



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

Гуманітарно-педагогічний факультет

Кафедра журналістики та мовної комунікації

**СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ:
МЕДІА, МОВА, КОМУНІКАЦІЯ**

Збірник матеріалів

III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

19 березня 2026 року

м. Київ

УДК 37:654.1:070:81

Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікація: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 19 березня 2026 р.). Київ, 2026. 262 с.

Збірник матеріалів охоплює широке коло питань із наукових досліджень та професійного зростання в лінгвістичних, медійних, комунікаційних студіях і подальшого використання їх у сучасних дискурсах, наукових та дидактичних дослідженнях, гуманітаристиці загалом. Для фахівців у галузі журналістики, молодих науковців, студентів, а також усіх, хто цікавиться інноваційними процесами, які відбуваються в медіагалузі, мові та комунікації в складних умовах безпекових загроз і боротьби на інформаційному фронті.

Редакційна колегія: Савицька І.М., канд. філос. наук, доц. (голова); Степаненко М.І., д-р філол. наук, проф.; Харченко С.В., д-р філол. наук, проф.; Кочукова Н.І., канд. філол. наук, доц.

Відповідальні за випуск: д-р філол. наук, проф., Степаненко М.І.,
канд. філол. наук, доц. Кочукова Н.І.

Схвалено до друку на засіданні вченої ради гуманітарно-педагогічного факультету (протокол № 7 від 17 березня 2026 року).

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

Передруковувати опубліковані в збірникові матеріали дозволено тільки за згодою авторів.

© НУБіП України, 2026

© Автори, 2026

ЗМІСТ

АДАМЧУК Наталія ТЕКСТОТВІРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПАРЦЕЛЯЦІЇ У СТРУКТУРІ ВОЄННИХ ХУДОЖНИХ РЕПОРТАЖІВ	10
БАБКОВИЧ Роман КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ УНІВЕРСИТЕТІВ НАУК ПРО ЖИТТЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ГАЛУЗІ.....	13
БАЛАН Світлана ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ДУМКУ: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА НОВІ РОЛІ НА УРОЦІ МАТЕМАТИКИ У ПРОФЕСІЙНОМУ ЛЦЕЇ	17
ВАСИЛЬКІВСЬКА Каріна ВИСВІТЛЕННЯ ДОСВІДУ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ПРАКТИКИ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	19
ГОНЧАР Сергій ІННОВАЦІЙНІ ПЕДАГОГІЧНІ ПІДХОДИ В ТРЕНЕРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКИХ СПОРТИВНИХ ШКІЛ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ОСВІТНІХ ТЕНДЕНЦІЙ	21
ГОРНОСТАЄВ МАКСИМ РОЛЬ МЕДІАДИСКУРСУ У ПРОДУКУВАННІ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ	24
ГРИШКО Вікторія УКРАЇНСЬКА МУЗИКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ КОД НАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	27
ГУМЕННА Лідія УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК НОСІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ ТА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИХ СМИСЛІВ: УКРАЇНОЗНАВЧИЙ ВИМІР СУЧАСНОГО МЕДІАДИСКУРСУ	29
ДОБРОДУМ Ольга ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	32
ДУН ПЕЙ ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	35
ЄЩЕНКО Тетяна МЕДИЧНИЙ НАРАТИВ ВІЙНИ: ЛІНГВІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ОПИСУ ТРАВМИ В ТЕКСТАХ ЛІКАРІВ І ПАЦІЄНТІВ	38
ЗАГНІТКО Анатолій	

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ СКЛАДНИКИ ІМІДЖУ ВЕДУЧОГО СОЦІАЛЬНИХ ТОК-ШОУ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ РЕФЛЕКСІЇ	40
ЗАДОРОЖНА Карина, СТЕПАНЕНКО Микола	
РОЛЬ РЕКЛАМИ В Б'ЮТІ-СФЕРІ	45
ЗІНЧЕНКО Андрій	
СОЦІОКОМУНІКАТИВНІ ПАРАМЕТРИ.....	48
УКРАЇНСЬКОГО ВОЄННО-ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ	48
ІВАЩУК Максим	
ЗАКОНОДАВЧІ ІНІЦІАТИВИ В МЕДІАСФЕРІ В ДІЯЛЬНОСТІ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ ВОСЬМОГО СКЛИКАННЯ	51
КАРАНДЮК Вікторія	
МОЛОДІЖНІ МУЛЬТИМЕДІЙНІ ПРОЄКТИ: ЕСТЕТИЧНІ ТА ПІЗНАВАЛЬНІ АСПЕКТИ	54
КАСЕНЮК Єгор, СТЕПАНЕНКО Ніна	
ЮТУБ ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ КОНТЕНТ-МЕЙКЕРІВ.....	56
КИЯШКО Святослав	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СУЧАСНИХ МЕДІЙНО-ОСВІТНІХ ПРАКТИКАХ: МОЖЛИВОСТІ, РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	60
КОВАЛЕНКО Денис, СТЕПАНЕНКО Микола	
ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ВОЄННОГО ІНТЕРВ'Ю (2022-2025 РР.).....	63
КОВАЛЬСЬКА Леся	
ТЕМПОРАЛЬНІСТЬ ТА СТАЛІСТЬ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	66
КОСТИНЮК Василь	
ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТІВ НАУК ПРО ЖИТТЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: МЕДІА- ТА КОМУНІКАТИВНИЙ ВИМІР	69
КОЧУКОВА Наталія	
ЕКСПРЕСІВІЗАЦІЯ МЕДІАТЕКСТУ ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЇ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА).....	72
КОЧУКОВА Наталія, БУЛКА Анна	
ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ «ВИРІЙ» ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	76
КРАВЕЦЬ Лариса	
МОВНІ ДЕВІАЦІЇ В ТЕКСТАХ, ЗГЕНЕРОВАНИХ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ	79
КРИВЕНЧУК Валентина	
ПУБЛІЦИСТИКА СТАНІСЛАВА ШУМИЦЬКОГО ЯК МЕДІАЛЬНИЙ ТЕКСТ.....	82
КУЗЬМИЧ Оксана	

