calameo.com/read/001800980e932cdf991d4> (дата звернення: 14.02.2024).
5. Анісімова О. М., Лукаш Г. П., Вишинська І. П. Місце та роль ДСТУ 4163:2020 «Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів» у системі чинних документів із справочинства. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 4. С. 5–14

БІБЛІОТЕКА В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ

УДК 01 (072)

Віталій Берестецький,

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.

СТРУКТУРА ТРАДИЦІЙНИХ ТА ЕЛЕКТРОННИХ БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПУТІВНИКІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Дослідження присвячене бібліографічним путівникам, традиційним та електронним, їх порівнянню, основним відмінностям, інтеграції традиційних та електронних форматів у майбутньому.

Ключові слова: *традиційний бібліографічний путівник, електронний бібліографічний путівник, інтеграції традиційних та електронних форматів.*

The study is devoted to bibliographic guides, traditional and electronic, their comparison, main differences, integration of traditional and electronic formats in the future.

Keywords: *traditional bibliographic guide, electronic bibliographic guide, integration of traditional and electronic formats.*

У сучасному світі інформаційних технологій, бібліографічні путівники відіграють ключову роль у систематизації та доступі до наукових даних. Традиційні бібліографічні путівники, як правило, представляють собою друковані видання, що містять списки літератури з певної теми або галузі знань. Вони організовані за допомогою ієрархічної структури, що може включати розділи, підрозділи, індекси та анотації.

Електронні бібліографічні путівники, з іншого боку, є цифровими базами даних, що забезпечують динамічний доступ до інформації через Інтернет. Вони можуть включати пошукові системи з розширеними функціями фільтрації, гіперпосилання на повні тексти документів, та інтерактивні елементи, такі як можливість залишати коментарі або оцінювати ресурси.

Порівняльний аналіз цих двох форм путівників виявляє ряд відмінностей:

1. Доступність: електронні путівники забезпечують миттєвий доступ до інформації, тоді як традиційні вимагають фізичного відвідування бібліотеки.

2. Оновлення інформації: електронні бази даних легше оновлювати, що дозволяє їм швидше реагувати на нові наукові відкриття.

3. Інтерактивність: цифрові путівники часто пропонують інтерактивні можливості, які не доступні у друкованих виданнях.

4. Персоналізація: електронні ресурси можуть надавати персоналізовані рекомендації на основі попередніх запитів користувача.

5. Функціональність пошуку: пошукові системи електронних путівників значно перевершують індекси традиційних путівників за зручністю та швидкістю пошуку.

Незважаючи на переваги електронних путівників, традиційні друковані видання все ще посідають важливе місце щодо використання, особливо в контексті історичних досліджень та в місцевостях, де доступ до Інтернету обмежений.

У подальшому розвитку бібліографічних ресурсів можна очікувати збільшення інтеграції традиційних та електронних форматів, що дозволить користувачам використовувати переваги обох підходів для ефективного пошуку та використання наукової інформації.

Список використаних джерел

1. Промська О. Л. Особливий жанр бібліографічної продукції : [путівник по бібліогр. посіб.]. *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 20–22 трав. 2008 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури і туризму України, ДАКККиМ та ін. Київ, 2008. С. 54-56.
2. Солоіденко Г. Бібліотечні довідники, путівники: досвід створення та видання. *Бібліотечний вісник*. 2021. № 3. С. 64-77.
3. Солоіденко Г. Електронні путівники – важливий інформаційний ресурс наукової бібліотеки. *Вісник Книжкової палати*. 2023. №1. С. 25-31.

УДК 027.7

Петро Біловус,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Гомотюк О. Є.

**РОЛЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ БІБЛІОТЕК ДЛЯ СЛІПИХ У
РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СУСПІЛЬСТВІ**

У дослідженні розглядається засаднича роль спеціалізованих бібліотек для сліпих у формуванні інклюзивної культури, що базується на принципах рівності, поваги та взаєморозуміння.

Ключові слова: *спеціалізована бібліотека для сліпих, інклюзивна культура, рівність, діалог.*

The study examines the fundamental role of specialized libraries for the blind in the formation of an inclusive culture based on the principles of equality, respect and mutual understanding.

Keywords: *specialized library for the blind, inclusive culture, equality, dialogue.*

Спеціалізовані бібліотеки для сліпих відіграють засадничу роль у формуванні інклюзивної культури, де люди з вадами зору мають рівний

доступ до інформації та освіти. Ці бібліотеки є не лише місцем зберігання книг у форматах, доступних для сліпих, але й активними центрами, що сприяють соціальній інтеграції та культурному розвитку.

Інклюзивна культура в суспільстві базується на принципах рівності, поваги та взаєморозуміння. Спеціалізовані бібліотеки для сліпих демонструють ці принципи через надання доступу до широкого спектру ресурсів, включаючи аудіокниги, книги шрифтом Брайля, електронні книги зі спеціальними програмами для читання екрану та тактильні книги [1; 3].

Одним з основних завдань таких бібліотек є забезпечення інформаційної рівності. Це означає, що кожна людина, незалежно від своїх фізичних можливостей, має доступ до знань та культурних цінностей. Спеціалізовані бібліотеки сприяють розширенню можливостей для навчання, саморозвитку та професійного зростання сліпих [2].

Іншим важливим аспектом є соціалізація. Бібліотеки створюють безпечне та підтримуюче середовище, де сліпі можуть зустрічатися, обмінюватися досвідом та ідеями, брати участь у культурних заходах та освітніх програмах. Це сприяє взаєморозумінню між людьми з різними потребами та зміцнює соціальну згуртованість [1; 3].

Спеціалізовані бібліотеки також відіграють важливу роль у підвищенні обізнаності суспільства про проблеми сліпих, бо проводять інформаційні кампанії, організовують заходи, спрямовані на залучення уваги до потреб людей із вадами зору, та працюють над руйнуванням стереотипів.

Однак сьогодні у цьому контексті є ще чимало перспектив для роботи:

- вивчення впливу доступу до адаптованих інформаційних ресурсів на якість життя сліпих;
- аналіз ефективності різних технологій для сліпих, включаючи новітні розробки у сфері штучного інтелекту та електронного навчання;

- дослідження взаємодії між сліпими користувачами та бібліотечними сервісами для виявлення потреб та вдосконалення послуг;
- розроблення методів оцінки доступності бібліотечних ресурсів та сервісів для людей з вадами зору;
- вивчення соціально-економічного впливу спеціалізованих бібліотек на інтеграцію сліпих у суспільство.

Спеціалізовані бібліотеки для сліпих є невід'ємною частиною інклюзивної культури: вони не тільки надають ресурси для особистісного розвитку, але й сприяють створенню суспільства, в якому кожна людина має можливість реалізувати свій потенціал без обмежень, пов'язаних з фізичними вадами, відчуває себе цінною та повноцінною. Це вимагає постійного діалогу між бібліотеками, освітніми установами, громадськими організаціями та урядовими структурами для забезпечення необхідних ресурсів та підтримки.

Список використаних джерел

1. Гуменюк В. Сучасні бібліотеки як інклюзивний простір: промоція читання та популяризація книги. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 3. С. 14-19.
2. Інклюзивне бібліотечне обслуговування користувачів з особливими потребами та формування мультимедійних бібліотечних фондів із урахуванням нозологій / В. Кут, В. Пасічник, Н. Кунанець, А. Демчук, О. Малиновський, А. Ржеуський. *Вісник ТНТУ*. 2014. Том 75. № 3. С. 188-201.
3. Тюркеджи Н. С. Інклюзивна бібліотека як агент змін у суспільстві / Н. С. Тюркеджи, О. Ю. Мар'їна. *Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук. пр.* ; за заг. ред. А. А. Соляник. Харків : ХДАК, 2023. Вип. 64. С. 84-94.

УДК 027.2 (4)

Вікторія Ворона,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. українознавства,
культури та документознавства Чередник Л. А.

БІБЛІОХАБ ЯК СУЧАСНА МОДЕЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ

У дослідженні розглядається необхідність трансформації бібліотек в умовах сьогодення, проаналізовано діяльність бібліохаба.

Ключові слова: бібліотеки, вільний простір, інновації, бібліохаб, функції бібліохаба.

The study examines the need for transformation of libraries in today's conditions, analyzes the activities of the bibliohub.

Keywords: libraries, free space, innovations, bibliohub, bibliohub functions.

Сучасні глобалізаційні процеси, які відбуваються в усіх сферах суспільства, торкнулися і бібліотечної галузі. Реалії життя вимагають від бібліотек відходу від традиційних форматів роботи та впровадження інноваційних моделей, що відповідають потребам та очікуванням користувачів. На сьогодні бібліотека має стати не просто книгосховищем, а комунікаційним центром, де відвідувачі можуть знайти доступ до інформації, комунікації та освіти.

Нині прослідковується тенденція до створення бібліотек нового типу, з-поміж них пропонуються такі моделі, як: бібліохаби, бібліотеки-кафе, кафе-читальні, медіабібліотеки, бібліотеки-музеї, бібліотеки-клуби, інтелект-центри та інші [4, с. 160]. Тобто, у бібліотеках зараз використовують «так званий «вільний простір», який стає ідеальним місцем для роботи, навчання і творчості та відкриває безліч можливостей для

саморозвитку й спілкування» [6, с.238]. Змінилися також самі приміщення: зараз у них відчувається новий дизайн щодо оформлення стін із варіантами кольірних рішень, освітлювальних систем, конструктивних особливостей.

Усе це органічно поєднується в сучасних бібліохабах як новій моделі бібліотеки, що набуває популярності в світі.

Зазначимо, що термін «бібліохаб» було запозичено з англійської мови в середині ХІХ століття і він пройшов декілька трансформацій. Так, англійське «hub» (від *hubbe* – *жмут, маса, сукупність*) спочатку стало професійним терміном майстрів колісних справ (так називалася центральна частина колеса, з'єднана з його обідом спицями або диском) [7]. Згодом слово «хаб» почали вживати у значенні «вузол, центр чогось, місця, де щось збирається і розподіляється». Наприклад, на транспорті – це перевантажувальний вузол з необхідними сервісами, у якому сходяться всі потоки. Наприкінці ХХ ст. поняття «хаб» стало комп'ютерним та економіко-управлінським терміном і вживалося у значенні великої концентрації ресурсів, розвиненої інфраструктури і розподільчої здатності. На початку ХХІ століття термін «хаб» стрімко увірвався в соціальне, економічне, культурне та громадське життя і почав широко застосовуватися ще й для визначення центру подій, уваги, діяльності. Це також спосіб організації роботи, в основі якого лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін та навичок для посилення інноваційного потенціалу певного проєкту [3].

Бібліохаби давно розповсюджені у США та Європі. Саме вони докорінно змінили бібліотечні системи цих країн. Там бібліотеки – це синергія знань, сучасних технологій, естетичного дизайну і комунікацій між людьми. По суті, це комфортні високотехнологічні громадські простори з функціями коворкінгу, які зорієнтовані на особистість та змінюються під її

потреби. Книгозбірні перетворюються на центри зосередження суспільного життя не тільки району, а й усього міста загалом.

Так, з-поміж найбільш відомих бібліохабів світу варто назвати бібліотеку Book Mountain and Library Quarter (Нідерланди), нову бібліотеку в Бірмінгемі (Великобританія), бібліотеку містечка Веннесла (Норвегія), Національну бібліотеку міста Сечжон (Корея), бібліотеку в місті Саммаміш (США), бібліотеку Соогоу (Квінсленд, Австралія) та багато ін. [5].

Формати перетворення звичайних бібліотек у бібліохаби набирають популярності і на території України. Зокрема, уже декілька років поспіль цією моделлю користуються у бібліотеці «Свічадо» (Святошинський р-н, м. Київ), Центральній бібліотеці імені Т. Г. Шевченка для дітей та бібліотеці імені П. Тичини (м. Київ) та ін.

Варто наголосити, що головною особливістю бібліохаба є його багатофункціональність, оскільки він одночасно слугує:

- інформаційним центром, де відвідувачі можуть отримувати доступ до Інтернету, баз даних та інших електронних ресурсів;
- культурним майданчиком, організовуючи лекції, літературні вечори, мистецькі виставки тощо;
- творчим простором, де відвідувачі можуть розвивати свої навички та виявляти творчий потенціал;
- місцем соціальної взаємодії, де люди можуть обговорювати актуальні теми, співпрацювати над проектами, обмінюватися ідеями, досвідом та знаннями, що сприяє розвитку спільноти [2, с. 17].

Водночас кожний із цих просторів повинен мати сучасний інтер'єр, у якому будь-яка річ має своє призначення і наповнена особливим змістом. Крім того, усякий бібліохаб має свою концепцію, під яку підлаштовується приміщення, а не навпаки. Він повинен бути зручним та модернізованим, відкритим, доступним для всіх верств населення [1, с. 18].

Ще однією специфікою бібліохаба на сьогодні є відсутність читальної зали. Це компенсується за рахунок знаходження невеликих відкритих стелажів із книгами по всьому приміщенню. Для читання призначені зручні пуфики, дивани, ніші у меблях, м'які настили на підвіконнях та на підлозі. Тобто, читач може вибрати комфортне місце для читання як серед інших відвідувачів, так і усамітнитися.

Прикметно, що такий бібліохаб створено і в нашому місті, а саме у Центральній бібліотеці Полтавської міської територіальної громади. Ця установа пройшла шлях трансформації з традиційної бібліотеки до бібліохаба із гнучкою та динамічною структурою, зонуванням бібліотечного простору, використанням інформаційно-комунікативних технологій.

Цікавим є зонування приміщення, що відбувається шляхом його поділу на різні простори. Для цього використовуються дизайнерські рішення, а сам простір максимально звільняється.

Основними елементами, які забезпечують успішне функціонування бібліохаба, є:

– **Відкритість.** У бібліотеці працюють ініціативні та компетентні фахівці, які постійно підвищують свою кваліфікацію, активно впроваджують цифрові технології, співпрацюють із грантоутворюючими організаціями, є ініціаторами різноманітних заходів.

– **Комфортність.** Спеціально обладнаний фізичний простір у приміщенні бібліотеки. Наявність мобільних меблів, зручних диванів, стінок-сотів, територія має «гучні» і «тихі» зони з відкритими просторами і відокремленими місцями відпочинку.

– **Багатофункціональність.** Успішно забезпечується реалізація різних видів діяльності. Тут надаються як традиційні, так й інноваційні послуги.

– *Поєднання 4-х просторів*: для навчання (численна колекція книг, навчальних посібників та електронних ресурсів, комп'ютеризовані робочі місця з інтернет-з'єднанням), для натхнення (літературні зустрічі, поетично-музичні вечори, творчі майстер-класи), для зустрічей (місце для проведення вільного часу з однодумцями, відпочинку, коворкінгові зони для творчої співпраці та обміну ідеями) та для подій (працівники бібліохаба організують зустрічі з артистами, публічними людьми, виставки робіт місцевих художників, майстрів народної творчості, конференції).

Перший бібліохаб в Полтаві став не лише центром, який задовольняє потреби різних верств населення, але є й важливим елементом, що активно сприяє розвитку міста. Діяльність Центральної бібліотеки Полтавської міської територіальної громади слугує чудовим прикладом для інших бібліотек нашого регіону.

Варто також зазначити, що Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади є одним із стейкхолдерів кафедри українознавства, культури та документознавства Полтавської політехніки. На базі цієї установи проводяться заняття із таких дисциплін, як «Бібліотекознавство», «Книгознавство», «Документно-інформаційні комунікації», практики студентів. Крім того, студенти відвідують різні культурно-мистецькі заходи, які проводяться у бібліотеці.

Отже, сучасні бібліотеки мають трансформуватися, значно розширити свої функції, стати центрами культури та соціальної взаємодії, що зможе привернути увагу до них відвідувачів різного віку. Оксана Бояринова, PR-менеджер Української бібліотечної асоціації (УБА), сказала: «Ідея перетворення бібліотеки у «третє місце», відокремлене від роботи та дому, все більше набирає обертів. Бібліотеки стають координаційним місцем

зустрічі громади». І в цьому, на нашу думку, запорука їхньої подальшої успішної діяльності.

Список використаних джерел

1. Бруй О. Чотири простори бібліотеки: модель діяльності. Київ, 2020. 104 с.
2. Гранчак Т. Концептуальна модель гнучкої бібліотеки *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2020. Вип. 6. С. 10–23.
3. Глосарій креативних індустрій. URL: <http://uccs.org.ua/hlosarij-kreatyvnykh-industrij> (дата звернення: 13.01.2024).
4. Терещенко О. В. Організація простору сучасної бібліотеки. *Публічна бібліотека - соціокультурний центр регіону: технології, розваги, дизайн*. Матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф.– брейнстормінгу, 20 травня 2016 р. Харків : ЦГБ Белінського, 2017. С. 159–163.
5. Топ-10 сучасних бібліотек зі всього світу. URL: <http://www.school-library.com.ua/piznavalna-informatsiya/top-10-suchasnyh-bibliotek-zi-vsoho-svitu.html> (дата звернення: 13.01.2024).
6. Чередник Л., Сидоренко В. Сучасна бібліотека як вільний простір: історія трансформації. *Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи*. Матеріали VI міжнародної наук.-практ. конф., 25 лист. 2021 р. Полтава : НУПП, 2021. С. 237–241.
7. Хаб: матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>. (дата звернення: 13.01.2024).

УДК 021.1-044.332:355.48(477-651.2:470-651.1)

Юлія Кондратенко,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Науковий керівник: д. істор. н., проф., зав. каф. українознавства,
культури та документознавства Передерій І. Г.

**АДАПТАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ БІБЛІОТЕК ДО
СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ПОВНОМАСШТАБНОЇ АГРЕСІЇ
РФ ПРОТИ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ЦБ ПМТГ)**

У дослідженні представлено особливості діяльності бібліотечних закладів в Україні під час повномасштабної війни росії проти України, її

роль в інформаційному протиборстві на прикладі Центральної бібліотеки Полтавської міської територіальної громади.

Ключові слова: *інформаційна війна, інформаційне протиборство, інформаційна безпека, дезінформація, бібліотека, ЦБ ПМТГ – Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади, повномасштабна війна в Україні.*

The thesis describes the peculiarities of the activity of library institutions in Ukraine during the full-scale war of russia against Ukraine, its role in the information struggle, using the example of the Central Library of the Poltava City Territorial Community.

Keywords: *information warfare, information struggle, informational security, disinformation, library, CL PCTC – Central Library of the Poltava City Territorial Community, full-skale war in Ukraine.*

Російська федерація вже третій рік, від 24 лютого 2022 року, веде повномасштабну війну проти України (агресія росії триває із 2014 року) із застосуванням усіх видів озброєння.

Однак інформаційну війну в усьому спектрі її проявів та різновидів рф проти України веде від часу проголошення незалежності нашої держави. Інформаційна війна, з одного боку, виявляється як ключовий інструмент впливу на формування громадської думки, маніпулювання інформацією та спотвореного представлення певної реальності. Вона дуже важлива для агресора на підготовчому етапі, а також під час гібридної агресії. З іншого боку, повномасштабна війна, що розгортається на фізичному рівні, спирається на військові операції та окупацію територій, створює безпосередню загрозу безпеці та суверенітету країни, але одночасно посилює й інформаційний складник. Саме тому існує потреба ефективного інформаційного протистояння ворогу.

Г. Почепцов говорить про інформаційну війну як комунікативну технологію впливу на масову свідомість із короточасними і довгостроковими цілями. «Кожен тип війни спрямований на власний тип

простору. Звичайна війна – на простір фізичний, інформаційна – на інформаційний, смислова – на простір когнітивний... Тут можна зауважити, мовляв, інформаційна війна теж має за мету «поцілити в голову людині» [4, с. 24–25].

Як зазначають дослідники Гула Р., Передерій І. та Сажко В., метою інформаційної війни є формування нового (або остаточного усталення вже відомого, наприклад, колись відкинутого) смислового культурного коду індивіда, суспільства чи визначеної цільової аудиторії в інтересах держави-агресора (конкурента). А бібліотека за своїм призначенням є соціальним інститутом пам'яті, який формує моральні імперативи, цінності нації, громадян однієї поліетнічної держави, що зберігаються й передаються за допомогою традицій [2, с. 9]. У епоху інформаційної війни бібліотека перестає бути лише традиційним архівом знань, але й важливим та ефективним інструментом відповідного протистояння, безпосередньо впливаючи на формування об'єктивного світосприйняття. Її роль розширюється до фільтрації та поширення автентичної інформації, запобігання дезінформації та сприяння розвитку критичного мислення.

Проте важливо розуміти, що за понад два роки повномасштабної війни українські бібліотеки набули нового значення, зіткнувшись на цьому шляху із низкою викликів (втрата людей, зокрема, й бібліотечних кадрів, знищення фондів, руйнування приміщень, труднощі й неможливість евакуації, необхідність зміни чи трансформації векторів діяльності у зв'язку із загальними змінами, які відбуваються в країні у зв'язку з війною та ін.).

Станом на травень 2023 року понад 600 бібліотек постраждали внаслідок бойових дій та окупації. Орієнтовний розмір втрат, завданих публічним бібліотекам оцінюється не менше, ніж у 66,6 млн грн.

Наразі із 602 бібліотек, що були частково зруйновані або зазнали незначних пошкоджень, відновлено роботу 96 закладів, які працюють на

новому місці, віддалено – Луганська обласна універсальна наукова бібліотека та Донецька обласна бібліотека для дітей [1].

Проте згуртованість, сила духу та єдність українців стали головним чинником протидії агресору. Він виявляється в усіх можливих сферах та галузях діяльності, зокрема, й у інформаційно-комунікаційній. Адаптуватися до умов війни вимушені були не лише ті бібліотеки, які війна заторкнула фізично, а й ті, які знаходяться у тилу, як-от бібліотеки Полтавської області.

На сьогодні більшість книгозбірень додали до переліку своїх основних функцій – роль консультативних центрів для внутрішньо переміщених осіб (далі – ВПО). У цих закладах люди, які тікають від війни, отримують інформацію про роботу органів та установ, волонтерських центрів, мають можливість отримати допомогу в оформленні необхідних документів і виплат, дізнатися про місця розподілу гуманітарної допомоги, а також задовольнити різноманітні духовні потреби.

Від початку повномасштабної військової агресії росії проти України Полтавщина прийняла близько 200 тис. ВПО. У селах, селищах та містах краю нині проживають люди, які, перебуваючи в новому місці, відчувають тривогу й стрес, потребують допомоги у вирішенні різних питань життєдіяльності.

Починаючи з кінця лютого 2022 року бібліотеки України переорієнтували свою діяльність відповідно до нових потреб громад та ВПО, перетворившись на гуманітарні штаби, волонтерські та консультаційні центри, іноді навіть шелтери. Крім того, для ВПО публічні бібліотеки стали інформаційними центрами, місцями доступу до дистанційної освіти та роботи, адміністративних послуг та цифрової освіти. У бібліотеці можна дізнатися про інфраструктуру населеного пункту,

соціальні заклади та медичні центри, благодійні місії, послуги та культурні можливості території, туристичні відомості про край тощо.

Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади (далі – ЦБ ПМТГ) та її філії є громадсько-публічними осередками, що посідають важливе місце в інфраструктурі знань та соціокультурному просторі громади [3].

Працівники структурних підрозділів органічно поєднують традиційні засоби комунікації зі своїми цільовими групами та новітні, зокрема, й засновані на інноваційних інформаційних технологіях. Про це свідчать ініціативи, активна та ефективна проектна діяльність, спрямовані на впровадження новітніх змін у цих закладах.

На сьогодні бібліотеки громади активно й успішно практикують актуалізацію своїх фондів, спираючись на Рекомендації Міністерства культури та інформаційної політики. Фонди поповнюються добірками творів сучасних українських, зокрема полтавських авторів, фонд постійно оновлюється новинками світової та вітчизняної літератури. Також ці заклади були й лишаються осередками спілкування творчих людей – письменників, художників, музикантів, – а також майданчиками для популяризації новинок літератури, зустрічей з різного роду експертами, лідерами громадської думки, презентації актуальних видань з історії тощо.

ЦБ ПМТГ активно долучається до організації заходів, спрямованих на збереження інформаційної безпеки держави, здійснюючи, у тому числі, й роботу із внутрішньо переміщеними особами – через проведення спеціальних лекцій, тренінгів тощо, де висвітлює значущі інформаційні сили у контексті консцієнтального (такого, що лежить у площині смислів, ментальних цінностей, світоглядних настанов) протистояння. У 2022 році Центральна бібліотека та бібліотека-філія №7 взяли участь у дев'ятигодинному Всеукраїнському бібліотечному марафоні «Бібліотека і

війна: тримаємо стрій», під час якого розповідали про волонтерську діяльність бібліотек громади під час війни.

Книгозбірня є платформою для висвітлення актуальної достовірної інформації, сприяючи формуванню критичного мислення та розумінню сутності інформаційних викликів різного ґатунку в сучасному світі. Центральна бібліотека Полтавської міської громади влаштовує низку просвітницьких заходів, покликаних сприяти утвердженню серед українських громадян почуття патріотизму, неспальшованого розуміння історії України тощо. Серед нещодавно проведених: виставка дитячих робіт «Герої нашої доби», літературні зустрічі, присвячені творчості та особистості Тараса Шевченка (з нагоди 210-ї річниці від дня народження Кобзаря), #Коло_знань, на якому учасники дискутують на історичну тематику, підіймаючи важливі питання інтерпретації визначних подій та постатей, як-от «Симон Петлюра. Історична правда» та ін.

Однак, також серед не менш важливих видів діяльності бібліотеки (та її філій) варто виділити актуальні ініціативи, завдяки яким відвідувачі, у тому числі – ВПО, мають змогу адаптуватися до сучасних реалій та зберегти душевну рівновагу. Наприклад, у бібліотеці-філії №2 бібліотечної мережі реалізовується проєкт "Ранковий бібліотечний кінотеатр" для ВПО. Це дає можливість внутрішньо переміщеним особам розслабитися та долучитися до перегляду цікавих художніх та документальних кінострічок.

Тож для тих, хто через війну втратив звичний спосіб життя, роботу та дім, українські книгозбірні стають багатофункціональними, вільними й доступними майданчиками для спілкування, особистісного та професійного розвитку, творчості та відпочинку. А що найважливіше – затишними та спокійними місцями для зцілення й відновлення.

Влучним є вислів директорки ЦБ ПМТГ Таміли Дузенко: «Під час війни бібліотеки не просто стабільно працюють, а стають аптеками для душі» [3].

Отже, бібліотека в сучасних умовах повномасштабної війни виконує не лише ключову роль у зборі, акумуляції, зберіганні та поширенні надійної та об'єктивної інформації. Вона стає надважливою частиною інформаційного простору, забезпечуючи доступ до автентичних джерел, має важливе завдання фільтрації та верифікації інформації, щоб уникнути поширення дезінформації та фейкових новин.

Крім того, бібліотеки трансформуються і як простори спільноти та івентів, набуваючи статусу гуманітарних штабів, волонтерських та консультаційних центрів, подекуди – шелтерів. Так, адаптацію діяльності ЦБ ПМТГ до сучасних викликів – повномасштабної агресії рф проти України – унаочнює активна роль закладу у формуванні інформаційної свідомості суспільства, а також у підтримці вразливих категорій населення, зокрема ВПО, через організовані заходи (лекції, виставки, тренінги тощо).

Список використаних джерел

1. Бібліотеки під час війни: внесок в загальну справу перемоги. *ІА Рубрика. Все по полицях*. URL: <https://rubryka.com/blog/biblioteky-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 16.03.2024).
2. Гула Р.В., Передерій І.Г., Сажко В.В. Соціокультурний вимір інформаційних війн ХХІ століття з погляду місця й ролі в них бібліотек. *Вісник Харківської державної академії культури*. Харків, 2021. № 60. С. 7–23.
3. Офіційний сайт Центральної бібліотеки Полтавської міської територіальної громади. URL: <https://cbs.poltava.ua/index.php/pro-nas> (дата звернення: 16.03.2024).
4. Почепцов Г.Г. Смыслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21–27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2013_18_6 (дата звернення: 16.03.2024).

УДК 021.1:008

Роман Медвідь,

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІБЛІОТЕКИ

Дослідження присвячене соціокультурним трансформаціям, що відбуваються у бібліотеках під впливом глобалізації та цифровізації. Сучасні бібліотеки розглядаються як інформаційні хаби, простір для стартапів та інновацій, здорове та безпечне інноваційне середовище.

Ключові слова: *бібліотеки, соціокультурні трансформації, цифровізація.*

The study is devoted to the socio-cultural transformations taking place in libraries under the influence of globalization and digitalization. Modern libraries are considered as information hubs, a space for startups and innovations, a healthy and safe innovation environment.

Keywords: *libraries, sociocultural transformations, digitalization.*

У сучасному світі бібліотеки переживають значні соціокультурні трансформації, що відбуваються під впливом глобалізації та цифровізації. Вони переходять від традиційних зберігачів книг до інформаційних хабів, де цифрові технології розширюють доступ до знань та ресурсів. Бібліотеки стають місцями для спільного навчання та культурного обміну, акцентуючи на інклюзивності та доступності для всіх верств населення. Вони адаптуються до потреб різних соціальних груп та меншин, впроваджуючи програми цифрової грамотності та використовуючи інтерактивні технології для залучення відвідувачів [1; 2; 3].

Соціальні мережі та онлайн-платформи інтегруються в бібліотечні послуги, а екологічність та сталість стають важливими аспектами розвитку. Бібліотеки сприяють створенню відкритого доступу до наукових досліджень та розвивають програми для підтримки життєвого навчання. Роль бібліотекарів еволюціонує від керівників до фасилітаторів навчання, а бібліотеки розширюють свої простори для проведення громадських заходів. Концепція «третього простору» в бібліотеках набуває популярності, перетворюючи їх на активних учасників культурного діалогу в суспільстві.

Інноваційні підходи до каталогізації та класифікації матеріалів впроваджуються, а штучний інтелект використовується для покращення пошукових систем. Віртуальна реальність та доповнена реальність з'являються в бібліотечних послугах, а бібліотеки стають платформами для підтримки місцевих авторів та митців. Співпраця з освітніми установами для створення спільних програм набирає обертів, а мобільні бібліотеки та поп-ап бібліотеки з'являються для досягнення віддалених громад. Бібліотеки використовують аналітику даних для покращення послуг та розвивають партнерства з громадськими організаціями, щоб розширити свій вплив.

Бібліотеки сьогодні виступають не лише як культурні та освітні центри, але й як простір для стартапів та інновацій, де можна тестувати нові ідеї та технології. Вони стають спеціалізованими, зосереджуючись на конкретних областях знань, як-от музика, наука, або технології, що дозволяє глибше розвивати ці напрямки. У випадках криз, бібліотеки перетворюються на центри надання допомоги та підтримки, підкреслюючи їх важливість у соціальній стабільності та відновленні.

Екологічність та сталість стають важливими аспектами розвитку «зелених» бібліотек, які використовують екологічні матеріали та енергоефективні технології. Це сприяє створенню здорового та безпечного

середовища для відвідувачів та працівників. Крім того, бібліотеки відіграють ключову роль у збереженні культурної спадщини та підтримці мовного різноманіття, що є особливо важливим у багатокультурних суспільствах.

Ці вищезазначені аспекти демонструють, що бібліотеки адаптуються до сучасних викликів, водночас зберігаючи свою історичну роль як осередків знань та культури.

Список використаних джерел

1. Біловус Л.І., Яблонська Н.М. Тенденції соціокультурної трансформації бібліотеки. *Минуле, сучасне і майбутнє у сфері документування* [Електронний ресурс] : матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (Львів, 8–9 листопада 2022 року). Львів: УАД, 2022. 187 с. С. 51-57.

2. Бутко Л. В., Василенко Д. П., Саранча В. І. Соціокультурна діяльність бібліотеки в умовах її цифровізації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 1. С. 19-26.

3. Кузьменко О. І., Загуменна В. В. Бібліотека як соціокультурний публічний простір: трансформаційні зміни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2020. № 4. С. 24-31.

УДК 021.1:008

Олександр Рудько,

*Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.*

**СОЦІОКУЛЬТУРНА СИТУАЦІЯ У СУЧАСНІЙ БІБЛІОТЕЦІ ТА ЇЇ
ВПЛИВ НА КОМУНІКАТИВНО-ДЕОНТОЛОГІЧНУ КУЛЬТУРУ
БІБЛІОТЕЧНИХ ФАХІВЦІВ**

Дослідження присвячене аналізу бібліотеки як соціокультурного інституту, що впливає на формування професійної ідентичності бібліотекарів у плані цифрової компетентності, етичних аспектів бібліотечно-інформаційної діяльності, комунікативних навичок.

Ключові слова: соціокультурна діяльність, бібліотека, бібліотекар, комунікативно-деонтологічна культура.

The study is devoted to the analysis of the library as a socio-cultural institution that affects the formation of the professional identity of librarians in terms of digital competence, ethical aspects of library and information activities, and communication skills.

Keywords: *sociocultural activity, library, librarian, communicative and deontological culture.*

Сучасна бібліотека – це не просто сховище книг, а динамічний соціокультурний інститут, який відображає та формує суспільні цінності та ідеали. Вона відіграє важливу роль у розвитку комунікативно-деонтологічної культури бібліотечних фахівців, що базується на етичних нормах та принципах професійної поведінки.

У контексті глобалізації та цифровізації, бібліотеки стикаються з новими викликами та можливостями. Вони стають центрами доступу до цифрових ресурсів, платформами для навчання та місцями для культурного обміну. Це вимагає від бібліотечних фахівців не тільки технічних навичок, але й розвитку комунікативних здібностей та етичної свідомості.

Комунікативно-деонтологічна культура в бібліотеці охоплює такі аспекти, як конфіденційність інформації, нейтралітет у наданні послуг, повага до авторських прав та інклюзивність. Бібліотечні фахівці повинні бути здатні ефективно спілкуватися з різними групами користувачів, враховуючи їхні культурні та особистісні особливості.

Соціокультурна ситуація в сучасній бібліотеці також впливає на формування професійної ідентичності бібліотекарів. Вони стають посередниками у доступі до знань та культурних цінностей, що вимагає від них глибокого розуміння соціокультурних процесів та здатності адаптуватися до змін.

Важливим елементом є також взаємодія з громадою. Бібліотеки проводять культурні заходи, лекції, виставки та інші активності, які сприяють культурному збагаченню та соціальній інтеграції. Це створює умови для розвитку комунікативної компетентності та деонтологічної відповідальності серед бібліотечних працівників.

Важливу роль у формуванні комунікативно-деонтологічної культури бібліотечних фахівців, що є необхідним для ефективної взаємодії з користувачами та розвитку бібліотек як сучасних інформаційних центрів, відіграють цифрова компетентність, етичні аспекти бібліотечно-інформаційної діяльності, включаючи зміст, сутність і розвиток комунікативних навичок [2; 3]. Також на особливу увагу заслуговує поняття «цифрове кураторство», яке описує освітньо-консультаційну діяльність бібліотечних фахівців у подоланні цифрової нерівності та сприянні доступу до інформації [1].

Отже, соціокультурна ситуація у сучасній бібліотеці має значний вплив на комунікативно-деонтологічну культуру бібліотечних фахівців, оскільки вимагає від них не тільки професійних знань, але й етичної чутливості, готовності до навчання та здатності до ефективної взаємодії з користувачами та громадою.

Список використаних джерел

1. Матвієнко О., Цивін М. Цифрове кураторство як соціально-освітня діяльність бібліотечного фахівця. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2022. Вип. 9. С. 34-46.

2. Основні завдання і напрямки соціокультурної діяльності бібліотек: огляд публікацій. URL: <https://zounb.zp.ua/resource/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/sociokulturna-diyalnist-bibliotek-z-dosvidu-roboti> (дата звернення: 16.01.2024).

3. Толмач М. Цифрова компетентність бібліотечних фахівців як чинник діяльності бібліотек в умовах цифрової трансформації. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2022. Вип. 9. С. 57–69.

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ДОСВІД, ЗДОБУТКИ, ПРОБЛЕМИ

УДК 316.77:004

Ірина Васильєва,
*Національний університет «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. н. із соц. комун., проф., проф. каф.
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Шевченко О. В.*

МЕДІА ТА ВІЙСЬКОВІ КОНФЛІКТИ

У дослідженні порушується питання ролі, яку відіграють засоби масової інформації у впливі на громадську думку під час збройних конфліктів. Досліджується які наслідки має вплив ЗМІ на сприйняття подій у суспільстві, на міжнародні відносини та на вибіркоче поширення інформації.

Ключові слова: *військові конфлікти, медіа, засоби масової інформації, збройні конфлікти, джерела інформації, критичне мислення.*

The study raises the question of the role played by mass media in influencing public opinion during military conflicts. The effects of the mass media on the perception of events in society, on international relations and on the selective dissemination of information are investigated.

Keywords: *military conflicts, media, mass media, armed conflicts, sources of information, critical thinking.*

ЗМІ відіграють значну роль у військових конфліктах, що можна спостерігати у впливі на громадську думку, міжнародному співробітництві та участі в конфліктах. Новинні організації, платформи соціальних мереж і журналісти зобов'язані повідомляти про події, а також можуть впливати на розуміння сторін конфлікту. Крім того, засоби масової інформації можуть стати об'єктом кампаній з просування або розповсюдження інформації, ці

кампанії сприяють критичному мисленню та зосереджуються на перевірці джерел інформації.

Актуальність: через зростаючу важливість інформаційних технологій і соціальних медіа вплив ЗМІ на військовий конфлікт також зростає. ЗМІ впливають на сприйняття подій у суспільстві, на міжнародні відносини та на вибіркоче поширення інформації, що може мати значну роль у виникненні та прогресуванні конфліктів.

ЗМІ та військові конфлікти мають взаємний зв'язок: ЗМІ впливають на те, як люди розуміють конфлікт та його наслідки, а також на те, як вони сприймаються. ЗМІ можна використовувати як засіб поширення пропаганди або неправдивої інформації, яка впливатиме на громадську думку всередині країни чи за кордоном, а також для отримання підтримки чи залучення підтримки з-за кордону. Сторони, залучені в конфлікт, можуть намагатися регулювати ЗМІ, щоб обмежити передачу інформації, яка не узгоджується з їхнім планом, або вони можуть намагатися запобігти доступу до об'єктивних чи контраргументів. Медіа функціонують як джерело військових дій, повідомляють і подробиці подій на передовій. Вони можуть відображати людські страждання та трагедії під час конфлікту, а також сприяти усвідомленню громадськістю необхідності його мирного вирішення.

Однією з основних цілей ЗМІ у військових ситуаціях є регулювання простору для інформації з метою впливу на громадськість і міжнародні відносини. Вони можуть надихнути суспільство на згуртування, створити імідж супротивника або сприяти мирному вирішенню конфлікту шляхом оприлюднення точних фактів. Однак деякі засоби масової інформації можуть використовуватися для просування, впливу або дезінформації громадськості з метою досягнення політичних або військових цілей. Також, не треба забувати про інформаційну війну: значний вплив на сучасний

військовий конфлікт має інформаційна війна. За допомогою засобів масової інформації кожна сторона, яка бере участь у конфлікті, намагається вплинути на свідомість суспільства, змінити політику щодо іміджу, ввести в оману інформацією для досягнення своїх цілей.

Список використаних джерел

1. Богдаш Л. А. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів у світі: теоретичний підхід. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. № 4. Ч. 3. С. 291 – 295.
2. Кондратюк М. Інформаційна війна та роль мас-медіа в міжнародних конфліктах. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2013. № 41. С. 108 – 113.
3. Mercier A. War and media: Constancy and convulsion. URL: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a21918.pdf>

УДК 007:316.61

Каміла Волощук,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філол. н., проф., проф. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Баландіна Н. Ф.*

**АКТИВНІСТЬ МЕДІААУДИТОРІЇ В
СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK**

(за матеріалами видання «Українська правда»)

У статті показано вияви, способи та результати взаємодії інтернет-видання «Українська правда» та його медіааудиторії посередництвом соціальної мережі Facebook. Об'єктом дослідження стали реакції читачів на матеріали видання, переважно у формі коментарів. Контент-аналіз коментарів підтвердив тенденцію зміни ролі читачької аудиторії від об'єкта впливу на агента комунікаційного процесу.

Ключові слова: *медіааудиторія, активність аудиторії, коментарі, «Українська правда», Facebook.*

The article shows the manifestations, methods and results of interaction between the online publication "Ukrainian Pravda" and its media audience through the Facebook social network. The object of the study was readers' reactions to the publication's materials, mainly in the form of comments. The content analysis of the comments confirmed the tendency to change the role of the readership from the object of influence to the agent of the communication process.

Keywords: *media audience, audience activity, comments, "Ukrainian Pravda", Facebook.*

Аудиторії масмедіа та самі масмедіа, як продукти соціального середовища, – пов'язані між собою сутності, вектори впливу яких перебувають у постійній динаміці. Із появою ЗМІ спочатку цей вектор був однобічним, спрямованим від ЗМІ як основних джерел інформації на аудиторії і, таким чином, медіа в лінійній моделі комунікації виконували домінуючу роль. Аудиторіям відводилася пасивна функція споживачів інформації, об'єктів спостереження і соціального контролю [2, с. 355–409]. З розвитком інформаційних технологій змінюється і статус аудиторії, що в науці наочно було представлено в так званій циркулярній моделі комунікації. Якщо брати до уваги масові аудиторії, то Дж. Вебстер, крім рецептивної ролі й об'єкта впливу, побачив в них ще й третій різновид – агента комунікаційного процесу (цит. за [3, с. 169]), що пізніше підтвердили дослідники аудиторій українських медіа: Т. Василюк, А. Данько-Сліпцова, Б. Потятиник, С. Форманова, А. Ятчук та ін.

Так, за твердженням В. Гвоздева, з появою інтернету і нових медіа аудиторія почала виявляти «безпрецедентну в порівнянні з попередніми історичними періодами творчу активність у комунікаційних процесах, оперативно створювати, поширювати, коментувати, редагувати різні за формою та змістом дописи, виступати в ролі самостійних комунікаторів, авторів (співавторів) публікацій, рівноправних партнерів — постачальників інформації для ЗМК» [1, с. 267]. Причому й самі медіа не залишаються

осторонь й намагаються підкріплювати цю активність, зокрема через соціальні мережі, чим не тільки привертають увагу, розширюють свої аудиторії, а й підвищують власну репутацію. Завдячуючи взаємодії з читачами, вони намагаються реагувати на їхні запити та пропозиції, а також корегувати перспективи свого розвитку. З-поміж інших вітчизняних видань «Українську правду» справедливо можна вважати зразком взаємодії з аудиторією в соціальних мережах, яка приносить користь обом сторонам.

Мета цієї розвідки – показати вияви, способи та результати взаємодії інтернет-видання «Українська правда» та медіааудиторії посередництвом соціальної мережі Facebook.

Об'єктом дослідження є реакції читачів на матеріали інтернет-видання «Українська правда», розміщені в зазначеній соціальній мережі, *предметом* – форми і способи активності читацької аудиторії та її результати.

Основним дослідницьким *методом* слугував контент-аналіз коментарів, проведений в період з 1 травня по 20 травня 2023 року в соціальній мережі Facebook. Отримані в результаті контент-аналізу дані порівнювалися й узагальнювалися, тим самим встановлювалися основні тенденції взаємодії аудиторії та медіа.

Було виявлено, що видання щоденно публікує на своїй сторінці у Facebook від 60 до 85 новин різного типу. Протягом обраного періоду було опубліковано приблизно 1 500 публікацій. Читацька аудиторія показала себе досить активною, оскільки кількість реакцій (вподобань) перевищила позначку 200 000, а кількість коментарів становила близько 2 000. Найбільше реакцій викликали повідомлення про людське горе та знакові політичні новини, найменше – про повсякденне життя, не відмічене значною соціальною значущістю й емоційністю. Наприклад, публікація «Під час бойового завдання у Бахмуті загинув український експерт з

енергетики і сержант ЗСУ Олексій Хабатюк» набрала 2,5 тис. реакцій та 182 коментарі: з них 80% становили емоційні, що в тексті було передано пунктуаційно, експресивною лексикою, виразністю та фігурами мовлення. У смисловому плані ідеться здебільшого про співчуття, жалю, емпатію: «Щирі співчуття та вічна слава Герою!!!», «Вічна пам'ять героєві»; 10% становили так звані конструктивні коментарі: «#russiaisterroriststate», «Цвіт нації гине...»; 9% – спам, 1% – критика «Він знав, на що пішов».

Не менший інтерес суспільства викликали новини від Президента України Володимира Зеленського. Наприклад, публікація «Президент Чехії подарував Зеленському напівавтоматичний пістолет чеського виробника вогнепальної зброї ČZUB» набрала 598 реакцій та 85 коментарів: з них негативних – 29% («Хороший подарунок! Зе чмоні залишилось тільки зліпити кулю з г@мна і застрелитись!», «Лозинякою його треба!»), активізувався тролінг – 70% («Думаю не спроста цей подарунок. Спробувати має на собі?»), «Куди натискати в разі чого показав?!», «Мангал надо дарить ! ЗЕ любит шашлыки ... в має»); позитивних – виявлено тільки 1% («Читаю коментарі і дивуюсь,скільки нереквіту живе на території України»).

Активна реакція прослідковується й на інших постах, пов'язаних із політикою. Так, публікація «Шановний президенте Зеленський, друже Франції, ласкаво просимо», – Еммануель Макрон привітав президента України у своїй країні», отримала 557 вподобайок та 72 коментаря, з-поміж яких позитивні становили 70% («З Богом, пане Президент», «Slava Ukrainia»); тролінг траплявся у 20% реакцій («Не ну а шо. Я б так жил. Не то шо украинцы крепостные... Даже внутри страны ни куда не поедешь... Не говоря уже о загранице... Барин не разрешает»)), негативні – 10% «клоунам в цирку теж аплодують, і що?». До речі, саме останній образливий коментар викликав емоційну реакцію й започаткував діалог: « – клоунам в цирку теж

аплодують, і що?, – Європа цирк по вашому?, – до чого тут Європа?, – Дядя... ви ди*іл? Йому вся Європа аплодує! Для вас це цирк???? Якщо так, то клоун в нім ти».

Негативна реакція, часто зі значною мірою агресії, виражається через негативну оцінну лексику, іноді ненормативну, чим не тільки занижується статус опонента, а й є свідченням мовного насильства. Лайлива лексика, ужита коментаторами, не вилучається системою, оскільки написана з використанням цифр, дужок, переставлянням літер. Використання експресивно забарвленої, особливо ненормативної лексики зумовлене наміром у будь-який спосіб привернути увагу й викликати реакцію – позитивну чи негативну.

Наступна публікація, яка породила значний суспільний інтерес із заголовком «Володимир Зеленський зустрівся з Ріші Сунаком у Великій Британії», зібрала 816 реакцій та 161 коментар: з них позитивних – 80% («Як приємно бачити з якою повагою приймають нашого президента в усіх країнах!», «Наш орел високого польоту!!! Здоровья! Так тримати!»), «Наша ГОРДИСТЬ. Його полюбив увесь світ!»); конструктивних – 10% («Емоції це добре, але Британія могла би надати і більшу допомогу, звісно спасибі і за дрони і за зенітні ракети, навчання тисяч наших військових і інша допомога, але Німеччина загалом вже починає випереджати Британію...»); ще 10% – офтопи (коментарі, які не мають прямого відношення до обговорюваної теми). Загалом, офтопи трапляються майже в кожній добірці коментарів, так само як і спам, це говорить про те, що не всі здатні дотримуватися теми спілкування та володіють достатньою компетенцією.

Отже, Facebook є популярною інтернет-платформою для публікації новин, де читацька аудиторія здатна проявляти активність у взаємодії з контентом, стає ініціатором й автором соціально значущих дискусій. Результати контент-аналізу показали, що новини, пов'язані з війною,

трагедіями, людським горем та політичними подіями, зазвичай викликають найбільший інтерес у користувачів та збирають значну кількість реакцій і коментарів. Водночас, буденні новини, які не викликають суспільного інтересу і не несуть емоційного забарвлення, зазвичай отримують менший резонанс. У коментарях можна спостерігати різні типи відгуків: позитивні, конструктивні, тролінг та негативні, трапляються й офтопи. Деякі коментарі можна кваліфікувати як мовне насильство, що часто призводить до гострих дискусій, зазвичай позбавлених аргументації.

Попри це, коментарі мають значний вплив на загальну атмосферу та настрої у соціальних мережах. Засвідчено таку тенденцію: популярні коментарі з багатьма позитивними оцінками стають більш помітними та впливовими. Це дозволяє стверджувати, що вони тим самим формують світосприйняття інших користувачів певної інформації або питання. Таким чином, коментарі, формують або трансформують суспільну думку і водночас відображають її.

Загалом, Facebook для «Української правди» стала платформою, де аудиторія може поспілкуватися, вільно обмінюватися думками та реагувати на актуальні новини. Оскільки «Українська правда» представлена й на інших медіаплатформах, інтерес дослідників може бути скерованим і на них, наприклад на Telegram чи Tiktok.

Список використаних джерел

1. Гвоздев В. М. Соціальні ролі медіааудиторії в контексті масовокомунікаційних стратегій. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 264–267. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_53 (дата звернення: 12.01.2024).
2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації (перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків). Львів: Літопис. 2010. 538 с.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. К. : ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с.

УДК 070:355

Софія Гнатенко,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: к. філол. н., доц. каф. інформаційної діяльності
та медіа-комунікацій Лаврик О. В.

«ВІЙСЬКОВА ЖУРНАЛІСТИКА» ТА «ВОЄННА ЖУРНАЛІСТИКА»: ОСОБЛИВОСТІ ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТЬ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМОПРОСТОРІ

Розглянуто особливості тлумачення понять «військова журналістика» і «воєнна журналістика». Наголошено на етимології лексем «військовий» і «воєнний», а відтак – зроблено розрізнення термінів «військовий журналіст» і «воєнний журналіст», «військова журналістика» та «воєнна журналістика».

***Ключові слова:** військова журналістика, воєнна журналістика, медіасфера, інформаційний простір, війна.*

The peculiarities of interpretations of the concepts «military journalism» and «war journalism» are considered in the article. Emphasis is placed on the etymology of the word «military» and therefore the terms «military journalist» and «war journalist», «military journalism» and «war journalism» are distinguished.

***Keywords:** military journalism, war journalism, media sphere, information space, war.*

На сучасному етапі журналістика є не лише засобом інформування, а й потужним інструментом боротьби за інформаційну безпеку, достовірність та об'єктивність інформації. В умовах воєнного стану в Україні питання військової/воєнної журналістики видаються особливо актуальними. Розуміння особливостей військової/воєнної журналістики в умовах воєнного конфлікту стає ключовим завданням

для об'єктивної оцінки стану сучасного українського інформпростору.

До окремих аспектів дослідження військової/воєнної журналістики в Україні вже зверталися такі вчені, як В. Безсмертний, О. Позняков, І. Копотун, І. Коропатнік та інші. При цьому доводиться констатувати, що серед журналістикознавців, та й часто серед самих медійників сьогодні все ще немає одностайної точки зору щодо трактувань ключових понять – «військова журналістика» та «воєнна журналістика». Так, у праці «Українська журналістика та її воєнний сегмент: учора, сьогодні, завтра» В. Безсмертний зазначає: «Військова (воєнна) журналістика – жанр журналістики, який спрямований на пряме висвітлення бойових і конфліктних дій: війн, релігійних та етнічних зіткнень, контртерористичних операцій» [4, с. 101]. При цьому визначення «військового» і «воєнного журналіста», «військової» і «воєнної журналістики» в зазначеній праці є дискусійними, досить розмитими і вживаються як взаємозамінні.

Розмитими постають ключові визначення «військового журналіста» і «воєнного журналіста» і у праці «Військова журналістика: український аспект» (автори – І. Копотун, І. Коропатнік, М. Микитюк, О. Павлюк, С. Пасіка, С. Петков) [5], у якій «військова журналістика» зокрема трактується і як жанр [5, с. 5], і як напрямок [5, с. 3], і як спеціалізація [5, с. 6], і як сукупність матеріалів про збройні конфлікти [5, с. 8].

На нашу думку, у цьому контексті варто звернути увагу, що хоча лексеми «воєнний» і «військовий» і закріплені у словниках [10], проте мають різне тлумачення. Так, прикметник «воєнний» походить від іменника «війна» (і відповідно – має з ним спільний корінь). Отже, «воєнний» насамперед стосується війни (воєнні дії, воєнна загроза, воєнний стан, складний воєнний період, воєнні злочини, воєнні роки,

воєнна журналістика – та медіасфера, яка висвітлює війну).

Прикметник «військовий» походить від іменника «військо». А отже, «військовий» стосується насамперед війська (військова частина, військовий поїзд, військова академія, військова топографія, військова присяга, військові медіа – ті, які утворені при військових підрозділах тощо) [10].

Таким чином, коли йдеться про «військового журналіста», то передбачаємо насамперед, що це має бути фаховий військовий з додатковим фахом журналіста. Ще декілька десятиліть тому в Україні була потужна база підготовки військових журналістів, яка з різних причин була втрачена (як і у випадку з багатьма іншими військовими спеціальностями). Вторгнення росії в Україну змусило освітян повернутися до відновлення військової журналістики.

Воєнні журналісти – це медійники, які висвітлюють війну і працюють в умовах війни, але не є військовими.

Про історію становлення і розвитку військової журналістики (насамперед пресової) сьогодні вже є чимало праць [4; 5; 9]. Згодом цей масив періодики був тісно інтегрований у загальну мережу видань і посів чільне місце в інформаційному просторі країни. Водночас військова преса зуміла витворити власну інформаційну структуру в межах тодішнього медіапростору. На сучасному етапі до військових медіа належать насамперед «Інформаційне агентство Міністерства оборони України «Армія INFORM», «Військове телебачення України» (ЦТРС Міністерства оборони України), «Військове радіо «Армія FM» (ЦТРС Міністерства оборони України), Телерадіостудія Міністерства оборони України «Бриз» та інші.

Військова підготовка у військових журналістів дуже серйозна. Вони несуть військову службу поряд з іншими у військових підрозділах

і добре знають систему зсередини. Фактично вони є комбатантами – тобто такими особами, які входять до складу збройних сил країни, яка перебуває у стані воєнного конфлікту, і мають право безпосередньо брати участь у бойових діях.

Таким чином, доцільно говорити, що військова журналістика більше спрямована на інформування про військову справу в цілому. Вона охоплює широкий спектр тем, пов'язаних із армією, збройними силами, оборонною стратегією, військовими технологіями тощо. Воєнна журналістика фокусується переважно на воєнних конфліктах, воєнних діях та їхніх наслідках. Воєнна журналістика може охоплювати репортажі з місця подій, інтерв'ю з учасниками конфлікту, аналітичні матеріали про тактику та стратегію війни тощо. Воєнні події можуть бути висвітлені широким колом медіа, включаючи цивільних журналістів, користувачів соціальних медіа та багатьох інших джерел інформації.

При цьому незмінним повинно залишатися те, що й військові журналісти, і воєнкори повинні дотримуватися головних медіастандартів: оперативності інформації, достовірності, точності, повноти, відокремлення фактів від коментарів, дотримання балансу думок тощо.

Список використаних джерел

1. 16 лютого в Україні відзначають військових журналістів. Армія Inform, 16 лютого 2023. URL: <https://armyinform.com.ua/2023/02/16/16-lyutogo-v-ukrayini-vshnovuyut-vijskovyh-zhurnalistiv/> (дата звернення: 19.02.2024).
2. Акоюн К. А. Медіастика воєнного часу: військова журналістика в українсько-російській війні. *Functioning of the ukrainian media during martial law in ukraine scientific monograph*. 2023. С. 5–18.
3. Баранівська М. Сьогодні в Україні відзначають День військового журналіста. Детектор медіа. 16 лютого, 2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/223042/2024-02-16-sogodni-v-ukraini-vidznachayut-den-viyskovogo-zhurnalista/> (дата звернення: 19.02.2024).
4. Безсмертний В. Українська журналістика та її воєнний сегмент: учора,

сьогодні, завтра. К., 2020. 200 с.

5. Військова журналістика: український аспект. Укл.: Копотун І. М., Короватник І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. Київ. ВД «Професіонал», 2023. 676 с.

6. Гривінський Р. Як відродити військову журналістику? День. 2014. № 234. URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/yak-vidrodyty-viyskovu-zhurnalistyku> (дата звернення: 19.02.2024).

7. Кость С. Журналістика і війна: навчальний посібник. Львів: ЛНУ імені І.Франка, 2016. 414 с.

8. Ларіна Д., Нестеряк Ю. «Мар'ян Кушнір: «Я не обираю тему, вона обирає мене». URL: <https://knu.ua/news/13090> (дата звернення: 19.02.2024).

9. Позняков О.П. Історія української військової журналістики (XIX-го – початку XX століття): навчальний посібник. К., 2023. 160 с.

10. Тлумачний словник української мови. URL: <https://slovnuk.ua> (дата звернення: 19.02.2024).

УДК 004.774:070.422

Марія Дрозд,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. української і слов'янської філології та журналістики, керівниця відділу по роботі з обдарованою молоддю Юріна Ю. М.

ПОНЯТТЯ ІМЕРСИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: СТАНОВЛЕННЯ ТА ГОЛОВНІ ОСОБЛИВОСТІ

У дослідженні представлено історію та розвиток імерсивної журналістики, схарактеризовано головні особливості та риси цього виду журналістики.

Ключові слова: *імерсивна журналістика, віртуальна реальність, засоби масової інформації, інтерактивність, новітні технології, 360°-відео.*

The study presents the history and development of immersive journalism, characterizes the main features and features of this type of journalism.

Keywords: *immersive journalism, virtual reality, mass media, interactivity, the latest technologies, 360°-video.*

Імерсивна журналістика (далі – ІІ) – це розділ журналістики, який базується на використанні новітніх технологій та віртуальної реальності (далі – VR) для глибшого занурення аудиторії в оповідь історії. Прийоми та засоби, які застосовуються під час функціонування імерсивної журналістики, дозволяють не лише дізнатися новину, а й візуально взаємодіяти з нею. Розглянемо основні аспекти імерсивної журналістики:

1. На сучасному етапі становлення ця підкатегорія журналістики була представлена Нонні Де Ла Пенья, яка створила серію новин, використовуючи технології віртуальної реальності. Саме завдяки цьому аудиторія змогла дізнатися суть історії від першої особи. Після цього імерсивну журналістику почали використовувати такі ЗМІ, як «The New York Times», «The Guardian», «Al Jazeera» та «Euronews».

2. Технології, що використовуються під час створення інтерактивного контенту, відрізняються за рівнем інклюзивності та відсторонення від реального світу. Наприклад, при застосуванні окулярів віртуальної реальності людина більше поринає в інший світ, ніж при перегляді будь-якого 360°-відео.

3. Імерсивна журналістика зосереджена на аудиторії та її сприйнятті певної розповіді. Важливо відзначити, що імерсивна журналістика не дорівнює технологіям, що використовуються під час створення такого контенту. В основі ІІ лежить розповідь від першої особи таким чином, щоб реципієнт «проживав» цю новину так, нібито він знаходиться в центрі оповіді.

4. Однією з головних рис ІІ можна вважати ефект присутності, який, як наслідок, підсилює в аудиторії емпатію. За це найбільше відповідає технологія VR. Завдяки цьому імерсивна журналістика приводить до більш просоціальної поведінки реципієнтів, відчуття залученості, вираженого співчуття та більшого зацікавлення в будь-якій відтвореній темі.

5. Продукти імерсивної журналістики стирають межу між реальним та відтвореним світами. Аудіо- та візуальний контент додається до сценаріїв, які далі використовуються для програмування сцен віртуальної реальності. А світ, що створений комп'ютерними технологіями, також може стати цілком достовірною копією реального простору.

6. У імерсивних системах учасники можуть бути представлені по-різному. Зазвичай вони приймають вигляд цифрових аватарів. Наприклад, у такій віртуальній реальності як НМД, користувач бере участь у вигляді першої особи. Найкраще, коли рухи реальної людини відповідають рухам аватара. В ІІ сюжет розповіді може будуватися на виборі реципієнта: побачити цю оповідь самостійно чи завдяки одному з героїв історії.

7. До основних переваг ІІ належать: аудиторія виступає не просто спостерігачем, а може переживати історію в ролі головного героя; інформація та історії, відтворені за допомогою VR, стають більш вражаючими для реципієнтів; тепер журналісти мають змогу проявляти свою творчість не лише через текст, більше взаємодіяти з читачами та впроваджувати у свої медіа новий інноваційний контент; імерсивна журналістика доповнює традиційні жанри; аудиторія має більше можливостей, способів та пристроїв для отримання бажаної інформації.

8. Незважаючи на те, що ІІ є досить інноваційною, сучасною та розвинутою, у неї все ж таки є свої вразливі місця. Наприклад, платформи, де використовується VR, можуть бути сприятливими для підробки аудіо- та відеоматеріалів. Таким способом дуже легко маніпулювати подобою істини. Але для імерсивної журналістики використовуються такі ж етичні норми та правила, що й для традиційної. Дотримуючись їх, можна з користю використовувати цифрові платформи для задокументування фактів, історичних подій та журналістських розслідувань.

Список використаних джерел

1. De Bruin, Kiki, Yael de Haan, Sanne Kruikemeier, Sophie Lecheler, and Noelle Goutier. "A First-Person Promise? A Content-Analysis of Immersive Journalistic Productions." *Journalism*.2020. 23 (2): 479–498.
2. De la Peña, Nonny, Peggy Weil, Joan Llobera, Elias Giannopoulos, A. Pomés, Bernhard Spanlang, Doron Friedman, and MariaV Sanchez-Vives. "IJ: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News." *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*. 2010. 19 (4): 291–301.
3. Karlin, Beth, Kim Hyun Tae, Kelly Ruth, Blakley Johanna, Brenner Corinne, Riley Patricia. "Does Medium Matter? Exploring the Role of Virtual Reality in Journalism." The Media Impact Project of the USC Annenberg Norman Lear Center. 2018.

УДК 82-92:654.197(477)

Анастасія Кравченко,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. української і слов'янської філології та журналістики, керівниця відділу по роботі з обдарованою молоддю Юріна Ю. М.

**ЖИТТЄВІ ІСТОРІЇ ПРО ВІЙНУ
В УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕПРОГРАМАХ**

У рамках статті надано характеристику ключовим телепрограмам, які розповідають історію України через призму особистих історій.

Ключові слова: *війна, телепрограми, «#ВУкраїні», «Знайти своїх» та «Життя відомих людей».*

The article describes key TV programs that tell the history of Ukraine through the prism of personal stories.

Keywords: *war, TV programs, "#In Ukraine", "Find yours" and "Life of famous people".*

Вторгнення росії в Україну ознаменувало поворотний момент у міжнародних відносинах, викликавши обурення і засудження з боку світової

спільноти та кинуло похмуру тінь на принципи суверенітету та територіальної цілісності. У міру просування російських військ у міста та селища по всій Україні перетворювалися на поля битв: мирні жителі опинилися під перехресним вогнем, а їхнє життя змінилося через руйнівні наслідки війни.

Перші місяці війни стали для українського народу надзвичайно важким періодом. 24 лютого 2022 року, з метою інформування населення про ситуацію в Україні, був запущений всеукраїнський інформаційний телемарафон «Єдині новини». Новини 24/7, які створюються в його рамках, висвітлюють оперативні події тут і зараз [1]. Важливою частиною телемарафону стало створення телепрограм, різної тематики присвячених темі війни. Серед яких особливе місце займають телепрограми присвячені висвітленню життєвих історій населення.

Так, щоб розповісти історію України через призму особистих історій, відійшовши від традиційних жорстких новин та зосередивши увагу на зустрічах, почуттях та емоціях окремих людей були створені такі проєкти як: «#ВУкраїні», «Знайти своїх» та «Життя відомих людей».

«#ВУкраїні» – проєкт про людей, про унікальні місця та про боротьбу українців за свої права. Тематика випусків досить різноманітна, деякі із них: «Вижив у полоні і розповів про побачене: що роблять із полоненими військові РФ» (22.01.2024); «Потяг «Київ-Краматорськ»: історії кохання під час війни» (08.01.2024); Історія двійнят, які вижили під час авіаудару по мариупольському пологовому (25.12.2023); «Нас продали в рабство»: свідчення українки, яка пережила російський полон» (20.11.2023) [4].

«Знайти своїх». Ідея проєкту у його авторів народилася буквально у перші дні війни, оскільки в мережі активно поширювалися повідомлення про загублених дітей, дорослих людей. На сучасному етапі проєкт масштабується не лише в мережі, а й на телебаченні: щопонеділка о 21:00 у

марафоні «Єдиних новин» виходить телевізійний випуск проєкту, де розповідаються історії тих, кого розшукують і кого вже знайшли. Крім того, щодня у «Сніданку з 1+1» виходить рубрика, де глядачі можуть дізнатися актуальну інформацію та долучитися до пошуку [2].

«Життя відомих людей» – це своєрідний телевізійний журнал, який виходить на українському телебаченні з 2019 року та у рамках якого розглядаються ексклюзивні історії з життя знаменитостей: зірок шоу-бізнесу, спортсменів, політиків та бізнесменів – людей, яких знають в Україні та світі [3]. З моменту повномасштабного вторгнення проєкт був адаптований під умови часу та висвітлює життя зірок в умовах війни. Зокрема: «Які тортури пережила вагітна Мар'яна Мамонова у російському полоні»; «Олена Кравець відверто для ЖВЛ: Як війна змінила пріоритети в житті зірки» та інші.

Таким чином, розглянуті проєкти: «#ВУкраїні», «Знайти своїх» та «Життя відомих людей» є реакцією на сучасні події та розповідають історію України через призму особистих історій, відійшовши від традиційних жорстких новин та зосередивши увагу на зустрічах, почуттях та емоціях окремих людей.

Список використаних джерел

1. Єдині. Головне: в телемарафоні об'єднаних телеканалів з'явилися підсумкові новини. URL: <http://surl.li/qbhhd> (дата звернення: 12.01.2024).
2. Знайти своїх. URL: <https://poshuk.1plus1.ua/> (дата звернення: 12.01.2024).
3. Телеканал «1+1» запускає новий проєкт «Життя відомих людей». URL: <https://tsn.ua/glamur/telekanal-1-1-zapuskaye-noviy-proyekt-zhittya-vidomih-lyudey-1386231.html> (дата звернення: 12.01.2024).
4. #ВУкраїні. URL: <https://www.radiosvoboda.org/z/21129> (дата звернення: 12.01.2024).

УДК 316.77:004.624

Олександр Лазеба,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філол. н., проф., проф. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Баландіна Н. Ф.*

**ЕМОЦІЙНІСТЬ ЯК ОЗНАКА ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ
ЖУРНАЛІСТА В ЧАС ВІЙНИ
(на прикладі репортажів Ольги Кириленко)**

У статті з'ясовано роль емоційності в журналістських матеріалах на тему війни та підкреслено відповідальність журналіста в її зображенні. На основі контент-аналізу репортажів журналістки Ольги Кириленко показано способи репрезентації емоційності, увиразнено засоби її вираження та представлено особливості індивідуального стилю.

Ключові слова: емоційність, засоби вираження емоційності, відповідальність журналіста, індивідуальний стиль.

The article clarifies the role of emotionality in journalistic materials on the topic of war and emphasizes the journalist's responsibility in depicting it. On the basis of the content analysis of the reports of the journalist Olga Kyrylenko, the methods of representing emotionality are shown, the means of its expression are highlighted, and the peculiarities of the individual style are presented.

Keywords: emotionality, means of emotional expression, journalist's responsibility, individual style.

Журналістика – це професія слова, яке не тільки інформує, а й змінює емоційний стан людини, формує громадську думку. Шотландський філософ Девід Г'юм стверджував, що етична поведінка керується емоціями й відображає «внутрішнє чуття правильного й неправильного» [3]. Водночас керуватися емоціями чи виражати їх слід дуже обережно, особливо журналістам і особливо в умовах війни, коли доводиться стикатися з

жорстокістю, розпачем, сльозами. Медійники, на думку В. Михайленко, О. Саламатіної, М. Яцимірської та ін., повинні писати так, щоб смуток не перетворювався в руйнівний для психіки фактор. Талант журналіста закладається у відчутті міри, відповідальності та контролі над власним словом.

Емоційність у журналістських текстах використовується для того, щоб продемонструвати реальність та переконливість образів реального воєнного дійства. За кожним журналістським матеріалом криються індивідуальний стиль та креативність автора. Серед усього інформаційного потоку на тему війни, привертають увагу репортажі української журналістки Ольги Кириленко.

Мета цієї розвідки: з'ясувати роль емоційності в журналістських матеріалах Ольги Кириленко та виявити способи її репрезентації.

Об'єкт дослідження: репортажі Ольги Кириленко у виданні «Українська правда» на тему війни, *предмет* – засоби вираження емоційності та її авторські особливості.

Читаючи або прослуховуючи аудіо-версії матеріалів Ольги Кириленко, занурюєшся в реальність подій та на мить опиняєшся в центрі самої історії. Зазвичай із інформаційних телеканалів ми отримуємо короткі огляди важливих подій. Це підкреслює один із заголовків статті журналістки: «По телевізору кажуть, що ми перемагаємо. Знали б вони, якою ціною». Перебуваючи один день у стабілізаційному пункті Бахмута, Ольга з фотографічною точністю описує кожен свій крок та кожен куточок будівлі, аби відобразити місце, до якого періодично потрапляють українські військові. Купа медичного обладнання, ліки, хірургічне відділення, яке відокремлене лише блакитною фіранкою, військові речі, мішки залиті кров'ю та потом – все це чітко видно на прикріплених фотографіях та зазначено в тексті. Таким чином авторка передає емоційну напругу та

характеризує відважність й незламність наших захисників. Один із поранених, попри різкий біль та відкриті пошкодження тіла, не гає часу. Знаходячись на хірургічному столі, він доповідає командирі про виконання певного завдання, свій стан і місцезнаходження. Щоб хоч трішки розвіяти всі переживання, журналістка звертає свою увагу на приємний запах їжі та листи підтримки від школярів, що висять майже на кожній стіні стабпункту. Місцеві волонтери піклуються про військових, забезпечують їх чистим одяг для подальшої евакуації в шпиталь. Поранені завжди підбадьорюють настрій іншим своїми жартами. Всі сміються, допоки вистачить сил [2]. Хоч журналістка перебувала в пункті один день, читачі відчули всі емоції, які киплять там увесь час.

Порівнюючи життя на війні, де наші захисники ночами без відпочинку контролюють позиції, сплять в холодних окопах, лісах, степах і харчуються один раз на добу – іншим, немає на що скаржитися. Зараз із кожним влучанням ворожих ракет по об'єктам енергосистем, українське населення обмежують у електропостачанні. В таких умовах складно навчатися, працювати та планувати свої дії на майбутнє. Час постійно рухається і люди в ньому теж. У статті Ольга Кириленко порівнює зимову пору з полем бою, яке заповнене запахом пороху, поту, крові, цигарок і палива. Військові тримають в руках зброю, перебігають між окопами з однієї точки в іншу. У коридорі стабпункту жінці вдалося поспілкуватися з пораненим військовослужбовцем 57-бригади. У своєму матеріалі, журналістка намагається передати якомога більше деталей аби відобразити всі емоції та труднощі, з якими стикаються наші солдати на лінії фронту. Хоч і росіяни намагаються просуватися вперед – це не спиняє українську армію відвойовувати свої території. Розповідаючи про свого побратима, чоловік вибачається й різко завершує розмову і відвертається до стінки. Всі ми розуміє, що про такі речі боляче говорити. Це все негативно впливає на нашу

психіку та здоров'я. Спогади про вбивства та війну неможливо забути. Переважно після такого життя, людина у будь-якому діалозі застосовує лайливі слова. Журналістка може похвалитися своєю емоційною стриманістю та грамотністю. В репортажі вона робить повне цитування героя, замінюючи у словах образливого типу одну літеру на символ. Цілодобово до медичного пункту привозять поранених, їхня кількість тільки збільшується. Брудні пластикові носі, облиті людською кров'ю. Перша допомога надається людям для яких кожна хвилина стає вирішальною. Всі решта з уламками в тілі чекають в коридорі своєї черги. Попри тяжкі поранення, втрати кінцівок, захисники не зупиняються та продовжують визволяти свої території й чистити рідну землю від нечисті. Невідомо, коли настане кінець цієї жахливої історії. Громадяни не втрачають надії та продовжують жити далі. Кожен виконує свою роботу, цим самим люди допомагають Україні швидше наблизитися до перемоги [2].

Бойові дії тривають. Цивільні, які проживають поблизу окупованих територій, вимушені переїжджати в безпечне місце. Серед них, більшість відмовляється від цього. Кожен знаходить різні аргументи, щоб лишитися у власній оселі та сподіватися на краще життя. Роблячи відмову, люди продовжують страждати від російських обстрілів. Щоденно в будинки та багатоповерхівки влучають ворожі ракети. Наслідки бувають різними, тому потрібно також думати про своїх домашніх улюбленців. Під час переїзду, частина господарів залишають пухнастиків на вулиці, сподіваючись на те, що інші дбатимуть про них. Наші волонтери роблять все можливе аби врятувати кожного та знайти їм новий будинок і сім'ю. Перебуваючи у Бахмуті, Ользі вдалося поспілкуватися з місцевими волонтерами, які займаються цією справою не один рік. Щоб передати всі емоції читачам та телеглядачам, журналістська група домовилася з українськими помічниками пройти частину їхнього маршруту. Першими пунктами призначення були

міста та села. Кожна зустріч викликала купу емоцій. Цього разу, люди з посмішкою на обличчі передавали пухнастиків із одного місця в інше. Зазвичай, усіх поранених тваринок везуть у ветеринарну клініку Дніпра, решта їде на Київ до нових господарів. Наші військові не залишаються самотніми. Хоч їм і доводиться сидіти в окопах, повзати по землі, хоробрі собаки своєю присутністю підіймають настрій. Попри небезпеку, помічники регулярно відвідують гарячі точки та забирають врятованих тварин. Звичайно, що не кожен має можливість узяти до себе пухтастика, тому в такій ситуації інші допомагають матеріально, купуючи необхідні ліки та харчі. У статті журналістка відображає відважність та незламність українського народу. наших людей ніхто не зупинить, вони будуть боротися та захищати свої землі до повного виснаження. Ворог завжди був упевненим у власних силах. Але Україна довела, що вона нічим не слабша та здатна об'єднати людей у єдину й дружню родину [1].

Сьогодні журналісти публікують цікаві матеріали на різні теми. Читаючи більшість статей, можна переконатися в тому, що всі вони інформаційні, написані вправно, переконливо й виразно. Проте на їх тлі виділяються тексти Ольги Кириленко. Перебуваючи у подвійних лещатах правових і моральних обов'язків, вона вміло контролює територію слова, майстерно балансує між інформативністю та емоційністю. Її матеріали стали справжнім відлунням струн душ людських, історією особистостей, цілих родин.

Список використаних джерел

1. Подалі від війни. Як волонтери вивозять тварин із Бахмута : стаття. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/08/30/7365391> (дата звернення: 12.02.2024).
2. По телевізору кажуть, що ми перемагаємо. Знали б вони, якою ціною. Один день у стабілізаційному пункті Бахмута : стаття. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/12/15/7380884/> (дата звернення: 12.02.2024).
3. Юм Д. Трактат про людську природу: спроба запровадження експериментального методу міркувань про об'єкти моралі. К.: Всесвіт, 2003. 552с.

УДК 329.1:232

Діана Москалик,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Якубовська М. Г.

**ПОЛІТИЧНА МОБІЛІЗАЦІЯ ТА СОЦІАЛЬНІ РУХИ:
АНАЛІЗ ГУРТУВАННЯ НАВКОЛО ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО
ЯК РЕАКЦІЇ НА СУСПІЛЬНІ ЗАГРОЗИ**

У статті розглянуто дослідження явища політичної мобілізації та соціальних рухів в контексті адресування та реагування на суспільні загрози в українському суспільстві.

Ключові слова: *політична мобілізація, громадські рухи, Володимир Зеленський, суспільні загрози, групова динаміка, політична активність, громадська думка, громадянське суспільство, протестні рухи.*

The article deals with the study of the phenomenon of political mobilization and social movements in the context of addressing and responding to public threats in Ukrainian society.

Keywords: *political mobilization, social movements, Volodymyr Zelensky, societal threats, group dynamics, political activism, public opinion, civil society, protest movements.*

У світі, де громадяни постійно вимагають більшої участі у прийнятті рішень, політична мобілізація та соціальні рухи залишаються важливими механізмами впливу на політичні та соціальні процеси.

Аналіз останніх досліджень вказує на те, що політична мобілізація та соціальні рухи були критичними темами досліджень у галузі політології та соціології. Останні дослідження підкреслили важливість розуміння

динаміки політичної мобілізації та соціальних рухів у сучасному суспільстві.

Одним із ключових висновків є роль соціальних мереж у сприянні політичній мобілізації та організації соціальних рухів. Такі платформи, як Facebook, Twitter і Instagram, відіграли важливу роль у мобілізації великих груп людей для політичних протестів і кампаній.

Крім того, дослідники досліджували вплив глобалізації на політичну мобілізацію та соціальні рухи. Взаємопов'язана природа світу дозволила транснаціональним рухам формувати та відстоювати різні причини у глобальному масштабі.

Крім того, дослідження також зосереджувалися на взаємозв'язку політичної мобілізації та соціальних рухів, наголошуючи на складній взаємодії між такими факторами, як раса, стать, клас та етнічна приналежність, у формуванні участі людей у цих рухах.

Загалом нещодавні дослідження політичної мобілізації та соціальних рухів дали цінну інформацію про механізми масової активності та мінливий характер політичної участі в епоху цифрових технологій.

Методологія вивчення політичної мобілізації та соціальних рухів зазвичай передбачає поєднання якісних і кількісних методів дослідження. Якісні методи включають інтерв'ю, спостереження за учасниками та аналіз контенту медіаджерел, щоб отримати глибше розуміння мотивації та стратегії мобілізованих груп. З іншого боку, кількісні методи включають опитування та статистичний аналіз для виявлення закономірностей і тенденцій мобілізаційних зусиль. Дослідники також можуть використовувати порівняльний аналіз, щоб дослідити, як політична мобілізація та соціальні рухи змінюються в різних контекстах і періодах часу. Загалом, багатометодичний підхід часто використовується для комплексного аналізу політичної мобілізації та соціальних рухів.

Постановка завдання. Політична мобілізація стосується процесу залучення окремих осіб до політичної діяльності чи рухів, часто у відповідь на передбачувані загрози чи виклики в суспільстві. З іншого боку, соціальні рухи – це колективні дії, спрямовані на соціальні чи політичні зміни.

Групування навколо Володимира Зеленського можна розглядати як форму політичної мобілізації та громадського руху, особливо враховуючи його походження як коміка та аутсайдера в українській політиці. Прихід Зеленського до влади значною мірою був викликаний громадським невдоволенням існуючим політичним істеблішментом і бажанням змін.

Аналіз угруповання навколо Зеленського у відповідь на суспільні загрози включав би вивчення мотивацій його прихильників, проблем, які їх резонують, і стратегій, які використовує його рух для вирішення цих загроз. Також було б важливо розглянути роль соціальних мереж і цифрових технологій у мобілізації прихильників і поширенні послання Зеленського.

Підсумовуючи, вивчення політичної мобілізації та соціальних рухів навколо таких діячів, як Володимир Зеленський, може дати цінну інформацію про динаміку сучасної політики та реакції суспільства на передбачувані загрози.

Результати досліджень. Поняття політичної мобілізації являє собою процес активізації громадян у політичній сфері з метою досягнення конкретних цілей або вирішення конкретних проблем. Цей процес може включати різноманітні дії, такі як участь у виборчих процесах, масові протести, лобювання політичних інтересів тощо.

Важливим інструментом політичної мобілізації є соціальні мережі та організації. Громадяни можуть об'єднуватися в різні соціальні мережі або організації, такі як політичні партії, громадські об'єднання, профспілки тощо, щоб обговорювати свої інтереси та розробляти стратегії для їх досягнення.

Наступним є масові протести та акції, адже ми живемо у вільній країні з правом вільно висловлювати свої думки та позиції. Громадяни можуть виходити на вулиці, щоб висловити свою незгоду з конкретною політикою чи діями уряду, вимагати змін або привернути увагу громадськості до певної проблеми.

Голосування на виборах є одним із способів політичної мобілізації. Громадяни можуть використовувати своє право голосу для вибору політичних представників, які вони вважають найбільш сумісними зі своїми поглядами та інтересами [1].

Слід також виділити лобіювання інтересів, адже це процес впливу на прийняття рішень політичними чи громадськими організаціями з метою захисту певних інтересів або впровадження конкретних політик. Також, важливим елементом політичної мобілізації є поширення інформації про конкретні проблеми, ідеї та рішення, що можуть мобілізувати громадян для дії.

Наступним механізмом впливу на політичні та соціальні процеси є соціальні рухи. Соціальні рухи – це організовані зусилля груп громадян з метою впливу на суспільні процеси або досягнення конкретних соціальних, політичних або економічних змін. Ці рухи можуть виникати у відповідь на різноманітні проблеми або нерівності, а також спонукані бажанням змінити поточний стан речей.

Загалом, соціальні рухи можна охарактеризувати наступними категоріями.

Перш за все – це цільова спрямованість, адже соціальні рухи мають конкретну мету або набір цілей, які вони намагаються досягти. Ці цілі можуть бути різноманітними, від боротьби за права людини та соціальну справедливість до захисту довкілля або боротьби з дискримінацією [2].

Іншою характеристикою є масовий характер, адже вони зазвичай мають широку підтримку серед населення та можуть залучати велику кількість учасників, щоб виразити свої погляди та вимоги.

Деякі соціальні рухи можуть мати чітко визначену організаційну структуру, таку як лідерство, члени, комітети тощо, тоді як інші можуть діяти більш децентралізовано або спонтанно.

Соціальні рухи також використовують різноманітні стратегії та тактики для досягнення своїх цілей, такі як масові протести, громадські акції, лобіювання, економічний бойкот, цивільний непокір та інші [3].

Окрім того, соціальні рухи можуть мати значний вплив на суспільство та політику, спонукаючи до змін у законодавстві, політичному курсі, громадській свідомості та культурі.

І не менш важливою ознакою є довго тривалість, адже деякі соціальні рухи можуть існувати протягом тривалого часу, працюючи над досягненням своїх цілей шляхом послідовних акцій та заходів.

Соціальні рухи відіграють важливу роль у формуванні суспільства та політики, спонукаючи до змін і відстоюючи права та інтереси громадян. Вони часто є важливим механізмом для виявлення демократичної участі та громадського контролю.

Гуртування навколо Володимира Зеленського можна розглядати як реакцію на суспільні загрози з різних точок зору.

З точки зору політичної мобілізації можна виділити протестне голосування. Українське суспільство було втомлене корупцією, недовірою до традиційних політичних еліт та незадоволеним зростаючими економічними труднощами [4]. Гуртування навколо Зеленського під час президентських виборів 2019 року відображало бажання зміни статус-кво, а також надію на нову політичну еру з акцентом на боротьбу з корупцією та політичними реформами.

З точки зору соціальної мобілізації, підтримка Зеленського може бути спричинена також іншими соціальними та культурними факторами, такими як молодіжний рух, антиєстаблішментний настрій, підтримка з боку великих медіа та впливових особистостей тощо.

Ще однією точкою зору є військові загрози. З урахуванням конфлікту на сході України та анексії Криму Росією, безпека країни була однією з головних суспільних загроз. Гуртування навколо Зеленського, який обіцяв новий підхід до вирішення конфлікту та мирне врегулювання, може бути сприйняте як спроба забезпечити безпеку та стабільність.

Ще однією причиною гуртування навколо Зеленського стали економічні проблеми. Зростання безробіття, економічні труднощі та зростання цін на життя також сприяли розчаруванню в традиційних політичних силах та посилили попит на нового лідера, який обіцяв соціальну та економічну реформу.

Не менш важливу роль відіграли культурні фактори. Володимир Зеленський, як комік та телеведучий, відтінявся від традиційних політиків та пропонував свіжий погляд на політичну сферу. Його стиль спілкування та промови також привернули увагу широкої громадськості. Насправді, соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter і Instagram, відіграли важливу роль у мобілізації великих груп людей для політичних протестів і кампаній Володимира Зеленського в Україні. Ці платформи дозволили швидко і ефективно поширювати інформацію про акції, збирати прихильників і організовувати масштабні заходи. Зокрема, у 2019 році під час виборів українського президента Зеленського соціальні мережі виявилися важливим засобом комунікації з виборцями та прихильниками.

Окрім того, фільм "Слуга народу" відіграв значиму роль у мобілізації великих груп людей для політичних протестів та кампаній Володимира Зеленського шляхом відображення антикорупційного та антисистемного

повідомлення на екрані. Герой фільму, якого грає сам Зеленський, став символом боротьби простих людей з корупцією та неправдою в політиці. Його популярність серед глядачів допомогла змобілізувати громадську думку та підтримку для політичних ініціатив Зеленського.

Висновки. Отже, гуртування навколо Володимира Зеленського можна розглядати як складну реакцію на широкий спектр проблем, які виникли в Україні після Майдану та після підписання угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Поява гуртування навколо Володимира Зеленського свідчила про загальну нестабільність суспільно-політичної ситуації в країні. Політична мобілізація на підтримку Зеленського стала відповіддю на соціальні загрози, які спричинили певні негативні явища в суспільстві.

Список використаних джерел

1. Купманс, Рууд. Протест у поліцейському світі: майбутнє соціальних рухів. Oxford University Press, 2020.
2. МакАдам, Даг, Сідні Терроу та Чарльз Тіллі. Динаміка суперечок. Cambridge University Press, 2001.
3. Морріс, Девід. «Політична мобілізація та соціальні рухи: на шляху до концептуального синтезу». Американський соціологічний огляд 79, №. 6 (2014): 1282-1301.
4. Тіллі, Чарльз. Громадські рухи, 1768-2018 (3-є видання). Рутледж, 2020.

УДК 373.5

Анастасія Недоступ,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: к. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Лаврик О. В.

РОЛЬ І ФУНКЦІЇ СТОРИТЕЛІНГУ В ЖУРНАЛІСТИЦІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Розглянуто роль і функції сторітелінгу в журналістиці в умовах війни. Наголошено, що за сучасних обставин сторітелінг стає ефективним інструментом комунікації в медіа.

Ключові слова: сторітелінг, війна, журналістика, комунікація, медіа.

The study examines the role and functions of storytelling in journalism in wartime. In the context of war storytelling becomes a key communication tool.

Keywords: storytelling, war, journalism, communication, media.

Сьогодні, коли світ перенасичений фактами, в часи глобалізаційних процесів, а тим більше воєн, коли украй важливо зробити журналістський матеріал доступним для масової аудиторії, на допомогу медійникам приходять сторітелінг. Він дозволяє так структурувати повідомлення, що кожен факт чи подія набувають якісно нового значення, а розповіді стають знаряддями впливу на суспільство, на його переконання та реакцію. Здатність відтворити історію так, щоб вона була зрозумілою, об'єктивною та викликала емпатію, є надзвичайно важливою для інформування про події та людей, зміни поглядів та стереотипів. Зокрема, уміння правильно підібрати слова, відтворювати емоції і відчуття надає можливість людям у всьому світі зрозуміти й співчувати тим, хто потерпає внаслідок воєнних подій.

При цьому сильний наратив може впливати й на міжнародну спільноту, спонукати до допомоги та підтримки тих, хто опинився за складних обставин. З іншого боку, неправильно побудований наратив може спровокувати негативні наслідки: посилення розрізнених поглядів, збільшення напруги та конфліктів, маніпуляцію громадською думкою. Тому розуміння та дослідження ролі і функцій сторітелінгу в журналістиці в умовах війни є надзвичайно актуальним сьогодні. Вміння розповідати історії так, щоб вони були не лише правдивими, але й емоційними, є ключовим фактором впливу на суспільство та його реакцію на події.

Поняття сторітелінгу в журналістиці на сучасному етапі досліджують такі автори, як О. Васьківська, Р. Вербовий, С. Гаврилов, О. Коликова, О. Харитоненко та інші. Вони вивчають різні аспекти та методики використання сторітелінгу в журналістській роботі для ефективного розповідання історій та залучення аудиторії.

Під сторітелінгом у цьому контексті розуміємо таке мистецтво розповіді історій, яке може включати в себе різні способи подання інформації (писемний чи усний наратив, використання відео, фотографій, мемів, інфографіки та інших засобів і інструментів).

На сьогодні у журналістикознавстві сторітелінг розглядають і «як гібридний жанр, і як формат матеріалів, і як метод, і як прийом. Самі ж медійники означають його як невмирущий прийом, яким варто володіти журналістові» [3].

Так, О. Коликова наголошує, що сторітелінг є ефективною комунікаційною технологією з аудиторією, яка активно використовується в журналістській практиці. Дослідниця звертає увагу, що сторітелінг доповнює текстові матеріали елементами інтерактивності та мультимедійним супроводом, що органічно вдосконалює текст і формує єдину історію [4, с. 56]. Р. Вербовий розглядає сторітелінг як метод або

підхід до організації та подачі журналістських матеріалів, що структурує їх і робить більш зрозумілими та привабливими для аудиторії [2].

О. Харитоненко зауважує, що дослідження, присвячені вивченню нової стратегії розповіді у журналістських матеріалах, знову переживають черговий сплеск популярності. Це пов'язано зі зростанням конкуренції на медіаринку, розширенням засобів масової інформації та мережевих ресурсів, а також загальною тенденцією до втрати інтересу до новин і падінням практик читання та аналізу інформації серед більшості аудиторії. Це спонукає сучасних журналістів шукати нові методи представлення інформації [5, с. 243].

На думку О. Васьківської, успішний сторітелінг вимагає більшого, ніж просто створення історії. Історія повинна бути спрямована на цільову аудиторію і відповідати її цінностям, а також бути поданою споживачам інформації у відповідний час і у певному місці. Ідея сторітелінгу повинна бути доступною для аудиторії і розкритою під час розповіді [1, с. 281].

Відзначимо, що роль сторітелінгу в журналістиці набуває особливого значення в умовах війни. Війна обумовлює надзвичайно напружені обставини, коли інформація є ключовим засобом зв'язку з громадськістю, а також має значення для міжнародної спільноти. Саме через це сторітелінг стає важливим інструментом для журналістів. Адже роль сторітелінгу в журналістиці в умовах війни полягає не лише в розповіді про події, але й у змозі створювати співчутливі та емоційні історії, що сприяють глибокому розумінню та підтримці тих, хто потерпає від конфлікту.

Наголосимо, що сторітелінг в журналістиці в умовах війни виконує низку важливих функцій:

1. Подає глибше розуміння конфлікту. Сторітелінг дозволяє журналістам розкривати складні аспекти воєнних конфліктів через особисті історії учасників, жертв та свідків подій. Це допомагає глядачам та читачам

краще зрозуміти причини, наслідки та людські трагедії, пов'язані з війною.

2. Посилює співчуття та емпатію. Сторітелінг допомагає створити емоційний зв'язок між аудиторією та тими, хто страждає від війни. Він спонукає до співчуття та емпатії, що може підвищити рівень обізнаності та підтримки учасників конфлікту.

3. Виконує просвітницьку роль. Сторітелінг може бути важливим засобом для просвітництва, пояснення складних аспектів війни та її впливу на життя людей. Він допомагає зробити інформацію доступною та зрозумілою для аудиторії.

4. Забезпечує підтримку психологічного здоров'я. Історії, які розкривають особисті складнощі та переживання учасників війни, можуть служити важливим ресурсом для психологічної підтримки та підвищення свідомості про психологічні аспекти військових конфліктів.

5. Підвищує рівень уваги. Сильні історії, розповіді про героїчні вчинки або страждання залучають більше уваги аудиторії, допомагаючи привернути увагу до важливих питань, пов'язаних із війною.

6. Посилює ефективність повідомлення. Часто сторітелінг допомагає зробити складні теми та інформацію більш доступними та проникливими для аудиторії, що сприяє ефективнішому засвоєнню журналістських матеріалів.

Загалом сторітелінг у журналістиці в умовах війни виступає таким потужним інструментом, що допомагає перетворити складні теми в доступні та емоційно зрозумілі історії для аудиторії. Сторітелінг у журналістиці в умовах війни відіграє ключову роль у зближенні глобальних подій з індивідуальними долями, що допомагає не лише зрозуміти, а й відчувати вплив війни на людей та суспільство.

Проте, оскільки дослідження сторітелінгу в українському журналістикознавстві можна вважати відносно новим явищем, багато його

аспектів ще потребують глибшого й всестороннішого аналізу.

Список використаних джерел

1. Васьківська О. Є. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики. Людзь. 2021. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Вебровий Р. Інструментарій створення мультимедійного контенту. *Крос-медіа: контент, технології, перспективи*: колективна моногр, за заг. ред. В. Шевченко. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2017. С. 83-90.
3. Дорош М. Сторітелінг на папері та планшеті. Детектор медіа: вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6216/2012-09-13-storiteling-na-papери-ta-plansheti> (дата звернення 26.02.2024).
4. Куликова О. М. Сторітелінг як важлива складова професійної підготовки майбутніх журналістів. *The interaction of journalism, advertising and PR in the modern media space: International scientific conference*, Oct., 12-13, 2022. P. 53-56.
5. Харитоненко О. І. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітектоніки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку*: матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції. Вінниця, 2018. С. 243-249.

УДК 070:303.64

Анастасія Нечина,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Якубовська М. Г.

**РОЗВИТОК ЖАНРУ РОЗСЛІДУВАННЯ В СУЧАСНІЙ
ЖУРНАЛІСТИЦІ: ДОСВІД «ДЕТЕКТОР МЕДІА»
ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ**

У даній статті представлено розвиток жанру розслідування в сучасній журналістиці на прикладі досвіду українського інтернет-видання «Детектор медіа», розглянуто основні напрямки діяльності цього видання та проаналізовано його вплив на медіасередовище.

Ключові слова: *інтернет-видання, журналістське розслідування, моніторинг, аналітика, журналістська етика.*

This article presents the development of the investigative genre in modern journalism using the experience of the Ukrainian online publication "Detector Media", examines the main directions of this publication and analyzes its impact on the media environment.

Keywords: *Internet publication, journalistic investigation, monitoring, analytics, journalistic ethics.*

Жанр розслідування в сучасній журналістиці займає важливе місце, оскільки він дозволяє розкривати складні та сенсаційні історії, розкривати корупцію, порушення прав людини та інші соціально значущі теми. Один із провідних українських медіа-ресурсів, який активно працює у цьому напрямку, – «Детектор медіа» – це український медіаресурс, який спеціалізується на аналізі медіасередовища, розслідуваннях, моніторингу та аналітиці у сфері журналістики та медіа. Видання було засноване у 2002 році та швидко стало одним із найбільш авторитетних джерел інформації для журналістів, активістів громадськості та політиків.

Основні напрямки діяльності «Детектор медіа» такі:

1. Розслідування: Журналісти «Детектор медіа» активно проводять розслідування корупційних схем, порушень прав людини, політичних скандалів та інших соціально важливих тем. їхні матеріали часто стають основою для резонансних справ та реформ.

2. Моніторинг: «Детектор медіа» веде постійний моніторинг українських ЗМІ, аналізуючи їхню діяльність та виявляючи порушення професійних стандартів.

3. Аналітика: Видання публікує аналітичні матеріали про тенденції української журналістики, розвиток медіа-середовища та інші актуальні питання.

4. Навчальні програми: «Детектор медіа» проводить навчальні програми для журналістів, активістів громадськості та студентів, сприяючи підвищенню професійних навичок у сфері журналістики.

Завдяки своїй активній діяльності та високому рівню професіоналізму, «Детектор медіа» зарекомендував себе як важливий гравець на українському медіа-полі. Видання активно сприяє розвитку журналістської професії та формуванню критичного мислення серед громадян.

Історичний огляд розвитку жанру розслідування

Жанр розслідування в журналістиці має старовинні корені, але набрав особливої популярності у ХІХ-ХХ століттях. У цей час журналісти вперше почали активно розкривати корупцію, злочини та порушення прав людини. Журналісти-розслідувачі стали символами боротьби за правду та справедливість. З розвитком технологій та появою Інтернету жанр розслідування отримав новий імпульс для розвитку.

Роль «Детектор медіа» у розвитку жанру розслідування

«Детектор медіа» – один із найбільш впливових медіа-ресурсів в Україні, який активно працює у напрямку розслідувань. Спеціалісти цього видання проводять глибокий аналіз подій, викривають корупцію, політичну та економічну недобросовісність. Розслідування «Детектор медіа» часто стають основою для запуску резонансних справ та реформ.

Вплив «Детектор медіа» на медіа-середовище

Досвід «Детектор медіа» позитивно позначився на медіа-середовище України. Велика кількість читачів та глядачів цього видання свідчить про його популярність серед громадськості. Розслідування «Детектор медіа» спонукають інші ЗМІ до активного виявлення порушень та боротьби з корупцією. Вплив «Детектор медіа» на формування громадської думки та політичних процесів в Україні не можна переоцінити.

Розвиток жанру розслідування в сучасному журналістському середовищі є надзвичайно важливим для розкриття правди, боротьби з корупцією та покращення суспільства. Досвід «Детектор медіа» є яскравим

прикладом успішного використання цього жанру для досягнення громадських цілей. Важливо пам'ятати про важливу роль журналістської етики та об'єктивності у проведенні розслідувань. Надалі слід поглиблювати спроможності у цьому напрямку та сприяти подальшому розвитку журналістської професії.

Список використаних джерел

1. Детектор медіа – українське інтернет-видання про медіа. URL: <https://detector.media/> (дата звернення: 01.02.2024).
2. Адамович Н. Чи змінює війна стандарти журналістики, або Як писати про російські звірства, воєнні злочини й геноцид. URL: <https://zmina.info/articles/ukrayinskij-zhurnalistyczi-treba-perestaty-kompleksuvaty> (дата звернення: 01.02.2024).
3. Танай Г. Воєнна репортажистика: історії, що мають бути розказаними. URL: <https://archive.chytomo.com/news/voyenna-reportazhistika> (дата звернення: 01.02.2024).
4. Strategic Information Warfare: A New Face of War URL: http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR661/index2.html (дата звернення: 01.02.2024).
5. Доктрина інформаційної безпеки України URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514/2009> (дата звернення: 01.02.2024).

УДК [070.48:687.016]:005.332.2

Марія Рудницька,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. української і слов'янської філології та журналістики Мартос С. А.

ІСТОРИЯ Й СЬОГОДЕННЯ ФЕШН-ЖУРНАЛІСТИКИ

У дослідженні представлено важливість фешн-журналістики у житті суспільства, зокрема у висвітленні глобальних важливих подій людства, формування громадської думки та вплив на світогляд читачів, через призму висвітлення суспільно-важливих проблем.

Ключові слова: фешн, журналістика моди, фешн-індустрія, фешн-журналіст, фешн-видання.

The study presents the importance of fashion journalism in the life of society, in particular in the coverage of global important events of humanity, the

formation of public opinion and the influence on the worldview of readers, through the prism of coverage of socially important problems.

Keywords: *fashion, fashion journalism, fashion industry, fashion journalist, fashion publication.*

Фешн-журналістика відіграє важливу роль у формуванні культурних наративів, відображаючи суспільні зміни та впливаючи на світову індустрію моди. Від свого зародження до нинішнього статусу в медіа, фешн-журналістика зазнала значних трансформацій, пристосовуючись до динамічного ландшафту світу моди та постійно мінливих способів комунікації. Сьогодні фешн-журналістика охоплює висвітлення, аналіз і критику не лише модної індустрії, тенденцій та культурного впливу, вона торкається й інших важливих тем життя суспільства, наприклад війни в Україні. Уплив фешн-журналістики на формування поглядів сучасних людей зумовлює актуальність теми дослідження, сприяє розумінню механізмів функціонування індустрії моди сьогодення.

Історія журналістики моди досить барвиста. Вона охоплює періоди великих змін у культурі та суспільстві. Ця еволюція почалася ще в XIV столітті та триває донині.

Мода в сучасному розумінні почала з'являтися у Франції в XVI столітті, але перші прототипи модних журналів вийшли в Стародавньому Римі ще в I столітті до нашої ери. «Мода (фр. *mode*, лат. *modus* – міра, образ, спосіб, правило, припис) – це сукупність традицій, цінностей, смаків, ідеологій і стилів, прийнятих у певний період, у певному середовищі, у певній сфері життя або культури» [2]. Під модою також розуміють загальноприйняте ставлення до зовнішніх форм культури (способу життя, традицій, поведінки, одягу), що типові для конкретного періоду. Дослідниця Р. Андрєєва трактує моду як «відношення між людьми, предметами і середовищем в цілому» [3]. Тож у ширшому сенсі під модою розуміють не

лише стиль одягу або зовнішнього вигляду людини, а й подій, що відбуваються навколо.

Перші спроби модної журналістики датуються приблизно XVIII століттям, але справжнього розквіту ця індустрія сягла у XIX столітті. У цей період з'явилися перші модні газети, такі, як «Journal des Dames et des Modes» у Франції та «Godey's Lady's Book» у США. Ці видання висвітлювали не лише моду, але й культурні та соціальні проблеми й події. З появою фотографії наприкінці XIX століття модна журналістика отримала новий поштовх. Фотографії дозволили більш точно передавати деталі та фасони обраного одягу й подій. Тому журнали почали ширше використовувати фотографії поряд з малюнками та ілюстраціями [4].

У XX столітті фешн-журналістика стала свідком розквіту модернізації та гламуру. З'явилися нові видання, зокрема «Vogue» (заснований у 1892 році) та «Harper's Bazaar» (1867). Ці видання вплинули на культуру та визначили стандарти краси. У середині століття розпочалася ера телебачення, яка ще більше розширила вплив модної журналістики [1].

З появою інтернету та соціальних мереж в останні десятиліття XX століття журналістика моди завоювала цифровий світ. Великі видання створили онлайн-платформи, а багато інфлюенсерів почали використовувати соціальні мережі для просування моди. Це також призвело до збільшення доступності інформації про моду для ширшої аудиторії.

Нині мода виконує різноманітні соціально-психологічні функції: комунікативну, адаптивну, демаркаційну, виховну, обслуговуючи потреби кожної людини як окремої одиниці суспільства, так і людства в цілому. У цьому сенсі мода є регулятором соціальної поведінки, засобом масової комунікації, своєрідним соціальним стандартом, до якого варто прислухатися.

Яскравим прикладом стала повномасштабна війна в Україні. Індустрія

моди не залишилася осторонь цього явища. Про події в Україні заговорили відомі бренди, модні журнали та провідні діячі індустрії. Зокрема, українське незалежне діджитал-видання «FW-Daily» (Fashion-week daily).

«FW-Daily» – це інформаційне джерело, яке узагальнює матеріали про українську фешн-індустрію: від подій і нових колекцій до презентацій відомих фешн-блогерів і модельєрів. Журнал надає конкретні рекомендації щодо створення стильних образів для певного сезону тощо. Так, на сторінках можна знайти поради, як одягатись та проживати краще життя, сповнене військовою напругою. Наприклад, публікація «Підприємиця, волонтерка, танцівниця: образи осені'23» (29.09.2023) розповідає про колекцію одягу «ЕТНО», випуск якого український дизайнер Костянтин Омеля присвятив Дню Незалежності. Також у діджитал-виданні героями публікацій стають ті, хто був змушений покинути рідні домівки і почати нове життя та бізнес, демонструючи силу боротьби не лише із загальними, а й особистими труднощами, ті, хто не припиняє піклуватися про інших, щоб зробити світ кращим.

Україна завжди славилася своїми унікальними й талановитими модельєрами. «FW-Daily» вирішив підтримувати українських дизайнерів, допомагати їм презентувати свої творіння світові та посилювати їхній голос у цей непростий період. Модний журнал активно публікує та оглядає творчість видатних діячів української модної індустрії та пропагує національну гордість і єдність. Унікальні вишиванки, що символізують традиції та силу, з'являються на сторінках журналу. Крім того, в нових колекціях можна знайти інформацію про українську символіку, зокрема державний герб, який активно використовують у дизайні одягу, аби підкреслити єдність і підтримку. Модні дизайнери тісно співпрацюють з українськими митцями, щоб створювати унікальні дизайни, які втілюють дух і силу українського народу. Таким чином сучасна модна індустрія

миттєво реагує на резонансні події, що відбуваються довкола. І саме завдяки такій політиці фешн-видання навіть під час війни користуються популярністю серед читацької аудиторії [5]. Це видання виконує значущу місію, формуючи громадську думку та одночасно висловлюючи підтримку та співчуття у часи військового протистояння. Про це яскраво свідчить матеріал під назвою «Call for help!». В ній не лише розповідається про те, як російські військові знищують українські міста, а люди змушені ховатися в бомбосховищах і молитися за рідних та друзів з інших куточків країни. А й закликають від імені головного редактора FW-Daily.com читачів до допомоги, тим, хто перебуває у зоні військового конфлікту.

На Херсонщині в умовах війни фешн-журналістика простежується в іншому – підходах до подання інформації, публікаціях з яскравими фотографіями сучасних подій, цікавій графіці. Наприклад, Ірина Мячева – херсонська художниця, яка не тільки малює, але й влаштовує онлайн-аукціони і всі зароблені гроші переказує на потреби Збройних сил України. Мисткиня пережила окупацію та намалювала першу картину «Молимося за тебе рідненька» у березні 2022 року. На ній зображена лялька-мотанка, яка молиться за мир в Україні. Нині для журналістів херсонських регіональних ЗМІ мода і стиль – це манера подачі інформації. Місцеві фешн-журналісти завойовують читачів своєю сміливістю у висловлюваннях та аналізом сучасних подій. Вони не бояться висловити власну думку щодо стилю місцевих модниць і модників, розкриваючи найцікавіші та найавангардніші образи. Це робить їхні матеріали захоплюючими та непередбачуваними. Фешн-журналісти акцентують увагу на тому, як різні культури взаємодіють і впливають на створення унікальних образів. Вони розповідають історії через призму подій, демонструючи, як місцеві мешканці інтерпретують світові модні тенденції відповідно до свого унікального колориту. Так колорит херсонського стилю передає у своїх роботах фотограф Андрій

Андрющенко. Фотографії модних вуличних образів, зроблені ним, вражають своєю різноманітністю. Він акцентує увагу не лише на останніх трендах, але і на тому, як різні етнічні групи міста впливають на модний образ містян тощо.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну викликало бурхливу реакцію міжнародної спільноти. Політики, бізнесмени та культурні діячі віддали належне героїчній боротьбі українського народу, не лише запровадивши жорсткі санкції проти росії, а й підтримавши матеріальну та гуманітарну допомогу Україні. Війна росії проти України значно вплинула на індустрію моди. Так, відомі модні бренди влаштовують покази в підтримку України, організовують благодійні збори, створюють цілі колекції в знак поваги до українського народу. Окрім цього, у світі моди зростає попит на етнічно виготовлені товари. Fashion-Week Daily звертає увагу на соціальну відповідальність та підтримку в умовах війни. Онлайн-видання стає платформою для висвітлення благодійних акцій та проєктів, спрямованих на допомогу тим, хто постраждав внаслідок воєнних дій. Херсон та його ЗМІ взяли на себе завдання вивести фешн-журналістику на новий рівень, демонструючи унікальний погляд на події та стиль через об'єктив місцевих журналістів. Тож глобальні зміни у світі, зокрема війна в Україні, мають значний вплив на індустрію моди, змушуючи її реагувати належним чином на те, що відбувається.

Список використаних джерел

1. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? *Актуальні питання масової комунікації: науковий журнал* / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. 2013, Вип. 14. С. 65-69.
2. Демченко В. Д. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття. *Наукові записки*. К.: Інститут журналістики, 2002. Т. 8. С. 9-13.
3. Мельник М. Фешн-журналістика в епоху інтернет-медій. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2017. Випуск 42. С. 261, 266.
4. Мамич М. В. Мотиваційна та маніпулятивна інтенція медіатекстів під контенту «огляд моди» в журналі «Жінка». *Записки з українського мовознавства*. 2016,

Вип. 23. С. 228-238.

5. Сушкова О. І. Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості / О.І. Сушкова. Суми: Судум, 2009. 145 с.

УДК 811.111

Вікторія Сакаль,
*Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського*
Науковий керівник: асист. каф. лінгводидактики
та журналістики Гайкова А. Р.

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС У ФОРМУВАННІ НОВИХ ПОГЛЯДІВ У СУЧАСНОМУ ЗМІ

Дослідження присвячено питанню про трансформації сучасного публіцистичного дискурсу. Визначається залежність між станом інформаційного суспільства та сучасними засобами подання інформації, поширеними у ЗМІ.

Ключові слова: *публіцистичний дискурс, масова комунікація, лексика, засоби масової інформації, інформаційне суспільство.*

Journalistic discourse as a typical discourse of mass culture. There are regarded the transformations of the modern journalistic discourse. There is defined the dependence between the state of the information society and temporal means of information giving widely spread in mass media.

Keywords: *journalistic discourse, mass communication, vocabulary, mass media, informational society.*

Специфіка публіцистичного слова у тому, що його неодмінність носить оцінний характер, завжди соціально обумовлене і покликане впливати на аудиторію. Вплив у межах публіцистичної комунікації відбувається через діалог, відповідальність за організацію якого несе автор. Іноді авторитетність авторського висловлювання підмінюється його амбітним прагненням нав'язати аудиторії свою позицію. Очевидно, цим і

пояснюється позиція тих теоретиків та практиків журналістської справи, які вважають, що текст, який існує у медійному просторі, не обов'язково може бути закріплений за конкретним суб'єктом висловлювання. Підміна авторитету висловлювання авторитетом факту, опора на знеособлений текст є вразливою.

Появу подібної тенденції в нашій публіцистиці дослідники пов'язують із настанням «третьої хвилі» цивілізації та становленням інформаційного суспільства, в якому інформація (а вірніше – володіння нею) є важливим інструментом управління суспільством, визначальним фактором для існування та функціонування всієї інфраструктури та системи соціальних інститутів.

Тим часом, внаслідок соціокультурних змін змінюється характер взаємовідносин ЗМІ та аудиторії: в публіцистичній комунікації.

Метою публіцистичного дискурсу є не тільки інформування масового адресата, але й здійснення впливу на нього, це визначає логічність викладу інформації з її одночасним емоційним забарвленням [1].

Розгляд проблеми дискурсивності публіцистичного тексту природно торкається питання про співвідношення між двома поняттями – «журналістика» та «публіцистика». Більшість дослідників використовують термін «журналістика», співвідносячи його з багатозначністю даного поняття (це і безпосередньо професійне заняття, пов'язане з отриманням, обробкою та передачею інформації; і корпус соціальних інститутів; і система ЗМІ; і організація медійних процесів). Таким чином, автоматично під журналістикою мається на увазі і творчий процес. Виходячи з цього публіцистика сприймається як творча частина журналістської справи, що позначається на «нецікавості» до проблеми естетичної якості текстів.

Існують різні підходи до вивчення дискурсу, але досі немає єдиного тлумачення цього поняття. Необхідно теоретично осмислити природу

публіцистичного тексту як дискурсу та його роль комунікації. Потреба такому вивченні пов'язана принаймні з трьома чинниками, визначальними функціонування ЗМІ в Україні [3].

Фактор перший політичний. Вертикаль влади, що вибудовується в Україні, відводить ЗМІ роль каналу, що обслуговує насамперед інтереси владних структур усіх рівнів.

Фактор другий – соціокультурний. Визнання за публіцистикою права не лише формувати та формулювати громадську думку, а й висловлювати її, максимально актуалізує роль аудиторії у сприйнятті картини світу, створеної публіцистом. Постійно поновлюваний діалог автора та аудиторії перетворює інформаційний простір на безперервно діючий механізм, що бере участь у вдосконаленні суспільних відносин.

Фактор третій – технологічний. В інформаційному просторі йде безперервний процес функціонального зближення СМЯ та ЗМІ. Технологічні досягнення останніх десятиліть перетворюють канали зв'язку із засобів доставки інформації у засоби образного вирішення конкретних творчих завдань. Мультимедійність публіцистичних образів – конкретне підтвердження цього. Одночасно, перш за все в Інтернеті, видозмінюється роль споживача інформації, який активно спонукається до співтворчості.

Виразність висловлювання у публіцистичних текстах створюється переважно за рахунок навмисної, іноді перебільшеної, експресивності. Дуже часто під час створення публіцистичного тексту використовується метафоричне поєднання чи фразеологізм. Для фразеології характерна образна метафора, що лежить в основі фразеологічних одиниць, що відображають стандартні ситуації у певний історичний період життя мовного колективу. Будь-яку контекстну фразеологічну одиницю читач може розшифрувати шляхом відновлення подібності, якою проходить ідіома, мотивована з урахуванням метафори. Авторами активно

використовуються такі метафоричні образи: широкий розмах боротьби, вільні економічні зони – це оази благополуччя у морі сліз, економіка чітко утримує свої привілеї [2].

Взаємопов'язані між собою ці чинники і пояснюють той інтерес, який проявляється сьогодні до вивчення дискурсивності публіцистичного тексту, і ті дискусії, які породжені реальною дійсністю.

Таким чином, публіцистичний дискурс є типовим дискурсом масової культури, оскільки продукується у ЗМІ та призначений для широкого загалу читачів. У зв'язку з соціальними та політичними змінами в українському суспільстві публіцистичний дискурс зазнав істотних змін – мова газет та журналів стала іншою, тепер вона оперує «новими» словами, які складають лексикон сучасної масової культури.

Список використаних джерел

1. Бялик В. Д., Шкрібляк М. П. Загальна характеристика публіцистичного дискурсу. *Науковий вісник ХДУ*. Херсон: 2020. С. 70–74. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-1-10> (дата звернення: 24.02.2024).
2. Гайкова А. Р., Гайкова Т. В. Мова медіа в просторі сучасної реклами. *Ідеї академіка Вернадського та науково-практичні проблеми сталого розвитку освіти і науки*: зб. матеріалів конференції. Кременчук: ПП Щербатих О. В., 2023. С. 15–16. DOI <https://doi.org/10.32782/2079-5009.2023.1.4> (дата звернення: 24.02.2024).
3. Навчальні матеріали онлайн. Хто є у медіа? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9mEuA8nI9uA> (дата звернення: 24.02.2024).

УДК 007:070

Дар'я Сисоєва,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Лаврик О. В.

РЕЦЕНЗІЯ ЯК ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ ТА КОМУНІКАЦІЇ: ФУНКЦІОНАЛЬНЕ НАВАНТАЖЕННЯ

Досліджено рецензію як жанр журналістики та комунікації. Проаналізовано основні характеристики та внутрішні властивості рецензії, її функціональне навантаження та ризики подачі інформації про те чи інше мистецьке явище.

Ключові слова: рецензія, медіажанр, аудиторія, функції, комунікація.

The review was studied as a genre of journalism and communication. The main characteristics and internal properties of the review, its functional load and the risks of providing information about this or that artistic phenomenon are analyzed.

Keywords: review, media genre, audience, functions, communication.

У сучасному світі з його швидкими темпами та перенасиченим інформаційним простором рецензії стають не лише джерелом вражень і оцінок, але й інструментом, що допомагає споживачам орієнтуватися у великому потоці інформації та зробити свій вибір. Цей жанр відіграє важливу роль у формуванні суспільної думки, оцінці культурних та інтелектуальних продуктів, а також у сприянні взаєморозумінню між автором рецензованого твору та аудиторією. Рецензії сприяють розвитку критичного мислення у читачів, адже можуть навчити аналізувати та оцінювати різноманітні аспекти культурних та інтелектуальних продуктів. Рецензії можуть також впливати на культурний розвиток, сприяючи

визнанню та популяризації творчих досягнень, а також вказуючи на слабкі аспекти та недоліки того чи іншого мистецького явища. Для журналістів, які пишуть рецензії, цей жанр є важливим засобом розвитку їхньої професійної майстерності та креативності. Він вимагає від медійників уміння аргументувати свої думки, аналізувати, розуміти та виражати власні враження.

У цілому рецензія як жанр журналістики та комунікації залишається надзвичайно актуальним і важливим інструментом у сучасному інформаційному суспільстві. Вона допомагає сприймати, розуміти та оцінювати культурні та інтелектуальні продукти, а також впливає на формування суспільної думки та розвиток критичного мислення.

А. Миколаєнко вважає, що рецензія передбачає детальний аналіз твору з метою визначення його зовнішніх зв'язків, таких, як соціальні та загальнокультурні аспекти, а також визначення загальнолюдської цінності. Також рецензія спрямована на формування в аудиторії так званих естетичних ідеалів [2, с. 34].

Рецензія – це жанр журналістики, який призначений для оцінки та аналізу творів мистецтва, літератури, фільмів, музики тощо. Вона є одним із інструментів комунікації між творцями та аудиторією, а також може служити додатковим джерелом інформації для потенційних споживачів. Основна мета рецензії – надати читачам об'єктивну оцінку твору, допомогти їм зробити власний вибір щодо того, чи варто звернути увагу на той чи інший мистецький матеріал.

І. Михайлин визначає три основні види рецензій: анотаційна рецензія (цей тип передбачає невеликі розміри, описовий характер та спрощену популяризацію мистецького матеріалу); відкритий лист (у цьому варіанті рецензії міститься звернення та бесіда з адресатом, надаючи тексту більш особистісного характеру); аналітична рецензія (цей тип характеризується

порівняно невеликим обсягом, витлумаченням твору та оцінкою його місця в мистецькому процесі) [1, с. 239].

Функції рецензії як жанру журналістики та комунікації включають:

1) Інформаційну функцію. Рецензія надає інформацію про певний об'єкт (книгу, фільм, виставку, подію тощо), розкриваючи його суть, особливості, переваги та недоліки. Це допомагає читачам сформувати уявлення про предмет рецензії та вирішити, чи вони зацікавлені в ньому.

2) Критичну функцію. Рецензія може містити критичний аналіз об'єкта, висловлювати судження про його якість та важливість. Це допомагає стимулювати діалог і відкрите обговорення про культурні явища та сучасні проблеми.

3) Орієнтаційну функцію. Рецензія може слугувати орієнтиром для аудиторії, допомагаючи вибрати серед великої кількості пропозицій ті, які найбільше відповідають інтересам та смакам аудиторії [1].

Загалом рецензія виступає методом і способом комунікації з аудиторією, авторами творів, які обговорюються. Як метод комунікації рецензія передає інформацію про об'єкт огляду через мовні засоби та структуру тексту. Вона допомагає переказати враження та емоції автора щодо рецензованого твору чи події, а також передати аналітичні думки та оцінки. Як спосіб комунікації рецензія встановлює двосторонній зв'язок між автором рецензії та аудиторією. Вона стимулює обговорення, дискусії та обмін думками про об'єкт рецензії. Крім того, рецензії можуть виконувати функцію зворотного зв'язку, коли авторам творів обговорення надається можливість не лише отримати відгуки та реакції аудиторії на свою творчість або мистецький продукт, але й відповісти на них.

Отже, рецензія в журналістиці не лише передає інформацію та оцінки, а і є засобом активної комунікації, яка сприяє взаєморозумінню, обміну думками та встановленню відносин між авторами, аудиторією та

обговорюваним об'єктом.

Рецензія як жанр журналістики та комунікації має спрямованість на різну аудиторію в залежності від контексту та специфіки обговорюваного об'єкта. Вона може бути адресована широкому загалу читачів або спеціалізованій аудиторії залежно від тематики та характеру рецензованого предмета. Наприклад, деякі рецензії спрямовані на загальну аудиторію, яка може бути зацікавлена в різноманітних темах, таких, як фільми, книги, музика або вистави. Ці рецензії зазвичай мають доступну мову та структуру, спрощуючи розуміння мистецького явища для широкого кола читачів. Деякі рецензії призначені для спеціалізованої аудиторії, такої, як фахівці у певній галузі, або ті, хто цікавиться конкретною темою. Рецензії також можуть бути спрямовані на певну цільову аудиторію, таку, як діти, підлітки, дорослі, або певні групи споживачів. Деякі рецензії адресовані професійним аудиторіям, таким, як колеги-журналісти, критики, або фахівці в певній сфері, і можуть містити більше спеціалізованої інформації.

Відповідно – спрямованість рецензій на різну аудиторію визначається потребами та очікуваннями читачів, а також стратегією видання чи автора. Такий підхід допомагає забезпечити максимальну ефективність комунікації та задоволення потреб різних категорій аудиторії. І це важливий аспект розуміння та аналізу цього жанру журналістики та комунікації.

З вище зазначеного можна констатувати, що в сучасному інформаційному просторі рецензія постає важливим жанром журналістики та комунікації, відіграючи значущу роль у формуванні суспільної думки та впливі на сприйняття культурних, літературних, кінематографічних та інших творів. Однак існує ряд проблем, пов'язаних із сутністю та функціями цього жанру, його впливом на суспільство та професійними аспектами в роботі журналістів. Серед цих проблем можуть бути: питання об'єктивності та суб'єктивності в рецензійному процесі, роль критики у формуванні

смакових уподобань аудиторії, а також вплив рецензій на творчий процес самого автора.

Зауважимо, що рецензія, як і будь-який інший текст, не може бути повністю об'єктивною, оскільки її створює автор зі своїми власними досвідом, смаками, переконаннями тощо. Тому кожна рецензія містить певну долю суб'єктивності. Однак журналісти повинні дотримуватися етичних принципів і намагатися дати об'єктивну оцінку мистецького явища, враховуючи як позитивні, так і негативні аспекти твору чи події, яку вони рецензують.

Також відзначимо, що рецензії можуть впливати на смакові уподобання аудиторії, оскільки в них часто акцентується на певних аспектах твору чи мистецької події. Це особливо актуально у випадку кіно-, музичних або літературних рецензій, де думка критика може стати вагомим фактором для прийняття рішення щодо перегляду, прослуховування чи читання певного твору.

І, звісно ж, рецензії можуть мати великий вплив на творчий процес самого автора рецензованого твору, особливо якщо вони містять критику або заохочення. Позитивна рецензія може надихнути митця на подальші творчі досягнення, тоді як негативна може викликати роздуми щодо своєї роботи або навіть вплинути на зміну творчої стратегії.

Загальною тенденцією є те, що рецензії в журналістиці, хоч і не завжди об'єктивні, відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки та сприйнятті творів і подій. Оскільки це жанр журналістики та комунікації, важливо, щоб вони були обґрунтовані, добре написані та відображали різноманітні точки зору.

Отже, рецензія – це важливий жанр журналістики, що має свої особливості та функціональне навантаження. Вона дозволяє оцінювати та аналізувати різноманітні мистецькі явища: від книг і фільмів – до

мистецьких виставок та подій. Основні підходи до написання рецензій можна розділити на об'єктивний та суб'єктивний. Об'єктивний підхід передбачає аналіз фактів та об'єктивних характеристик, тоді як суб'єктивний – це враження та особиста думка автора рецензії. У сучасному світі рецензії часто стають об'єктом суспільної дискусії та критики. Зокрема, через вплив соціальних мереж та інтернет-платформ, думка рецензента може мати значний вплив на сприйняття мистецького явища аудиторією.

Список використаних джерел

1. Журналістика: словник-довідник, авт.-уклад. І. Л. Михайлин. Київ: Академвидав, 2013. 320 с.
2. Миколасенко А. Жанрові особливості сучасної української медіакритики. *Синопис: текст, контекст, медіа*. 2021, 27 (1), С. 32–38.

СВІТОВА ЖУРНАЛІСТИКА В ЕПОХУ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

УДК 174:070

Вікторія Білобжевська,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: ст. викл. каф. інформаційної діяльності
та медіа-комунікацій Татакі О. О.

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА-МІЖНАРОДНИКА

Метою дослідження є характеристика основних принципів і цінностей, що становлять журналістську етику, огляд основних етичних норм, якими повинні керуватися у професійній діяльності журналісти-міжнародники, зокрема, таких як правдивість, об'єктивність, незалежність, захист прав людини.

Ключові слова: *журналістська етика, професійні стандарти, нормативно-правові акти, відповідальність, етичний кодекс журналістів, закон, право, мораль.*

The purpose of the study is to characterize the main principles and values that constitute journalistic ethics, an overview of the main ethical norms that international journalists should be guided by in their professional activities, in particular, such as truthfulness, objectivity, independence, protection of human rights.

Keywords: *journalistic ethics, professional standards, legal acts, responsibility, ethical code of journalists, law, morality.*

У сучасному світі гостро постало питання журналістської етики. Наука, література та мистецтво значною мірою актуалізують чимало проблем, котрі потребують негайного вирішення. Наприклад, питання екології, домашнього насилля, права LGBT+ меншин, жорсткого поводження з тваринами та багато інших.

Розвиток журналістської діяльності в демократичному суспільстві вимагає від журналістів дотримання етичних норм та високо-професійного усвідомлення суспільної відповідальності за достовірність та якість поширюваної інформації [2]. Основні етичні цінності, складові етичної культури – доброта, совість, людяність, чесність, порядність – безперечно є підґрунтям журналістської діяльності щодо формування громадської думки, свідомості членів суспільства, ефективного впливу на почуття та життя людей. Журналісти, зокрема журналісти-міжнародники, в ідеалі, мають стати взірцями моральності, а їхні професійні доробки повинні відповідати високим критеріям, серед яких на першому місці критерії істини та добра.

Журналіст має свободу слова та свободу вибору, але це не повинно суперечити основним етичним нормам та правилам. Журналіст постає перед складним вибором щодо дотримання етики у прийнятті рішення. І в кожному окремому випадку він повинен самостійно вирішити, що «допустимо» чи «недопустимо» у його професійній діяльності. З цієї причини особисті якості журналіста особливо важливі, адже, незважаючи на об'єктивність поданої інформації, він передає факти через власні фільтри.

Головним етичним принципом є принцип гуманізму. Він означає визнання цінності людини як особистості, її права на вільний розвиток та демонстрацію своїх здібностей; добро людини як критерій оцінки соціальних відносин. У професійних етичних кодексах принцип гуманізму читається як право на отримання надійної, точної, повної та неупередженої інформації, що сприяє створенню відповідного образу світу для всіх, хто займається журналістською діяльністю. Журналістам слід говорити про всі позитивні та негативні сторони людської природи, навіть коли багатьом це не подобається, цінувати власні культурні цінності, не нав'язуючи їх іншим, уникати стереотипів про людей, пам'ятаючи, що збір та публікація інформації може завдати шкоди і спричинити біль [5, с. 26].

Чинним міжнародним документом етики журналістів, який підтримує Європейська Медійна Спілка, є Міжнародні принципи журналістської етики, прийняті на четвертій Консультативній зустрічі міжнародних і регіональних журналістських організацій, яка відбулася в 1983 р. спочатку в Празі, а згодом – у Парижі. Є десять міжнародних принципів професійної етики журналіста:

1. Право людей на отримання правдивої інформації.
2. Вірність журналіста об'єктивній реальності.
3. Соціальна відповідальність журналіста.
4. Професійна чесність журналіста.
5. Загальнодоступність засобів масової інформації й участь громадськості в їх роботі.
6. Повага до приватного життя.
7. Повага до громадських інтересів.
8. Повага до загальнолюдських цінностей і різноманіття культур.
9. Усунення війн та іншого зла, що протистоїть людству.
10. Сприяння новому міжнародному порядку в галузі інформації [2].

Невід'ємною складовою якісної журналістики є важливість неухильного дотримання усіх журналістських стандартів та етики під час збройного конфлікту. Саме дотримання професійних стандартів та принципів етики забезпечує виконання головної місії журналістики – служіння суспільству через донесення правди. Кожен член суспільства має право не просто на інформацію, а на інформаційне забезпечення його діяльності, вільного вибору поведінки, умовою якого є знання, тобто володіння правдивою інформацією. Недопустимість порушення журналістської етики в умовах війни, а також дотримання професійних стандартів є базовими засадами для виконання місії та функцій журналістики.

Етичні стандарти нерозривно взаємопов'язані з професійними стандартами журналістики, як влучно зазначив Андрій Куликов, голова Комісії з журналістської етики, співзасновник «Громадського радіо»: «Суть професійних стандартів – правдива і вчасна інформація. Наша аудиторія потребує саме правдивої і вчасної інформації. Інакше ми виявляємо неповагу до тих, хто залежить від нашої роботи. Правдива і вчасна інформація рятує життя. Брехня і поспіх або, навпаки, затримка повідомлення занапащають життя. Вибір простий – хочеш зберегти Україну, хочеш вберегти українок та українців – доклади усіх своїх професійних знань, щоб сповістити їх про небезпеку, про загрозу. Доклади уможливлених професійними стандартами та навичками здатностей і здібностей, щоб показати, як можна з успіхом використати набутий досвід для перемоги. Покажи, як виживати для того, щоб вижили інші. Щоб вижило якомога більше з нас. Бо ще ж так багато роботи після перемоги.» [3, с. 3]. Тож професійне виконання журналістом своєї роботи означає ретельне дотримання ним Кодексу етики журналіста – документа, що визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків.

Так Кодекс етики українського журналіста, який затверджено 12 грудня 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України, визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст нашої держави має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків. Кодекс містить 19 статей, що написані на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів, Конституції України та чинного законодавства (<https://cje.org.ua/ethics-codex/>).

Епоха цифровізації та інформатизації традиційні конфлікти перемістила у принципово новий простір – інформаційний, де маніпуляції та технології впливу набувають дедалі ширшого використання.

Інформаційна війна – це суперечка або конфлікт, який відбувається не на полі бою, а в інтернеті, ЗМІ, соціальних мережах і телебаченні. У цьому виді конфлікту сторони намагаються вплинути на громадську думку, розповсюджуючи інформацію, що може бути правдивою або хибною, з метою вплинути на погляди та дії інших людей. Це може включати в себе розповсюдження пропаганди, дезінформації, кібератаки, а також використання різних технологій для впливу на громадську думку. Медіа створюють не лише картину регіону, але й картину світу, і пояснюють нам, що там відбувається, бо аудиторія вимагає цих пояснень. ЗМІ, якщо вони фахово ведуть інформаційну війну, чітко не кажуть, що зле, а що – добре, нібито пропонують глядачеві зробити вибір. Журналісти визначають, що є пріоритетом на сьогодні [1, с. 40].

Інформаційні війни та інформаційний терор не лише породжують серйозні виклики для глобальної безпеки, але й також створюють суттєві етичні дилеми для журналістів-міжнародників, які відіграють ключову роль у формуванні образу подій у світі.

По-перше, вони стикаються з питанням довіри та об'єктивності. Спроби впливу на інформаційний простір через розповсюдження дезінформації та фейкових новин можуть значно ускладнити завдання журналістам забезпечити достовірність та об'єктивність інформації.

По-друге, етика журналіста-міжнародника вимагає від нього здатності розпізнавати інформаційні маніпуляції та утримуватися від їх поширення. Це покладає на них відповідальність за перевірку фактів та переконання у правдивості поданої інформації.

По-третє, журналісти-міжнародники відіграють важливу роль у протидії інформаційному терору, який може викликати паніку та хаос у глобальному суспільстві. Етика вимагає від них здатності збалансовано та обачно реагувати на інформаційні загрози, запобігаючи поширенню паніки.

Отже, «практикувати етику в журналістиці означає практикувати правду. В основі етики – дбайливе ставлення до аудиторії, не введення публіки в оману, навіть заспокійливу, солодку, таку часом приємну, але завжди – не прийнятну» [4, с. 4].

Список використаних джерел

1. Дворянин П. Новини як інструмент інформаційної війни: регіональний аспект. 2014. С. 39–42.
2. Професійна етика журналіста. Зasadничі принципи. URL: <http://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/> (дата звернення: 20.02.2024).
3. Саморегуляція українських медіа під час дії воєнного стану в Україні. З досвіду роботи Комісії з журналістської етики : аналітично-довідковий збірник / за заг. ред. Л. Кузьменко, Л. Куц, М. Дворового, О. Погорелова. Київ : Комісія з журналістської етики, 2022. 90 с.
4. Посібник з журналістської етики / [Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Куц Л.]. К. : Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с.
5. Сопільняк М. Журналістська етика: питання моралі. *World science: problems, prospects and innovations*. Abstracts of the 7th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Toronto, Canada. 2021. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/vii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiyaworld-science-problems-prospects-and-innovations-24-26-marta-2021-goda-torontokanada-arhiv/>

УДК 392.5 (477)

Сергій Вальчук,

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗБЕРЕЖЕННЯ І ТРАНСЛЯЦІЮ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ В УКРАЇНСЬКІЙ ДІАСПОРІ США: ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

У дослідженні порушується питання використання українською діаспорою США інтернет-ресурсів для збереження та трансляції своєї культурної спадщини.

Ключові слова: *українська діаспора США, культурна спадщина, національна ідентичність, інтернет-ресурси, трансляція культурних традицій*

The study raises the question of the use of Internet resources by the Ukrainian diaspora in the United States to preserve and broadcast their cultural heritage.

Keywords: *Ukrainian diaspora of the USA, cultural heritage, national identity, Internet resources, broadcasting of cultural traditions*

У сучасному світі, де глобалізація та технологічний прогрес стрімко змінюють наше життя, важливо розглянути, як ці зміни впливають на культурні традиції. Особливо це стосується української діаспори в США, яка використовує інтернет-ресурси для збереження та трансляції своєї культурної спадщини.

Культурні традиції є живим організмом, який розвивається та адаптується до сучасних умов. Українська діаспора в США, яка налічує мільйони осіб, знаходить нові шляхи для збереження своєї ідентичності через сучасні технології [1-4].

Сучасні технології, особливо інтернет, надають безпрецедентні можливості для збереження культурних традицій. Вони дозволяють швидко та ефективно обмінюватися інформацією, знаннями та культурними практиками.

Інтернет-ресурси, такі як соціальні мережі, блоги, онлайн-бібліотеки та архіви, стають платформами для трансляції української культури. Вони допомагають українцям у США зберігати зв'язок з рідною культурою та передавати її наступним поколінням.

Інтернет допомагає зберігати традиційні форми мистецтва, музику, літературу та історичні записи. Онлайн-курси та вебінари надають можливість вивчати українську мову, історію та культуру, незалежно від місця проживання.

Інтернет також сприяє трансляції культурних традицій. Через онлайн-трансляції свят, фестивалів та культурних заходів, українська діаспора може ділитися своєю культурою з широким колом людей по всьому світу.

Незважаючи на позитивний вплив, існують виклики, пов'язані з цифровізацією. Інформаційне перенасичення, збереження автентичності та захист інтелектуальної власності наявні серед основних проблем.

Сучасні технології мають величезний потенціал для збереження та трансляції культурних традицій української діаспори у США. Використання інтернет-ресурсів дозволяє не тільки зберегти, але й збагатити українську культуру, роблячи її доступною для широкого кола людей.

Список використаних джерел

1. Біловус Л. Україномовні періодичні видання США про культурну самопрезентацію української діаспори як способу збереження національної ідентичності. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 5. С. 46-50.
2. Лозко А. М. Соціальні мережі як один із способів популяризації української культури: Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістр спеціальності «Журналістика». Київ: Національний авіаційний університет, 2022. 86 с.

3. Мазука Л. Модифікація державної політики збереження національної ідентичності закордонних українців. *Політичні дослідження / Political Studies*. 2022. №2 (4). С. 160-179.

4. Соболев О.М. Духовно-культурні засади збереження національної ідентичності американських підлітків українського походження в освітніх закладах США: дис. на здобуття наук. ст. кандидата педагогічних наук: 13.00.01 / Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Київ, 2021. 244 с.

УДК 94(477)

Віталій Галентюк,

*Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.*

МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ США ТА УКРАЇНИ

У дослідженні розглянуто моделі взаємодії української діаспори США та України, що включає культурний обмін, економічну підтримку, політичне лобювання, освітні ініціативи.

Ключові слова: *українська діаспора США, Україна, ідентичність, культурний обмін, економічна підтримка, політичне лобювання, освітня співпраця.*

The study examines models of interaction between the Ukrainian diaspora in the United States and Ukraine, which includes cultural exchange, economic support, political lobbying, and educational initiatives.

Keywords: *Ukrainian diaspora of the USA, Ukraine, identity, cultural exchange, economic support, political lobbying, educational cooperation.*

У сучасному світі моделі взаємодії між діаспорою та батьківщиною стають надзвичайно важливим елементом національної ідентичності та соціокультурного розвитку. Українці, що проживають у США, відіграють

ключову роль у формуванні та зміцненні сприятливих відносин між країнами. Взаємодія української діаспори США з Україною є багатограним та динамічним процесом, який включає культурний обмін, економічну підтримку, політичне лобювання та ін. [1- 4].

Висвітлення історичного аспекту еміграції українців до США та їхньої участі в політичних процесах становить важливий аспект. Роль української діаспори у підтримці української незалежності та подоланні викликів, які виникали в різні періоди історії, свідчить про її значущий внесок у політичне життя України.

Культурний обмін є однією із засадничих форм взаємодії. Українська діаспора в США активно займається збереженням та просуванням української культури через фестивалі, мистецькі виставки та освітні програми. Це допомагає зберегти культурну ідентичність серед українців за кордоном та сприяє культурному збагаченню американського суспільства.

Освітні ініціативи включають обмін студентами, наукові дослідження та співпрацю між університетами. Ці програми сприяють розвитку наукових й освітніх зв'язків між країнами та допомагають молоді отримати якісну освіту.

Спроби зберегти мову, культуру та традиції в умовах діаспори визначаються моделями взаємодії. Активна участь української діаспори у розвитку освітніх та культурних проєктів в Україні свідчить про необхідність формування партнерських моделей взаємодії для збереження та підтримки української ідентичності.

Економічна підтримка включає інвестиції в економіку України, благодійність та фінансування соціальних проєктів. Українська діаспора в США часто виступає як важливий інвестор у різноманітні галузі економіки України, від технологій до сільського господарства, та надає фінансову допомогу, сприяючи розвитку підприємництва та торгівлі. Це підтверджує

ефективність моделі «партнерства» у взаємодії між діаспорою та Україною в економічній сфері.

Політичне лобіювання української діаспори в США відіграє важливу роль у формуванні зовнішньої політики США щодо України. Через активну участь у політичному житті українці за кордоном намагаються забезпечити підтримку України на міжнародній арені.

Громадська дипломатія включає діяльність неурядових організацій, культурних обмінів та громадських ініціатив. Це сприяє підвищенню рівня взаєморозуміння та співпраці між Україною та її діаспорою у США.

Технологічна співпраця відкриває нові можливості для обміну знаннями та інноваціями. Українська діаспора в США може допомогти Україні інтегруватися у світовий технологічний простір.

Отже, моделі взаємодії української діаспори США та України є різноманітними та взаємопов'язаними. Вони включають культурний обмін, економічну підтримку, політичне лобіювання, освітні ініціативи, громадську дипломатію та технологічну співпрацю. Сучасні виклики та перспективи розвитку взаємодії обговорюються в контексті політичних, економічних та культурних трансформацій. Аналіз проблем та можливостей взаємодії дозволяє визначити стратегії подальшого розвитку моделей взаємодії між українською діаспорою США та Україною.

Ці взаємодії сприяють зміцненню зв'язків між українцями за кордоном та їхньою історичною батьківщиною, а також відіграють головну роль у підтримці української державності та культурної ідентичності.

Список використаних джерел

1. Біловус Л. І. Українськомовна періодика української діаспори США у збереженні національної ідентичності (1991-2017 рр.): дис. д-ра іст. наук : 07.00.01 / Тернопільський нац. екон. ун-т; Тернопільський нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка. Тернопіль, 2019. 941 с.

2. Гомотюк О., Недошитко І. Українська діаспора США у процесах українського державотворення: перспективи дослідження. *Мандрівець*. 2014. №5. С. 48-53.

3. Малько О. До питання про взаємодію української діаспори з Україною. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/malko_do.pdf (дата звернення: 12.01.2024).

4. Підгуркова І. В., Гой А. В. Феномен української діаспори: проблема збереження етнічної ідентичності та розвитку. *Вісник Національного юридичного університету ім. Я. Мудрого*. 2020. № 2 (45). С. 181-192.

УДК 32.019.51

Анастасія Маняк,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: ст. викл. каф. інформаційної діяльності
та медіа-комунікацій Татакі О. О.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Досліджується трансформація образу України в глобальному інформаційному просторі. Аналізується сприйняття нашої держави світовими медіа в різні періоди: за часів СРСР, після здобуття незалежності, у 2014 році під час Революції Гідності, у 2022 після повномасштабного вторгнення росії. Розглядаються фактори, що впливали на формування іміджу України: радянська пропаганда, стереотипи про бідність та корупцію, політичні події в країні. Окремо висвітлюються зусилля української влади щодо покращення міжнародного іміджу: популяризація мови, культури, спецпроекти на провідних каналах.

Ключові слова: імідж, стереотипи, трансформація.

The work examines the transformation of the image of Ukraine in the global information space. The perception of our state by the world media in different periods is analyzed: during the times of the USSR, after gaining independence, in 2014 during the Revolution of Dignity, in 2022 after the full-scale invasion of russia. Factors influencing the formation of the image of Ukraine are considered: Soviet propaganda, stereotypes about poverty and corruption, political events in

the country. Efforts of the Ukrainian authorities to improve the international image are highlighted separately: popularization of language, culture, special projects on leading channels.

Keywords: *image, stereotypes, transformation.*

Сучасний світ живе в епоху інформаційності, коли миттєві новини стали буденністю. Глобальні медіа щодня переносять нас у різні куточки світу і роблять свідками історичних подій. Україна не стала винятком у цьому інформаційному потоці.

У роки СРСР образ нашої держави формувала радянська пропаганда. Інформація була цензурованою, а імідж – приглушеним. Лише після здобуття незалежності у 1991 році світова преса почала активно спостерігати за розвитком України на шляху демократії та ринкової економіки. До 2013 року Україна сприймалася як маловідома, корумпована країна з неефективним керівництвом. Асоціювалася також з видатними спортсменами. Такий імідж підтверджували наші невтішні позиції у світових рейтингах.

Ситуація почала змінюватися у 2014 році, коли інформаційний простір заповнили новини про Революцію Гідності та анексію Криму. Британська ВВС навіть назвала україно-російські події найнебезпечнішим конфліктом останніх десятиліть. Україна постала як жертва з кризовою політичною та економічною ситуацією.

Однак у 2022 році, після повномасштабного вторгнення росії, західні ЗМІ стали висвітлювати героїзм Збройних Сил, волонтерів та медиків. Україна почала сприйматися як сильна, незламна нація, що бореться за свою свободу.

Задля покращення іміджу українська влада вживала певних заходів. Зокрема, Міністерство інформаційної політики займалося популяризацією

української мови та кінематографу. А на BBC був запуск спеціальний проєкт «Ukraine: Innovating For the Future».

Водночас українці сьогодні стикаються з чималою кількістю медіа стереотипів. Раніше їх сприймали як бідних, неосвічених та корумпованих. Нині ж росія поширює нові стереотипи про українців як заробітчани, ледарів та невігласів. Проте українські біженці своєю працьовитістю спростовують ці викривлені уявлення в очах європейців.

Загалом на сучасний образ України вплинуло кілька основних тенденцій. По-перше, її досі асоціюють з країною СРСР та сприймають як розділену. По-друге, анексія росією Криму створила імідж «небезпечної держави». Корупція тягне донизу авторитет українських лідерів.

Втім, після 24 лютого 2022 року світ побачив Україну справді незламною та героїчною. Активно висвітлюється боротьба ЗСУ, волонтерів та мирних жителів. Також відбувається безпрецедентна популяризація української тематики навіть у західних глянцевих виданнях. Українське питання тепер – на порядку денному провідних світових ЗМІ. На трансформацію позитивного образу впливає інтегрований фактор суспільства в умовах війни. Українці демонструють згуртованість, взаємодопомогу та готовність боротися до кінця. З'являються нові культурні течії, гасла та образи, що сприяють покращенню сприйняття країни.

Підсумовуючи, можна сказати, що імідж держави залежить не лише від дій влади, а й від кожного пересічного громадянина. Зараз Україна проходить етап трансформації свого образу в глобальному інформпросторі. І цей процес не зупинити, адже світ уже побачив нову, потужну Україну!

Список використаних джерел

1. Габер Є., Корсунський С., Шелест Г. Концепція зовнішньої політики України. Експертні рекомендації. 2020. URL: <https://www.google.com/search> (дата звернення: 23.01.2024).

2. Музиченко Я. Радянські стереотипи про українську культуру. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974/ (дата звернення: 23.01.2024).

3. Семченко О. Іміджева політика України. Академія. Серія «Монограф». Київ. 2014. URL: <http://surl.li/dvvyko> (дата звернення: 23.01.2024).

УДК 007:304:070:37.011.3-057.874(477):373.3/5(4):07

Яна Остахова,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Алла Коваленко,
канд. філол. н., доц., доц. каф. періодичної преси та медіаредагування
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ВИПРОБУВАННЯ ОСВІТОЮ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ШКОЛЯРІВ У ЄВРОПІ (на матеріалах ЗМІ)

У дослідженні представлено проблемно-тематичний огляд журналістських матеріалів загальнополітичних і спеціалізованих українських та іноземних (німецьких) ЗМІ щодо проблем українських учнів-іммігрантів під час повномасштабного вторгнення Росії в європейських країнах.

Ключові слова: *стаття, інтерв'ю, МОН України, форми навчання, українські учні-іммігранти.*

The research presents a problem-thematic review of journalistic materials of Ukrainian general political, specialized and foreign media (German) regarding the problems of Ukrainian immigrant students during the full-scale invasion of Russia in European countries.

Keywords: *article, interview, Ministry of Education and Culture of Ukraine, forms of education, Ukrainian immigrant students.*

Через розв'язану російською федерацією війну проти України тисячі родин залишили країну з безпекових причин. Тисячі дітей опинились далеко від домівки та рідної школи. Таким чином росія веде війну проти науки та освіти в Україні. За даними заступника міністра освіти та науки України

Андрія Вітренка, станом на середину 2023 року пошкоджень зазнали понад 3400 закладів освіти, а 353 – повністю зруйновані [5]. Натомість за повідомленнями Комісії Європейського Союзу в період з 24 лютого 2022 до 6 лютого 2024 року в шкільні системи ЄС інтегровано 835 153 українських учнів [2].

Освіта в школі дає нам не тільки базові знання з різних предметів, а ще й знайомить з культурою та історією свого народу, дає усвідомлення поняття «нація», вчить любити Батьківщину. Впродовж навчання дитина інтегрується в українську культуру й суспільство. Саме тому й інші європейські країни вимагають, щоб діти-біженці та іммігранти відвідували місцеву школу, аби пришвидшити процес їхньої інтеграції. Тож сьогодні для нашої держави надзвичайно важливо не втратити цей зв'язок з дітьми, родини яких були змушені виїхати з країни. Для таких дітей продовження навчання в українській школі є поєднувальним компонентом з домівкою та родиною.

Наразі освітній процес для школярів, котрі тимчасово перебувають за кордоном, відбувається у трьох форматах: дистанційний, сімейний та екстернатний. Особливої ваги наразі набули дистанційна та сімейна форми [4].

Нещодавнє нововведення запроваджено за наказом МОН України від 21.08.2023 № 1022 [4], – вивчення української компоненти, яке відбувається в дистанційному форматі з допомогою шкіл, у яких будуть створені спеціальні класи для такої системи. Тижневе навантаження становитиме від шести годин у початковій школі до восьми в старшій.

Актуальність дослідження полягає в тому, що Україна в умовах війни стоїть на порозі глибокої демографічної кризи й водночас з часом постає питання післявоєнної відбудови держави, браку робочої сили, а отже, державна політика має бути спрямована на повернення співвітчизників на

батьківщину, особливо молоді. Наразі через незавершеність війни формат дистанційної освіти для дітей, які тимчасово перебувають за кордоном, є виходом із ситуації і з'явився для них з початком повномасштабної війни. Тобто це новий виклик освітній системі, який досі зазнає змін і реформувань. Процес ускладнюється багатьма факторами: у європейських країнах діти зобов'язані відвідувати місцеві школи, час навчання в яких збігається з розкладом уроків в українській школі; також українські школи паралельно працюють офлайн у класах, або бомбосховищах під час повітряних тривог, тож комунікація між учнями за кордоном та вчителями проблематична; через ті ж причини страждає зв'язок між адміністрацією школи та батьками учнів, котрі здобувають освіту дистанційно, а отже, необхідну інформацію про нововведення вони дізнаються переважно зі ЗМІ. Саме тому важливо дослідити, на якому рівні ЗМІ висвітлюють цю проблематику й чи приділяють темі належну увагу.

Мета – здійснити огляд українських та іноземних медіа на тему висвітлення проблем освіти для українських школярів, які тимчасово перебувають за кордоном (країнах Європейського Союзу).

Задля досягнення мети було поставлено низку завдань:

- дослідити, на які основні проблеми такої освіти звертають увагу ЗМІ;
- визначити, у яких жанрах і яким чином подають інформацію;
- виявити ступінь її доступності для батьків тощо.

Відповідно було проаналізовано 46 матеріалів із загальнополітичних ЗМІ: «Дзеркала тижня», «Української правди» та німецького видання «Duette Welle», а також фахової «Освіти.ua» та освітнього порталу «Deutsche Schulportal» за 2022 – 2024 рр.

Від 24 лютого 2022 року в «Дзеркалі тижня» було знайдено всього 2 матеріали, які безпосередньо стосуються теми і ще 3, у яких проблема згадується як дотична до основної проблеми матеріалу. Матеріал «Втрачене

покоління. Як держава скинула з себе відповідальність за освіту українських дітей за кордоном», опублікований 7 вересня 2023 року Аллою Котляр, редакторкою відділу «Соціум», одночасно розкриває найгостріші проблеми цього явища: перевантаження учнів навчанням у двох закладах (місцевій і рідній школі), не налагоджений зв'язок між вчителями та дітьми, котрі через фізичну відсутність у країні отримують знання онлайн; складнощі із зарахуванням предметів з європейської школи через значну різницю в програмах вивчення чи загалом відсутності/наявності певних предметів. У якості аргументів авторка наводить результати дослідження PISA [1], проведеного до війни, яке показало, що більшість наших підлітків не знає математики.

На цьому ж порталі 1 вересня 2023 року опублікований матеріал Анни Люднової в рубриці «Освіта», присвячений саме різниці в системах освіти Європи та України «Українські діти більше знають світ: чим освіта за кордоном відрізняється від української» [1]. У цій публікації навпаки таке явище не засуджується, а підноситься, як перевага українських дітей. Того ж дня опублікована стаття авторства Михайла Винницького «Як розвивати освіту після війни» [1]. Окремого аспекту роботи з дітьми, які повернуться з-за кордону із прогалинами у знаннях, немає, але згадується різниця підходу до освіти, яку вже відчули батьки та учні за кордоном: «Батьки, які масово виїхали в Європу впродовж останніх місяців і відчули реалії німецької, польської чи данської систем шкільної освіти, однотайно стверджують: українські діти далеко попереду своїх однолітків із ЄС у знаннях з математики» [1].

Провідне видання «Українська правда» з початку повномасштабної війни опублікувало 21 матеріал про освіту українських дітей, які через російську агресію, були змушені виїхати за кордон. Зазначене видання висвітлює різноманітну проблематику цього питання, наприклад, як

продовжити навчання в українській школі, якщо вона була зруйнована чи знаходиться на окупованій території, як-от у матеріалі Олени Барсукової від 5 жовтня 2022 року [6].

Журналісти «Української правди» у рубриці «Освіта», приміром Яна Осадча, звертаються до європейських досліджень за статистичними даними, наприклад: скільки з українських учнів та студентів продовжують навчання онлайн (дослідження FRA, майже 59 %) від 16 травня 2023 року [6]. Такі дослідження публікуються поряд з офіційними даними України, тож можна побачити широкий кут огляду та всебічне, об'єктивне вивчення проблеми.

Краще за все ці проблеми коментують експерти сфери освіти (урядовці, очільники шкіл, учителі), тому «Українська правда» нерідко публікує з ними інтерв'ю, зокрема як маємо в матеріалі Яни Осадчої за 22 березня 2023 року з освітнім омбудсменом Сергієм Горбачовим, який розкриває феномен українських шкіл за кордоном [6]. Такі освітні заклади існували й до приїзду українських біженців, і тепер користуються значно більшим попитом, але мають проблеми з функціонуванням. Матеріали високої якості та інформаційної цінності, оскільки такі школи існують у багатьох містах Польщі, Німеччини, Австрії, прибалтійських країн тощо, де є велика українська спільнота.

Фахове видання «Освіта.ua» з початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року опублікувало 18 матеріалів, які стосуються освіти дітей-біженців за кордоном. Тематика матеріалів збігається із загальнополітичними ЗМІ, але наповнення матеріалів є більш ґрунтовним. Наприклад, у статті «Організація навчання дітей за кордоном. Поради батькам» від 17 серпня 2022 року автор не зазначений, але матеріал є зразком журналістики рішень, адже містить не тільки практичні поради, а й відповідає на найпоширеніші запитання батьків: чи обов'язково українським дітям йти до школи за кордоном, чи можливо навчатися в закордонній і

українській школах одночасно, які форми навчання в українській школі та інше [3]. Різноманітність тематики є відмінністю фахового ЗМІ і, звичайно, наявність матеріалів з практичними порадами для вчителів та батьків, які мають пристосуватись до нових умов і викликів роботи.



*Рис. 1. Кількісні показники матеріалів
в українських загальнополітичних та спеціалізованих ЗМІ
про освіту учнів-переселенців.*

Іноземні ЗМІ теж звертають увагу на долю українських учнів-переселенців. Відоме німецьке видання «Deutsche Welle» в рубриці «Освіта» переймається проблемами українських школярів. З початку повномасштабного вторгнення було оприлюднено 8 матеріалів, які напряму стосуються українських здобувачів освіти. Наприклад, 06 грудня 2022 року вийшов матеріал Аліни Коломиєць під назвою «Землі ФРН по-різному інтегрують українських дітей» [7]. У ньому йдеться про місцеві проблеми нестачі вчителів для інтеграційних класів, через що останні можуть бути відсутніми взагалі. Так звані Willkommensklassen створені для дітей, які прибули до Німеччини з інших країн, де вони вивчають німецьку мову та

найлегші предмети, після чого мають здобути рівень B1 володіння мовою і вступити до звичайного німецького класу. До цього згадують, що багато дітей продовжує брати участь в онлайн навчанні в українській школі, через що занадто перевантажуються. «За даними Mediendienst Integration, багато школярів з України беруть участь у додаткових онлайн-навчаннях з України у другій половині дня – і, таким чином, мають подвійне навантаження. Деякі з них також травмовані пережитим під час війни в Україні, що ускладнює для них навчальний процес» [7], – йдеться в публікації. Інші матеріали стосуються переважно перебігу навчання й можливих шляхів поліпшення становища, наприклад, матеріал «Як навчаються українські школярі в Німеччині: не лише плюси» [7] авторки Сабіни Кінкарц, який розповідає історії конкретних родин-переселенців. Решта матеріалів стосується саме здобувачів вищої освіти й можливості допомоги для них від німецького уряду. Для написання матеріалу журналісти також звертались до директорів та вчителів шкіл, які зазначали, що через брак кадрів не можуть належним чином організувати роботи з українськими дітьми-біженцями. «У нас немає інструкції, що і як ми маємо викладати» [7], – розповіла виданню вчителька молодших класів, яка спершу викладала в українських дітей віком від шести до 12 років у спеціальному підготовчому класі, який був створений для дітей, травмованих війною. «У нашій школі був іще один підготовчий клас із дітьми, які говорять арабською та турецькою. Через брак учителів ми, на жаль, були змушені об'єднати класи» [7], – зазначила вчителька.

Також обговорення актуальних питань освітнього процесу в Європі активно ведеться в соціальних мережах, таких як Facebook або telegram-каналах («Українці у Карлсруе», «Українці у Німеччині» та інші), де українці діляться актуальною інформацією й допомагають один одному з порадами, зокрема й щодо освіти. Наприклад, популярності здобув блог українки, яка працює вчителькою у Німеччині, під ніком Tatiana Spirina-

Smetana у Facebook. А саме її допис про те, чому українських дітей повертають назад до інтеграційних класів навіть після переведення до німецького класу..» [9]. Освітянка виділила 7 основних причин – навичок, якими не володіють українські школярі: 1. роботи з інформацією, текстом; 2. вміння тримати увагу та концентруватися; 3. відтворювати побачену письмову інформацію письмово, простіше кажучи, переписувати; 4. ставити запитання вчителю, коли щось не зрозуміло; 5. поважати вчителя та реагувати на його зауваження; 6. регулярно вчити нові слова та працювати над своїм лексичним запасом та самостійно працювати й опановувати нове. Також з допису зрозуміло, що в німецькій школі є свої підходи в освіті: «Правило німецьких педагогів: «кожен має власний темп засвоєння, хай приходить ще на рік повторювати матеріал», виглядає демократично. Німецькі вчителі вважають, що раз така мотивація, то це ок. «Власний темп», власна відповідальність, власний вибір. На відміну від ситуації в українській школі, де всі навколо танцюють з бубнами, і тягнуть за вуха в наступний клас» [9]. У коментарях батьки щиро дякують за пояснення, так як тема є актуальною.

Загалом німецькі видання сповнені матеріалів про брак викладачів, вичерпані можливості шкіл як у прийомі дітей біженців, так і наданні їм нормальної освіти. Публікації написані німецькою мовою, але орієнтовані як на німецьке суспільство, аби привернути увагу до проблеми й подати реальну картину сьогоденної ситуації, познайомити з українськими біженцями та проблемами, з якими вони стикаються тут, так і на українців, які можуть знайти відповіді на деякі питання, що цікавлять, зрозуміти систему освіти в Німеччині. У цьому українцям ще допоможе фаховий німецький шкільний портал «Deutsche Schulportal», який публікує розлогі матеріали з поясненнями, зокрема «Як школи приймають дітей біженців з України» [8] авторки Аннет Кун, опублікований на 11 березня 2022 року в

рубриці «Огляд країни». Стаття дає відповіді на багато запитань, які ставлять собі українці по прибуттю до Німеччини: хто координує прийом дітей з України, як федеральні землі приймають дітей та молодь, чи обов'язкове навчання для дітей біженців, актуальні дослідження інтеграції українських дітей у школи, рекомендації постійної вченої комісії тощо.

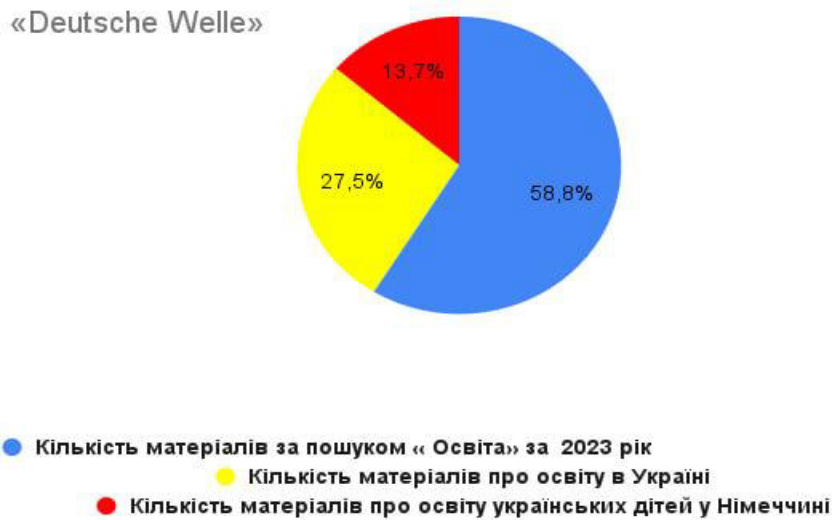


Рис. 2. Кількісні показники матеріалів у німецьких загальнополітичних та спеціалізованих ЗМІ про освіту учнів-переселенців

Висновки. Огляд медіа показав, що українські ЗМІ турбуються про наших школярів за кордоном і мають певне коло проблем, яке частіше порушується на сторінках видань у контексті інтеграційних питань, а саме: перевантаження дітей, проблеми з функціонуванням онлайн освіти, правильна комунікація з дітьми, підтримка держави й МОН України в покращенні ситуації. Наявні матеріали журналістики рішень з порадами для батьків, зокрема як продовжувати та покращувати процес освіти для дітей, перебуваючи за кордоном. Однак тема все одно залишається предметом багатьох дискусій, хоч і має тенденцію до розвитку та покращення. Німецькі видання також звертають увагу на інтеграцію й проблеми навчання школярів-іммігрантів з України, аналізують ситуацію, намагаються знайти

шляхи її покращення та надають необхідну інформацію для українських батьків, використовуючи для цього жанри статті й інтерв'ю з біженцями та представниками адміністрацій навчальних установ. Прослідковується прагнення якнайшвидше інтегрувати дітей у німецьку навчальну систему та суспільство, а отже, боротьба за українських школярів триватиме між Україною та Німеччиною чи іншими країнами Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Дзеркало тижня. URL: <https://zn.ua/ukr/EDUCATION/vtrachene-pokolinnja-jak-derzhava-skinula-z-sebe-vidpovidalnist-za-osvitu-ukrajinskikh-ditej-za-kordonom.html> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Європейська комісія. URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/policies/migration-and-asylum/migration-management/migration-management-welcoming-refugees-ukraine_uk (дата звернення: 28.02.2024).
3. Освіта.ua. URL: <https://osvita.ua/school/90087/> (дата звернення: 01.02.2024).
4. Офіційний ресурс МОН України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/ochna-distancijna-eksternat-simejna-batki-mozhut-obrati-formu-navchannya> (дата звернення: 03.02.2024).
5. Суспільне. URL: <https://suspilne.media/613499-cerez-vijnu-poskodzeni-ponad-34-tisaci-zakladiv-osviti/> (дата звернення: 03.02.2024).
6. Українська правда. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/10/5/250712/> (дата звернення: 08.02.2024).
7. Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/uk/zemli-frn-poriznomu-integrui-ukrainskih-skolariv-doslidzenna/a-64006476> (дата звернення: 10.02.2024).
8. «Deutsche Schulportal» URL: <https://deutsches-schulportal.de/bildungswesen/ukraine-wie-schulen-gefluechtete-kinder-aufnehmen/#aktuelle-studien-zur-integration-ukrainischer-kinder-an-schulen> (дата звернення: 20.02.2024).
9. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/p/32zg7pu5CWAL7SXt/?mibextid=WC7FNe> (дата звернення: 12.02.2024).

УДК 061

Анна Титаренко,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. мистецтвозн., доц., доц. каф.
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Зінов'єва Т. А.

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОЛЬСЬКИХ ВИДАНЬ.
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ У МЕДІА-ІНДУСТРІЇ ТА МОЖЛИВИХ
ШЛЯХІВ ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ПОЛЬСЬКОЇ ПРЕСИ**

Стаття присвячена проведенню аналізу тенденцій у медіаіндустрії Польщі та визначення можливих шляхів для подальшого розвитку польських видань.

***Ключові слова:** медіаіндустрія, Польща, тенденції, розвиток, видання, цифровізація, інновації, конкурентоспроможність.*

The article is sanctified to realization of analysis of tendencies in mediaindustry of Poland and determination of possible ways for further development of Polish editions.

***Keywords:** mediaindustry, Poland, trends, development, publications, digitalization, innovations, competitiveness.*

Метою статті є проведення аналізу тенденцій у медіа-індустрії зокрема щодо польських видань та визначення можливих шляхів для подальшого їхнього розвитку. Описано основні виклики та можливості, які стоять перед польськими виданнями, а також запропоновані стратегії для адаптації та успішного функціонування у сучасному медіа-середовищі.

Об'єктом дослідження є польські видання та їхні можливості та перспективи розвитку в контексті змін у медіа-індустрії. Аналізу піддаються тенденції в споживчих звичках, технологічні нововведення, роль журналістів та етичні стандарти, які визначають розвиток польських видань.

Деякі науковці та експерти, які займались питанням розвитку медіа-індустрії та перспектив польських видань включають: Paweł Wieczorkiewicz – професор і дослідник, він займається дослідженням тенденцій у медіа-індустрії та медіа-економіці, включаючи аналіз сучасного стану та перспективи розвитку польських видань. Anna Giza-Poleszczuk – вивчає теми, пов'язані з медіа-інноваціями та медіа-екосистемами, її дослідження можуть включати аналіз ролі технологічних змін у розвитку польських медіа. Janusz Adamowski – журналіст та дослідник медіа, він може вивчати етнічні та культурні аспекти розвитку медіа в Польщі, включаючи роль національних видань. Agnieszka Głowacka – спеціалізується на медіа-аналізі та медіа-практиці, її дослідження можуть включати аналіз тенденцій споживання медіа та розвитку польських видань.

Серед основних завдань статті можемо зазначити:

1. Розгляд різноманітності видань, включаючи газети, журнали, онлайн-платформи та інші медіа. Визначення основних гравців на ринку та їхню роль у формуванні медіа-ландшафту країни.

2. Аналіз впливу цифровізації та інноваційних технологій на розвиток медіа. Вивчення змін у споживанні медіа та поведінці аудиторії. Визначення ключових напрямків розвитку, таких як мультимедійність, персоналізація та мобільність.

3. Визначення можливих шляхів для підвищення конкурентоспроможності та розвитку польських медіа. Розгляд важливості інновацій, якості контенту та залучення аудиторії. Обговорення викликів і можливостей, що стоять перед виданнями у контексті змін медіа-ландшафту.

У сучасному цифровому світі, де зміни в медіа-індустрії відбуваються з неймовірною швидкістю, польські видання стикаються з численними викликами та можливостями. Аналіз тенденцій у медіа-індустрії відображає

не лише зміни у споживчих звичках та технологіях, а й потребу у створенні нових стратегій для подальшого розвитку преси в Польщі.

Однією з ключових тенденцій, що впливають на польські видання, є зростаюча конкуренція з боку цифрових медіа-платформ [1]. З поширенням інтернету та соціальних медіа, традиційні видання змушені конкурувати за увагу аудиторії з онлайн-платформами, які можуть швидше та ефективніше поширювати новини. Це ставить перед виданнями завдання адаптуватися до нових реалій та шукати інноваційні способи привернення та утримання аудиторії.

Іншою важливою тенденцією є зростання важливості візуального контенту [2]. З введенням соціальних мереж та стрімінгових платформ, аудиторія стала більш зацікавленою у відео-, фото- та іншому візуальному контенті. Польські видання мають враховувати цю тенденцію, створюючи привабливі та змістовні мультимедійні матеріали для своїх читачів.

Зростає також значення ролі журналістів у створенні якісного та достовірного контенту. У часи фейкових новин та поширення дезінформації, польські видання мають прагнути до високих стандартів журналістики та етичної поведінки. Розвиток образотворчої журналістики, діалогу з аудиторією та створення відкритих майданчиків для обговорення та взаємодії може сприяти підвищенню довіри до польських видань.

Для подальшого успішного розвитку польських видань, важливо також враховувати глобальні тренди у медіа-індустрії та шукати можливості для співпраці та інновацій [3]. Введення нових технологій, розвиток персоналізованих підходів до контенту та розширення аудиторії через міжнародні партнерства можуть стати ключовими стратегіями для подальшого розвитку польської преси.

У підсумку, перспективи розвитку польських видань залежать від їхньої здатності адаптуватися до швидкоплинних змін у медіа-середовищі

та виграшно використовувати нові можливості та технології. Шлях до успіху полягає в поєднанні традиційних цінностей журналістики з інноваційними підходами та стратегіями розвитку.

Список використаних джерел

1. Garcia, A., &Kowalski, P. (2020). «Innovations in Polish Media: A Comparative Analysis». *European Journal of Communication*, 25(4), 521-537.
2. Brown, L., &Kaczmarek, A. (2017). «Challenges and Opportunities for Polish Media in the Digital Age». *Journal of Mass Communication*, 28(1), 89-104.
3. Wojcik, K., &Nowak, E. (2018). «Competitiveness of Polish Publications: Insights from the Field». *Media Management Review*, 7(3), 215-230.

УДК 008.327

Анастасія Янчік,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: ст. викл. каф. інформаційної діяльності
та медіа-комунікацій Татакі О. О.

ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ
У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА-МІЖНАРОДНИКА:
ДО ПИТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО НАВАНТАЖЕННЯ

Журналістика завжди була таким інструментом, що допомагав зрозуміти події у світі та поширювати цю інформацію глобально. Однак із зростанням Інтернету ця сфера зазнала фундаментальних змін. Сучасні інтернет-видання викликали переворот у журналістиці та стали необхідним інструментом для журналіста-міжнародника. Інтернет-видання, а саме їхні платформи та можливості, є основними джерелами

інформації для журналістів, які ведуть зовнішню репортажну діяльність та аналізують події на міжнародному рівні. Вони надають можливість негайно реагувати на події, вести живий діалог зі своєю аудиторією та змінювати підхід до подачі новин у світі.

Ключові слова: *інтернет-видання, аудиторія, журналістика, журналісти-міжнародники.*

Journalism has always been a business tool that helps understand the world's ideas and expand this information globally. However, due to the growth of the Internet, this area has experienced fundamental changes. Today's Internet news has caused a revolution in journalism and has become an indispensable tool for an international journalist. Internet-video, and they themselves platforms and opportunities are the main sources of information for journalists to conduct current reporting and analyze trends internationally. They give you the opportunity to react promptly, conduct a lively dialogue with your audience, and change your approach before presenting new products to the world.

Keywords: *Internet television, audience, journalism, international journalists.*

Інтернет-видання – це онлайн-версії традиційних видань, таких, як газети, журнали чи інші засоби масової інформації, які розповсюджують свій контент через Інтернет. Вони можуть бути цілком цифровими, без паперової версії (наприклад, «IPress.ua», «УНІАН» тощо), або існувати паралельно з традиційним друкованим форматом (наприклад, «Урядовий кур'єр», «Дзеркало тижня», «The Guardian», «Le Figaro» тощо).

Інтернет-видання дозволяють споживачам отримувати новини, інформацію та розваги в онлайн-режимі. Зазвичай, це веб-сайти, які мають дизайн і структуру, що дозволяє легко переміщуватися ресурсом та читати

матеріали. Крім текстового контенту, інтернет-видання часто використовують різноманітні мультимедійні елементи, такі, як фотографії, відео, інтерактивні графіки тощо.

Повідомлення на кшталт «Як пишуть в Інтернеті» та «Інтернет-видання стверджує» стали усталеними мовними зворотами за останні двадцять років, відображаючи той факт, що для багатьох Інтернет став синонімом засобів масової інформації. Але при цьому, в сучасному дослідженні журналістики, питання, чи Інтернет вважається повноцінним ЗМІ, залишається невирішеним.

За Г. Штромаєром, Інтернет не слід однозначно розглядати як засіб масової інформації, оскільки не всі користувачі використовують його у цьому контексті, а деякі люди досі навіть не мають доступу до Інтернету [4].

Деякі дослідники вважають, що загалом Інтернет слід враховувати як частину ЗМІ. І. Михайлин у 2002 році визначав Інтернет як новий рівень журналізму, зокрема, у технічному та змістовному планах [3]. Дослідник вказував на технічний аспект, пов'язаний зі швидкістю розповсюдження інформації, та змістовий, де відсутні посередницькі фактори. Журналісти та інші особи, які виконують журналістські функції, мають можливість надавати інформацію безпосередньо. Це, на думку І. Михайлина, сприяє максимальній об'єктивності повідомлень.

Інтернет-видання суттєво перетворили та розширили можливості журналістів-міжнародників, завдяки чому їхню роботу визнано більш ефективною та доступною. Цей вплив виявляється на різних рівнях, від оперативності та швидкості отримання інформації до засобів спілкування та розповсюдження матеріалів. По-перше, інтернет-видання надають журналістам-міжнародникам можливість оперативно отримувати новини та аналітику подій з усього світу. Завдяки цьому журналісти можуть бути у курсі майже всього того, що відбувається у різних країнах, враховуючи

глобальний характер їхньої роботи. Інтернет дозволяє отримувати інформацію миттєво, що особливо важливо в умовах сьогодення та кризових ситуацій. По-друге, інтерактивні можливості інтернет-видань створюють простір для активного спілкування та обміну інформацією між журналістами-міжнародниками та аудиторією. Коментарі, форуми та соціальні мережі дозволяють створювати діалог з читачами, отримувати їхні враження та думки, а також збирати первинні дані для подальших матеріалів. По-третє, інтернет-видання надають можливість журналістам-міжнародникам публікувати матеріали в різних медіаформатах, таких, як текст, відео, фото, що розширює способи представлення інформації. Це важливо в контексті роботи з аудиторією різних культур та мов, дозволяючи створювати контент, який більш ефективно сприймається різними групами отримувачів [5].

Незважаючи на очевидні позитивні моменти, інтернет-видання також провокують виклики для журналістів-міжнародників, такі, як необхідність відділення правдивої інформації від фейкової, а також збільшення конкуренції у віртуальному просторі. Зокрема, зростання кількості інформації може призвести до збитковості та втрати уваги аудиторії.

Інтернет-видання істотно вплинули на роботу журналістів-міжнародників, надаючи їм засоби для оперативної та інтерактивної взаємодії з аудиторією, а також розширюючи можливості подання інформації. Однак, разом з тим, вони ставлять перед ними нові виклики, пов'язані з фільтрацією інформації та підтриманням високих стандартів журналістської етики [5].

Оскільки журналіст формує матеріали для своїх читачів, важливо створити можливість для вираження, сприяти їхній участі та надавати відчуття власної участі. Це сприяє не лише підвищенню лояльності аудиторії до ЗМІ, але й може виявитися корисним для журналіста в

майбутній роботі. Наприклад, коментар одного з читачів до статті журналіста «Української Правди» Сергія Лещенка щодо «Межигір'я» став імпульсом для написання матеріалу [3].

Блоги на веб-сайтах ЗМІ створюють можливість для читачів регулярно висловлювати свою думку, генерувати додатковий контент, який також може бути обговорюваним. Більшість відомих веб-сайтів в Україні та за кордоном надають таку можливість. Це взаємодія з читачами дозволяє зрозуміти, що вони очікують від ЗМІ, і, за необхідності, змінювати стратегію.

У сучасному суспільстві велика кількість журналістів користуються соціальними мережами для отримання інформації про події у всьому світі. Професійне використання журналістами соціальних мереж передбачає поширення власних матеріалів, презентацію новин свого та інших ЗМІ, коментування важливих подій та пошук контактів. Це становить формулу журналістської самопрезентації [7].

Питання належності Інтернету до ЗМІ залишається відкритим у сучасному журналістикознавстві. Як зазначалося раніше, Г. Штромаєр вважав, що Інтернет не можна однозначно визнавати засобом масової інформації, і дійсно, раніше Інтернет не розглядався як загальнодоступний ЗМІ, такий, як традиційне радіо чи телебачення. Але ж тепер інтернет-журналістика стала невід'ємною частиною інформаційної індустрії у міжнародних медіа і це багато про що говорить [7].

Список використаних джерел

1. Костюк Б. Чи розкриє Страсбурзький суд таємниці Межигір'я. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/24907880.html> (дата звернення: 20.02.2024).
2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010. 220 с.
3. Сергій Лещенко виграв у ЄСПЛ справу щодо доступу до інформації про ціну Межигір'я. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/184437/2021-01->

[21-sergiy-leshchenko-vygrav-u-iespl-spravu-shchodo-dostupu-do-informatsii-pro-tsinu-mezhygirya/](#) (дата звернення: 20.02.2024).

4. Штромаєр Г. Політика і мас-медіа. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 240 с.

5. Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism / K. Kawamoto. USA: Rowman & Littlefield Publishers, 2003. 73 p.

6. Global Journalism in the 21st Century: Challenges and Innovations / David H. Weaver, L. Willnat. New York: Routledge, 2012. 581 p.

7. Journalism in the Digital Age: Theory and Practice for Broadcast, Print and Online Media / J. Herbert. Routledge, 1999. 349 p.

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ ТА ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

УДК 32.019(061.1ЄС):001.92

Анастасія Васильчук,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Якубовська М. Г.

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

У дослідженні представлено роль дезінформації як невід'ємного інструменту гібридної війни в контексті агресії росії проти України, що має на меті вплив на масову свідомість, розповсюдження оманливої інформації у воєнних, соціально-економічних і політичних подіях, що призводить до серйозних наслідків стосовно демократичних цінностей та національної безпеки, що є міжнародною проблемою та загрозою для суспільства.

Ключові слова: *гібридна війна; дезінформація.*

The study presents the role of disinformation as an integral tool of hybrid warfare in the context of Russia's aggression against Ukraine, which aims to influence mass consciousness, spread misleading information in military, socio-economic and political events, which leads to serious consequences in relation to democratic values and national security, which is an international problem and a threat to society.

Keywords: *hybrid war; disinformation.*

Однією з ключових характеристик сучасних міжнародних конфліктів є виникнення гібридних загроз, які становлять потенційні виклики для національної безпеки держав. Однак, на даний час, відсутній єдиний підхід

до чіткого трактування визначення «гібридна війна» в міжнародно-правових документах, проте концепція спрямована на охоплення суміші примусової та підривної діяльності, звичайних і нетрадиційних методів (тобто дипломатичних, військових, економічних, технологічних), які можуть бути використані у скоординований спосіб державними або недержавними суб'єктами для досягнення конкретних цілей, залишаючись при цьому нижче порогу офіційно оголошеної війни [1].

Головна складність гібридної війни полягає в тому, що в ній відсутні чіткі межі щодо використання різних засобів боротьби як військових, так і невійськових технологій та їх використання одночасно, або по черзі, залежно від конкретного об'єкта впливу, оскільки учасники цього конфлікту намагаються досягти своїх цілей, використовуючи будь-які доступні методи. Однак, важко передбачити й прогнозувати етапи, коли саме почнеться або закінчиться конфлікт, і до яких наслідків він призведе, що стає викликом в таких умовах.

Дезінформація – неправдива або оманлива інформація, яка була навмисно написана та поширена з метою маніпулювання [2].

Мета дезінформації – завдати економічної шкоди, маніпулювати громадською думкою чи отримання матеріальної винагороди. Сьогодні дезінформація все частіше подається фальсифікованими, вирваними з контексту та маніпуляційними зображеннями чи відео. Головними засобами поширення дезінформації є інтернет-форуми, сайти новин або соціальні мережі [2].

У контексті конфлікту між Україною та росією дезінформація використовується як інструмент для досягнення різних цілей, таких як зміна громадської думки, розпалювання конфлікту, маніпулювання інформаційним простором, дискредитація опонента, провокування до вигідних агресору кроків та зміна сприйняття подій на військовому і

політичному фронті. На цей час, метою гібридних загроз є використання слабких місць країни та підрив фундаментальних демократичних цінностей і свобод. [1]

Дезінформація становить серйозну загрозу для демократій у всьому світі і є однією з ключових стратегій у сучасних конфліктах. Росія активно поширює дезінформацію з метою змінити погляди міжнародної спільноти на певні конфліктні ситуації, зокрема з Україною. Одна з цілей полягає в тому, щоб вплинути на рішення західних держав щодо надання допомоги або підтримки позицій України у міжнародних дипломатичних переговорах. Така дезінформація містить спотворення фактів, поширення маніпулятивних повідомлень, а також пропаганду, спрямовану на розбрат між країнами та їх союзниками.

Характеризуючи складники та особливості ведення інформаційної та гібридної війни слід зазначити, що в їх основі йде глобальна боротьба ідей – боротьба смислів. В українсько-російській війні це – боротьба «русській мір» (з ідеологією відновлення радянської системи) та нової постмайданної України (з новим політичним проєктом та постколоніальним синдромом) [3].

Умови російської військової агресії змушують Україну активно протистояти ворожій пропаганді та дезінформації. Агресивні дії з боку РФ спрямовані на дестабілізацію нашого суспільства та дискредитацію українського керівництва з метою викликати сумніви щодо нашої готовності захищати себе та нашу державність. Неважко помітити, що питання інформаційної безпеки набувають особливого значення в умовах кризи, адже ворожі інформаційні атаки стають інтенсивнішими саме тоді, коли здатність суспільства чинити опір послаблена. Найкраще підґрунтя для ворожих операцій впливу – страх, паніка, дезорієнтація [4].

Використання дезінформації є актуальною проблемою, бо як інструмент вона може бути ефективною навіть у відсутності військових чи дипломатичних успіхів. Наслідки включають економічну шкоду, маніпулювання громадською думкою, розпалювання конфліктів та підірив демократичних цінностей. У контексті російської агресії проти України, дезінформація використовується для пропаганди ідеї «русська міра» та дискредитації української державності, що є однією з цілей позбавити Україну підтримки, стимулювати до переговорів на не вигідних для неї умовах, отримання територіальної вигоди, зупинка надання воєнної та гуманітарної допомоги міжнародними партнерами.

Зовнішньополітична служба Євросоюзу опублікувала доповідь про дезінформацію та маніпуляцію фактами у світовому інформаційному просторі у 2022 році, в якій назвала росію головною країною-дезінформатором року. Російська пропаганда намагається представити Україну як «нацистську» державу, звинувачувати її в «геноциді» та вбивствах власних громадян, поширювати фейки про наявність там біолабораторій США, які нібито розробляють біологічну зброю, спрямовану на «російську ДНК», та зв'язки українських «неонацистів» із іноземними розвідками. Щодо Євросоюзу російські та проросійські джерела поширюють брехню про відсутність підтримки України в суспільствах країн ЄС, про згубний вплив ухвалених ЄС санкцій проти росії та про те, що жителі Європи нібито змушені голодувати та замерзати через брак ресурсів, які раніше закуповувалися у росії [5].

Дезінформація є невід'ємною частиною гібридної війни, що веде рф проти України. Її використання має серйозні наслідки для демократичних цінностей та національної безпеки. Для ефективного протистояння зазначеним загрозам необхідно активно працювати над підвищенням рівня

інформаційної грамотності у суспільстві та зміцнення міжнародних механізмів для боротьби з дезінформацією.

16 липня 2022 року Президент України Володимир Зеленський заявив: *«Скільки проблем українці створюють самі для себе, довіряючи будь-якому анонімному джерелу... Це набуває іноді просто нездорових форм, коли соціальними мережами й сайтами поширюються свідомі «вкиди» з росії, мета яких тільки одна – доповнити ракетний і артилерійський терор проти нашої держави ще й інформаційним терором. Тому нам потрібен ще й своєрідний емоційний суверенітет, щоб не залежати від того, що ворог постійно запускає проти нас із вами... Іноді інформаційна зброя може зробити більше, ніж зброя звичайна»* [6].

Сьогодні інформаційний фронт є не менш важливим, аніж військові дії, що прекрасно розуміють російські пропагандисти, тому вони кидають потужні сили на розкол українського суспільства, намагаючись використати будь-який привід, аби розхитати ситуацію в Україні зсередини на свою користь [7].

Список використаних джерел

1. Joint Communication to the European Parliament and the Council. Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response. Brussels, 6.4.2016. JOIN(2016) 18 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018> (дата звернення: 10.03.2024).
2. What is disinformation. Preveny: web-page. 2019. URL: <https://preveny.com/en/what-is-disinformation/#2-what-is-disinformation> (last accessed: 10.03.2024).
3. Смола Л.Є. Аспекти ведення інформаційної та гібридної війни в контексті застосування комунікаційних технологій. S.P.A.C.E. 2016. № 1. С. 48-53.
4. 10 порад, як не стати жертвою дезінформації в умовах війни. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/01/09/10-porad-yak-ne-staty-zhertvoyu-dezinformacziyi-v-umovah-vijny/> (дата звернення: 11.03.2024).
5. Росія стала світовим лідером дезінформації – Євросоюз. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-rosija-dezinformacija-es/32262468.html> (дата звернення: 11.03.2024).

6. Дезінформація РФ щодо України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3726233-rosia-vikoristovue-dezinformaciu-ak-zbrou-proti-ukraini.html> (дата звернення: 11.03.2024).

7. Тренди дезінформації та пропаганди в соціальних медіа. URL: <https://intent.press/publications/medialiteracy/2022/trendi-dezinformaciyi-ta-propagandi-v-socialnih-media-pivdnya-ukrayini-za-5-misyaciv-vijni/> (дата звернення: 11.03.2024).

УДК 004.8

Єва Гарас,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. н. із соц. комун., проф., проф. каф.
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Шевченко О. В.*

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

Штучний інтелект (ШІ) має значний потенціал для дезінформації. Він може використовуватися для створення фейкових новин, глибоких фейків і інших форм синтетичних медіа, які можуть бути використані для маніпулювання громадською думкою.

Ключові слова: *штучний інтелект, дезінформація, фейкові новини, глибокі фейки, маніпулювання.*

Artificial intelligence (AI) has significant potential for disinformation. It can be used to create fake news, deep fakes, and other forms of synthetic media that can be used to manipulate public opinion.

Keywords: *artificial intelligence, disinformation, fake news, deep fakes, manipulation.*

Уявіть собі світ, де штучний інтелект може генерувати реалістичні фейкові новини, глибокі фейки та інші форми синтетичних медіа. Світ, де дезінформація поширюється з блискавичною швидкістю, підриваючи

довіру до інституцій, розпалюючи ворожнечу та маніпулюючи громадською думкою.

Штучний інтелект має значний потенціал для дезінформації [1]. Він може використовуватися для створення фейкових новин, глибоких фейків і інших форм синтетичних медіа, які можуть бути використані для маніпулювання громадською думкою.

Основними напрямками дослідження цієї статті є завдання визначити:

- Як ШІ використовується для генерації фейкових новин, глибоких фейків та інших форм синтетичних медіа.
- Які наслідки використання ШІ для дезінформації.
- Що можна зробити для боротьби з цією загрозою.

Як ШІ використовується для дезінформації

Є різні способи, як можна використовувати штучний інтелект. На сьогоднішній день є три основні типи синтетичних медіа:

Фейкові новини: текстові статті, які є вигаданими або оманливими.

Глибокі фейки: відео або аудіо записи, які були зманіпульовані, щоб здавалося, що людина говорить або робить те, чого насправді не говорила чи не робила [2].

Інші форми синтетичних медіа: зображення, генеративні adversarial networks (GANs) та інші форми синтетичних медіа, які можуть використовуватися для дезінформації.

Наслідки використання ШІ для дезінформації

Використання штучного інтелекту може впливати на такі сфери:

Вплив на демократію: дезінформація може підривати довіру до інституцій, розпалювати ворожнечу та маніпулювати громадською думкою.

Вплив на економіку: дезінформація може призвести до втрати довіри до компаній, продуктів і послуг.

Вплив на особисте життя: дезінформація може використовуватися для викрадення особистих даних, шахрайства та інших злочинів.

Існує багато способів боротьби з дезінформацією, але три основних це:

Підвищення обізнаності: люди повинні знати про ризики дезінформації та вміти її виявляти.

Розвиток медіаграмотності: люди повинні мати навички критичного мислення, щоб аналізувати інформацію та оцінювати її достовірність.

Підтримка незалежних ЗМІ: незалежні ЗМІ відіграють важливу роль у перевірці фактів та викритті дезінформації.

Висновок

Наслідки використання штучного інтелекту для дезінформації можуть бути серйозними. Дезінформація може підривати довіру до інституцій, розпалювати ворожнечу, маніпулювати громадською думкою, шкодити економіці та особистому життю [3].

На щастя, є кроки, які можна зробити для боротьби з дезінформацією. Ми можемо підвищити обізнаність про ризики дезінформації, розвивати медіаграмотність, підтримувати незалежні ЗМІ та розробляти технології для виявлення та видалення дезінформації.

Разом ми можемо створити краще майбутнє – майбутнє, де ШІ використовується для добра, а не для зла.

Список використаних джерел

1. Гуменюк Т. Використання штучного інтелекту в інформаційному просторі: філософський аспект. *Український інформаційний простір*. 2023. № 2(12). С. 41–54.
2. Тюрю Ю. І. Правове регулювання використання штучного інтелекту на основі європейського підходу. *Знання європейського права*. 2022. № 2. С. 141–145.

3. Tulashvili Y., Lukianchuk Y. Використання програмного забезпечення на основі штучного інтелекту для обробки зображень. *COMPUTER-INTEGRATED TECHNOLOGIES: EDUCATION, SCIENCE, PRODUCTION*. 2021. № 43. С. 218–222.

4. Дезінформація та штучний інтелект: (не)видима загроза сучасності. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/dezinformatsiya-shtuchnyi-intelekt/> (дата звернення: 05.03.2024).

5. Глибинні фейки. Як розпізнати та боротися із новою інформаційною загрозою. URL: <https://suspihne.media/22117-glibinni-fejki-ak-rozpiznati-ta-borotisa-iz-novou-informacijnou-zagrozou/> (дата звернення: 05.03.2024).

6. Штучний інтелект і дезінформація: можливості та ризики в умовах війни. URL: <http://surl.li/rfulf> (дата звернення: 05.03.2024).

УДК 371.135:81

**Євгенія Горьковенко,
Наталія Решетнік,**

Інститут інформаційної безпеки, радіоелектроніки та телекомунікацій Національного університету «Одеська політехніка»

Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Лаврик О. В.

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК ФАКТОР СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

У дослідженні актуалізовано види й особливості інформаційної безпеки й умови їх запровадження, схарактеризовано переваги, загрози і шляхи їх усунення, а також висвітлено зв'язок між інформаційною безпекою та стабільним розвитком країни.

Ключові слова: *інформаційна безпека, розвиток країни, загрози, ризики.*

The study presents some types and features of information security and the conditions for its implementation, characterizes the advantages, threats and ways to improve them. The relationship between information security and the stable development of the country is also analyzed in detail.

Keywords: InfoSec IB – information security, country development, threats, risks.

Будь-яка країна повинна мати набір процедур та інструментів, які захищають інформацію від неправомірного використання, несанкціонованого доступу, псування або знищення. Йдеться саме про інформаційну безпеку. Забезпечення інформаційної безпеки держави є провідним напрямом, від якого залежить державна національна безпека та її стабільний соціально-економічний розвиток.

При цьому під інформацією насамперед розуміємо особисті дані, технологічні засоби, ресурси, події та явища, що відбуваються в усіх сферах діяльності держави та життя суспільства [1].

За режимом доступу інформація (у найширшому тлумаченні) поділяється на відкриту та з обмеженим доступом. Держава здійснює контроль за режимом доступу до інформації. Обмеження права на отримання відкритої інформації забороняється законом. Інформація з обмеженим доступом за своїм правовим режимом поділяється на конфіденційну і таємну (військова, комерційна, банківська, професійна, лікарська, адвокатська таємниця тощо) [2].

Під інформаційною безпекою розуміють захищеність об'єкта, яким найчастіше виступає інформація, ресурси системи та дані. У загальному тлумаченні інформаційна безпека – це стан захищеності інформаційного середовища суспільства, який забезпечує його формування, використання і розвиток в інтересах громадян, організацій, держави [3].

Таким чином, визначаючи поняття інформаційної безпеки, можна виокремити декілька суттєвих аспектів щодо розуміння і тлумачення ключового терміну:

- інформаційна безпека – це стан захищеності інформаційного простору та національних інтересів держави в інформаційному середовищі;

- це процес управління загрозами та небезпеками, що забезпечує інформаційний суверенітет держави;
- це захищеність встановлених законом правил, за якими відбуваються інформаційні процеси в державі;
- це частина політичної, економічної, оборонної та інших складових національної безпеки [4].



Рис. 1. Структура поняття «інформаційна безпека»

Забезпечення інформаційної безпеки є ключовим елементом національної безпеки країни, а створення безпечного і розвиненого інформаційного середовища є важливою умовою для соціального прогресу та конкурентоспроможності держави. Ефективні заходи в інформаційній безпеці дозволяють своєчасно виявляти та уникати можливих загроз національним інтересам, запобігати збиткам у соціально-економічній сфері.

Загрози національній безпеці країни – це явища, тенденції і чинники, що унеможливають чи ускладнюють або можуть унеможливити чи ускладнити реалізацію національних інтересів та збереження національних цінностей країн [4].

Бачимо, що національна безпека та стабільний розвиток країни взаємопов'язані. Стан національної безпеки забезпечує не тільки стабільність в країні, але й має вирішальне значення для її процвітання та прогресу. Це впливає на якість життя та міжнародну репутацію країни.

Збереження безпеки є необхідною передумовою для уникнення конфліктів та загального прогресу.

Захист соціально-економічної сфери визначає важливі аспекти економічної стійкості, залучення інвестицій, розвитку підприємництва та стабільності доходів. Це сприяє створенню нових робочих місць, інноваціям, підтримці освіти та розвитку культури, визначаючи загальний курс розвитку країни.

Стабільний розвиток країни ще можна підтримати таким чином, як:

- створити ефективну систему стратегічних комунікацій, яка б сприяла формуванню позитивного іміджу країни, підвищенню її міжнародного престижу та інтеграції, а також просуванню національних інтересів, цінностей та ідентичності;
- створити державну інформаційну політику, яка б враховувала сучасні загрози, виклики та можливості, а також розробити інфраструктуру для захисту інформації та інформаційних систем.

Отже, захист інформації стає пріоритетним завданням держави та ключовим елементом забезпечення безпеки в умовах розвитку сучасного суспільства. Використання інформації з метою шахрайства, маніпуляцій, пропаганди чи навіть ведення війни належать до її негативного впливу. Захист інформації від таких загроз є необхідною умовою для збалансованого та стійкого розвитку країни. Цей розвиток передбачає гармонійне врахування економічних та соціальних факторів з метою забезпечення безпеки, освіти, культурного розвитку, а також захисту прав і свобод громадян.

Ефективність системи державного управління безпекою визначає рівень захисту інформаційного простору, який є вирішальним для реалізації загальнонаціональних інтересів та збереження стійкості держави перед внутрішніми та зовнішніми загрозами, пов'язаними із активним розвитком

цифрових технологій. Саме тому забезпечення інформаційної безпеки стає актуальною глобальною проблемою.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Закон України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17> (дата звернення: 12.02.2024).
3. Кривцов В.Ю. Інформаційні заходи оборони держави в сучасних умовах. *Часопис Київського університету права*. 2023. №1. URL: <http://jure.in.ua/tema-9-informatsijna-bezpeka/> (дата звернення: 12.02.2024).
4. Цимбалюк В.С., Бабінська А.В. Правове регулювання інформаційної безпеки в Україні: проблеми теорії та практики. *Адміністративне право і процес*. 2014. № 2 (8). С. 22-30.

УДК 070.1:355.01

Олександр Лазеба,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філол. н., проф., проф. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Баландіна Н. Ф.*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Досліджено проблеми та нові виклики, що постають перед українськими журналістами під час війни. Розглянуто вимоги щодо медіа, дотримання професійних стандартів і етичних норм. Особливий акцент зроблено на важливості перевірки інформації, фактів, вживанні чіткої термінології та обережному висвітленні подій, які відбуваються на теренах України. Повномасштабна війна, дезінформація та розповсюдження фейкових новин є інструментами суспільно-політичного й військового протистояння. Сьогодні необхідно, щоб споживачі новин розвивали навички критичного мислення, перевірки фактів та аналізу первинних джерел для визначення достовірності інформації. Особливо важливий у цьому контексті фактчекінг, інструментарій якого сприяє

формуванню обґрунтованого світогляду й допомагає уникнути поширення недостовірних або маніпулятивних даних. Підвищення рівня медіаграмотності серед громадськості є ключовим елементом сучасного інформаційного середовища, яке забезпечує об'єктивне сприйняття подій та ефективну боротьбу з ворожими вкидами.

Ключові слова: *журналістика, війна, політичний конфлікт, дезінформація, журналістські стандарти, медіа, фактчекінг, суспільство.*

The article examines the problems and new challenges faced by Ukrainian journalists during the war. In particular, requirements regarding the media, compliance with professional standards and ethical norms were considered. Special emphasis is placed on the importance of verifying information, facts, using clear terminology, and careful coverage of events taking place on the territory of Ukraine. Waging a hybrid war, disinformation and spreading fake news are tools of socio-political and military confrontation. Today, news consumers need to develop skills in critical thinking, fact-checking, and primary source analysis to determine the credibility of information. For this purpose, it was proposed to use fact-checking. This direction of journalism contributes to the formation of a well-founded worldview and helps to avoid the spread of unreliable or manipulative data. Increasing the level of media literacy among the public is a key element of the modern information environment, which ensures an objective perception of events and an effective fight against hostile interference.

Keywords: *journalism, war, political conflict, disinformation, journalistic standards, media, fact-checking, society.*

З першого дня повномасштабного вторгнення українська журналістика почала зазнавати значних змін, переважно через швидку зміну риторики медійників, збільшення візуального контенту, вживання нової термінології тощо. Суспільство постало перед новими медіареаліями, у контексті яких актуалізувалася проблема дотримання журналістських стандартів в умовах збройного конфлікту. Агресор використовує потужну зброю – дезінформацію, яка є одним зі способів ведення гібридної війни та маніпулюванням людською свідомістю, а відтак постає необхідність спонукати громадськість до перевірки інформації.

Метою статті є виявлення змін, які відбуваються з журналістською діяльністю в Україні під час війни.

Об'єкт дослідження – журналістська діяльність, предмет – трансформація медіа в умовах війни.

З 24 лютого 2022 року в Україні розпочався новий історичний етап – повномасштабна війна. Конфлікт між двома сторонами суттєво змінив суспільство, охопивши всі його сфери та структури. Це вплинуло на кожного громадянина країни, а також на його соціально-політичні та економічні погляди. Журналістика відіграє провідну роль у формуванні громадської думки та розповсюдження інформації. Вона висвітлює події, від яких залежить існування нації, її майбутнє, виконує функцію управління масовими емоціями та сподіваннями. Через складні обставини журналістам довелося адаптуватися до нових умов. Сьогодні медійники володіють широким спектром професійних навичок та знань. Війна вимагає від них використання не лише традиційних стандартів журналістики, але й новітніх методів впливу на аудиторію, такі як: конвергенція, мультимедійність, різноманітні форми інформаційного контенту, включаючи суб'єктивну журналістику, гонзо, інтерпретативну журналістику тощо [2].

Особливу трансформацію українська журналістика відчула в сфері телебачення. Вже після першого тижня війни найбільші медіагрупи України, такі, як «Суспільне» та «Рада» об'єдналися і запустили спільний інформаційний марафон «Єдині новини». Редакції телеканалів «1+1», «Інтер», «Україна 24», «Суспільне» і «Рада» вже більше двох років транслюють новини цілодобово. Сучасний медіапростір наповнений матеріалами, часто з різними точками зору та висновками, що потребують швидкої реакції як від медійників, так і від суспільства в цілому. Щоразу фахівці повинні уважно аналізувати, перевіряти факти для отримання своєчасного зворотного зв'язку. Хоч вони стали краще розрізняти правду

від російської пропаганди й активно боротися за чистоту на інформаційному фронті, проте з кожним днем представники ЗМІ, які працюють у зоні бойових дій, зіштовхуються з новими викликами. На них покладено велику соціальну та моральну відповідальність, оскільки медіатизація війни є системним явищем. Під час загрози для суспільства або держави журналісти не можуть залишатися осторонь, вони не можуть бути нейтральними спостерігачами. Їхня діяльність під час війни значно відрізняється від діяльності у мирний час. Журналісти зобов'язані неодноразово перевіряти всю інформацію й не поширювати непідтверджених даних. Особлива увага повинна бути приділена точності назв, дат і термінології, щоб у майбутньому уникнути негативних наслідків. Потрібно своєчасно поширювати інформацію, при цьому бути максимально неупередженим та виділяти відмінні точки зору на проблему. З етичного погляду слід обережно ставитися до висвітлення трагічних подій, враховуючи різне сприйняття аудиторією, варто уникати термінів, які можуть бути образливими для громадян, обережно використовувати відомості про загиблих. У складних життєвих ситуаціях важлива думка експертів: військових, медиків і технічних спеціалістів. Варто утримуватися від викладу власних суджень та оцінок тих чи інших подій [3].

Активні бойові дії вносять зміни і у вимоги до роботи репортерів. Зрозуміло, що під час воєнного стану вони мають певні обмеження для свободи слова. Не можна розголошувати деталі щодо переміщень військ, техніки, точних місць ударів і руйнувань після атак ворога. Заборонено показувати обличчя бійців, розголошувати плани операцій, тактику, їх відкладення або скасування, місцезрештування військових об'єктів. Журналістам варто пам'ятати це та бути обережними, щоб інформація не потрапила до ворога і не дала їм напрямок для повторних атак.

Звичайно, українські медіа не поширюють інформацію про військові дії без офіційного підтвердження від військового керівництва, Офісу Президента чи обласних військових адміністрацій. Проте, коли влада та ЗМІ мовчать, люди починають брати інформацію з неперевіраних, часто анонімних або російських джерел. Це створює сприятливі умови для дезінформації. Для вирішення цієї проблеми влада повинна активніше комунікувати з суспільством, щоб ЗМІ могли надавати більше достовірної інформації, а громадяни не зверталися до сумнівних джерел [3].

За останні роки війни спостерігається активна зміна мови у медіа, що відображає загальний дискурс війни та пропаганди. При цьому вона стає більш схожою на повсякденні мережеві практики, де формується нова лексика. Ведучі, коментатори та блогери стають все більш відкритими при висвітленні подій. Такі нові слова, як «бавовна», «чорнобаїти», «бандеромобіль», «рашизм», «орки» «чмоня» тощо, з'являються й постійно повторюються в ефірі та на сторінках онлайн-видань. Наприклад, фраза «руській воєнний корабель» та її варіації були процитовані іноземними виданнями «Reuters», «The Guardian», «Daily Mail», які висвітлюють загострену ситуацію в Україні. Щоб протистояти сухій, фактографічній мові, з'являється яскраво забарвлена лексика. Вона викликає емоційну напругу серед аудиторії. Кожен із висловів може використовуватися як «гачок» або «тригер», який підсилюватиме інтерес в аудиторії.

З іншого боку, такий підхід може мати негативні наслідки у майбутньому, порушувати один із стандартів журналістики щодо відокремлення фактів від коментарів. Занадто велика упередженість та заангажованість можуть спотворювати картину реальності. Тоді суспільство може опинитися в інформаційній бульбашці пропаганди. Щоб уникнути цього, медійникам не слід забувати про свої професійні обов'язки, водночас дотримуватися балансу думок [2].

Під час дії воєнного стану інформація, що подається, часто має емоційне забарвлення та може бути спростованою. Нині важливо навчитися відрізняти правдиву інформацію від дезінформації, особливо для молоді та середнього покоління. Фактчекінг, який базується на логіці, може стати у нагоді. Основи фактчекінгу доступні кожному, хто володіє базовими навичками роботи з Інтернетом і має інтерес до перевірки фактів. Існують різні додатки, наприклад Google Lens, Photo Sherlock, CamFind, які знаходять інформацію за наданим зображенням. Тобто розвиток критичного мислення у громадян починається з перевірки фактів, що можна легко зробити за допомогою сучасних та доступних програмних засобів. Здійснюючи перевірку, ми забезпечуємо себе надійною та об'єктивною інформацією під час ведення гібридної війни [1].

Отже, у найбільш складний період – період війни – значення журналістського слова вдвічі зростає. Це дозволяє людям приймати зважені рішення та орієнтуватися у ситуаціях, які становлять загрозу для життя та здоров'я. Незважаючи на гіркість правди під час війни, важливо не приховувати її, але також не вигадувати те, що не відповідає дійсності. Представлення бажаного як реального може мати серйозні наслідки та спричинити розчарування через надмірні очікування, які формує медіа. Дефініція проблем і їх обговорення є свідченням про зріле й відповідальне суспільство. В умовах збройного конфлікту важлива єдність громадян і влади. Трансформації в журналістиці пов'язані з новими викликами до журналістської діяльності. Фахівець у цій галузі повинен бути універсальним, мобільним та стійким. Змінюються також мовні стандарти, порушення яких може бути важливим інструментом впливу. Нова мова журналістики призводить до звикання аудиторії, до неприйняттого жаргону та мовних помилок. Потреба у перевірці фактів залишається важливою для

забезпечення об'єктивності та достовірності інформації, особливо в умовах постійного поширення фейків та маніпуляційних матеріалів.

Список використаних джерел

1. Єршова О. Л. Фактчекінг в інформаційній війні з РФ як засіб виховання критичного мислення. *Розвиток сучасної науки та освіти: реалії, проблеми якості, інновації*: збірник тез ІV Міжнародної наук. практ. інтернет-конф. (м. Запоріжжя, 29-31 травня 2023 р.) / за наук. ред. Кюрчев С. В., Радкевич В. О., Кюрчев В. М. та ін. Запоріжжя : ТДАТУ, 2023. С. 280-285.
2. Зражевська Н. І., Заїка В. М. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. *Інтегровані комунікації*. Київ, 2023. Вип. 1 (15). С. 68-77.
3. Калич А., Кравченко О. Особливості журналістської діяльності в умовах війни. *Актуальні питання права та соціально-економічних відносин*: збірник наукових статей. Кропивницький, 2023. С. 565-569.

УДК 061.12

Анна Можина,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. мистецвозн., доц., доц. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Зінов'єва Т. А.*

**ФАКТЧЕКІНГ ЯК СПОСІБ ЗАПОБІГАННЯ
ПОШИРЕННЮ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА ЗАСІБ
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАХИСТУ СУСПІЛЬСТВА**

Стаття присвячена ролі фактчекінгу в попередженні поширенню фейків у потоці інформації, який постійно збільшується. Йдеться про застосування інформації як зброї для розхитування суспільства та запобігання цьому шляхом фактчекінгу.

Ключові слова: фактчекінг, дезінформація, фейкові новини, довіра, інформаційні джерела, суспільство, достовірність.

The article is devoted to the role of fact-checking in preventing the spread of fakes in the ever-increasing flow of information. Also the use of information as a weapon to destabilize society and prevent this through fact-checking.

Keywords: *fact-checking, disinformation, fake news, trust, information sources, society, credibility.*

Сьогодні важливість інформаційної безпеки складно переоцінити. Завдяки швидкому розвитку інтернету та соціальних мереж інформація стає доступною для мільйонів користувачів по всьому світові, але разом з цим збільшується й ризик поширення дезінформації та фейкових новин. Це відкриває широкі можливості для маніпуляцій та впливу на суспільство та політичні процеси.

У таких умовах фактчекінг як процес перевірки достовірності інформації стає важливим інструментом для забезпечення інформаційної безпеки. Його завдання полягає в тому, щоб ретельно аналізувати та перевіряти інформацію, яка надходить до громадськості, з метою виявлення та відсторонення від неї недостовірних та маніпулятивних елементів.

Метою статті є аналіз ролі фактчекінгу у сучасному інформаційному просторі та його впливу на суспільство та політичні процеси.

Об'єктом дослідження є дезінформація, фейкові новини, інформаційні джерела, зовнішнє втручання; *предметом* – роль та функції фактчекінгу в боротьбі з дезінформацією, підвищенні довіри до інформаційних джерел та запобіганні зовнішньому втручанню.

Фактчекінг є галуззю діяльності, яка активно досліджується та розповсюджується, зокрема Інститутом масової інформації, Фондом демократичних ініціатив, Міністерством цифрової трансформації України тощо.

Серед завдань можна зазначити такі:

- 1) виявлення та розкриття дезінформації та фейкових новин;
- 2) підтвердження достовірності інформації та підвищення довіри громадян до інформаційних джерел;
- 3) захист від зовнішнього втручання у внутрішні справи країни та збереження суверенітету.

Розвиток інтернету та соціальних мереж призвів до того, що інформаційне середовище стало більш динамічним і швидкозмінним, але водночас вразливим до маніпуляцій та дезінформації. Фейкові новини, спеціально створені для того, щоб спотворити інформаційне поле та впливати на громадську думку, можуть швидко поширюватися через соціальні мережі, викликаючи суспільні розлади або паніку.

Фактчекінг як метод перевірки достовірності інформації виступає бар'єром для поширення дезінформації. Шляхом аналізу фактів, перевірки джерел та виявлення маніпулятивних технік він допомагає забезпечити громадян достовірною та об'єктивною інформацією.

Особливо важливою стає роль фактчекінгу глобальних подій, зокрема політичних, коли інформаційний простір переповнений різноманітними твердженнями, які можуть бути недостовірними чи спотвореними з метою маніпулювання громадською думкою.

Викриття дезінформації та фейкових новин є одним із основних завдань фактчекінгу в сучасному інформаційному середовищі. Зважаючи на все швидше зростаючий об'єм інформації, робити це стає складніше. Інструменти трансформуються, але суть залишається та сама.

Використовуючи різноманітні методи та інструменти, фактчекери аналізують інформацію, щоб виявити ознаки недостовірності або маніпуляції.

Один із ключових аспектів фактчекінгу – це перевірка джерел. Фактчекери старанно перевіряють достовірність та авторитетність джерел,

з яких надходить інформація. Вони аналізують репутацію джерела, його історію та структуру, щоб визначити, чи можна вважати його якісним.

Крім того, фактчекери ретельно перевіряють безпосередньо інформацію, факти та дані, що містяться в матеріалах. Вони звертають увагу на будь-які суперечності, неточності або недостовірність фактів, щоб визначити, чи є даний матеріал правдивим.

Також важливо враховувати контекст інформації. Фактчекери аналізують, як інформація вписується в загальний контекст подій та які можливі мотиви стоять за її поширенням. Вони старанно вивчають обставини та умови, в яких була оприлюднена інформація, щоб визначити, чи є вона об'єктивною та достовірною.

Завдяки цим методам та інструментам фактчекінгу вдається виявляти і аналізувати інформацію з ознаками недостовірності чи маніпуляції. Це дозволяє відрізнити правдиву інформацію від шкідливої та маніпулятивної, сприяючи забезпеченню безпеки та довіри в інформаційному просторі.

Важливим аспектом фактчекінгу є його роль у запобіганні поширенню паніки серед громадян. Деякі маніпулятивні матеріали можуть містити непідтвержені чи перекручені дані, які можуть спричинити хвилювання серед населення та призвести до негативних соціальних наслідків. Фактчекінг допомагає вчасно виявляти такі матеріали та розкривати їх недостовірність, зменшуючи ризик паніки та неспокою серед громадян, або у випадку їх виникнення – врегулювати ситуацію.

Під час війни проблема дезінформації набуває особливого значення, оскільки навіть найменша помилка чи фейк може викликати серйозні наслідки. У цей період суспільство є особливо чутливим до інформації, і будь-яка дезінформація може розхитати довіру громадян до політичного та військового керівництва, лідерів громадської думки. Ворог використовує розповсюдження фейкових новин та маніпулятивних матеріалів як один із

способів ведення війни. Зародження сумнівів щодо ефективності політичного керівництва, компетентності посадовців та позиції лідерів громадської думки може спричинити велике розчарування серед населення та підірвати морально-психологічний клімат в країні. Зокрема, поширення фейкових новин та загострення стереотипів, які були занесені ворогом ще до повномасштабного вторгнення, може значно послабити єдність та мотивацію суспільства у військовому конфлікті. Такі дії є ефективним інструментом для ворога і ведуть до розколу та дезорієнтації населення, що має несприятливі наслідки.

В інформаційному середовищі підтримка довіри до інформаційних джерел стає одним з найважливіших завдань фактчекінгу. З поширенням дезінформації та спекуляцій важливо забезпечити громадян надійними джерелами інформації, яким можна довіряти. Це стає критично важливим для правильного функціонування суспільства та демократичних процесів.

В умовах великої кількості дезінформації та маніпуляцій з боку різних суб'єктів, збереження довіри громадян до надійних джерел стає пріоритетною метою. Без довіри до інформаційних джерел громадяни можуть втрачати можливість адекватно оцінювати події та робити свідомі рішення.

Фактчекінг виконує важливу роль у цьому процесі, оскільки його завдання включає перевірку достовірності інформації та розкриття дезінформації. Шляхом підтвердження достовірності новин та даних, які оприлюднюються, він допомагає зберегти та підвищити довіру громадян до інформаційних джерел. Це в свою чергу сприяє зміцненню демократичних цінностей, забезпеченню правильного функціонування суспільства та збереження його стабільності.

Прозорість та об'єктивність є ключовими аспектами фактчекінгу, оскільки вони забезпечують довіру громадськості до перевірених

інформаційних джерел. Чіткі критерії перевірки та публічна доступність процесу фактчекінгу дозволяють кожному громадянину перевірити результати та переконатися у надійності інформації, яку вони споживають.

Забезпечення прозорості фактчекінгу означає, що кожен може дізнатися, які джерела та методи були використані для перевірки певної інформації, а також які висновки були зроблені. Це дозволяє громадськості активно брати участь у перевірці достовірності інформації та нагадувати журналістам про їх відповідальність за роботу.

Прозорість і об'єктивність також сприяють побудові взаємодовіри між медіа та громадянами. Громадяни більш схильні довіряти медіа, якщо вони бачать, що перевірка фактів відбувається чесно і об'єктивно. Це в свою чергу підвищує авторитет журналістів у суспільстві та сприяє зміцненню демократичних цінностей.

Також фактчекінг може виступати як інструмент управління репутацією для медіа та журналістів. Проведення ретельної перевірки фактів перед публікацією допомагає уникнути помилок та інформаційних скандалів, що можуть зашкодити репутації журналістських видань. Такий підхід сприяє збереженню та підвищенню довіри громадян до цих медіа.

Фактчекінг сприяє підвищенню обізнаності та критичного мислення громадян щодо інформації, яка надходить з зовнішніх джерел. Розуміння та впізнавання маніпулятивних методів допомагає зменшити вразливість суспільства до зовнішнього впливу та сприяє збереженню його суверенітету.

Отже, фактчекінг є невід'ємною складовою сучасного інформаційного середовища, де дезінформація та маніпуляція інформацією стають все поширенішими. Його роль полягає в виявленні та аналізі інформації з ознаками недостовірності чи маніпуляції. Через застосування різних методів та інструментів, фактчекери перевіряють джерела, факти та дані, а

також аналізують контекст інформації. Це дозволяє відрізнити правдиву інформацію від шкідливої та маніпулятивної, забезпечуючи безпеку та довіру в інформаційному просторі. Фактчекінг відіграє критичну роль у збереженні інформаційної безпеки та підтримці довіри громадськості до надійних джерел інформації, сприяючи функціонуванню демократичних процесів та стабільності суспільства.

Список використаних джерел

1. 10 правил інформаційної гігієни. URL: <https://ua.hive-mind.community/blog/323,10-pravil-informacii-noyi-gigijeni> (дата звернення: 01.02.2024).
2. Антонюк М. Фактчекінг як новий інструмент боротьби із фейками, або як їм протидіяти у новому інформаційному суспільстві. URL: <https://rivne-news.com.ua/blogs/mikola-antonyuk/faktchek-ng-jak-novii-nstrument-borotbi--6.html> (дата звернення: 01.02.2024.)
3. Смотрич Д., Браїлко Л. Інформаційна безпека в умовах воєнного стану. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. Вип. 77. Ч. 2. С. 121-127. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/06/22-2.pdf> (дата звернення: 01.02.2024).
4. Фактчекінг та перевірка даних. URL: <https://video.detector.media/lessons/faktcheking-ta-perevirka-danykh-i27> (дата звернення: 01.02.2024).

УДК 061

Катерина Нікова,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. мистецтвозн., доц., доц. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Зінов'єва Т. А.

**ВПЛИВ МЕМІВ НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ ПІД ЧАС
ВІЙНИ В УКРАЇНІ 2022-2024 РОКІВ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АНАЛІЗ**

У статті аналізується вплив мемів на громадську свідомість під час війни в Україні 2022-2024 років. Розглядається роль мемів у вираженні громадської думки та їхній вплив на сприйняття війни в онлайн-середовищі.

Ключові слова: *меми, громадська свідомість, війна, аналіз.*

In article, the impact of memes on public consciousness during the war in Ukraine in 2022-2024 is analyzed. The author examines the role of memes in expressing public opinion and their influence on the perception of the war in online environments.

Keywords: *memes, public consciousness, war, analysis.*

За останнє десятиріччя меми, визначені як візуальні або текстові елементи, які швидко поширюються в онлайн-середовищі та часто змінюються під час цього процесу, стали неодмінною складовою сучасної інтернет-культури. Починаючи як маргінальний жарт серед інтернет-спільнот, вони поступово перейшли в основний потік сучасної культури та стали невід'ємною частиною онлайн-спілкування. У контексті війни в Україні 2022-2024 років меми виявилися важливим засобом вираження громадської думки та емоцій, що відображають не лише страхи і тривоги суспільства, але й функціонують як протистояння пропаганді та маніпуляціям [4]. Завдяки своїй ефективності у вираженні складних ідей у легкій формі вони стали інструментом активного громадського обговорення, яке не тільки розважає, а й підносить глибокі соціокультурні та політичні теми на обговорення.

Розвиток мемів у сучасному суспільстві є результатом технологічних змін та впливу інтернет-культури. Починаючи як маргінальні висміювання або жарти, вони з часом стали не просто популярними, а й невід'ємною складовою цифрової культури. Зміна контексту та технологій зумовила їхню еволюцію від простих картинок до складних анімацій і навіть інтерактивних мемів. Їх популярність зростає, вони стають не просто способом розваги, але й важливим інструментом для вираження власних думок, ідентифікації та спілкування в цифровому просторі [2]. Використовуючи сучасні події, персонажів і ситуації, меми стають ефективним засобом комунікації та самовираження, що переймає роль

звичайного тексту та графічних зображень. Їхній вплив на суспільну свідомість перспективно зростає, коли вони виступають основою для аналізу, дискусій і віртуальних реалій, стаючи важливим інструментом для розвитку і формування культурних та соціальних тенденцій [1].

Російсько-українська війна 2022-2023 років відобразилася на мем-культурі значним чином, викликаючи глибокі трансформації в її сутності та функціях. Ця війна стала не лише джерелом страхів та тривог для суспільства, але й могутньою каталізаторною силою для творення та поширення мемів, які відіграли важливу роль у висвітленні, аналізі та сприйнятті подій. Меми виявилися ефективним інструментом комунікації, дозволяючи індивідам висловлювати різні погляди та емоції щодо військового стану, від обурення і незгоди до сміху та співчуття [3]. Вони функціонували як засіб виразного аналізу складних політичних, економічних та соціокультурних аспектів війни, відображаючи важливі проблеми, такі як гуманітарна криза, дипломатичні зміни та загрози безпеці. Меми стали не лише формою розваги, але й потужним засобом медіа-протесту та виразом незгоди з політичними рішеннями, активно привертаючи увагу до питань прав людини та міжнародної дипломатії. Їхня роль у формуванні та впливі на суспільну свідомість стала надзвичайно значущою, оскільки вони не лише розважали, але й стимулювали глибокі роздуми, мобілізували громадську підтримку та сприяли обговоренню та рефлексії навколо подій війни.

Використання мемів у медіа під час війни в Україні мало значний вплив на формування громадської думки та сприйняття війни суспільством. Цей феномен визначив новий етап в інформаційному просторі, де меми, як невід'ємна частина цифрової культури, стали ключовим інструментом вирішення складних питань, пов'язаних з війною. Меми, що поширювалися через різноманітні медіа-платформи, викликали неабиякий інтерес та

реакцію громадськості, створюючи унікальну форму комунікації, яка змінює спосіб, яким суспільство сприймає події та висловлює свої думки про них. Вони стали не тільки засобом самовираження, але і інструментом, який допомагає перетворити складні проблеми в прості, легкі для розуміння концепції. Важливою функцією мемів під час війни стала їхня здатність гуманізувати та персоналізувати жертв війни, роблячи їхню історію більш доступною та емоційно зворушливою для глядача. Однак варто пам'ятати, що меми можуть також стати джерелом поширення негативних стереотипів та міфів [5], що виникають у медіа-просторі, і викликати нові соціокультурні проблеми. Таким чином, меми виступають не лише як форма розваги, але і як засіб медіа-протесту та вираження незгоди з політичними рішеннями, активно впливаючи на сприйняття та реакцію громадськості на події війни.

Список використаних джерел

1. Дуже чорний гумор: меми як інструмент російської пропаганди. Ukraine Crisis Media Center. Київ, 2023.
2. Корольова Н.О. Інтернет-мем як спосіб комунікації у цифровому середовищі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія, 2023, № 59. 7 с.
3. Меми як засоби поширення ідеології у медіапросторі: соціолінгвістичний аспект. *Філологічний університет*. Львів: ЛНУ імені І. Франка, 2020. 34 с.
4. Смола Л. Мем як інструмент інформаційної війни. Київ: Національний університет "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського", 2019. 4 с.
5. Що приховують смішні картинки та як вони впливають на суспільство. Запорозька Січ. Запоріжжя, 2021.

УДК 94(477:470+571):[355.01:316.658]"19/20"

Ігор Салагор,
Інститут енергетики
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. істор. н., доц., доц. каф. філософії,
історії та політології Шановська О. А.

**ТЕХНОЛОГІЇ ПРОПАГАНДИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-
УКРАЇНСЬКИХ ВІЙН 1917–1918 РР. І 2014–2024 РР.:
ІСТОРИЧНІ ПАРАЛЕЛІ**

У розвідці аналізується роль інформаційних технологій та засобів масової комунікації у забезпеченні пропаганди та маніпулювання громадською думкою під час першої російсько-української війни 1917–1918 рр. і сучасної війни проти України.

Ключові слова: перша російсько-українська війна 1917–1918 рр., російсько-українська війна 2014–2024 рр., пропаганда, засоби масової комунікації, маніпулювання громадською думкою.

The thesis analyzes the role of information technologies and mass communication in ensuring propaganda and manipulation of public opinion during the first Russian-Ukrainian war of 1917–1918 and the modern war against Ukraine.

Keywords: the first Russian-Ukrainian war of 1917–1918, the Russian-Ukrainian war of 2014–2024, propaganda, means of mass communication, manipulation of public opinion.

Перша російсько-українська війна 1917–1918 рр. і сучасна війна проти України, попри столітню різницю в історичному часі, мають певні подібні ознаки, зокрема це стосується й поширення російської пропаганди. Перед тим, як зосередитися на певних аналогіях у маніпулюванні громадською думкою у порівняннях двох війн, наведемо їх коротку історичну канву.

Російсько-українська війна 1917–1918 рр. відбувалася у період турбулентної історії України, коли вона стала полем боротьби між різними силами й ідеологіями. На той час Україна зазнала значних збитків, які

відбилися на її подальшому розвитку. Однак, цей період також був важливим для формування національної свідомості та поширення ідеї незалежності серед українського населення.

Утворена 17 березня 1917 р. Центральна Рада у Києві не визнала владу Раднаркому на чолі з В. Леніним і протидіяла встановленню влади рад, що викликало негативну реакцію збоку більшовицького керівництва, яке оголосило Українську Центральну Раду буржуазною. У грудні того ж року Ленін писав, що вони ведуть боротьбу з «буржуазним націоналізмом Української ради» [1]. Після того, як Генеральний секретаріат УНР відкинув ультимативні вимоги В. Леніна і Л. Троцького до Центральної Ради, викладені у «Маніфесті до українського народу», наприкінці 1917 р. більшовики розпочали збройну агресію проти України.

Криваві репресії радянської влади в Україні тривали весь період першої російсько-української війни (грудень 1917 – березень 1918 рр.), відомої розстрілом під Крутами 16 (29) січня 27-ми українських студентів і гімназистів, масовим червоним терором січня – квітня 1918 р. в Криму, 22-25 січня (4-7 лютого) 1918 р. в окупованому більшовиками Києві.

Подібні агресивні дії спостерігаємо і під час сучасної російсько-української війни, коли росія знову прагне упокорити Україну. Сучасна війна вже має катастрофічні наслідки для всього окупованого регіону і в цілому України, такі, як загибель людей, руйнування міст та інфраструктури, економічні збитки та багато іншого. Більше того, ця війна стала вирішальним чинником у міжнародних відносинах, оскільки вона спричинила напруження між росією та багатьма іншими країнами, які підтримують Україну. Світ став більш взаємопов'язаним і взаємозалежним, і дії однієї країни можуть мати значні наслідки для інших. Крім того, розвиток Інтернету та соціальних мереж полегшив людям обмін інформацією та усвідомлення того, що відбувається насправді.

Як у 1917 – 1918 рр., у сучасній війні росія використовує пропаганду, щоби вплинути на своїх громадян, населення України та світову громадськість. Пропаганда свідомо поширюється, аби відобразити збройне протистояння у вигідному для агресора світлі, розповсюдити правильну (з точки зору російського керівництва) інтерпретацію подій і змінювати думки людей, та відповідно й їхні дії, на свою користь.

З 2014 року для пояснення подій в Україні на Донбасі науковці стали використовувати термін «гібридна війна», яку «у загальному вигляді розуміють як воєнні дії, що здійснюються шляхом поєднання мілітарних, квазімілітарних, дипломатичних, інформаційних, економічних та інших засобів з метою досягнення стратегічних політичних цілей. Специфіка такого поєднання полягає в тому, що кожний з військових і невійськових способів ведення гібридного конфлікту застосовується у воєнних цілях та використовується як зброя» [2, с. 19].

Отже, поняття гібридної війни охоплює і війну інформаційну, і звичайну. Гібридна війна має на меті замінити існуючі події, героїв, наративи в інформаційних та віртуальних потоках, що веде в результаті до ментальної трансформації масової свідомості. При тому при гібридній війні важливо залишатися непоміченим якомога довше, оскільки її головне завдання – використовувати сили та засоби, які не будуть відразу помічені. Гібридна війна основним своїм інструментарієм має блокування реакції об'єкта агресії. Другою її складовою, як і війни інформаційної, є опора на ресурси об'єкта агресії. У період активної фази конфлікту — це були квазіутворення громадян, які чомусь опинялися в потрібних місцях і захоплювали зброю. У пасивній фазі гібридна війна зміщується в медіа-канали, де починається просування чужих наративів, але за допомогою своїх же трансляторів.

Під час гібридної війни 2014 – 2022 рр., що передувала відкритій збройній агресії, так само, як і під час першої російсько-української війни, російська пропаганда намагалася переконати суспільство у ворожості київської влади, що буцімто порушила основи «руського мира», тобто нерозривної єдності росіян, українців і білорусів, і встановила націоналістичний режим. Звідси мовилося, і необхідність «денацифікації», тобто інтервенції.

Під час революційних подій значною мірою завдяки поширенню актуальних і популярних більшовицьких гасел (Земля – селянам! Геть війну!), як виявилось облудним, в Україні збільшився вплив більшовиків. Тоді пропаганда намагалася переконати людей, що інтервенція є необхідністю для збереження території російської імперії та захисту її єдності.

Сучасна російська пропаганда щодо війни в Україні спрямована на створення образу ворога та демонізацію української влади, а також на підтримку своїх військових дій на території України. Російські медіа намагаються створити враження, що війна в Україні не є конфліктом між Україною та росією, а збройним конфліктом між українськими націоналістами та проросійськими сепаратистами.

Однак, відмінність між пропагандою 1917 – 1918 рр. та сучасною пропагандою полягає в тому, що сьогодні наявні різні джерела інформації, а люди можуть самостійно перевіряти правдивість інформації. Завдяки Інтернету, люди мають доступ до різних джерел інформації та можуть порівнювати різні точки зору на події в Україні. Це означає, що пропаганда не завжди може досягти своєї мети.

Отже, можна зробити висновок, що сучасна російсько-українська війна є продовженням традиції втручання росії в українські справи, яка була започаткована під час російської військової інтервенції 1917–1918 рр.

Обидва конфлікти супроводжувалися масовими жертвами серед населення та вимагали захисту української території та незалежності від агресивних дій з боку росії. Прикриваючи наміри знищення української державності збройним шляхом, агресор діяв підступно й хитро, використовуючи як один із головних інструментів впливу на українське суспільство пропаганду.

Список використаних джерел

1. Пиріг Р. Перша російсько-українська війна 1917 – 1918 років: ретроспективний контекст і сучасні аналогії. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=ELIB&P21DBN=ELIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=elib_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=ID=&S21COLORTERMS=0&S21STR=0017055 (дата звернення: 20.02.2024).
2. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. Горбуліна. Київ: НІСД, 2017. 496 с.

УДК 004.773.6:327.88

Дмитро Скопіч,
Херсонський державний університет
Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. української і слов'янської філології та журналістики, керівниця відділу по роботі з обдарованою молоддю Юріна Ю. М.

**ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛИ ЯК ЗАСОБИ ВЕДЕННЯ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ**

У рамках статті проаналізовано участь Telegram-каналів в сучасному інформаційному просторі, їх роль в веденні інформаційної війни.

Ключові слова: *Telegram-канал, інформаційна війна, інформація, комунікаційні технології, населення.*

The article analyzes the participation of Telegram channels in the modern information space, their role in the introduction of information warfare.

Keywords: *Telegram channel, information war, information, communication technologies, population.*

Після військового вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року додаток для обміну повідомленнями Telegram відіграв важливу роль у так званій інформаційній війні. Telegram перетворився на центральне цифрове поле битви у цьому конфлікті. Для обох сторін, що воюють Telegram працює як інформаційний центр, що об'єднує дані та зображення, зібрані в даний час ройовим інтелектом. Додаток повідомляє про останні військові розробки, поширює попередження про повітряні нальоти, документує військові злочини, пересилає супутникові зображення потенційних цілей або перераховує карти місцевих бомбосховищ [1]. Крім засобів поширення інформації, Telegram також надає комунікаційні технології для демонстрації «достовірності» причин війни та створення дегуманізованих образів супротивника за допомогою дезінформації та деморалізації [3].

У своїй книзі «Радикальна війна: дані, увага та контроль у ХХІ столітті», що вийшла 2022 році, М. Форд стверджує, що війна в Україні – наймережніша війна в історії. Це перша війна між двома державами у Європі, яка майже повністю опосередкована цифровими технологіями. На думку автора, цифрова війна стирає кордони між солдатами та громадянським населенням [2].

Для українського населення Telegram діє як цифровий архів військового насильства. Війна в Україні є найбільш документованим сучасним військовим конфліктом на сьогоднішній день, що порушує низку питань та проблем. Епоха смартфонів встановила поширення свідчень очевидців. На відміну від традиційних репортажів про війну, контент може передаватися без фільтрації та в режимі реального часу. Будь-хто може миттєво подати ці зображення публіці, без редакційного контролю та дискурсивної контекстуалізації.

У створених он-лайн архівах збираються фотографії, відео та текстові документи, і вони використовуються не лише тими, хто постраждав, щоб

поділитися своїм досвідом, але також вченими, правозахисниками, неурядовими організаціями та юристами для ініціювання судових процесів щодо військових злочинів на пізнішому етапі. За винятком Instagram, TikTok або YouTube, в Telegram зображення насильства зазнають меншої цензури, поранені тіла показані в піксельній формі, записи вбивств на відстані постійно поширюються з використанням бойових кадрів. Ці відеоролики, що публікуються в Telegram під оплески смайликів, ефективні завдяки своїй візуальній виставковій цінності і, таким чином, успадковують культуру вуайєристського перегляду [3].

У той час, як у російських Telegram-каналах українців дегуманізують як «нацистів», в українських каналах противників війни називають «орками». Орки – вигадані монстри з «Володаря кілець» Толкієна. Наприклад, автор Telegram-каналу «Україна зараз» пише про відео з полоненим російським солдатом: «Черговий брехливий орк» («Україна зараз», 5.2.2022). «Орки» також згадуються в коментарях до зображень, коли російських солдатів «карають», тобто вбивають атаками дронів. Ці зображення, зроблені дронами, є документальними зображеннями тактичної війни, вони також використовуються для дегуманізації противника. З одного боку, вони показують силу свого погляду; з іншого – демонструють повну пасивність супротивника [4].

Таким чином, Telegram-канали в сучасному інформаційному просторі займають все більш значуще місце як засіб поширення інформації. Вони стають невід'ємною частиною інформаційної війни, де кожен канал створює свій унікальний образ реальності. Як і у випадку з телебаченням, технічні засоби та навички операторів впливають на сприйняття аудиторії, але відмінності полягають у специфіці каналів та їх можливостях. Telegram-канали використовуються для широкого спектру цілей: поширення новин, аналітики, пропаганди, маніпуляції, політичного чи соціального впливу.

Завдяки інструментам, які надає ця платформа, її адміністратори можуть змінювати та створювати образи реальності, підкреслюючи одні аспекти та приховуючи інші. Тому Telegram-канали стають потужним інструментом інформаційної війни, де кожен намагається якомога точніше донести свою версію подій.

Список використаних джерел

1. Кочетков О. Р. Телеграм-канали як засоби ведення інформаційної війни: кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 "Журналістика" / наук. керівник Н. А. Виговська. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 28 с.
2. Radical Warfare: Data, Attention, and Control in the 21st Century. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01402390.2023.2262770> (дата звернення: 10.02.2024).
3. Reichert R. Digital Warfare. The Russian Full Scale Invasion against Ukraine as Enacted on Telegram. URL: <http://surl.li/qjdpf> (дата звернення: 10.02.2024).
4. Ukrainians Increasingly Rely on Telegram Channels for News and Information During Wartime. URL: <http://surl.li/qjdss> (дата звернення: 10.02.2024).

УДК 316.3:004

Арсен Щербай,

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д. істор. н., проф., проф. каф. інформаційної
та соціокультурної діяльності Біловус Л. І.

ГЕНЕЗИС ПРАВА НА ІНФОРМАЦІЮ В ПЕРІОД ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У дослідженні представлено генезис права на інформацію в період цифровізації як свідчення реакції правової системи на технологічні зміни.

***Ключові слова:** цифровізація, генезис права, інформація, конфіденційність, Інтернет, захист персональних даних.*

The study presents the genesis of the right to information in the period of digitalization as evidence of the reaction of the legal system to technological changes.

Keywords: *digitization, genesis of law, information, privacy, Internet, protection of personal data.*

У сучасному світі, де цифрові технології стрімко розвиваються, право на інформацію переживає своєрідний генезис. Цей процес відображає еволюцію правових норм та практик, які регулюють доступ до інформації, її використання, обробку та розповсюдження в цифровому середовищі.

Генезис права на інформацію можна простежити від часів проголошення свободи слова як фундаментального права людини. З розвитком друкарства та мас-медіа це право трансформувалось у вимогу відкритості та прозорості владних інституцій.

Цифровізація економіки та суспільства в цілому зумовила необхідність переосмислення традиційних підходів до права на інформацію. Вона вплинула на зміну сутності окремих правових відносин, а також на розвиток нових правових інститутів у сфері інформаційного права [1]. Цифровізація відкриває нові можливості для доступу до даних, але також ставить нові виклики перед приватністю та захистом персональних даних.

З появою Інтернету та інших цифрових платформ, право на інформацію набуло нового виміру. Воно стало не тільки засобом задоволення індивідуальних потреб, але й інструментом реалізації національних інтересів. Цифрова форма інформації забезпечила більше можливостей для її пошуку, отримання, передачі та поширення [1].

Однак, разом з розширенням можливостей, цифровізація породила й нові виклики. Питання конфіденційності, захисту персональних даних, авторських прав стали ще більш актуальними. Сучасне законодавство має відповідати викликам цифрової епохи, забезпечуючи баланс між свободою доступу та необхідністю захисту приватності та інших публічних інтересів [2]. Європейський союз зробив крок у цьому напрямку з прийняттям Загального регламенту про захист даних (GDPR).

У цифровій епосі право на інформацію трансформується у ширше поняття цифрових прав, які включають право на доступ до Інтернету, захист від цифрового нагляду та право на цифрову конфіденційність. У цьому контексті, право на інформацію виступає як приватно-публічне право, що включає в себе механізми інформаційних заборон та обмежень, залежно від змісту інформації. Це вимагає від правової системи гнучкості та здатності адаптуватися до швидких змін у цифровому світі [1].

Генезис права на інформацію в період цифровізації є свідченням того, як правові системи реагують на технологічні зміни. Він відображає постійний пошук оптимального співвідношення між інноваціями та традиціями, між свободою інформації та необхідністю її регулювання, захисту цифрових прав. Це стосується не тільки законодавчих ініціатив, але й освітніх програм, спрямованих на підвищення обізнаності громадян у сфері цифрової безпеки.

Список використаних джерел

1. Бондаренко В.А., Горун Г.Р., Федішин О.М. Право на інформацію в умовах цифровізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право.* 2023. № 80. Том 1. С. 418-423.

2. Гиляка О. С. Новітні технології та права людини: аналіз деяких критичних проблем цифрової ери. *Вісник Національної академії правових наук України.* 2023. Т. 30. № 2. С. 15-30.

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

УДК [070+004.774:070]-021.252.254

Дарина Борзова,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: канд. філол. н., доц., доц. каф. української і слов'янської філології та журналістики, керівниця відділу по роботі з обдарованою молоддю Юріна Ю. М.

ТРАДИЦІЙНІ ТА ОНЛАЙН-МЕДІА: ПРОБЛЕМА ТА СПЕЦИФІКА СПІВІСНУВАННЯ

У статті представлено особливості традиційних засобів інформації та медіаплатформ. Зокрема, взаємодія та співіснування традиційних та онлайн-медіа.

Ключові слова: *контент, традиційні медіа, онлайн-медіа, журналістика, інтерактивність.*

The article describes the features of traditional media and media platforms. Especially, the interaction and coexistence of traditional and online media.

Keywords: *content, traditional media, interactivity, online media, journalism, interactivity.*

Постановка проблеми. Медіаландшафт сучасності суттєво трансформується під впливом технологій, що швидко розвиваються. Традиційні та онлайн-медіа стають не тільки засобами інформації, але й носіями різних підходів до представлення новин, аналітики, розваг та соціальних питань аудиторії.

Проте поява та стрімкий розвиток онлайн-медіа спричинили трансформаційний зсув, «кинувши виклик» усталеним нормам і практикам

у звичній медіаіндустрії, що викликало певні проблеми та особливості у співіснуванні традиційних та онлайн-медіавиробників.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні онлайн-медіа стали справжньою конкуренцією традиційним, декого з останніх навіть посунули. Адже платформи, що працюють в Інтернеті, мають свої сайти, соціальні мережі пропонують величезний вибір контенту, конкуруючи тим самим з традиційними ЗМІ за аудиторію.

Трансформацію журналістської сфери розглядали чимало дослідників. Наведемо твердження відносно цієї проблеми декількох науковців. Наприклад, А. Вайз та В. Джойс у своїй науковій роботі «Стислі виміри в цифрових медіа: журналісти у процесі трансформації» констатували, що порівняно з роботою традиційних ЗМІ відбулося скорочення відстані між медіа та аудиторією, а також часу на підготовку та поширення інформації [4]. Інший дослідник М. Петерсон акцентував увагу на твердженні, що «старі медіа» (тобто, традиційні) – це медійні засоби, що домінували в інформаційному середовищі до ери сучасних мас-медіа» [5, с. 38]. Роль онлайн-медіа в історичному розвитку засобів масової комунікації розглядав також Лінь Чао-Чен [6]. В одному зі своїх досліджень «Конвергенція нових і старих медіа: нові підходи до медіарепрезентації у традиційних новинах» він відзначав, що компоненти нових медіа активно використовуються традиційними ЗМІ. Однак, на його думку, здебільшого як джерело інформації, а не як «постачальник» новин чи ніша для вираження громадської думки.

Тобто, достовірність інформації, що поширювалася традиційними ЗМІ, історично була ознакою їх авторитету. Однак поява онлайн-медіа-платформ призвела до занепокоєння щодо надійності та точності інформації. Навігація тонкою межею між стандартами традиційної

журналістики та стрімким темпом створення онлайн-контенту новітніми медіа й створює проблеми в співіснуванні.

Традиційні медіа традиційно орієнтовані на масову аудиторію, тоді як онлайн-медіа дозволяють створювати нішевий контент, орієнтований на конкретні демографічні групи. Фрагментація аудиторії між цими двома засобами масової інформації змушує медіапрофесіоналів адаптувати свої стратегії контенту для ефективного охоплення різноманітної та сегментованої аудиторії [2, с. 57].

Здатність онлайн-медіа збирати й аналізувати величезні обсяги інформації зробила революцію в журналістиці. Підходи, що використовують журналісти онлайн-видань дають їм нові інструменти для виявлення тенденцій, перевірки інформації та представлення складних історій. Синергія між традиційною журналістською етикою та аналітичними можливостями онлайн-ЗМІ сприяє більш комплексному та тонкому розумінню проблем. Крім того, зміна форматів та каналів реклами викликає проблему монетизації онлайн медіа, оскільки традиційні засоби збору прибутку є менш ефективними в цифровому середовищі.

Порівняно з традиційними ЗМІ, інтернет-медіа сприяють більшій інтерактивності та участі користувачів. Вони забезпечують швидкість та актуальність в представленні аудиторії контенту, на якому спеціалізуються та надають своїм читачам, а також в деякій мірі конкурентам нові мультимедійні можливості [1, с. 60].

Онлайн-медіа дають змогу своїм споживачам більше взаємодіяти з контентом через коментарі, обговорення та зворотний зв'язок. Платформи соціальних медіа, блоги та онлайн-форуми надають людям можливість брати участь в обговореннях у реальному часі, ділитися думками та сприяти створенню контенту. Така динамічна взаємодія розвиває почуття спільноти

та розширює можливості аудиторії способами, неможливими в межах традиційних ЗМІ.

Оскільки новітні медіа намагаються оперативно повідомляти про події, завдяки миттєвому оновленню контенту, це дозволяє користувачам отримувати свіжу інформацію та змагатися з традиційними ЗМІ в аспекті актуальності.

Онлайн-медіа здатні використовувати різні формати – відео, аудіо, інтерактивні графіки тощо. Такий підхід значно розширює спектр можливостей для представлення інформації та розваг, що також допомагає збільшувати аудиторію [3].

Тож сьогодні замість того, щоб існувати ізольовано, традиційні та онлайн-медіа почали зближуватися та навіть взаємодіяти між собою, створюючи синергетичні відносини. Традиційні засоби масової комунікації теж почали використовувати цифрові платформи, інтегруючи в онлайн свій традиційний контент. Така конвергенція дозволяє медіаорганізаціям використовувати сильні сторони та залучати аудиторію.

Таким чином співіснування традиційних та онлайн-медіа є динамічним явищем, що має як проблеми, так і можливості. Медіаорганізації повинні орієнтуватися на використання у своїй діяльності синергії, конвергенції, інтерактивності та мультимедійності. Оскільки технології продовжують розвиватися, розуміння співіснування цих форм медіа стає важливим для формування майбутнього комунікації та розповсюдження інформації.

Список використаних джерел

1. Гончарук С., Шурипа А. Нові медіа та традиційні ЗМІ у комунікативному полі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2019. № 2. С. 59–66.
2. Квіт С. Масові комунікації : підручн. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.

3. Наумова М. Нові медіа та традиційні ЗМІ. URL: https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/actprob13_86.pdf (дата звернення: 11.01.2024).

4. Old media. Dictionary. URL: <https://www.dictionary.com/browse/old-media> (дата звернення: 10.01.2024).

5. Peterson M. The Ethnography of Media Production. Anthropology & Mass Communication: Media and Myth in the New Millennium. NY : Berghahn Books, 2008. 340 p.

6. Chao-Chen L. Convergence of new and old media: new media representation in traditional news. *Chinese Journal of Communication*. 2013. № 6 (2). P. 183–201.

УДК 004.8

Христина Дуженкова,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. н. із соц. комун., проф., проф. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Шевченко О. В.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОЦЕСАХ ОБРОБКИ ТА АНАЛІЗУ ДОКУМЕНТІВ

Наразі ручна обробка документів є ресурсоємною і може бути не найкращим варіантом для сучасних організацій. На часі – автоматизовані рішення, які здатні швидко та у великих обсягах витягувати неструктуровані дані без шкоди для їхньої цілісності та якості.

Ключові слова: штучний інтелект, АСОД – аналітико-синтетичне опрацювання документів, документ.

Currently, manual processing of documents is resource-intensive and may not be the best option for modern organizations. Automated solutions that are capable of extracting unstructured data quickly and in large volumes without compromising its integrity and quality are up for grabs.

Keywords: artificial intelligence, ASPD – analytical and synthetic processing of documents, document.

Системи штучного інтелекту – це системи, які мають здатність адаптувати свою поведінку на основі аналізу наслідків своїх попередніх дій і працюють у повній автономії. Таким чином, алгоритми штучного інтелекту стають розумнішими щоразу, коли використовується та аналізується велика кількість даних.

Здатність штучного інтелекту «навчатися» на великих обсягах даних дає йому можливість керувати великими обсягами інформації та контролювати їх. Це одна з причин, чому штучний інтелект може змінити світ обробки та аналізу документів.

Штучний інтелект – це галузь комп'ютерних наук, яка фокусується на розробці машин і систем, здатних виконувати завдання, що зазвичай вимагають людського інтелекту, такі, як навчання, розв'язання проблем і прийняття рішень [1].

Це є організована сукупність інформаційних технологій, із застосуванням якої можливо виконувати складні комплексні завдання шляхом використання системи наукових методів досліджень і алгоритмів обробки інформації, отриманої або самостійно створеної під час роботи, а також створювати та використовувати власні бази знань, моделі прийняття рішень, алгоритми роботи з інформацією та визначати способи досягнення поставлених завдань [2].

Штучний інтелект має великий потенціал у галузі АСОД та є перспективним напрямком розвитку, оскільки дозволяє підвищити ефективність і якість роботи, знизити витрати ресурсів і ризик помилок. Однак існують певні труднощі та недоліки в його впровадженні. Наприклад, щоб ШІ залишався ефективним і актуальним, необхідне постійне його оновлення та навчання.

Не менш важливим та найголовнішим недоліком є питання конфіденційності даних. 20 березня 2023 року влада Італії прийняла

рішення заборонити доступ до штучного інтелекту ChatGPT [3], саме через проблеми з конфіденційністю. Італія є першою країною, яка заборонила використання штучного інтелекту, оскільки дбає про збереження етичних та правових стандартів у цій області.

У Сполучених Штатах Америки серйозно поставилися до питання забезпечення конфіденційності. Президент США Джо Байден видав указ щодо забезпечення конфіденційності у сфері штучного інтелекту [4], який поставив наступні цілі: створення нових стандартів безпеки та захисту в галузі ШІ, захист конфіденційності, захист споживачів, пацієнтів і студентів, підтримка працівників, стимулювання інновацій і конкуренції, просувати лідерство США в технологіях ШІ, забезпечення відповідального та ефективного використання технологій урядом.

Отже, штучний інтелект пропонує швидке та ефективне рішення для обробки документів, але проблема конфіденційності даних є основною перешкодою у його використанні.

Список використаних джерел

1. Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#top> (дата звернення: 06.03.2024).
2. Музиченко О. Італія першою у світі заборонила штучний інтелект ChatGPT: причина. URL: <https://tsn.ua/svit/italiya-pershoyu-u-sviti-zaboronila-shtuchniy-intelekt-shatgpt-prichina-2298088.html> (дата звернення: 06.03.2024).
3. Штучний інтелект (ШІ) – що це таке, як працює і навіщо потрібен. URL: <https://termin.in.ua/shtuchnyu-intelekt/> (дата звернення: 06.03.2024).
4. President Biden Issues Executive Order on Safe, Secure, and Trustworthy Artificial Intelligence. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/10/30/fact-sheet-president-biden-issues-executive-order-on-safe-secure-and-trustworthy-artificial-intelligence/> (дата звернення: 06.03.2024).

УДК 316.472.4

Софія Кривчук,
Національний університет «Острозька академія»
*Науковий керівник: д. філос., ст. викл. каф. інформаційно-
документних комунікацій ННІ МВНБ НаУОА Федорук О. М.*

РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОСУВАННІ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ

У дослідженні проаналізовано роль соціальних мереж у організації святкових подій. Розглянуто теоретичні аспекти Івент індустрії. Досліджено актуальність і перспективність професійної сфери івент-діяльність.

Ключові слова: *Івент індустрія, соціальні мережі, просування, блог, івент-менеджмент, аудиторія, івент-маркетинг, блогосфера, івент-діяльність, подія.*

The study analyzes the role of social networks in the organization of festive events. The theoretical aspects of the event industry are considered. The relevance and prospects of the professional sphere of event activity are investigated.

Keywords: *event industry, social networks, promotion, blog, event management, audience, event marketing, blogosphere, event-activity, event.*

Поява і розвиток соціальних мереж сприяє удосконаленню сучасної культури і усього суспільства зокрема. Такий спосіб комунікації виконує велику кількість функцій, дозволяє людині самореалізуватися, отримувати нову корисну інформацію. Але головною метою використання соціальних мереж є соціалізація та інтеграція, прагнення до встановлення стосунків з іншими користувачами. Будь-яка функція соціальної мережі переплітається з комунікаційною і, зрештою, трансформується в комунікацію.

Діяльність, пов'язана із організацією свят, як і будь-яка інша галузь, потребує просування за допомогою рекламних заходів. В сучасних умовах, безперечно, важливою складовою PR-компанії є і блогінг.

Блог – це веб-сайт, головний зміст якого – регулярно додавані записи, зображення чи мультимедіа. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості [6]. Блог може завести у мережі будь-який користувач, не вкладаючи жодних коштів і навіть не повідомляючи власне ім'я, тобто анонімно. Лише від його ініціативи та таланту буде залежати, чи приверне він увагу аудиторії, чи вплине на неї. Це пояснює, чому блогосферу називають «віртуальною громадською ареною початку ХХІ ст.». На блогах можна побачити прояви відвертості, які не можуть собі дозволити транслювати традиційні медійні засоби.

Блогосфера та соціальні мережі – це доволі ефективні, з кількох причин, інструменти у реалізації PR-кампанії. По-перше, вони можуть бути відкритою формою безкоштовної реклами, адже реклама на телебаченні, радіо чи друкованих ЗМІ коштує недешево. По-друге, інтерактивність дає змогу побачити реальний зворотній зв'язок із споживачем продукції чи послуги. Це дає змогу не лише шукати нових клієнтів, а й утримувати вже існуючих завдяки пошуку ключових аспектів популяризації та стратегій. По-третє, блогінг та соціальні мережі є одним із ефективних шляхів дослідження ринку, тестування товарів (послуг, продукту, ідеї тощо). Також завдяки глобальності та масштабності вони дають змогу правильно реагувати на негативні події, корегувати PR-стратегії. Варто зауважити, що користувачі інтернету ставляться більш лояльно до рекламного повідомлення, яке розміщене у формі блогу, завдяки новизні та незвичності формату, не завжди розуміючи до кінця, що це є реклама, адже сприймають повідомлення як пізнавальну статтю [1].

Одні з перших спроб визначення понять термінологічної системи івенту (event) були початі Дж. Голдблаттом, Д. Гетцем, Д. Уілкінсоном на початку 90-х рр. XX століття. Пізніше Е. Йеттінгер, Б. Кнаусе, Р. Мозер, У. Хальцбаур, М. Целлер також починають приділяти увагу загальній системі «івент»-понять, намагаються визначити «івент», «івент-менеджмент», «івент-маркетинг». При цьому дослідники не прагнуть виявити їхні взаємозв'язки, дотримуючись простий логіки– «івент» (спеціально організована подія) – «івент-менеджмент» (технологія керування подією) – івент-маркетинг (інструмент івент-менеджменту) [4].

Івент-менеджмент – складна ієрархічна система управління різними діловими й соціальними заходами в діяльності суб'єктів господарювання. В Україні як частина ринку івент-індустрії існують спеціальні школи з організації заходів, там викладають фахівці з досвідом організації подій, однак у вузьких школах слухачі не освоюють основні базові характеристики системи управління, які необхідні для управління підприємствами івент-ринку різного спрямування [5].

Івент-маркетинг розглядається як подієвий маркетинг, тобто систематична організація заходів як платформи презентації товару або послуги для того, щоб за допомогою емоційного впливу від проведеної події, участі в ній активізувати увагу цільової групи до товару чи послуги. Одночасно можна привернути увагу цільового споживача, викликати у нього бажання, а потім потребу скористатись послугою в іншому напрямі. Соціальна динаміка й досвід синергії збільшуватимуть подієві перегляди. Хоча багато глядачів не мають ніякого інтересу до футболу чи інших шоу, вони хочуть бути частиною колективного, соціального досвіду подій [2].

Сьогодні івент-діяльність є актуальною і перспективною професійною сферою, яка зорієнтована на комерційну складову, підприємницьку комунікацію, активізацію цільових груп. Її особливості

визначаються тим, що результат досягається засобами емоційного сприйняття аудиторією (клієнтами) через організацію та проведення заходів – івентів. Індустрія свят виникла на початку ХІХ ст. як одна зі складових індустрії MICE (Meeting Incentive Conference Events). Вона започаткована в США та Великій Британії і являє собою сукупність спеціалізованих підприємств, діяльність яких зорієнтована на забезпечення потреб в організації ділових заходів, зокрема ділового туризму, а саме конференцій, виставок, корпоративних свят тощо. Власне професія організатора заходів (івентора) остаточно сформувалась у середині ХХ ст. Цей етап пов'язують із датою відкриття 1955 року всесвітньовідомого парку розваг «Діснейленд». Професія івент-менеджера проходить усі етапи інституціоналізації, користується попитом у роботодавців, необхідна для компетентної організації заходів у всіх секторах суспільного життя: економіці, політиці, культурі, освіті, спорті, релігійному та громадському житті тощо, а також на всіх рівнях: у діяльності державних, приватних, комерційних і некомерційних організацій [3].

Поняття «event» в загальному розумінні цього значення пояснюють як будь-які зібрання людей з визначеною ціллю. Саме поняття event є запозиченим з англійської мови і вживається науковцями у формі англійського слова, або ж транслітерації «event» чи «івентивний». В українській мові найбільш близькі за змістом до англомовного терміну можна виділити подію і захід. Тлумачний словник української мови надає таке визначення терміну подія: «те, що порушує усталений, звичний хід життя; що-небудь важливе, відоме», а захід – як «сукупність дій або засобів для звершення, втілення чого-небудь» [7]. Таким чином, при визначенні поняття «подія» основна увага спрямована на незвичність явища, а в терміні «захід» – на планомірну підготовку.

Сучасний івент – це на сьогодні досить цікавий, але водночас і складний формат взаємодії артистів, ведучих із глядачами, учасниками програми. Тому в сучасних івентах однією із актуальних проблем є вибір форми, у якій відбуватиметься запланована взаємодія.

Отже, івент-індустрія представляє широкий спектр понять та термінів, що визначають різноманітні аспекти організації та проведення подій. Одним із ключових термінів є «івент-менеджмент», що відображає професійну діяльність з планування, координації та виконання заходів. Крім того, івент-індустрія включає в себе поняття корпоративних подій, де підприємства організовують заходи для досягнення різних цілей. Важливими елементами є також івент-блогінг, соціальні мережі, співпраця з брендами та івент-маркетинг, що сприяють популяризації та успішному виведенню подій на широку аудиторію. Ці поняття взаємодіють, створюючи динамічний і креативний ландшафт у світі івентів.

Список використаних джерел

1. Гоцур О. Соціальні мережі та блоги як інструменти реалізації PR-кампанії. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. Вип. 50. С. 196–204. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/11110/1140> (дата звернення: 19.02.2024).
2. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.
3. Зеленська Л. Сутність та функції сучасного івент-менеджменту. *Економіка і менеджмент культури*. 2018. № 1-2. С. 122–127. URL: https://nakkim.edu.ua/images/Instytutu/nauka/vydannia/ekonomika/EMI_1_2_2018.pdf#page=122 (дата звернення: 19.02.2024).
4. Мамотенко Ю. Івент-діяльність як професійний напрямок туризму. Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід: монографія. 2014. 276 с. URL: http://eir.zp.edu.ua/bitstream/123456789/1912/1/Zaytseva_Opportunities_and_development.pdf#page=247 (дата звернення: 19.02.2024).
5. Мисик В. М. Концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Вип. 2(1). С. 29–36.
6. Смирнова Д., Єрмолаєва Г. Блогінг як інструмент спілкування у

соціальних мережах. *Інформаційні комунікації у культурі та мистецтві*. 2021. С. 186–189. URL: <http://libs.mfknukim.mk.ua/bitstream/123456789/1755/1/%D0%A1%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%94.%20%D0%9C.%20%20186-189.pdf> (дата звернення: 19.02.2024).

7. Глумачний словник української мови. URL: <https://slovnyk.ua> (дата звернення: 19.02.2024).

УДК 130.2; 008; 004.5; 004.8

Лю Ко,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філос., ст. викл. каф. культурології та
філософії культури Лись Д. А.*

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В ІННОВАЦІЙНОМУ КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ЕРИ

У дослідженні представлено стрімкий розвиток в епоху цифрової ери технологій, які мають глибокі наслідки на соціокультурному та економічному рівнях, виникають нові виклики та можливості для збереження інновацій у культурі. Підйом цифрових технологій схожий на двосторонню межу – він змінює традиційні методи передачі культурної спадщини, але також відкриває безпрецедентний простір для культурних інновацій. В роботі представлено вплив цифрової ери на збереження інновацій у культурі. Через аналіз практичних випадків та перспектив на майбутнє, проаналізовано розвиток ІТ у галузі сучасної культури.

Ключові слова: *цифровізація гуманітаристики, цифрові технології, цифрова ера, інновації у культурі, культурна спадщина.*

The article presents the rapid development of technology in the digital age, which has profound consequences at the sociocultural and economic levels, creating new challenges and opportunities for maintaining innovation in culture. The rise of digital technology is like a double-sided limit – it is changing traditional methods of cultural transmission, but it is also opening up

unprecedented space for cultural innovation. The work presents the influence of the digital era on the preservation of innovation in culture. Through the analysis of practical cases and future prospects, the development of IT in the field of modern culture is analyzed.

Keywords: *digitalization of humanities, digital technologies, digital era, innovations in culture, cultural heritage.*

Сьогодні цифрова ера суттєво впливає на спадковість культури. Традиційна культурна спадщина раніше передавалася переважно у вигляді усної традиції, ремесла та паперових носіїв, але з появою цифрових технологій культурна спадщина пережила революційні зміни. Цифрова ера звільнила традиційну культуру від географічних та часових обмежень, а цифрові архіви, онлайн-музеї та інші цифрові платформи стали новими майданчиками для культурної спадщини, де артефакти, рукописи та інші старовинні твори мистецтва зберігаються у цифровому вигляді, забезпечуючи всеосяжність культури [1].

Однак, ця трансформація також приносить нові виклики, такі як цифровий розрив, інформаційне перенасичення, які вимагають детального розгляду стійкого шляху розвитку культурної спадщини в цифрову епоху. У хвилі цифрового розвитку ми стикаємося з викликами балансу між традицією та інновацією, захистом та відкритістю, і це саме те, що ми повинні спільно розглядати і вирішувати як ключове питання.

У цифрову епоху можливості для культурного інновацій є скрізь. Цифрові технології, такі як віртуальна реальність, штучний інтелект та хмарне обчислення, об'єднуються з культурними інноваціями, вводячи новий потік енергії у всі сфери і надаючи безпрецедентні можливості для творчості та самовираження. Це дозволяє творцям у сферах культури, літератури, мистецтва мати більше простору для вираження. Інновації вже не обмежуються традиційними медіа.

Одночасно взаємопов'язаність цифрової епохи створює відмінні умови для міжгалузевого співпраці. Культурна інновація може виникнути через співпрацю різних дисциплін та галузей, формуючи новий культурний та творчий потенціал. Наприклад, співпраця технологічних компаній з митцями та культурними установами може підтримувати інновації у цифровому мистецтві, віртуальних культурних враженнях та інших сферах. Зростання технологій великих даних також відкриває безпрецедентні можливості для культурної інновації. Аналізуючи великі обсяги культурних даних, можна глибше зрозуміти вподобання аудиторії, культурні тенденції тощо, що вказує шлях для кращого створення контенту творцями культури.

Соціальні мережі грають ключову роль у цифровій епосі культурного поширення. Через платформи соціальних мереж культурні творці можуть прямо взаємодіяти з аудиторією, швидко поширюючи свої твори та погляди. Ця абсолютно нова екосистема культурного поширення дозволяє культурній інновації проникати в різні сфери суспільства швидше і створювати більший вплив. Таким чином, для повного використання переваг цифрових технологій необхідно спільні зусилля від культурної індустрії, технологічних компаній, уряду тощо, з метою сприяння процвітанню та розвитку культурної інновації на багатьох рівнях [2].

Поява електронних книг змінила традиції літератури, дозволяючи читачам отримувати доступ до літературних творів в будь-який час і в будь-якому місці, сприяючи цифровізації та глобалізації літератури. В той же час, використання технології віртуальної реальності приносить у літературну інновацію унікальні враження, дозволяючи читачам поглиблено відчувати участь у сюжеті. У галузі мистецтва з'явлення віртуальних музеїв, де порушується обмеження простору та часу, надаючи глобальній аудиторії зручний та відкритий культурний досвід. Цифрові художні виставки, використовуючи технології віртуальної реальності та інтерактивного

дизайну, надають глядачам глибше занурення в мистецький досвід. Ці інновації не лише сприяють розвитку культури взагалі, але й розширюють розуміння та участь людей в цих областях.

Дев'ятнадцята Міжнародна виставка у м. Шеньчжень (КНР) та ярмарок індустрії культури акцентують увагу на цифровізацію, енергійно впроваджує національну стратегію цифрової культури, прискорює цифрове будівництво виставки (рис. 1). Вперше було створено тематичний павільйон «Цифровий Китай – культурна інновація в епоху штучного інтелекту». Багато підприємств культури, які використовують технології, такі як 5G, Big Data, хмарні обчислення, штучний інтелект та інші, взяли участь у виставці, що сприяло повноцінному забезпеченню цифрових технологій культурною індустрією [3]. Цифрові технології допомагають оживити традиційну китайську культуру і приводять до нового досвіду відвідувачів під час виставки.



Рис. 1. Дев'ятнадцята Міжнародна виставка у м. Шеньчжень (КНР)

Підкреслимо, що через глибоке дослідження спадку та інновацій у цифрову епоху, можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, вплив цифрових технологій на спадок традиційної культури є глибоким, змінюючи наші традиційні методи передачі, надаючи нам більше цифрових платформ і інструментів. По-друге, цифрова епоха відкриває великі

можливості для культурної інновації, поєднуючи цифрові технології з культурою, міжгалузевою співпрацею, використанням великих даних та соціальних мереж, що робить культурну інновацію більш різноманітною та глобалізованою. Однак цифрова епоха також створює нові виклики, такі як цифровий розрив та інформаційне перенавантаження, що ставить перед нами більш високі вимоги до передачі традиційної культури та культурної інновації [4].

Зазираючи в майбутнє, нам потрібно посилити заходи з захисту традиційної культури за допомогою цифрових інструментів, гарантуючи органічне поєднання цифрових технологій із традиційною культурою [5]. Слід зазначити, що необхідно прийняти ряд стратегій та рекомендацій для вирішення викликів у сфері культурного спадку та інновацій.

По-перше, важливо використовувати цифрові засоби для захисту традиційної культури, включаючи створення цифрових архівів, використання технології блокчейн для захисту авторських прав на культурні спадки та використання цифрових технологій для віртуального відновлення культурної спадщини.

По-друге, потрібно інноваційно підходити до освіти та розвитку кадрів, щоб виховувати фахівців у галузі культури, які володіють цифровою грамотністю. Крім того, уряд повинен приймати політику, що підтримує цифрові інновації в культурі, створюючи сприятливе середовище для розвитку культурної індустрії. Звісно, ми повинні підсилити міжнародну співпрацю та культурний обмін, створити платформу для цифрових культурних інновацій та проводити виставки та заходи з обміном досвіду у сфері цифрової культури. Через ці стратегії та рекомендації ми можемо сприяти стійкому розвитку культури в цифрову епоху, забезпечуючи досягнення стійких результатів у сфері культурної спадщини та інновацій.

Це вимагає спільних зусиль всього суспільства для створення спільного ефекту.

Список використаних джерел

1. Лись Д. А. Кіборг як код цифрової антропології. *Digital transformations in culture* : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. С. 130-141. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-8> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Лись Д. А., Лю Шаньшань. Digital трансформація культури у сучасній комунікації Китаю. *The 3rd International scientific and practical conference «Modern research in science and education»* (November 9-11, 2023) BoScience Publisher, Chicago, USA. 2023. С. 758-767.
3. Лись Д. А. Кіборгізація суспільства у сучасній біотехнології та культурі в епоху homo technicus. *Сучасні технології біомедичної інженерії* : матеріали II міжнародної науково-технічної конференції 17–19 травня 2023 р. / за заг. ред. І. В. Прокоповича, Н. В. Манічевої ; Нац. ун-т «Одеська політехніка». Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2023. С. 258–262. ISBN 978-617-7417-11-7
4. Розова Т. В. Digital anthropology : шлях від етнографічних досліджень до осягнення проблеми людини кіберантропологією. *Digital transformations in culture* : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. С. 1-18. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-1> (дата звернення: 12.02.2024).
5. Розова Т. В., Лись Д. А. Місце Smart watch у реалогії: кіберкультурний аналіз. *Культурологічний альманах*. Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова : Видавничий дім «Гельветика», 2022. №3.С. 255-262. URL: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.31> (Категорія Б) (Digital object identifier, Crossref, Наукова періодика України НБУВ).

УДК 004.738.5

Марія Марковець,

Національний університет «Львівська політехніка»,

Науковий керівник: канд. тех. н., доц., зав. каф. соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Марковець О. В.

**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСІВ НА БАЗІ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ
СТОРИНОК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

У статті систематично досліджено переваги та недоліки використання сервісів на базі штучного інтелекту для формування контенту сторінок у соціальних мережах.

Ключові слова: *штучний інтелект, соціальні мережі, контент, автоматизація, перспективи ШІ.*

This article systematically examines the advantages and disadvantages of using services based on artificial intelligence for creating the content of pages in social networks.

Keywords: *artificial intelligence, social networks, content, automation, AI prospects.*

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя сучасного суспільства. За останні десятиліття спостерігається значний ріст популярності платформ, таких як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, і багато інших. Мільярди користувачів активно взаємодіють у цих електронних просторах, створюючи величезний обсяг контенту.

Поряд із популярністю соцмереж постає завдання створення актуального та цікавого контенту як для самих користувачів, так і для бізнесів, які використовують соцмережі як засіб просування та заохочення клієнтів.

Світ прагне максимальної автоматизації всіх трудомістких процесів. Ця потреба не оминула й сферу соцмереж. А саме, з появою ШІ маркетингологі спеціалісти з SMM, дизайнери стали активно використовувати різні види штучного інтелекту для полегшення своєї діяльності та створення контенту.

Однією з перспективних сфер застосування штучного інтелекту є соціальні мережі. Зокрема, він може використовуватися для автоматичної генерації контенту, такого як музика, малюнки, тексти, відео, графічні ефекти, анімації, творчі ідеї та інше. Наприклад, спеціалісти можуть створювати контент-плани, стратегії та тексти для презентації за заданими параметрами.

Найефективнішими AI інструментами, що використовуються є:

- автоматизація веб-дизайну;

- генерування ідей;
- написання сценаріїв з урахуванням текстових запитів та аналізу текстової інформації.
- написання текстів [1, с. 393–395].

Ці інструменти не лише значно полегшують та прискорюють творчі та аналітичні процеси, але й сприяють підвищенню ефективності роботи. Використання штучного інтелекту в автоматизації таких завдань є перспективою для подальшого розвитку технологій та удосконалення робочих процесів. З цими інноваційними можливостями AI, можна очікувати подальший прогрес у розвитку сучасного суспільства та покращення якості контенту.

Сьогодні можна виділити безліч переваг застосування нейронних мереж та штучного інтелекту, зокрема:

- значне прискорення процесу генерування візуального та інформаційного контенту та можливість його вдосконалення;
- створення контенту за текстовим запитом, де користувачу не потрібно навчатися малювати, що потребує суттєвої витрати енергії, часу та ресурсу;
- урізноманітнення видів подачі інформації, що робить контент цікавим і сучасним [2].

Як бачимо, тенденції розвитку та застосування штучного інтелекту свідчать про те, що він уже глибоко вкорінився в наш інформаційний простір. Варто зазначити, що разом з актуальністю штучного інтелекту також виникають проблеми, такі як питання етики, приватності та індивідуальності даних, довіри користувачів.

Зокрема, можуть виникати такі ризики використання ШІ в блозі:

- втрата автентичності у створенні контенту;
- недовіра з боку читачів;

- створення надто ідеального контенту, де втрачається межа з реальністю [3, с. 56-74].

Отже, зважаючи на вищезгадані ризики важливо розглядати розвиток штучного інтелекту в контексті балансу між можливостями технологій та потенційними ризиками, забезпечуючи відповідні фільтрування отриманої інформації та автентичність.

Висновки: В умовах розвитку інформаційного суспільства та соцмереж, зростає актуальність використання ШІ та питання вирішення проблем з ефективністю його застосування для формування контенту сторінок у соціальних мережах, що вимагає виваженого підходу та ретельної перевірки отриманої інформації.

Кожна прогресивна технологія має переваги та недоліки, штучний інтелект не є винятком. Однак слід пам'ятати про великий потенціал штучного інтелекту, завдяки якому з'являються нові креативні підходи до створення контенту.

Список використаних джерел

1. Андрощук Г. Штучний інтелект: економіка, інтелектуальні власності, загрози. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2021. № 2. С. 56-74.
2. Чат-бот ChatGPT: можливості й загрози. *Медіамейкер* : веб-сайт. URL: <https://mediamaker.me/chat-bot-chatgpt-shho-potribno-znaty-vydavczyam-569/> (дата звернення: 28.02.2024).
3. Ямковенко В., Тітова Л. Сервіси для роботи з графічними зображеннями на базі штучного інтелекту. *Наука. Освіта. Молодь* : зб. матеріалів XVI Всеукр. наук. конф. студентів та молодих науковців (Умань, 11 травня 2023 р.) / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини ; за ред. О. І. Безлюдного. Умань : Візаві, 2023. С. 393–395.

УДК 004.8

Крістіна Павлюк,
*Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. н. із соц. комун., проф., проф. каф.
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Шевченко О. В.*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ЕПОХУ НОВИХ МЕДІА

У статті аналізується проблема створення штучного інтелекту (ШІ), яка є ключовою для інформаційного суспільства, та непередбачувані соціальні наслідки, які можуть виникнути через це.

Ключові слова: *інформація, штучний інтелект, людство, комунікація, інформаційне суспільство, інтернет-ресурси, комп'ютери, комунікаційні технології.*

The article analyzes the problem of creating artificial intelligence (AI), which is key to the information society, and the unpredictable social consequences that may arise from it.

Keywords: *information, artificial intelligence, humanity, communication, information society, Internet resources, computers, communication technologies.*

Сьогодні у світі реально існує влада інформації, а її місце і роль у житті людини стає все більш помітною. Сьогодні все частіше у масмедіа обговорюється філософія комп'ютерної цивілізації. При цьому важливо не лише усвідомити вплив новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, але й зрозуміти психологічні, соціальні та економічні наслідки тотальної комп'ютеризації людського життя та знайти шляхи і способи вирішення проблем, що виникають.

Комп'ютер все більше перетворюється на технологію. Сьогодні наукові та науково-популярні статті про штучний інтелект (ШІ) в засобах

масової інформації вже не викликають подиву, а публікації про журналістику штучного інтелекту є цілком закономірними.

Тривають дослідження впливу штучного інтелекту на розвиток медіа, ролі АІ в журналістиці та можливих наслідків симбіозу штучного інтелекту та традиційних медіа.

Термін «інтелект» походить з латинської мови, «Intellectus» означає розум, розумові здібності людини. А термін «штучний інтелект» трактується як здатність автоматизованої системи виконувати функції людського інтелекту, роблячи вибір і приймаючи рішення на основі раціонального аналізу минулого досвіду і зовнішніх факторів.

Ще один термін, який використовується штучним інтелектом є «знання». Цим терміном позначають не лише інформацію, яку людина отримує із зовнішнього середовища, а й інформацію про взаємодію об'єктів. Системи знань також включають моделі середовища, в якому ці знання функціонують.

Системи штучного інтелекту можна уявити як комплекс апаратного та програмного забезпечення, алгоритми якого ґрунтуються на принципах, аналогічних діяльності людини або біологічних організмів [4].

У широкому розумінні штучний інтелект - це система, яка оперує знаннями і, головне, здатна навчатися; здатність навчатися вирішувати завдання, які не мають рішення або є неточними (через час, пам'ять тощо); здатність навчатися вирішувати завдання, які потребують людського розуміння; будь-яка діяльність. Розглядається як сукупність алгоритмів або програмних систем, що характеризуються здатністю займати місце людини в задачі, виконувати цю функцію і приймати оптимальні рішення на основі аналізу зовнішніх факторів. У вузькому розумінні ШІ призначений для виконання одного завдання або набору конкретних завдань; ШІ дозволяє

машині, пристрою, програмі, системі або службі функціонувати з розумінням певного завдання або ситуації.

Прорив ШІ частково пов'язаний зі зростанням кількості інформації про сучасний світ, яка слугує основою для навчання ШІ. Величезні бази даних, самообслуговування, файли cookie, присутність онлайн, можливість зберігати великі обсяги інформації – вся цифрова віртуальна реальність стала навчальним інструментом для ШІ.

Одного лише коду глибокого навчання недостатньо для створення складних процесів логічного мислення, але він є фундаментальним елементом усіх існуючих ШІ, включаючи суперкомп'ютер Watson від IBM, штучний інтелект Deep Mind, пошукову систему Google і алгоритми, які використовує Facebook Так і є. Завдяки «ідеальному шторму» великих даних і передових алгоритмів глибокого навчання ШІ нарешті досяг успіху, до якого він прагнув майже 60 років. Ця конвергенція свідчить про те, що якщо поточні технологічні тенденції збережуться, розвиток ШІ продовжиться.

Алгоритми штучного інтелекту здатні генерувати неправдиву, оманливу або упереджену інформацію та контент, що може мати значні соціальні наслідки. Поширення дезінформації, маніпулювання громадською думкою та потенційне посилення існуючих упереджень є етично значущими проблемами. Подолання цих наслідків вимагає розуміння впливу інформації, створеної штучним інтелектом, на людей, суспільство і демократичні процеси.

У міру того, як системи ШІ стають все більш складними і автономними, виникають питання відповідальності та підзвітності: хто несе відповідальність, коли системи ШІ генерують шкідливу або оманливу інформацію? Чи повинні нести відповідальність розробники, оператори або користувачі? Забезпечення чіткого розподілу відповідальності та

визначення правових і етичних рамок для систем ШІ має вирішальне значення. Це включає в себе уточнення ролей і обов'язків різних зацікавлених сторін, створення механізмів відшкодування в разі заподіяння шкоди, а також сприяння прозорості та етичному нагляду протягом усього життєвого циклу ШІ.

Алгоритми штучного інтелекту не застраховані від упереджень і можуть увічнити існуючі соціальні забобони. Упередженість алгоритмів штучного інтелекту може призвести до дискримінаційних результатів, поглибити системну нерівність і виштовхнути певні групи на узбіччя життя. прозорість мають вирішальне значення. Це передбачає проведення ретельного тестування та аудиту для виявлення та пом'якшення упереджень, створення різноманітних та інклюзивних команд розробників, а також сприяння алгоритмічній прозорості для підвищення підзвітності та довіри до систем ШІ.

Етичні міркування щодо використання ШІ в інформаційному просторі вимагають проактивних заходів для усунення потенційної шкоди та забезпечення справедливого розподілу переваг ШІ. Розробляються етичні настанови, правила і стандарти, які допоможуть керувати відповідальним розвитком і розгортанням ШІ. Співпраця між дослідниками, політиками, представниками промисловості та організаціями громадянського суспільства має важливе значення для того, щоб орієнтуватися в складному етичному ландшафті та забезпечувати баланс між інвестиціями, суспільним добробутом і захистом основних прав і цінностей.

Вирішуючи етичні питання, вони можуть сприяти створенню соціально відповідальної екосистеми ШІ в інформаційному просторі, якому довіряють. Конфіденційність і нагляд Інтеграція ШІ в інформаційний простір має значні наслідки для приватності та нагляду.

Важливо сприяти прозорості та підзвітності систем штучного інтелекту, щоб люди могли керувати своїми даними і розуміти, як вони використовуються. Висвітлення технологій, що підвищують рівень захисту приватності, безпечних методів обробки даних, а також підвищення рівня обізнаності та цифрової грамотності населення допоможе людям захистити свою приватність у міру розвитку технологій ШІ. Зрештою, досягнення балансу між конфіденційністю і безпекою вимагає постійного діалогу між політиками, розробниками технологій, організаціями громадянського суспільства і широкою громадськістю. Повага і підтримка приватності як основоположного права людини, а також врахування законних інтересів безпеки можуть допомогти вирішити етичні та правові проблеми, пов'язані з розвитком штучного інтелекту.

Штучний інтелект може впливати на індивідуальні вподобання, обмежувати вплив різних точок зору і навіть маніпулювати поведінкою; захист автономії особистості перед обличчям технологій ШІ вимагає розуміння впливу ШІ на прийняття рішень, сприяння прозорості систем ШІ та надання людям можливості контролювати інформацію, з якою вони стикаються через ШІ є необхідним. Етичні міркування, пов'язані з розширенням можливостей людини за допомогою ШІ, мають першорядне значення: ШІ може підвищити продуктивність праці людини, але існують етичні питання щодо належного рівня і мети такого підвищення; правильний баланс між розширенням можливостей людини за допомогою ШІ і захистом людської автономії та гідності має першорядне значення для досягнення правильного балансу між розширенням можливостей людини за допомогою ШІ та захистом її автономії та гідності. Етичні міркування включають забезпечення справедливості, уникнення дискримінації, сприяння інклюзивності та мінімізацію упередженості при інтеграції ШІ в процес прийняття рішень людиною. Вкрай важливо розробляти системи ШІ

прозорими, зрозумілими і такими, що відповідають людським цінностям, щоб люди могли розуміти і контролювати вплив ШІ на їхню волю і прийняття рішень. Подолання складності людської волі і автономії в епоху ШІ вимагає міждисциплінарного співробітництва а також необхідний продуманий дизайн систем штучного інтелекту. Це включає в себе інтеграцію етичних принципів у розробку і розгортання технологій ШІ, просування людиноцентричного підходу і визнання важливості людських цінностей, етики і суджень

Сьогодні успішним журналістам, які працюють у сферах публіцистики та аналітики, або журналістам, які є професійними есеїстами чи авторами раціональних критичних публікацій, конкуренція з боку штучного інтелекту не загрожує. Адже навіть найрозумніший робот не є соціальною істотою і не може належним чином оцінювати, розуміти і відтворювати різноманітні явища людської життєвої реальності на рівні людських емоцій та різноманітних психологічних чинників, притаманних людині. Водночас журналістам необхідно враховувати тенденції, пов'язані з використанням ШІ в медіа. Це означає підвищення загальноосвітнього рівня працівників періодичних видань та набуття глибокої експертизи в конкретних галузях.

Список використаних джерел

1. Гуменюк, Т. (2023). Використання штучного інтелекту в інформаційному просторі: філософський аспект. *Український інформаційний простір*, 2(12), 41–54. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291164](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291164).
2. Романчук О. Штучний інтелект в епоху нових медіа. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2018. Випуск 44. С. 179–188.
3. Піжук О. І. Штучний інтелект як один із ключових драйверів цифрової трансформації економіки. *Економіка управління та адміністрування*. 2019. №3 (89). С. 41-46.
4. Фратавчан В.Г. Методи та системи штучного інтелекту: навчальний посібник. Чернівці: ЧНУ, 2023, 114 с.
5. Яблонська Н. Штучний інтелект та мас-медіа: виклики для підготовки журналістів. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2017. Випуск 42. С. 95-101.

УДК 004.8

Ангеліна Січкарьова,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: канд. філос. н., доц., доц. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Бурлука О. В.

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІА

Концепція проблематики технологій штучного інтелекту на початку третього тисячоліття представляє величезний інтерес, оскільки відкрилася його багатогранність та практичність застосування в сьогоденні та в найближчому майбутньому. У дослідженні представлено, як штучний інтелект став провідною світовою технологічною тенденцією та спричинив технологічну революцію.

Ключові слова: *штучний інтелект, цифрова епоха, медіа, інформаційний простір.*

Conception of range of problems of technologies of artificial intelligence at the beginning of the third millennium presents enormous interest, as his many-sided nature and practicality was opened in application in present time and in the near future. It is presented in research, how artificial intelligence became a leading world technological tendency and entailed technological revolution.

Keywords: *artificial intelligence, digital epoch, medias, informative space.*

Сьогодні, для світової наукової спільноти, очевидно, що соціокультурні наслідки впровадження технологій штучного інтелекту та робототехніки мають довгострокову перспективу. Однозначно передбачити, яким чином розвиватиметься суспільство, яким воно буде в майбутньому, а особливо в індустрії медіа в цифрову епоху, не можливо.

Сторітелінг стає одним з головних трендів, тому успіх чекає на тих, хто поставить на потік розповідь цікавих історій у сучасних мобільних форматах. Медіа вкладатимуться у вертикальні відео, трансляції, доповнену

реальність, інтерактивні тести та інші формати. Стрімке зростання обсягу медіа-контенту в електронному вигляді викликало розвиток каналів зв'язку, способів його виробництва та споживання.

В епоху слабо контрольованих інформаційних та пропагандистських атак загроза застосування роботів та штучного інтелекту на медійному полі бачиться цілком реальною. Технологічно цей процес неможливо зупинити – можна лише регулювати, домовитися про самообмеження та стежити за дотриманням правил з боку користувачів.

Слід зауважити, що ефективна і дієва медіа-діяльність залежить від таких факторів, як точність, баланс думок, відокремлення фактів від коментарів, об'єктивність, правдивість і коректність. Роботи збирають дані і перетворюють їх у текст, але редактори медіа перевіряють достовірність інформації, фактів і оцінюють особливості викладу матеріалу. Іноді роботи можуть поширювати неперевірені або неточні дані, оскільки штучний інтелект не має критичного мислення і свідомості.

Штучний інтелект вже широко використовується у медіа-сфері такими відомими медіа, як «The Washington Post», «The New York Times», «Reuters», «BBC», «Associated Press», «Bloomberg News», «Buzzfeed», «Daily Mirror», «Daily Express» та іншими. Наразі штучний інтелект використовується головним чином для автоматичного збору великих обсягів даних, їх обробки та перетворення на текст; збору та обробки даних для створення новин роботами-репортерами. Штучний інтелект використовується в медіа для контролю за процесом коментування, формування безпечного інформаційного простору. Він допомагає перевіряти факти, виявляти фейки, дезінформацію та підозрілий контент у мережі. Штучний інтелект здатний швидко опрацьовувати величезну кількість даних, ефективно аналізувати їх та перетворювати на короткі

повідомлення. Також він може налаштовувати новини відповідно до потреб конкретної аудиторії.

Питання про штучний інтелект, про його розвиток, ризики та наслідки обговорюються в сучасному інформаційному просторі. Він змінює культуру та структуру медіа-організацій, створює нові ролі та способи виконання завдань у журналістиці, але ж він не може замінити журналістів. Людський розум є незамінним, оскільки він здатний бачити інформацію в контексті та розпізнавати фейки та дезінформацію.

Чи замінить штучний інтелект весь процес у медіа-сфері замість людини у майбутньому? Сьогодні можна сказати, що навряд чи. Використання штучного інтелекту в медіа-сфері вивільняє час для людського креативу та створення унікальних матеріалів, які машини ніколи не зможуть створити.

Список використаних джерел

1. Ковальова М. Штучний інтелект у медіа: переваги та ризики автоматизованого контенту. URL: <https://www.thelede.media/management/2021/02/22/2517/> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Як журналісти застосовують штучний інтелект у своїй роботі? Перший глобальний огляд. URL: https://texty.org.ua/fragments/98062/Jak_zhurnalisty_zastosovujut_shtuchnyj_intelekt_u_svojjj-98062/ (дата звернення: 12.02.2024).
3. Інститут проблем штучного інтелекту: офіц. веб-сайт. URL: <https://www.ipai.net.ua/uk/istoriya-ipshi> (дата звернення: 12.02.2024).
4. Artificial Intelligence Index Report 2023 / Chapter 6. Policy and Governance, Stanford, 2023. P. 1–40.

УДК 004.738.5:1

Іван Танасійчук,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філос. н., доц., проф. каф. інформаційної
діяльності та медіа-комунікацій Чорна Л. В.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – МЕДІАПРОСТІР: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

Вплив соціальних мереж на суспільство в сучасному глобалізованому світі заслуговує на особливу увагу спеціалістів різних галузей знань, зокрема, філософії, політології, соціології та багатьох інших. Ця проблема є актуальною, але водночас і мало дослідженою. Ступінь наукової розробленості вказаного питання пов'язаний зі зростанням інтересу до сучасних процесів інформатизації, з прагненням усвідомити роль соціальних мереж та Інтернету в житті сучасної людини. Маховик впливу соціальних мереж на суспільство набирає значних обертів, їх різноманітність постійно зростає, а кількість активних користувачів збільшується. Така тенденція розвитку соціальних мереж, а також їх зручність та популярність може призвести до того, що вони за недовгий час стануть монополістичною комунікаційною спорудою/ медіа-платформою у світі.

Ключові слова: соціальні мережі, медіапростір, Інтернет та комунікація.

The impact of social media on society in today's globalized world deserves special attention from experts in various fields, including philosophy, political science, sociology, and many others. This problem is relevant, but at the same time, it has not been studied enough. The degree of scientific development of this issue is related to the growing interest in modern informatization processes, the desire to understand the role of social networks and the Internet in the life of a modern person. The flywheel of social networks' influence on society is gaining significant momentum, their diversity is constantly growing, and the number of active users is increasing. This trend of active development of social networks, as

well as their convenience and popularity, may lead to the fact that they will soon become a monopolistic communication structure/media platform in the world.

Keywords: *social networks, media space, Internet and communication.*

У даній роботі приділено основну увагу соціальним мережам як формі розвитку соціальних комунікацій, що створює єдиний комунікаційний простір соціуму як медіапростору.

Різноманітність соціальних мереж та прискорення темпу життя не залишає часу людині використовувати інші пошукові інструменти у медіапросторі, оскільки соціальні мережі за першим же бажанням користувача нададуть максимальну кількість інформації.

Протягом останнього часу світогляд людини формувався під впливом мас-медіа, а саме здебільшого телекомунікаційних засобів. В сучасності формування світогляду пов'язано з більшою кількістю інформаційних джерел. У людини є свій мікропростір, який зосереджений в соціальних мережах.

На сьогоднішній день комунікація стала складовою частиною досліджень як фундаментальних суспільних наук (соціальної філософії, соціології, лінгвістики, психології, антропології, культурології) так і прикладних напрямів.

Соціальні теорії комунікації оформлюються у ХХ столітті завдяки працям лінгвістів (Ф. Де Соссюр), логіків (Л. Вітгенштайн, Ч. Пірс), семіотиків (Ч. Морріс, У. Еко), соціальних психологів (Г. Блумера, В. Вундта, Г. Тарда, Г. Лебона, Дж. Міда) [1; с. 86].

Комунікація як певна конститутивна семантична структура індивідуальної свідомості аналізується у зв'язку з концепціями Іншого (Е. Левінас) та Чужого (Б. Вальденфельс) також вона є центральним елементом соціальної теорії К. О. Апеля та Ю. Габермаса, які розглядають комунікацію як базовий соціальний процес [2; с. 291].

Зв'язок людини з філософським простором повсякденності розглянутий в працях І. В. Карпенка [3; с. 59-71].

Соціальні мережі як інструмент ефективної комунікації та їх вплив на аудиторію, та як система медіаінструментарію для роботи українських Інтернет-ЗМІ розглянуто в роботі С. С. Остапчук та А. Є. Закомолдіна [4].

Однак при всьому розмаїтті поглядів на комунікацію в сучасну добу слід прийняти існуючі реалії щодо соціальних мереж як медіапростір номер один у світі саме зараз та саме сьогодні.

Так, в межах інтернет-простору людина бере активну участь в інформаційно-комунікаційних процесах за допомогою соціальних мереж. Мільярдна аудиторія занурюється до інформаційного цифрового простору, взаємодіє між собою, сприймаючи при цьому доступну інформацію по-різному, в залежності від особливостей світогляду, менталітету, ціннісних орієнтацій, психічного стану та багатьох інших факторів.

Вперше поняття «соціальна мережа» було сформульовано Джоном А. Барнсом у 1954 році у праці «Класи і збори в норвезькому острівному приході», що увійшла до збірки «Людські стосунки».

У Великій українській енциклопедії зазначається, що соціальна мережа – це веб-сайт або додаток, заснований на Інтернет-технологіях; платформа для комунікацій користувачів, що надає їм можливість зв'язуватися, створюючи особисті інформаційні профілі, надаючи доступ до цих профілів іншим користувачам, створюючи спільноти зі спільними зацікавленнями [5].

Отже, соціальні мережі є однією з форм віртуальної реальності, в якій сучасна людина починає проводити не менше часу, аніж у реальному світі. Так, за результатами дослідження, проведеного компанією In Sites Consulting, 70% користувачів Інтернету, що складає близько 1 мільярда осіб, активно експлуатують соціальні мережі. Понад 600 млн. споживачів

відвідують соціальні мережі щодня. У 2012 році кількість користувачів соціальних мереж в Україні вперше перевершила кількість користувачів електронної пошти – їх використовують 56% усієї Інтернет-аудиторії. Акаунтами в соціальних мережах, за мінімальними оцінками, володіє 8,5 млн. громадян (Романуха, 2014). Тобто, у 2012 році кількість користувачів соціальних мереж становила близько 1 мільярда осіб. Згідно з інформацією, наданою на сайті [statista.com](https://www.statista.com), у 2020 році найпопулярніша соціальна мережа у світі – Facebook, налічувала майже 2,5 мільярда MAU на місяць. Додаток Instagram, що використовується здебільшого для обміну фотографіями та відео, мав 1 мільярд MAU. У 2022 році, щоб виміряти MAU для кожної платформи, журналісти Visual Capitalist перевірили різні джерела, включаючи останні звіти компанії SEC та квартальні звіти про прибутки. За результатами розслідування Visual Capitalist, станом на 2022 рік у світі вже налічувалось понад 4,5 мільярда людей, які користуються певним видом соціальних мереж – приблизно 58% населення планети [7].

У січні 2023 року дослідницькі групи з Meltwater та WeAreSocial підготували вичерпний звіт Digital 2023, у якому поділилися інформацією про найбільш значущі тенденції в цифровому просторі сучасності, а також прогнозами про тренди на наступні місяці 2023 року, зокрема, надано інформацію, що на початку 2023 року соціальними мережами користуються 94,6 % всіх користувачів інтернету (Wearesocial, 2023). Отримані результати приголомшують. Кількість унікальних користувачів соціальних мереж починаючи з 2001 до 2023 року безперервно зростає.

За даними дослідження 2024 року, проведеного на замовлення Громадянської мережі ОПОРА, 71,3% українців читають новини в Telegram, 66,2% – дивляться їх в YouTube (66,2%) та 55% – у Facebook. Також 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% – в Instagram, 25,1% – у TikTok, 8,3% – у Twitter [8].

Аналізуючи вищенаведені відомості стає зрозумілим, що разом із появою Інтернету, медіа у той чи інший спосіб почало розвиватись.

Таким розвитком, є поява соціальних мереж, які в силу своєї популярності стали для суспільства незамінним джерелом інформації. Соціальні мережі як невід'ємна частина сучасної людини може спричинити як позитивний так і негативний вплив на її свідомість. Впливаючи на свідомість, соціальні мережі можуть формувати соціальну думку та змінювати світогляд суспільства.

Підсумовуючи наведене, можна дійти висновку, що соціальні мережі на сьогоднішній день є універсальною платформою медіапростору, яка масово використовується у суспільстві. Соціальні мережі як медіапростір потребує глибокого аналізу, оскільки такий вид медіа як соціальна мережа може стати наративом формування соціальної думки та зміни світогляду суспільства, що є безумовною проблематикою філософської науки.

Список використаних джерел

1. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. № 952. Серія: філософія. Філософські перипетії. 2011.
2. Філософський енциклопедичний словник: енциклопедія (2002). НАН України, Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди; голов. ред. В. І. Шинкарук. Київ: Абрис, 742 с;
3. Карпенко І.В. Філософія і світ повсякденності. *Філософські обрії*. 2009. № 22. С. 59-71.
4. Соціальні мережі як інструмент ефективною комунікації. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/57256> (дата звернення: 26.02.2024).
5. Велика українська енциклопедія (2015-2023). Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво» за участі Інституту програмних систем НАН України. URL: <https://vue.gov.ua/agpecija> (дата звернення: 25.02.2024).
6. Рейтинг: найпопулярніші соціальні мережі у світі та кому вони належать. Інтернет ресурс, Режим доступу: <https://uaspectr.com/2021/12/12/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-u-sviti-2022/> (дата звернення 25.02.2024).
7. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та країнах світу (2020). URL: <https://uaspectr.com> (дата звернення 25.02.2024).
8. Що можна вважати соціальною мережею? URL: <https://wizeclub.education/blog/top-sotsialnih-merezh> (дата звернення 25.02.2024).

УДК 141+308(316,33)

Олександр Череповський,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філос. н., проф., зав. каф. культурології
та філософії культури Розова Т. В.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТА ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК МЕГАТРЕНД У КОНЦЕПЦІЇ «STAKEHOLDER CAPITALISM»

У тезах представлено концепцію Клауса Шваба «Stakeholder Capitalism», схарактеризовано переваги та проблеми зв'язку між фізичними, біологічними та цифровими проявами мегатрендів.

***Ключові слова:** Stakeholder Capitalism, капіталізм платформ, Клаус Шваб, інформаційні технології, цифровізація.*

Theses present Klaus Schwab's concept of «Stakeholder Capitalism», characterize the advantages and problems of the connection between physical, biological and digital manifestations of megatrends.

***Keywords:** Stakeholder Capitalism, platform capitalism, Klaus Schwab, information technologies, digitalization.*

Засновник Всесвітнього економічного форуму, видатний німецький економіст, автор багатьох наукових публікацій Клаус Шваб кілька років назад, у 2021 році видав роботу «Stakeholder Capitalism: A Global Economy that Works for Progress, People and Planet» [1]. Під його керівництвом експерти міжнародної групи щороку готують звіт про глобальну конкурентоспроможність. У своїй концепції він розглядає сучасну економіку крізь призму «четвертої промислової революції» з новітніми технологіями, інноваціями та штучним інтелектом. Концепція базується на двох поняттях: «майбутнє» та «невизначеність». Нас цікавить перш за усе філософське спрямування концепції, з точки зору якої можна припустити,

що «майбутнє» та «невизначеність» – це взаємопов’язані поняття. Необхідно підкреслити, що навіть маючи достовірні прогнози, ми все ж не можемо точно сказати, яким буде світ хоча б через десять років. Проте ми можемо розглянути тенденції існування техніки та розвитку суспільства. У передмові до книги «Stakeholder Capitalism» Шваб радить використовувати силу революційних змін, щоб змінити світ на краще. Він пропонує практичне застосування інноваційних знань, створюючи платформу для стимулювання взаємозв’язку з питань, що пов’язані з технологічною революцією. Мабуть тому його концепція отримала ще одну назву – «капіталізм платформ». Клаус Шваб вважає, що сучасні інновації мають спільну рису: усі вони використовують можливості цифрових та інформаційних технологій. Тобто все якось пов’язане з інформаційними технологіями – це мегатренд. Ці технології є усюдисущими. На нашу думку, слово «усюдисущий» цілком характеризує сучасний контекст існування інформаційних технологій. Наше життя вже пронизане цими технологіями. Завдання постає у тому, що нам потрібно підключити весь світ до Інтернету. Фізичним проявом мегатрендів Клаус Шваб вважає чотири групи винаходів: безпілотні транспортні засоби, 3D-друк, робототехніка, інноваційні матеріали.

З першого погляду все зрозуміло. Автомобілі та кораблі поступово переходять на безпілотний режим. Дрони використовуються буквально в усіх сферах життя. 3D-друк розвивається навіть в біології: виробництво живих тканин отримало назву: «біодрук», а дослідники працюють над технологією 4D-друку. При цьому Клаус Шваб у своїй концепції вказує на зв’язок між фізичними, біологічними та цифровими проявами мегатрендів – одне більше не існує без іншого. Запроваджуються нові бізнес-моделі: коли бот або програма замінюють людську працю. При створенні абсолютно нової бізнес-моделі витрати зменшуються, а прибуток зростає. Світ і ринок

праці змінюються на наших очах. Саме завдяки новим бізнес-моделям виникає фріланс та аутсорсинг. Бізнес-моделі, пов'язані з використанням нових економічних технологій, навіть впливають на навколишнє середовище, тому люди повинні йти в ногу з часом і бути гнучкими.

Автор робить ще один важливий висновок про те, що людство сьогодні є свідком зростаючої поляризації у світі, яка розділятиме тих, хто приймає зміни, що відбуваються, і тих, хто їм опирається. Щоб не опинитися по той бік інноваційної барикади, Клаус Шваб рекомендує розвивати та застосовувати чотири типи інтелекту: контекстуальний, емоційний, телеологічний (прагнення відчуття як загальної, так й особистої мети), фізичний (благополуччя фізичного тіла).

За словами Клауса Шваба, головними бенефіціарами четвертої промислової революції є постачальники інтелектуального чи фізичного капіталу – винахідники, інвестори, акціонери. У випадку з прогресивними технологіями результат «виграшний»: виграє і власник інтелектуального капіталу, і решта світу.

Отже, капіталізм платформа, четверта промислова революція характеризуються змінами з префіксом «кібер». Як вважає Клаус Шваб, для того, щоб світ став кращим, важливо вчасно увійти в цей світ інтелектуальної власності та технологій.

Список використаних джерел

1. Klaus Schwab, Peter Vanham. Stakeholder Capitalism: A Global Economy that Works for Progress, People and Planet. 2021. 304 p.

УДК 004.8:37

Христина Юрив,
Національний університет «Острозька академія»
*Науковий керівник: д. філос., ст. викл. каф. інформаційно-документних
комунікацій ННІ МВНБ НаУОА Федорук О. М.*

СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У дослідженні подано аналіз сучасного стану використання штучного інтелекту в освітній діяльності. Розглянуто основні аспекти застосування ШІ на прикладі закладів вищої освіти в Україні.

Ключові слова: *штучний інтелект, Стратегія розвитку штучного інтелекту, освітня діяльність, віртуальні помічники, діджиталізація.*

In research the analysis of the modern state of the use of artificial intelligence is given in educational activity. The basic aspects of application of artificial intelligence are considered on the example of establishments of higher education in Ukraine.

Keywords: *artificial intelligence, Strategy for the Development of Artificial Intelligence, educational activity, virtual assistants, digitization.*

Сьогодні освіта є динамічно розвиваючою сферою у будь-якій країні, тому на функціонування закладів вищої освіти впливають низка факторів. Якщо раніше, система освіти була досить консервативною і доступна лише обмеженому колу, то сьогодні процеси діджиталізації значно трансформували освітню сферу [4]. Інноваційні технології поступово впроваджувалися в освітню діяльність, і зараз майже кожен викладач та студент активно використовує їх у власній діяльності.

Понад 50 країн світу, а також Північно-атлантичний альянс (НАТО), вже створили й затвердили власні стратегії розвитку штучного інтелекту, щоб зафіксувати свої завдання й пріоритети у цій сфері, прискорити темпи

свого науково-технічного та соціально-економічного розвитку [1, с. 3-34]. В Україні впровадження процесу діджиталізації відбувається значно повільніше.

Створення Стратегії розвитку штучного інтелекту в Україні – документу національного рівня та загальнодержавного значення, який визначає пріоритетні напрями здійснення фундаментальних, прикладних та експериментальних досліджень, завдання і заходи щодо впровадження вітчизняних і світових технологій штучного інтелекту в інтересах національної безпеки та оборони, економічного й соціального розвитку України, стало необхідним рішенням. Однією з переваг Стратегії розвитку штучного інтелекту є відсутність затребуваності додаткового фінансування задля реалізації проекту. Цей документ покликаний стати вагомим чинником усебічного сприяння економічному, технологічному та політичному розвитку України як держави [2].

Однією з особливостей сучасного суспільства з високими вимогами до інженерної культури стала необхідність розуміння, для чого і як штучний інтелект застосовується. Оскільки упровадження цифрових технологій в усі сфери життєдіяльності людини стає одним із пріоритетних напрямів державної політики України, то людині, що не володіє відповідними знаннями його застосування, значно важче буде адаптуватись до постійних технологічних змін.

Сучасний стан використання штучного інтелекту в освітній діяльності постійно зростає і має великий потенціал у поліпшенні навчального процесу, індивідуалізації навчання та підвищенні якості освіти. Безпосередньо в освітній сфері стратегія розвитку штучного інтелекту в Україні передбачає розвиток окремих наукових напрямів, а саме: нечіткі множини та нечітка логіка, штучні нейронні мережі, гібридні нейронечіткі та нечітко нейронні мережі, еволюційні та мультиагентні алгоритми,

алгоритми, що імітують фізичні та інші процеси, комп'ютерний зір, машинний переклад, розпізнавання та синтез мовлення, ідентифікація мови, резюмування, розпізнавання іменованих об'єктів, аналіз емоційного забарвлення, біоінформатика, машинне навчання. Завдяки штучному інтелекту освітня сфера охопить більш широкий спектр можливостей, а тому важливим є розвиток міждисциплінарних досліджень на перетині штучного інтелекту та інших галузей науки.

Вивчення штучного інтелекту як феномену сучасності стане обов'язковим, тому на різних етапах освіти, наприклад середня школа, професійно-технічні заклади, університети, буде впроваджено дисципліни, які напряму пов'язані з дослідженням штучного інтелекту. Відповідно Україні потрібні будуть висококваліфіковані фахівці, а тому буде розширено, уніфіковано і систематизовано мережу навчальних центрів, спрямованих на підготовку висококваліфікованих кадрів для України у сфері штучного інтелекту.

Пандемія COVID-19 змусила активно застосовувати інформаційні технології в освітній сфері. Викладачі, студенти, адміністрація та інші суб'єкти вищої освіти повинні володіти достатніми навичками користування персональним комп'ютером та використовувати у своїй діяльності можливості створені штучним інтелектом задля ефективнішого навчання.

Викладачі та адміністрація повинні володіти основними навичками, а саме: вміти використовувати цифрові технології на свою користь, розвивати цифрову грамотність, вміти розробляти і створювати ефективні он-лайн курси, включаючи структуру курсу, матеріали, завдання та методи оцінювання, знати принципи дизайну навчальних матеріалів, які сприяють активному навчанню, співпраці та залученню студентів, використовувати соціальні мережі та інші інструменти для ефективної комунікації,

застосовувати різні методи оцінювання в онлайн-середовищі та забезпечувати зворотний зв'язок. Ці аспекти підготовки можуть бути реалізовані через тренінги, семінари, вебінари та самоосвіту. Крім того, важливо забезпечити підтримку та доступ до необхідних ресурсів для успішної інтеграції цифрових інструментів у навчальний процес.

Сучасний стан використання штучного інтелекту в освітній діяльності є досить перспективним і стрімко розвивається [5]. Штучний інтелект вже знайшов застосування в багатьох аспектах освіти, починаючи від індивідуалізації навчання, закінчуючи покращенням адміністративних процесів.

Перспективним напрямком застосування штучного інтелекту є використання віртуальної реальності та розширеної реальності у навчальних процесах. Це дозволяє створювати інформативне навчання, де студенти взаємодіють з віртуальними об'єктами та ситуаціями. Особливо ефективною така практика є під час вивчення напрямів, що потребують великої кількості практичних навичок, наприклад, медицина, інженерія або мистецтво [3, с. 75-157].

Інші напрямки розвитку штучного інтелекту в освіті включають розумних помічників для вчителів, автоматизоване складання навчальних планів, відстеження прогресу та рекомендації для самонавчання, аналіз соціальних мереж для виявлення проблем поведінки та добробуту студентів і багато іншого.

Використання штучного інтелекту в освітній діяльності також стикається з викликами та обмеженнями. Одним із важливих аспектів є забезпечення конфіденційності та захисту персональних даних учнів, оскільки системи штучного інтелекту збирають велику кількість інформації про них [6]. Крім того, важливо розвивати соціальні та етичні аспекти використання штучного інтелекту в освіті.

Таким чином, у майбутньому можна очікувати подальшого технологічного розвитку в освіті, зростання його функціональності та впровадження нових інноваційних технологій. Вплив штучного інтелекту на освіту буде динамічним, забезпечуючи більш ефективний, індивідуалізований та доступний навчальний процес.

Список використаних джерел

1. Національна стратегія розвитку штучного інтелекту в Україні 2021–2030. Київ, 2021. С. 3–34.
2. Стівен Хокінг: штучний інтелект може стати найгіршим винаходом людства: наук. праця. URL: <https://mind.ua/news/20178313-stiven-hokingshtuchnij-intelekt-mozhe-stati-najgirshim-vinahodom-lyudstva> (дата звернення: 16.02.2024).
3. Шевченко А. І. Щодо проєкту стратегії розвитку штучного інтелекту в Україні на 2022–2030 рр. *ArtificialIntelligence*. Київ, 2022. № 1. С. 75–157.
4. Bernard M. HowIs AI Used In Education – Real World Examples Of Today And A PeekIntoThe Future. URL: <https://bernardmarr.com/how-is-ai-used-in-education-real-world-examples-of-today-and-a-peek-into-the-future/#:~:text=AI%20has%20already%20been%20a%20plied,develop%20skills%20and%20testing%20systems.&text=AI%20can%20drive%20efficiency%20%2C%20personalization,capabilities%20where%20machines%20would%20struggle> (дата звернення: 16.02.2024).
5. Lathan, J. Complete GuidetoTeacher-Centeredvs. Student-Centered Learning. University of San Diego. URL: <https://onlinedegrees.sandiego.edu/teacher-centered-vs-student-centered-learning/> (дата звернення: 16.02.2024).
6. Staker, H., &Horn, M. (2012) Classifying K-12 blended learning. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED535180.pdf> (дата звернення: 16.02.2024).

СУЧАСНА ОСВІТА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГЛОБАЛЬНОМУ ТА НАЦІОНАЛЬНОМУ ВИМІРАХ

УДК 378:6:61

Безцінна Карина,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
здобувачка факультету транспортних систем,
Ткаченко Ірина,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
ст. викл. каф. філософії та педагогіки професійної підготовки

МОТИВАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ЯК ПРОЯВ ПОТРЕБ ОСОБИСТОСТІ

У дослідженні представлено сутність мотивації, здійснено аналіз основних потреб, які можуть бути важливими мотиваційними факторами для отримання вищої освіти.

Ключові слова: мотивація, вища освіта, здобувачі вищої освіти, потреби особистості.

The study presents the essence of motivation, analyzes the basic needs that can be important motivators for obtaining higher education.

Keywords: motivation, higher education, students of higher education, personal need.

Здобуття вищої освіти має важливе значення для розвитку суспільства, економіки та культури. Тому розуміння мотивів, що підштовхують особистість до отримання вищої освіти, важливе для ефективного планування освітніх політик та програм. Дослідження мотивації здобувачів вищої освіти в Україні сприяє не тільки оптимізації освітнього процесу, а й формуванню більш адаптивного та ефективного освітнього середовища для розвитку особистості та підготовки

кваліфікованих фахівців.

Сучасні українські науковці вивчають мотивацію до навчання на достатньо високому рівні деталізації. У цьому контексті слід виокремити праці таких авторів, як О. Гладкова, С. Бабатіна, В. Климчук, І. Крупник, С. Крупник, К. Савченко, Н. Черняк та інші, які проводять аналіз факторів, що впливають на мотивацію, досліджують причини відсутності інтересу до навчання та розглядають різні види навчальних мотивів, розробляють інструменти для діагностики та вивчення рівня розвитку мотивації до навчання тощо.

Мотивація – це процес спонукання людини до певної діяльності за допомогою внутрішньоособистісних і зовнішніх факторів [2, с. 88]. А. Маслоу дає таке визначення: «Мотивація неперервна, вона не припиняється, вона складна і нестабільна і є майже універсальною характеристикою практично будь-якого стану організму» [3]. Питання мотивації, за А. Маслоу, відбиває бажання особистості до самореалізації – виразу, розвитку та втілення в життя своїх унікальних здібностей і потенціалу. Це стосується бажання стати тим, ким людина може бути, і є однією з основних характеристик особистості [3].

Якщо узагальнити різні підходи, то можна підсумувати, що мотивація – це система внутрішніх та зовнішніх сил, які спонукають людину здійснювати певну діяльність, спрямовану на досягнення встановлених цілей при застосуванні сумлінності, наполегливості, старань та зусиль. Відзначимо, що відчуття нестачі чогось, тобто відчуття потреби викликає в людини бажання цю потребу задовольнити; таким чином формується мотив або стимул, який визначає напрямок діяльності, стиль поведінки людини, що приводить її, в кінцевому підсумку, до поставленої мети, до визначеної цілі. Отримавши певний результат, індивід оцінює наслідки своєї діяльності, визначає рівень задоволення потреб.

О. Гладкова вказує на те, що мотиви здобуття освіти можуть бути зовнішніми і внутрішніми. Зовнішні мотиви походять від інших людей чи оточення, наприклад, від батьків, викладачів чи суспільства загалом. Їхні впливи можуть включати соціальний тиск або очікування. З іншого боку, внутрішні мотиви походять від самого здобувача освіти і включають бажання особистого розвитку, самореалізації та досягнення власних цілей. Головною ідеєю є те, що внутрішні мотиви виявляються ключовими під час отримання вищої освіти, оскільки саме вони призводять до внутрішньої мотивації та активної участі в освітньому процесі [1, с. 178].

Є підстави вважати, що мотивація здобувачів вищої освіти в Україні може бути проявом різних потреб особистості, які ті намагаються задовольнити через отримання вищої освіти. Відтак зазначимо декілька основних потреб, які можуть бути важливими мотиваційними чинниками:

1. Професійні амбіції. Багато людей прагнуть здобути вищу освіту для розвитку своєї кар'єри та досягнення високих професійних стандартів. Одні здобувачі вищої освіти мають конкретні професійні цілі і бажають підвищити свою кваліфікацію або здобути нові навички для розвитку у своїй обраній сфері. Вони можуть прагнути зайняти керівні посади, розширити свої фахові можливості або спеціалізуватися в певній сфері. Наприклад, здобувачі можуть відчувати потребу в отриманні вищої освіти для збільшення своєї конкурентоспроможності на ринку праці. У сучасному світі, де конкуренція висока, маючи вищу освіту, люди можуть мати кращі шанси на отримання бажаної роботи або підвищення заробітної плати. У деяких галузях, таких, як медицина, право, інженерія тощо, отримання вищої освіти є необхідним для отримання професійних ліцензій або сертифікатів.

Можна з упевненістю сказати, що зазначені аспекти підкреслюють важливість професійних амбіцій як мотиву для отримання вищої освіти, а

також показують, як цей мотив впливає на індивідуальні кар'єрні траєкторії та професійний розвиток.

2. Саморозвиток. Отримання вищої освіти для багатьох людей є більшим, ніж просто здобуття кваліфікації чи отримання диплома. Це є способом саморозвитку та розкриття власного потенціалу. Для цих осіб навчання у вищому навчальному закладі відкриває можливості для постійного особистісного зростання, розширення світогляду та збагачення своєї культурної та інтелектуальної сфер.

3. Соціальне визнання. Здобуття вищої освіти в сучасному суспільстві може мати значний вплив на соціальне визнання та статус особистості. Освічена людина часто сприймається як краще підготовлена для різних сфер життя, зокрема таких, як професійна діяльність, політика, культура тощо. Вона може отримувати більше можливостей для кар'єрного зростання, отримувати вищі посади та вищу оплату праці. Крім того, люди з вищою освітою частіше мають можливість займати відповідальні та впливові позиції в суспільстві, що може призводити до більшого визнання та поваги з боку інших. Відомо, що соціальне визнання впливає на самооцінку та самоповагу людини, створюючи відчуття досягнення успіху та значимості в суспільстві.

4. Економічні переваги. Економічні переваги від отримання вищої освіти є значною мотивацією для багатьох здобувачів освіти в Україні, які розглядають вищу освіту як інвестицію у своє майбутнє, що може відкрити їм доступ до кращих робочих можливостей та сприяти підвищенню їхнього соціального та економічного статусу.

5. Самореалізація. Для деяких людей отримання вищої освіти є важливим кроком у досягненні своїх особистих цілей та задоволенні власних амбіцій.

Є впевненість у тому, що зазначені мотиви можуть взаємодіяти та

домінувати в різний спосіб у різних осіб, визначаючи їхню мотивацію до здобуття вищої освіти.

Таким чином, здобуття вищої освіти в Україні визначається різнобічним спектром мотивацій, які відображають різні потреби та цінності особистості. Професійні амбіції, саморозвиток, соціальне визнання, економічні переваги та самореалізація є ключовими чинниками, які впливають на бажання індивідів отримати ту чи іншу освіту. Без розуміння того, як мотиваційні чинники здобувачів вищої освіти впливають на ефективність засвоєння ними відповідних знань, умінь та навичок видається не можливою побудова якісного освітнього процесу. А тому, вважаємо, означені питання ще потребують всебічного обговорення.

Список використаних джерел

1. Гладкова О. В. Мотивація здобувачів вищої освіти до навчання в університеті. *Фармакоекономіка в Україні: стан і перспективи розвитку*: матеріали XI наук.-практ. інтернет-конф. Харків: НФаУ, 2019. С. 176–181.
2. Крупник І. Р., Тавровецька Н. І. Мотивація до успіху та превалюючі стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях здобувачів фахової передвищої освіти. *Габітус*. Випуск 51. 2023. С. 88–92.
3. Maslow A. A theory of human motivation. *Psychological Review*. 1943. Vol. 50(4). Pp. 370–396.

УДК 37.035.6

Валентина Гарнійчук,
*головний спеціаліст відділу інноваційного розвитку та
моніторингу якості освіти Управління освіти Шевченківської районної
в місті Києві державної адміністрації*

**АКТУАЛЬНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ
ГУМАНІТАРНОГО НАПРЯМКУ
«НЕЗЛАМНИЙ ШЛЯХ ДО ПЕРЕМОГИ»
ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ**

У дослідженні обґрунтована актуальність навчальної програми гуманітарного напрямку «Незламний шлях до Перемоги» для здобувачів освіти старшого шкільного віку закладів позашкільної освіти.

***Ключові слова:** патріотичне виховання, навчальна програма, позашкільна освіта.*

The study presents the relevance of the curriculum of the humanitarian direction «The Unbreakable Path to Victory» for students of high school age in after-school education institutions.

***Keywords:** patriotic upbringing, curriculum, extracurricular education.*

Окупація Криму в 2014 року, війна в східних областях країни та кульмінаційне загарбницьке повномасштабне вторгнення росії в Україну, яке відбулось 24 лютого 2022 року, докорінно змінило життя українців та цілісність держави України. За таких обставин базовими векторами є збереження Української держави та найцінніше життя її народу, консолідація зусиль всієї нації «вистояти, протистояти, перемогти» та виховати свідомого патріота-українця.

Дана мета знайшла своє підтвердження та розглядається як пріоритетна у законах України «Про освіту», «Про загальну середню

освіту», Указі Президента України «Про Стратегію національно-патріотичного виховання», постановах Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану дій щодо реалізації Стратегії національно-патріотичного виховання на 2020-2025 роки», «Про затвердження Державної цільової соціальної програми національно-патріотичного виховання на період до 2025 року та внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України», Концепції національно-патріотичного виховання в системі освіти України, Концепції НУШ, Програмі патріотичного виховання дітей та учнівської молоді та ін.

Трагічний час змушує виховувати не лише патріота, який любить Батьківщину, а громадянина-воїна, який готовий захистити її територіальну цілісність, суверенітет, який поважає права і свободи людини, культуру свого народу, шанобливо ставиться до інших людей та народностей, прагне відновити історичну правду та пам'ять, вміє критично мислити, медіаграмотний, має імунітет до маніпуляцій свідомістю, пропаганди та прагне відповідально з почуттям обов'язку розбудувати незалежну, демократичну державу Україну.

2022 та 2024 роки – це час українського героїчного опору. Це роки свідомої, самовідданої, героїчної боротьби не лише за фізичне виживання українського народу та існування України як держави, а й за ідентичність, свободу і цілісність нації як частини європейського цивілізованого світу.

Нині керівництво російської федерації офіційно заперечує існування українців як окремої нації, та одним із стратегічних завдань з початку війни було загарбання української території та насильницьке долучення до їх імперії. Це беззаперечно знищення української національної ідентичності, геноцид українського народу.

Після краху Радянського Союзу, новостворена країна росія дуже болісно відреагувала на відхід, відокремлення Незалежної України та

затамувавши образу, довгий час старанно, віддано «виношувала імперський проєкт» та підживлювала свої імперсько-рашиські амбіції, як на росії так і в Україні. На росії це дійсно спрацювало, бо дуже показовим є крики простих росіян про велич імперського «єдинства», «ми один народ», «ми брати», «ми вас спасаємо та визволяємо», «Ленін створив Україну», примусове приєднання українських земель, знищення українства. І ці всі крики чути з економічно зубожілої країни, де народ виживає, але «в усіх бідах» звинувачує «загниваючий» європейський захід та сусідів українців.

Варто зазначити, що не в 2014 чи 2022 роках росія наважилась продемонструвати свої імперські амбіції. Під різними назвами, останні 30 років, вона здійснювала спроби імперського відновлення, а саме: «спасіння», «визволення», «операція з повернення до складу Росії», «інтернаціональна допомога», «росія-миротворець та виступає третьою стороною», «громадянський конфлікт», «зачистка нацистів», «боротьба з тероризмом» та «спеціальна військова операція» тощо.

24 лютого 2022 році продемонстровано обличчя путінської росії. 9 років для світової спільноти путін демонструвався як «миротворець», «борець з українським нацизмом» та переконував, що в Україні триває кровопролитна «громадянська війна». Повномасштабне вторгнення загарбницьких військ в Україну показало, що росія є не «третьою стороною» у війні на сході України, а є жорстоким агресором. Ще з 2014 року Донецька та Луганська області України були підконтрольними москві в статусі ДНР та ЛНР.

Мета Програми: створення умов для формування національно-патріотичного, морального, свідомого, компетентного громадянина – патріота України, для якого власна доля та доля країни нероздільні, готового турбуватися про свій народ, спроможного допомогти іншим та виживати самому в умовах загрози військової окупації, переконаного в необхідності

розбудови країни як суверенної, незалежної, єдиної, демократичної, правової і соціальної держави, здатного до єдності, злагоди, миролюбності.

Навчальна програма допоможе здобувачам освіти ідентифікувати себе з українським народом, нацією, сприятиме зміцненню поваги до Конституції, стимулюватиме безперечне виконання норм Закону, культивуватиме любов до державної мови, створить сприятливі умови для самоствердження, вдосконалення й реалізації своїх патріотичних переконань.

У змісті Програми зроблено акцент на формування національно усвідомленого підростаючого патріота-українця, в якого а також на життєвих навичках, як взаємодія, спілкування, робота в команді, прийняття рішення, критичне мислення, медіаграмотність, відповідальність, почуття обов'язку, управління емоціями, стресами та конфліктними ситуаціями, формування цінностей.

Навчальна програма реалізується в гуртку «Незламний шлях до Перемоги» гуманітарного напрямку позашкільної освіти та спрямована на здобувачів освіти старшого шкільного віку закладів позашкільної освіти.

Програма розрахована на один рік основного освітнього рівня, 144 години на рік. Рекомендована періодичність проведення занять – 4 години на тиждень.

Програма складається з п'яти тематичних розділів, але педагог може самостійно визначити порядок вивчення тем, поділ розділів на частини та кількість годин на вивчення кожної теми. Засвоєння тем програми здійснюється паралельно з виконанням проєктів та практичних завдань.

Кожна тема Програми містить теоретичну і практичну частину. Зокрема, *теоретична* частина передбачає використання інформаційних повідомлень, міні лекцій, бесіди, дискусії з учасниками тощо. *Практична* частина об'єднує роботу в малих групах, роботу над проєктами,

моделювання та аналіз ситуацій, перегляд та обговорення виставок, відеороликів, створення виставок, мозкові штурми, рольові ігри, практичне використання застосунків з медіаграмотності тощо.

Форми контролю за результативністю засвоєння Програми: представлення проєктів, опитування, захист творчих робіт, активна участь у заняттях, виставках, інших формах виховної роботи.

Список використаних джерел

1. Указ Президента України від 18.05.2019 № 286/2019 «Про Стратегію національно-патріотичного виховання». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/2862019-27025> (дата звернення: 12.02.24).

УДК 338.24

Юлія Котова,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
здобувачка факультету транспортних систем,
Ірина Ткаченко,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
ст. викл. каф. філософії та педагогіки професійної підготовки

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ВИЩОГО
НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ: ТИПИ, ФУНКЦІЇ, СКЛАДОВІ**

У дослідженні представлено сутність поняття «корпоративна культура вищого навчального закладу», описано типи, функції та складові корпоративної культури, які визначають атмосферу та спільні цінності університетської спільноти.

Ключові слова: *корпоративна культура, заклад вищої освіти, типи, функції, складові, університетська спільнота.*

The study presents the essence of the concept of corporate culture of a higher educational institution, describes the types, functions and components of corporate culture that determine the atmosphere and common values of the

university community.

Keywords: *corporate culture, institution of higher education, types, functions, components, university community.*

Актуальність дослідження корпоративної культури вищого навчального закладу надзвичайно важлива в контексті сучасної освітньої парадигми та соціокультурних змін. В умовах швидкого розвитку суспільства та постійних трансформацій у сфері освіти, розуміння та аналіз корпоративної культури вищого навчального закладу стає ключовим для ефективного управління навчальним процесом, формування позитивного студентського середовища і створення сприятливої атмосфери для освітньої та наукової діяльності. Дослідження корпоративної культури вищого навчального закладу дозволяє виявити основні цінності, норми, традиції та практики, які формують особливу атмосферу спільноти сучасного вищого навчального закладу. Це допомагає керівництву установи та академічному персоналу краще розуміти потреби студентів, їхні мотивації та очікування, що в свою чергу сприяє покращенню якості освіти та розвитку студентської спільноти.

Дослідження корпоративної культури вищих навчальних закладів є складним та багатогранним завданням, яке вчені досліджують з різних наукових позицій: Н. Білик [1], К. Бровко [2], Н. Горбенко [3], В. Кубко [4], В. Мороз [5], М. Мороз [5], Л. Хижняк [6] та інші. Розмаїття поглядів на визначення підходів до дослідження корпоративної культури свідчить про необхідність комплексного підходу до її вивчення.

Один із таких підходів окреслено у праці В. Мороз, М. Мороз, Р. Лааманен [5], де наголошено, що корпоративна культура вищого навчального закладу ґрунтується на спільних цінностях, що об'єднують університетську спільноту, включаючи професорсько-викладацький склад, співробітників та студентів. Головним носієм і джерелом розвитку

корпоративної культури є саме професорсько-викладацький склад, який визначає не лише зміст, але й форми виявлення прийнятих норм та правил поведінки. Кожен вищий навчальний заклад може розглядатися як унікальна субкультура в межах вищої освіти. Це пояснюється тим, що корпоративна культура з часом може трансформуватися в окрему субкультуру внаслідок впливу різноманітних факторів. Наприклад, факультети та кафедри можуть мати свої власні норми, цінності та правила, що відрізняють їх від інших структурних підрозділів університету. Адміністрація та власник вищого навчального закладу впливають на корпоративну культуру через свою діяльність. Вони формують атмосферу та забезпечують напрямок розвитку організаційної культури, що визначає якість та ефективність функціонування закладу [5, с. 70].

Згідно з поглядами В. Кубко, корпоративна культура вищих навчальних закладів може бути розглянута як система, яка забезпечує життєдіяльність освітніх організацій та реалізує ідеї вищої освіти. Вона ґрунтується на принципах самоцінності знання та свободи навчання [4, с. 213].

На нашу думку, корпоративна культура вищого навчального закладу – це комплексна система цінностей, норм та способів взаємодії, яка формується різними учасниками освітнього процесу та є важливою складовою ідентичності та функціонування вищого навчального закладу.

Ознайомлення з науковою літературою дає можливість зробити висновок, що переважно виділяють такі типи корпоративної культури вищого навчального закладу: традиційна, яка орієнтована на збереження історичних та усталених цінностей і традицій; інноваційна, спрямована на пошук новаторських ідей, стимулює творчий підхід до навчання та досліджень; адаптивна, гнучка та здатна швидко реагувати на зміни в оточенні, включаючи технологічні, соціокультурні та економічні зміни.

Корпоративна культура в сучасному вищому навчальному закладі відіграє важливу роль у формуванні атмосфери, цінностей та спільних підходів до навчання, досліджень та інновацій. Означимо деякі з функцій, які корпоративна культура може виконувати в цьому контексті: створення ідентичності та спільної мети (корпоративна культура допомагає створити в учасників навчального закладу почуття приналежності та спільної мети, спрямовуючи їхні зусилля на досягнення спільних цілей); формування цінностей та стандартів (корпоративна культура допомагає встановити і сприяє дотриманню певних цінностей, норм і стандартів, які є важливими для спільноти навчального закладу); стимулювання співпраці та командної роботи (корпоративна культура може сприяти розвитку співпраці, взаємодії та командної роботи серед студентів та викладачів); стимулювання інновацій та творчості (корпоративна культура може сприяти стимулюванню інноваційних ідей та творчого підходу до розв'язання проблем); підтримка етичних стандартів та відповідальності (корпоративна культура допомагає виховувати відповідальність, етичність та професійну поведінку).

Не викликає сумнівів, що вище перераховані функції корпоративної культури спільно визначають атмосферу та спосіб функціонування вищого навчального закладу, сприяючи досягненню його цілей та місії.

До складових корпоративної культури сучасного закладу вищої освіти переважно відносять: місію, цінності, ритуали, традиції, норми, символіку, офіційний сайт. Згідно з Н. Горбенко, місія визначає основну мету організації та відображає її сутність [3, с. 104]. В. Кубко визначає корпоративні цінності як набір правил, що визначають пріоритети та формують систему поведінки для досягнення цілей вищого навчального закладу [4, с. 215]. Традиції, на думку Н. Білик, являють собою дії та заходи, які вказують на цінності освітньої установи. Традиції включають

університетські свята та урочистості, такі, як посвята першокурсників та вручення дипломів випускникам. Для корпоративних заходів обов'язковим атрибутом стали мантії ректора, деканів та професорів, що відповідає європейським стандартам [1, с. 84].

Отже, дослідження корпоративної культури вищого навчального закладу є надзвичайно важливим в контексті сучасної освітньої парадигми та соціокультурних змін. Розуміння цінностей, норм, традицій та практик, які формують атмосферу спільноти вищого навчального закладу, є ключовим для ефективного управління навчальним процесом і створення сприятливого середовища для освітньої та наукової діяльності.

Список використаних джерел

1. Білик Н. Корпоративна культура закладу вищої освіти. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2020. Вип. 25. С. 80–87.
2. Бровко К. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. № 69. С. 42-46. URL: http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2020/69/part_2/9.pdf (дата звернення: 25.02.24)
3. Горбенко Н. Теоретико-методологічні підходи до дослідження корпоративної культури університету. *Грані: науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах*. Дніпро, 2016. Вип. 11 (139). С. 101–107.
4. Кубко В. Формування корпоративної культури вищих навчальних закладів України. *Філософські науки*. №267. 2014. № 8. С. 213–216.
5. Мороз В. М., Мороз М. В., Лааманен Р. В. Корпоративна культура вищого навчального закладу: зміст дефініції та особливості його прояву. *Корпоративна культура організацій ХХІ століття: збірник наукових праць ХІ Всеукраїнської науково-практичної конференції за міжнародною участю за заг. ред. С. В. Ковалевського і О. А. Медведєвої*. Краматорськ : ДДМА, 2014. С. 65–72.
6. Хижняк Л. Корпоративна культура в евалюації вищого навчального закладу. *Евалюація: наукові, освітні, соціальні проекти: матеріали інноваційного семінару «Евалюація освітнього простору»*. 2015. Вип. 1. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12239/Khyzhniak.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.02.24)

УДК 81.1

Віолетта Лавренюк,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
к. філол. н., доц., доц. каф. інформаційної діяльності та медіа-комунікацій

КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКЛАМІ АБО ДОТЕПНІ ТРЮКИ ВИРОБНИКІВ

У матеріалі розглянуто маніпулятивні прийоми виробників товарів, до яких вдаються з метою привабити увагу покупців.

Ключові слова: *виробник, покупець, попит, уважність, інформація, реклама.*

The material deals with the manipulative techniques used by manufacturers of goods in order to attract the attention of buyers.

Keywords: *manufacturer, buyer, demand, attention, information, advertising.*

Аби задовольнити попит найвибагливішого покупця і продати якомога вигідніше свій товар, виробники часто вдаються до таких трюків, які, мабуть, не спадали на думку навіть дотепному й вигадливому шахраєві Остапу Бендеру.

З ранку до ночі нам з екранів телебачення і по радіо розповідають про «чудодейні» ліки від усіх хвороб (нагадуючи при цьому про шкідливість самолікування), засоби «омолодження» шкіри та догляду за волоссям, продукти харчування в необмеженій кількості разом із пігулками від «переїдання» тощо. І найцікавіше, що чимало покупців потрапляє в тенета цієї інформації, оскільки кожній людині в будь-якому віці хочеться бути здоровою, красивою і щасливою. Ось лише деякі з найпоширеніших прикладів.

Шампуні з вітамінами. Наше волосся дійсно потребує вітамінів. Їх

дефіцит стає причиною ряду хвороб, аж до повного облісіння. З цього користаються виробники косметичних засобів. На флаконах із шампунями читаємо написи: «Містить вітаміни А, В, С», «Містить екстракти ромашки, меліси і календули», «Містить поживні речовини» тощо. Проте не всі споживачі знають, що вітаміни *не засвоюються* через шкіру голови, а через волосся й поготів. Приймати їх треба за призначенням лікаря у вигляді таблеток, ін'єкцій або разом із їжею. А шампунь у цьому разі не допоможе.

Натуральна косметика. Так само, як і «вітамінізовані» шампуні, таку косметику, «натуральну», – креми для обличчя «Після 40-ка років», «Після 50-ти», гелі для душу, – продають за найвищою ціною. Але, якщо вдуматися, в ній нема нічого такого, що варте переплати. Дійсно, до складу таких засобів можуть входити екстракти лікувальних трав, проте їх мізерна кількість повністю втрачає свій вплив у величезній кількості хімічних речовин, призначених для пом'якшення чи очищення шкіри, а також піноутворення.

Олія без холестерину. До цього трюку вдаються майже всі виробники рослинних олій. На пляшках із рафінованою кукурудзяною чи соняшниковою олією величезними яскравими літерами зазначають: «Не містить холестерину». Смішно читати, адже кожному, хто в школі хоч трохи вивчав хімію, відомо, що рослинні олії взагалі не містять холестерину, він є лише у тваринних жирах, а до рослинних може потрапити тільки в разі його додання туди спеціально.

Низькокалорійний сир. З'явився продукт із такою назвою порівняно недавно. Виробники й рекламодавці враховують: ним цікавляться люди (так само, як і *олією без холестерину*), які ведуть здоровий спосіб життя, тримають вагу тіла в нормі, стежать за своєю фігурою. Проте наївні і довірливі споживачі часто не звертають уваги на вміст жирів у рекламованому продукті. А їх часто буває 9 – 20 – 40%! Медики

стверджують, що дієтична норма – це 2–3 % жирності. Тому віднести такий сир до низькокалорійних продуктів не можна.

Те саме можна сказати і про *воду з багатьма рівнями очищення*. Певна річ, яскраві етикетки з такою рекламою на пляшках з алкогольними та безалкогольними напоями привертає неабияку увагу покупців. Проте з того ж таки шкільного курсу хімії усім відомо, що найкраща вода – профільтрована один раз. А що більше рівнів очищення, то менше корисних речовин у ній залишається.

Тож будьмо пильні, будьмо уважні до навколишньої інформації, будьмо медіаграмотні! Включаймо аналітичне мислення!

УДК 17.023

Дмитро Ткаченко,
Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
Науковий керівник: д. філос. н., доц., проф. каф. інформаційної діяльності
та медіа-комунікацій Чорна Л. В.

ДО ПИТАННЯ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «ЦІННІСТЬ» В СУЧАСНІЙ ФІЛОСОФІЇ

Розкрито основне поняття аксіології – «ціннісні орієнтації». Наголошено на необхідності дослідження класифікації цінностей для формування сучасного світогляду. Аналізуються особливості розуміння та застосування поняття «цінність» в контексті міждисциплінарного підходу. Підкреслено важливість розуміння цінностей в умовах розвитку цифрового суспільства.

Ключові слова: *цінність, ціннісні орієнтації.*

The basic concept of axiology – «value orientations» – is revealed. The necessity of studying the classification of values for the formation of a modern

worldview is emphasized. The peculiarities of understanding and applying the concept of «value» in the context of an interdisciplinary approach are analyzed. The importance of understanding values in the context of the development of the digital society is emphasized.

Keywords: *value, value orientations.*

У сучасному світі, де зміни відбуваються з неймовірною швидкістю, поняття «цінність» набуває особливої актуальності та значення. Цінності слугують фундаментальними орієнтирами, які скеровують поведінку людини, вмотивовують її вибір, змінюють ставлення до життя, та впливають на напрям суспільного розвитку.

Ціннісні орієнтації відіграють ключову роль у визначенні ідентичності та соціальної координації, допомагаючи групам та індивідам знаходити спільну мову та розуміння. У контексті сучасної філософії, глибоке розуміння цінностей є необхідним для аналізу та інтерпретації широкого спектру явищ – від особистісного розвитку до глобальних соціальних процесів.

Сучасні процеси суспільного розвитку характеризуються стрімкими змінами, темп яких набирає обертів. Особливо помітним це стало в період розвитку інформаційного, а згодом і цифрового суспільства. Ці зміни впливають на всі аспекти життя людини й суспільства. За умов такого динамічного розвитку ціннісні орієнтації набувають ще більшої ваги, оскільки вони допомагають індивідам та групам адаптуватися до нових умов, знаходити стабільність у світі невизначеності та формувати майбутнє на основі усвідомлених виборів.

Тому, коректне розуміння та тлумачення поняття «цінність» в сучасній філософії є критично важливим для розвитку ефективних стратегій життєдіяльності на індивідуальному та колективному рівнях.

Цінність як поняття займає центральне місце в аксіології – філософській дисципліні, що вивчає природу цінностей та систему цінностей суспільства або індивіда. В аксіології цінність розглядається як вказівник на суспільне або особистісне значення різних явищ та подій [1, с. 220]. Це означає, що цінності відображають те, що люди вважають важливим, значущим у своєму житті, у формуванні своїх прагнень, цілей та в діяльності.

З іншого боку, у ширшому словниковому значенні, цінність позначає належне та бажане, що стоїть у протиставленні реальному, фактичному стану речей [2, с. 707]. Це підкреслює ідеальний або нормативний аспект цінностей, які виступають як орієнтири для індивідуальної та колективної поведінки, вказуючи на те, до чого слід прагнути, що слід цінувати вище за все.

Цінності можуть бути різноманітними та включати в себе моральні принципи (добро, справедливість), естетичні ідеали (краса, гармонія), особистісні якості (чесність, відповідальність), соціальні норми (рівність, свобода) та багато іншого.

Розуміння цінностей є ключовим для аналізу соціальних процесів, індивідуальної поведінки та взаємодії між людьми, оскільки це допомагає виявити мотиви, що керують людською діяльністю.

Поняття цінностей пройшло довгий шлях розвитку. Від античності, де такі філософи як Сократ, Платон та Аристотель розглядали цінності крізь призму етики та моралі, до Середньовіччя, де релігійні цінності домінували в культурному та соціальному житті, і далі, до Нового часу, коли науковий розвиток та Просвітництво привели до переосмислення цінностей у світлі розуму та індивідуальних прав, – кожна епоха вносила свій вклад у розвиток ціннісних систем.

Серед ключових досліджень, що вплинули на сучасне розуміння цінностей, їхньої природи та ролі в суспільстві слід зазначити «Формалізм в етиці та матеріальна етика цінностей» Макса Шелера, «Етика» Н. Гартмана, «Досвід та освіта» Джона Дьюї, «Мотивація та особистість» Абрахама Маслоу, «Буття та ніщо» Жан-Поль Сартра, «Суспільство ризику: на шляху до іншого модерну» Ульріха Бека, «Теорія моральних почуттів» Адама Сміта, «Структура наукових революцій» Томаса Куна та інші.

Не можна оминати увагою і українських авторів, які присвятили свої праці питанню вивчення цінностей. Серед них особливо хочеться відмітити Д. Чижевського, М. Драгоманова, І. Франка, Г. Сковороду, В. Бевзенка.

Справді, зазначені дослідження та автори, які представляють широкий спектр дисциплін, демонструють, як розуміння та інтерпретація поняття «цінність» еволюціонували протягом різних історичних періодів та в контексті різноманітних епох. Це підкреслює важливість цінностей як фундаментального елемента, що впливає на індивідуальну відомість, соціальні норми, політичні ідеології, економічні відносини та культурні практики.

При вивченні такого поняття як цінності важливо звертатися до широкого спектру дисциплін, таких як філософія, соціологія, психологія, етика, політологія, культурологія, правознавство, та, навіть, економіка. Кожна з цих дисциплін допомагає створити багатогранний підхід до вивчення цінностей, забезпечуючи різні перспективи та методології для їх аналізу та інтерпретації.

Ключову роль у формуванні різноманіття підходів до вивчення цінностей відіграє їх класифікація. Адже це надає можливість чіткого структурування знань, глибше розуміння сутності, підвищує ефективність дослідження, практичного застосування та крос-культурного порівняння.

Так зокрема за критерієм індивідуального чи колективного характеру цінності поділяють на особистісні та суспільні.

Особистісні цінності відображають індивідуальні переконання, які керують поведінкою людини, її вибором та ставленням до життя. Вони формуються під впливом особистого досвіду, виховання, освіти та взаємодії з оточенням. Особистісні цінності включають такі аспекти, як дружба, любов, вірність, чесність, відповідальність, самовдосконалення, тощо.

Суспільні цінності відображають загальноприйняті норми та ідеали, які сприймаються більшістю членів суспільства як важливі та бажані. Вони включають такі поняття, як справедливість, рівність, свобода, солідарність, збереження навколишнього середовища. Суспільні цінності сприяють згуртованості громади (певної суспільної групи) та визначають напрямки її розвитку.

Виділяють також загальнолюдські, суспільні, політичні, особистісні, внутрішні (екзистенціальні) та зовнішні цінності.

Цінність може розглядатися як предмет, ідеал, норма або значущість чогось для групи чи індивіда [3, с. 231].

Крім того, слід звернути увагу на поняття «ціннісна орієнтація», яке свідчить про основоположну роль цінностей у житті людини та суспільства.

Розуміння чинників, що впливають на формування ціннісних орієнтацій дозволяє глибше зануритися до розуміння механізмів, через які цінності впроваджуються та змінюються в суспільстві. Серед ключових чинників, що формують ціннісні орієнтації, варто виділити політичне та економічне середовище, культурні особливості та традиції, а також характерні риси особистісного розвитку.

У сучасному світі, з його швидкими технологічними змінами, глобалізацією та соціальною мобільністю, поняття цінностей продовжує трансформуватися, відображаючи нові виклики та можливості.

Філософський аналіз питання осягнення цінностей із застосуванням наукових здобутків різних сфер наукових знань дозволить не лише глибше зрозуміти сучасні суспільні трансформації, але й виявити універсальні ціннісні орієнтації, що можуть сприяти більшій гармонії та взаєморозумінню в глобальному масштабі.

Список використаних джерел

1. Шайгородський Ю. Цінності як детермінанти суспільного розвитку. *Сучасна українська політика*. Київ: Український центр політичного менеджменту. Вип. 26. 2012. С. 219-228.
2. Філософський енциклопедичний словник. НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди ; голов. ред. В. І. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с. ; 24см. - ISBN 966-531-128-X
3. Качур В. О., Протосавицька Л. С. Місце категорії «Цінність» у теорії правової культури. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-63-1.14> (дата звернення: 29.02.2024).

УДК 371.14

Руслан Кучков,

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Науковий керівник: ст. викл. каф. філософії та педагогіки професійної підготовки Ткаченко І. В.

**ФАХОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ПЕДАГОГА
ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО ЗАКЛАДУ
ЯК СКЛАДОВІ ЙОГО ПРОФЕСІЙНОСТІ**

Проаналізовано сутність поняття «компетентність», «фахова компетентність», виокремлено фахові компетентності сучасного педагога вищого навчального технічного закладу як складові його професійності.

Ключові слова: *компетентність, фахова компетентність, педагог, вищий навчальний технічний заклад.*

The study presents the essence of the concepts of «competence», «professional competence», and highlights the professional competences of a modern teacher of a higher educational technical institution as components of his professionalism.

Keywords: *competence, professional competence, teacher, higher educational technical institution.*

У сучасних умовах, коли технології швидко розвиваються, а вимоги до фахівців у технічній галузі постійно зростають, педагог повинен мати не лише глибокі знання в обраній галузі, але й володіти широким спектром професійних навичок. Він повинен бути здатний до опанування новими технологіями, вміти впроваджувати їх у навчальний процес, а також володіти високим рівнем комунікативних та міжособистісних вмінь для ефективного спілкування зі студентами та колегами.

Дослідження в галузі спрямування освіти на формування компетентностей відзначилися працями видатних науковців і практиків, зокрема В. Кременя, О. Овчарук, О. Хохліна, В. Сиченко та інших. Науковці і практики (Н. Бібік, О. Дубасенок, І. Зязюн, Н. Кузьміна та інші) у своїх методологічних дослідженнях підкреслюють необхідність професійної підготовки закладами вищої освіти. При цьому погляди дослідників на визначення поняття «компетентність» розходяться. Деякі вважають, що це поняття можна ототожнити з компетенціями як сукупністю знань, умінь, навичок особистості та готовністю до діяльності. Інші дослідники дотримуються думки, що «компетентність» є самостійним особистісним утворенням. Проблема фахових компетентностей сучасного педагога вищого навчального технічного закладу та складових його професійності є досить мало дослідженою на сьогодні. Це свідчить про потребу в подальших наукових дослідженнях у цьому напрямку.

Я. Баранець зазначає, що компетентність можна визначити як здатність особистості успішно використовувати свої знання, вміння і

навички в конкретній сфері професійної діяльності та в щоденному житті [2, с. 48]. Л. Долінська зауважує, що «компетентність» у технічній галузі – це поєднання відповідних знань і здібностей, що дозволяють опанувати сферу професійної діяльності та ефективно діяти в ній [2, с. 13].

Згідно Закону України «Про вищу освіту» фахова компетентність – це компетентність, що залежить від предметної сфери, та є важливою для успішної професійної діяльності за певною спеціальністю [1]. Відтак, на нашу думку, фахова компетентність сучасного педагога вищого навчального технічного закладу охоплює широкий спектр знань, вмінь і навичок, необхідних для ефективного виконання його професійних обов'язків у контексті технічної освіти.

Наявні наукові дослідження та аналіз педагогічної практики підтверджують, що фахові компетентності сучасного педагога вищого навчального технічного закладу є ключовим елементом його професійної успішності. Зокрема ми виділили наступні:

1. Інтеграція знань та навичок. Сучасний педагог повинен не лише володіти глибокими та оновленими знаннями у своїй технічній галузі, будь то інженерія, інформатика, електротехніка, механіка або інші спеціалізації, а й вміти їх ефективно передавати студентам. Фахові компетентності включають в себе здатність інтегрувати теоретичні знання з практичними навичками.

2. Активне використання сучасних технологій. Зважаючи на швидкий темп розвитку технологій, педагог технічного закладу повинен володіти низкою інноваційних засобів навчання, щоб забезпечити ефективну підготовку студентів. Один із прикладів такого інноваційного засобу – це використання віртуальної реальності (VR) у навчальному процесі. Наприклад, педагог може створити віртуальну лабораторію, де студенти можуть експериментувати зі складними технічними процесами без

реального обладнання. Вони можуть взаємодіяти з об'єктами та системами, вивчаючи їхню роботу в реальному часі. Такий підхід дозволяє студентам отримати практичний досвід без необхідності доступу до дорогого обладнання та лабораторних приміщень.

Крім того, використання VR може допомогти педагогові створити інтерактивні сценарії навчання, які залучають увагу студентів та сприяють кращому засвоєнню матеріалу. Наприклад, віртуальні екскурсії на будівельні майданчики, моделювання складних інженерних проєктів або тренування навичок управління технічними системами можуть стати частиною навчального процесу. Зауважимо, що такий підхід до використання технологій дозволяє педагогу технічного закладу створити інноваційне та захоплююче середовище навчання, яке сприяє підготовці студентів до вимог сучасного ринку праці.

3. Індивідуалізація та адаптація навчального процесу. Сучасний педагог повинен мати високі комунікативні навички та вміння індивідуалізувати навчання відповідно до потреб кожного студента. Це включає розуміння різних стилів навчання та врахування індивідуальних особливостей. Наприклад, при викладанні курсу програмування, педагог може зіткнутися з різними рівнями підготовки студентів та їхніми індивідуальними особливостями. Деякі студенти можуть швидко засвоювати матеріал і впевнено працювати з програмним кодом, тоді як інші можуть потребувати більше часу та додаткового пояснення.

Щоб індивідуалізувати навчання, педагог може реалізувати наступні стратегії: надати студентам можливість вибору завдань або проєктів, які вони можуть виконати згідно зі своїми інтересами та рівнем навичок; пропонувати індивідуальні консультації студентам, які потребують додаткової допомоги або пояснень щодо складних концепцій; створити можливості для співпраці у групах, де студенти можуть допомагати один

одному та навчатися разом; встановити систему оцінювання, яка враховує індивідуальний прогрес кожного студента, а не лише загальний результат групи.

4. Самовдосконалення та навчання протягом життя. Зважаючи на швидку зміну технологій та методів в технічних галузях, постійне самовдосконалення є критично важливим для педагога технічного закладу. Наприклад, педагог, який викладає математику та фізику, повинен постійно самовдосконалюватися та оновлювати свої знання. Педагог може брати участь у конференціях з математики та фізики та інших технічних галузях, де представлені останні дослідження та нові методи навчання. Це дозволить бути в курсі останніх тенденцій у технічній галузі.

Узагальнюючи, можна сказати, що фахові компетентності сучасного педагога вищого навчального технічного закладу формують його професійну ідентичність та визначають його здатність ефективно впливати на розвиток і мотивацію здобувачів вищої освіти в сучасному навчальному середовищі.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про вищу освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 25.02.2024).
2. Баранець Я. Види професійної компетентності сучасного педагога. *Вісник Дніпровської академії неперервної освіти «Філософія. Педагогіка»* № 2 (3) 2022. С. 47 – 53.
3. Долінська Л. В. Розвиток професійної компетентності фахівців технічного профілю в системі освітнього середовища коледжу. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. Чернігів. 2018. 23 с.

УДК 004.5.055.5

Діана Поліщук,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Науковий керівник: д. екон. н., проф.,
зав. каф. інформаційних систем управління Анісімова О. М.

OPEN JOURNAL SYSTEM: ВІДКРИТИЙ ДОСТУП ДО НАУКОВИХ ЗНАНЬ

У дослідженні представлено особливості платформи Open Journal System як засобу щодо відкритості доступу до наукових здобутків. Визначено переваги використання платформи Open Journal System для публікації наукових робіт.

Ключові слова: відкритий доступ до наукових знань, Open Journal System (OJS), наукова комунікація, електронні наукові видання, DOI (ідентифікатор цифрового об'єкту), розвиток науки, доступність наукових знань, інновації, наукова співпраця, університети.

The thesis describes the features of the Open Journal System platform as a means of open access to scientific achievements. The advantages of using the Open Journal System platform for publishing scientific papers are determined.

Keywords: Open access to scientific knowledge, Open Journal System (OJS), scientific communication, electronic scientific publications, DOI (digital object identifier), development of science, accessibility of scientific knowledge, innovations, scientific cooperation, universities.

Динамічний та мінливий сучасний світ, щодня відкриває нові горизонти для людської винахідливості. Глобальні виклики з якими щодня стикається людство потребують відповіді. Дедалі більш актуальним постає питання відкритості, зокрема питання відкритого доступу до наукових знань. Тому такі платформи як Open Journal System стають важливим інструментом для поширення результатів досліджень та розвитку наукової комунікації між науковою спільнотою.

Open Journal Systems (OJS) – програмну платформу для розгортання видавництва та управління науковими журналами, створену у 2002 р. в межах спільного проекту Public Knowledge Project (PKP) Університету Британської Колумбії та Університету Саймона Фрайзера. Це надійне вільнопоширюване стандартизоване програмне забезпечення, що реалізує концепцію відкритого доступу до результатів наукових досліджень і дозволяє збільшити читацьку аудиторію будь-якого електронного наукового видання в світовому масштабі [1].

Серед переваг використання платформи Open Journal System для публікації наукових робіт можна виділити такі:

- онлайн сховище для наукових робіт, що робить доступним для користувачів з будь-якого куточку світу без затримок пов'язаних з друком чи доставкою.

- наукові роботи для вільного перегляду всім користувачам сайту

- кожна стаття має унікальний ідентифікатор DOI що дозволяє легко її цитувати. DOI або ідентифікатор цифрового об'єкту

- це присвоєний номер електронного документа в глобальній мережі Інтернет, завдяки якому суттєво спрощується пошук і використання матеріалів. Простіше кажучи, це посилання на конкретний об'єкт. Найчастіше дана технологія використовується в наукових колах. Основною особливістю є те, що об'єкт з ідентифікатором може видалити тільки видавець, тобто організація, яка розмістила його [2].

- платформа пропонує зручний інтерфейс для завантаження та публікації наукових статей.

Кожен здобувач вищої освіти бере участь у науково-дослідній роботі кафедри інформаційних систем управління: участь у конференціях, написання тез доповідей, написання статей, участь у конкурсах наукових робіт, участь у науково-дослідній роботі кафедри інформаційних систем

управління в ініціативних науково-дослідних темах [3]. Тому такі платформи беззаперечно є актуальними і для сучасного студента який ще має не такий досвід наукової діяльності та прагнуть розпочати свій шлях, а не лише для досвідчених науковців.

Про потребу наявності матеріально-технічного забезпечення яке б могло забезпечити відкритість наукових здобутків згадується в законодавстві. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» вимагає «створення необхідної технічної і технологічної інфраструктури, електронних інформаційних ресурсів в архівах, бібліотеках та музеях, науково-дослідних установах з визначенням вимоги щодо обов'язкового зберігання в єдиному електронному форматі результатів наукової діяльності та забезпечити вільний доступ до результатів наукових досліджень, створених за рахунок коштів Державного бюджету України» [4].

Університети використовують різні способи та шляхи для висвітлення наукових здобутків. Зокрема, Донецький національний університет імені Василя Стуса активно використовує веб-сайт на основі Open Journal System. На цьому сайті публікуються наукові видання (вісники, збірники та різні матеріали з конференцій).

Open Journal System є потужним інструментом який здійснює вагомий внесок у розвиток науки та забезпечує доступність наукових знань. Застосування цих технологій свідчить про прагнення до інновацій. Використання OJS свідчить про прагнення до інновацій та розвитку науки і сприяє розвитку наукової співпраці.

Список використаних джерел

1. Анісімова О. М. Формування наукового потенціалу здобувачів вищої освіти спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Інформація та соціум: збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Вінниця, 03 червня 2022 р.). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2022, С. 6-8.

2. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text> (дата звернення: 20.02.2024).

3. Спірін О. М., Лупаренко Л. А. Досвід використання програмної платформи Open Journal Systems для інформаційно-комунікаційної підтримки науково-освітньої діяльності *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2017. Т. 61, Вип. 5. С. 196-218. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2017_61_5_19 (дата звернення: 26.01.2024).

4. Що таке DOI? Видавничий дім "Інтернаука" / Internauka. URL: <https://www.inter-nauka.com/ua/polezna-ya-informatsiya/doi/> (дата звернення: 20.02.2024).

УДК 339.13:070(477)

Ангеліна Херовимчук,
Національний університет «Острозька академія»
Науковий керівник: канд. істор. н., доц.,
зав. каф. інформаційно-документних комунікацій Охріменко Г. В.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА ПРОМОУШН У БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТІ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У дослідженні розглянуто основні аспекти бренду та бренд-менеджменту в інформаційно-медійній сфері. Проаналізовано поняття позиціонування та промоушну на прикладі провідного медіа України – «1+1 Media».

Ключові слова: *бренд, бренд-менеджмент, позиціонування, промоушн, інформаційно-медійна сфера, «1+1 Media».*

The study examines the fundamental aspects of branding and brandmanagement in the information and mediasphere. The concepts of position in gandpromotion are analyzed using the example of Ukrain e'sleading media company – «1+1 Media».

Keywords: *brand, brandmanagement, positioning, promotion, information-mediasphere, «1+1 Media».*

Інформаційно-медійна сфера, ставши ключовим інструментом формування громадської думки та впливу на культурні, політичні та економічні процеси, нині є не лише каналом передачі інформації. З широким доступом до медіа та Інтернету люди отримують інформацію швидко та легко, що підвищує їхню обізнаність та освіченість. У цьому контексті ефективне позиціонування та промоція брендів в медійному середовищі визначають успіх компаній та їхню конкурентоспроможність.

Ключовими елементами в дослідженні та визначенні успіху в даній сфері є сама суть бренду та бренд-менеджменту. Термін «бренд» або «brand» походить від давньонорвезького слова, що означає «ставити клеймо». Первинне поняття було створено для позначення джерела, виробника чи власника продукту або речі, а також використовувалось для таврування великої рогатої худоби, коней, овець та інших домашніх тварин. З розвитком комерції слово бренд з одного боку, означає відомий товарний знак або найменування компанії, що має репутацію і виробляє якісні товари. З іншого – «набір реальних і віртуальних думок, виражених в торговій марці, який, якщо ним правильно керувати, створює вплив і вартість» [2, с. 137]. Важливо зазначити, що створення бренду (брендинг) – це лише початок тривалого процесу. Концепція бренд-менеджменту передбачає створення стійкого емоційного зв'язку між споживачами та продукцією. Це дозволяє не лише привернути нових клієнтів, але й підвищити лояльність до бренду серед існуючих споживачів, що стає основою успіху [3, с. 239].

У контексті ЗМІ, брендинг суттєво пов'язаний з відповідальним ставленням до фактів, даних та контенту. Медіа виступають як майданчик для обміну думками та створення контенту, який є цінним продуктом на ринку інформаційних послуг. Це означає, що ефективний бренд-менеджмент для ЗМІ передбачає не лише підтримку довіри аудиторії, а й постійне дотримання журналістських стандартів та якісного надання

інформації. Отже, важливо мати унікальний та привабливий образ, який буде відповідати потребам та очікуванням споживачів. Позиціонування в бренд-менеджменті інформаційно-медійної сфери якраз і передбачає створення такого образу, який би відповідав цілям компанії та вміщував у собі унікальність та цінність для аудиторії.

Для досягнення максимально ефективного результату за рахунок грамотного позиціонування потрібно дотримуватися чотирьох головних умов в процесі його розробки [4, с. 84]. Розглянемо кожен з них на прикладі інформаційно-медійної сфери:

- Визначення характеристик аудиторії та ринку:

На першому етапі важливо ретельно вивчити цільову аудиторію та оточуюче середовище, зрозуміти їх потреби, інтереси та вимоги. Для медійної сфери це означає аналіз аудиторії, ринкових тенденцій, конкурентів та сучасних технологій.

- Побудова позиціонування на ключових цінностях:

Бренд-менеджмент у медійній сфері має ґрунтуватися на цінностях та характеристиках, які є ключовими для аудиторії. Це може бути надійність інформації, об'єктивність, якість контенту, інноваційність та інші.

- Підтримка провідної ідеї бренду:

Провідна ідея бренду в інформаційно-медійній сфері має відображати його основну вигоду для аудиторії. Це може бути, наприклад, доступність достовірної інформації, унікальний підхід до подання новин, ексклюзивний контент тощо.

- Простота та зрозумілість концепції подачі:

Успішне позиціонування бренду вимагає простоти та зрозумілості у сприйнятті аудиторією. Концепція повинна передаватися легко та зрозуміло через всі канали комунікації, щоб привернути увагу та зберегти інтерес аудиторії.

Розроблений бренд в інформаційно-медійній сфері з визначеним позиціонуванням вимагає активного просування, щоб залучити увагу аудиторії та зміцнити свою позицію на ринку. Промоушн в бренд-менеджменті є ключовим елементом створення та підтримки образу компанії в очах аудиторії. Це стратегічне планування та впровадження різноманітних маркетингових заходів для просування бренду, залучення уваги аудиторії та підвищення його впізнаваності. Такий підхід допомагає забезпечити успішний запуск та подальший розвиток бренду в конкурентному медійному середовищі. Ефективна промоція може включати в себе рекламні кампанії, PR заходи, спонсорство подій, участь у медійних заходах та інші маркетингові ініціативи, спрямовані на залучення уваги до бренду та підсилення його позиції на ринку.

Розглянемо ці елементи бренд-менеджменту на прикладі провідної медіа-компанії України «1+1 Media». Передусім варто зазначити, що компанія «1+1 Media» користується великою увагою та довірою своїх користувачів, оскільки є одним із провідних медіа-гравців в Україні. Функціонуючи з 1996 року, вона встигла зарекомендувати себе як авторитетне джерело новин та розважального контенту. Історична присутність на ринку та великий досвід дозволяють «1+1 Media» позиціонуватися як надійний бренд в інформаційно-медійній сфері. Це сприяє привертанню нових аудиторій та збереженню лояльності існуючих користувачів. Окрім того, «1+1 Media» є одним із трьох засновників Єдиного марафону новин або ж так звані «Єдині новини», що демонструє її вплив та важливість в українському медіапросторі. Хоча якість цього марафону зараз може викликати певні сумніви, «1+1 Media» продовжує грати ключову роль у створенні та поширенні інформації в Україні. Це дає їй додаткові можливості для позиціонування себе як одного з

найвпливовіших медіа-брендів у країні та підсилює її авторитет серед глядачів та читачів.

Корпоративний сайт «1+1 Media», який об'єднує в собі різноманітні медійні активи, відіграє ключову роль. Він створений з урахуванням потреб читача та динаміки сучасного інтернет-середовища, щоб привернути увагу та забезпечити зручний та ефективний доступ до контенту. На сайті відображаються основні ідентифікаційні атрибути бренду, такі як логотип, фірмові кольори, шрифти, які допомагають створити єдиний стиль та підкреслити належність до медіа-групи. Це дозволяє користувачам легко впізнати бренд та створює єдину внутрішню корпоративну політику, яка підсилює довіру та відчуття стабільності.

Щодо питання просування бренду «1+1 Media», доцільно буде згадати про «1+1 Production», яка спеціалізується на виробництві власного візуального контенту та адаптації міжнародних форматів для всіх складників медіахолдингу. Промоушн бренду може бути підсилено через активну просування цього внутрішнього виробничого підрозділу, оскільки «1+1 Production» створює різноманітні формати, включаючи серіали, реаліті-шоу, оригінальні проекти та спортивні події, що додає багатогранності та цікавості контенту, який пропонується аудиторії. Це створює можливості для більш широкого спектру маркетингових заходів та просування, що включають рекламні кампанії, PR заходи, спонсорство подій та інші форми комунікації, спрямовані на підвищення впізнаваності бренду та привертання уваги аудиторії. Такий підхід допомагає забезпечити успішну позиціонування та подальший розвиток бренду «1+1 Media» в конкурентному медійному середовищі.

Таким чином, успішний бренд-менеджмент стає ключовим елементом для медіа-компаній у забезпеченні стабільного розвитку та конкурентоспроможності на ринку. Відтак, впевнене визначення бренду,

його цінностей і ідентичності дозволяє компаніям створити стійкий емоційний зв'язок з аудиторією, що є ключем до її лояльності та розширення аудиторії. Крім того, ефективний промоушн дозволяє залучати увагу до бренду, підвищувати його впізнаваність та зміцнювати позиції на ринку. Результативне управління брендом дозволяє медіа-компаніям не лише витримувати конкуренцію, а й активно розвиватися, розширюючи свої можливості та залучаючи нові аудиторії. Таким чином, успішний бренд-менеджмент є важливим фактором для створення стабільної та впливової позиції медіа-компаній у сучасному медійному середовищі.

Список використаних джерел

1. 1+1 Media. Офіційний сайт 1+1 Media. URL: <https://media.1plus1.ua/> (дата звернення: 16.01.2024).
2. Chukurna O. P. Brandpositioning strategy on the basis of quality perception: different markets B2B and B2C. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 1 (29). С. 135–142.
3. Економічні науки: *Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету*. Серія «Регіональна економіка». Випуск 19 (75). Редкол.: відп. ред. д.е.н., професор Л. Л. Ковальська. Луцьк: ВПЛНТУ, 2022. 290 с.
4. Ковальчук, О. А. (2018). Особливості позиціонування конкурентоспроможного бренду. «Вісник ЖДТУ»: *Економіка, управління та адміністрування*, № 4(86), 84–86. [https://doi.org/10.26642/jen-2018-4\(86\)-84-86](https://doi.org/10.26642/jen-2018-4(86)-84-86) (дата звернення: 16.01.2024).

УДК 070:655(477)

Марія Ящук,
Національний університет «Острозька академія»
Науковий керівник: канд. істор. н., доц.,
зав. каф. інформаційно-документних комунікацій Охріменко Г. В.

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЯХ КНИЖКОВОГО МАРКЕТИНГУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто поняття книговидавничої справи, зазначено її аспекти та розглянуто комплекс книжкового маркетингу та його застосування на ринку в Україні через аналіз вітчизняного видавництва. Розповідається про використання соціальних медіа у просуванні книжкової продукції.

Ключові слова: *книжкова продукція, книжковий маркетинг, видавництво, книговидання, видавнича діяльність, видавнича продукція, соціальні медіа.*

The article discusses the concept of book publishing, outlines its aspects, and examines the complex of book marketing and its application in the Ukrainian market through the analysis of a domestic publishing house. The use of social media in the promotion of book products is described.

Keywords: *book products, book marketing, publishing, publishing house, publishing activity, publishing products, social media.*

У зв'язку зі стрімким розвитком соціальних медіа та їх впливом на культурні та економічні сфери, виникає потреба в детальному розгляді ефективності їх використання в книжковому маркетингу. Питання взаємодії з аудиторією, створення віртуальних спільнот та рекламних кампаній вимагають глибокого аналізу для розуміння впливу цих стратегій на книжковий бізнес. Особливу увагу варто приділити досвіду України в контексті світових тенденцій та інновацій. Зокрема, розгляд соціальних медіа в контексті книжкового маркетингу є важливим завданням, оскільки ці платформи визначають нові підходи до взаємодії з аудиторією та формування образу літературних творів. Зростання впливу цифрового середовища на культурні та економічні процеси ставить перед вченими, маркетологами та іншими дотичними спеціалістами даної галузі завдання визначити оптимальні стратегії використання соціальних мереж для залучення уваги до книжкового продукту. Дослідження цих аспектів дозволить не лише розкрити потенціал соціальних медіа у сучасному книжковому маркетингу, але й надати практичні рекомендації для видавництв, книгарень, бібліотек та інших дотичних розповсюджувачів літературних творів.

Мета статті. Визначення ключових аспектів використання соціальних медіа в стратегіях книжкового маркетингу на основі аналізу видавництва «КСД».

Методи роботи. Під час роботи були використані наступні методи: опис, класифікація, синтез, аналіз, моніторинг.

Видавнича справа України охоплює тисячі видавничих, поліграфічних і книготорговельних підприємств, які взаємодіють між собою, виконуючи свої конкретні функції [2, с. 214]. Таке розмаїття видавничих, поліграфічних та книготорговельних підприємств свідчить про насиченість культурного й літературного ринку в Україні та підкреслює

масштабність вітчизняної видавничої справи. Дана різноманітність сприяє конкурентній боротьбі та розвитку новаторських підходів у видавничій галузі, що важливо для забезпечення доступу до різноманітної та якісної літератури для читачів.

Книговидавнича справа може включати наступні чотири взаємопов'язані аспекти: автор (замовник), видавництво, система збуту, споживач. Згідно з цим книговидавничий маркетинг може поділятися на:

- маркетинг послуг (видавничий). Видавничий маркетинг (маркетинг послуг) забезпечує взаємовідносини книговидавництва й автора (замовника видавничих послуг), основою метою якого є максимальне залучення до послуг видавництва з використанням усіх складових комплексу маркетингу.

- маркетинг книги (книжковий). Книжковий маркетинг (маркетинг книги) забезпечує безпосередньо процес комерціалізації книговидавничої продукції та має на меті задоволення інтелектуальних потреб споживачів. [4].

Комплекс книжкового маркетингу містить:

- товар (водночас духовний і матеріальний об'єкт – книгу);
- ціна (орієнтація на витрати, попит, нормативні виробниче-технологічні витрати);
- комунікації (реклама, PR, стимулювання збуду, виставки та інші різноманітні культурні заходи, прямий маркетинг, персональний продаж);
- збут (торгові представники, оптова й роздрібна торгівля, Інтернет-магазин) [3, с. 93].

Даний комплекс об'єднує різноманітні складові, визначаючи успіх видавництва та ефективність просування книг. Товар (книга) відіграє ключову роль. З одного боку, вона задовольняє інтелектуальні потреби читачів, а з іншого – вона представляє собою конкретний продукт, що має свою вартість та конкурентоспроможність на ринку. Щодо ціни, то

встановлення правильної цінової стратегії є критичним чинником для успішного маркетингу книг. Система збуту визначає канали розповсюдження книг та дозволяє ефективно задовольняти потреби різних сегментів читацького ринку. Узагальнюючи, взаємодія цих компонентів у межах комплексу книжкового маркетингу є стратегічним інструментом щодо досягнення успіху в сучасній динамічній галузі видавництва.

Найбільшим дистриб'ютором книжкової продукції в Україні є «Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля»» (КСД), який було засновано в 2000 році що є членом Європейської бізнес асоціації з 2004 року та Української асоціації книговидавців та книгорозповсюджувачів. Більше ніж за 20 років свого існування підприємство перетворилося зі звичайного продавця книжок на горизонтально інтегроване підприємство з комплексною системою обслуговування населення книжковою продукцією, починаючи з видання власних книжок та підбір кращого асортименту від провідних видавництв України до інформаційної підтримки видань та багатоканальної системи розповсюдження, яка включає оптові продажі, власний роздріб та он-лайн продажі [1].

Аналізуючи видавництво «КСД» в контексті зазначеного вище комплексу книжкового маркетингу, можна виокремити кілька ключових аспектів, що визначають його успішність та вплив на ринок книжкової продукції в Україні. Видавництво виробляє власні книжки та відбирає найкращий асортимент від провідних видавництв України. Оптові приємні ціни, які доступні як на власному сайті видавництва, який щоденно відвідують у середньому 50 000 осіб, так і у їхній мережі книжкових магазинів, що налічує 46 філій по всій Україні, говорять про важливу стратегію витриманого підходу до цінової політики. Видавництво «КСД» є членом різних асоціацій, що дає можливість використовувати рекламу, PR та інші культурні заходи для підтримки та просування своєї книжкової

продукції. Оптові продажі, власний роздріб та он-лайн продажі створюють багатоканальну систему збуту, що сприяє максимальному охопленню аудиторії та ефективному розповсюдженню продукції.

Також, згадуючи про роль соціальних медіа варто написати про нещодавню промо-акцію книги видавництва «КСД» – «Четверте крило», яка вражає своєю успішністю та ефективністю. Деякі ключові аспекти цієї кампанії:

- За дві доби було розкуплено 10 000 примірників, що є рекордом за швидкістю продажів для видавництва.
- Значна кількість замовлень надходила кожні 3 – 5 секунд, вказуючи на високий рівень інтересу до книги.
- Співпраця з книжковим блогером у соціальних мережах, якій було попередньо надіслано примірники книги для подальшої ними реклами. Популярність книги на платформі Tik-Tok сприяла її вірусному поширенню та позитивно позначилася на продажах.
- Реалізація першої половини накладу, після чого забрано додаткові 6000 книг, свідчить про гнучкість та успішне планування стратегії продажів.
- Висока ціна книги, у порівнянні з іншими товарами видавництва, свідчить про готовність читачів інвестувати у високоякісний та популярний продукт.
- Партнерство з Ювелірним домом Oringo та випуск каблучки «Доля драконів» додає елемент креативності та ексклюзивності до промо-акції, сприяючи відмінності продукту на ринку.
- Оголошення про рекордні продажі були активно висвітлені у ЗМІ, що дало визнання та додатковий інтерес до книги та видавництва.

Дана промо-акція є прикладом того, як видавництво може успішно використовувати медіа для створення попиту, залучення аудиторії та досягнення вражаючих продажів.

Висновки. З огляду на діяльність книговидавничої справи та застосування комплексу книжкового маркетингу в Україні, можна лише констатувати важливість використання соціальних медіа в просуванні книжкової продукції. Стрімкий розвиток медіаплатформ та їх вплив на культурні та економічні сфери створює потребу в глибокому аналізі їхнього використання для подальшого ефективного застосування.

Дослідження книговидавничих аспектів відкриває потенціал соціальних медіа в книжковому маркетингу та дозволяє розробити практичні рекомендації для видавництв, книгарень, бібліотек та інших дотичних розповсюджувачів літературних творів.

Видавництво «КСД» вдало інтегрується в комплекс книжкового маркетингу, виявляючи адаптивність та інноваційний підхід до вимог ринку. Спрямованість на різноманіття та покращення обслуговування читачів підтверджує його здатність впевнено конкурувати в сучасній книжковій індустрії.

Список використаних джерел та літератури

1. Видавництво КСД – книжковий інтернет-магазин Книжковий клуб |Клуб Сімейного Дозвілля. URL: <https://bookclub.ua/bookclub/> (дата звернення: 05.02.2024).
2. Грет Г. Видавнича справа України: сучасний стан і тенденції розвитку. 2011. С. 214-225.
3. Мельник Ю., Драчук О. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2010. №1. С. 90-101.
4. Полівеса А. О. Формування стратегії розвитку книжкового маркетингу в Україні. 2022.

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ТЕОРІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

МАТЕРІАЛИ

**ІХ Міжнародної науково-практичної
студентської конференції**

Коректори – Лаврик О. В., Татакі О. О.