ЛІТЕРАТУРНА СТУДІЯ «ХВИЛЯ» В КУЛЬТУРНО-ОСВІТНЬОМУ ВИМІРІ: СИНЕРГІЯ ТВОРЧОСТІ Й НАУКОВОЇ РЕФЛЕКСІЇ.....	86
КУКСАЧ Єлізавета	
ПІДГОТОВКА Й ВИСВІТЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ВОЄННІ ЗЛОЧИНИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ В ЧАСИ ОКУПАЦІЇ РОСІЙСЬКОЮ АРМІЄЮ	89
КУЛИК Руслан, СТЕПАНЕНКО Ніна	
ВИСВІТЛЕННЯ ПАНК-КУЛЬТУРИ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА: ПРОБЛЕМИ Й ТЕНДЕНЦІЇ.....	92
КУРГАНЕВИЧ Йордана	
ЮТУБ-КАНАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ НУБіП.INSIDE)	94
ЛАЗЮК Катерина, СТЕПАНЕНКО Ніна	
ПІДГОТОВКА ВІДОСЮЖЕТІВ НА ВОЄННУ ТЕМАТИКУ	97
ЛИТВІНСЬКА Світлана	
НАРАТИВИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ: ЖАНРОВІ МАРКЕРИ.....	99
МАРКІТАН Карина	
СТВОРЕННЯ МЕДІАПЛАТФОРМИ ПРО ДИНАМІКУ УКРАЇНСЬКО-АМЕРИКАНСЬКИХ ВІДНОСИН ПЕРІОДУ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	101
МАРТИНЕНКО Світлана	
ПСИХОСЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В СОЦІАЛЬНОКУЛЬТУРНІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	104
МАРУСЯК Василь	
ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ТА МЕДІАДИСКУРС ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ БІОЕТИЧНИХ ОРІЄНТИРІВ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ	109
МАРЧУК Людмила	
ЗООМОРФНА, ФІТОМОРФНА ТА АНТРОПОМОРФНА МЕТАФОРА В СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	112
МАТВІЄНКО Ірина	
ІНФОРМАЦІЙНА ДОБА ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ЛЮДИНИ.....	115
МАХОНЮК Ліза, СТЕПАНЕНКО Ніна	
СТВОРЕННЯ КРИМІНАЛЬНИХ ХРОНІК ДЛЯ ЮТУБУ (МІЛІТАРНА ТЕМАТИКА).....	118
МЕЖОВ Олександр	
ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ МАРКЕРИ ПОСЕСИВНОСТІ У ВОЄННОМУ МЕДІАДИСКУРСІ.....	119
МОЙСАК Діана, СТЕПАНЕНКО Микола	

АНТИУКРАЇНСЬКІ ВОЄННІ НАРАТИВИ: ВЕРБАЛЬНОВІЗУАЛІЗАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПРОТИДІЇ	123
МОРОЗ Олег	
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІДЕРСТВА СЛУЖІННЯ ТА ДЕСТРУКТИВНОГО ЛІДЕРСТВА.....	125
НАВАЛЬНА Марина	
АКТУАЛІЗАЦІЯ ВІДАБРЕВІАТУРНИХ УТВОРЕНЬ У МОВІ СУЧАСНИХ МАСМЕДІА	129
ОЛЕКСЕНКО Володимир	
МОВА ЦИФРОВИХ ЕМОЦІЙ: ЕКСПРЕСИВНІСТЬ ЯК МАРКЕР СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У МЕДІАДИСКУРСІ ХХІ СТОРІЧЧЯ	131
ОЛЕКСЕНКО Олена, ЯКОВЛЕВА Тетяна	
ВИГУКОВІ ЕВФЕМІЗМИ ТА ІНКЕКТИВИ ЯК ЗАСОБИ ОЦІНКИ В МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	139
ПАВЛОВА Алла	
МОДЕЛЬ «ІМАНЕНТНЕ/ТРАНСЦЕНДЕНТНЕ» В ПОЕЗІЇ АРТУРА ДРОНЯ.....	142
ПАВЛОВА Інна	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ СИМВОЛІВ ЧИСЛА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПОЕЗІЇ	147
ПЕВСЕ Андрея	
ЦИФРОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФІЛОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ ЯК ЧИННИК СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ СУЧАСНОГО ДИСКУРСУ.....	150
ПЕТРУК Тетяна	
ДАЙДЖЕСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОКУМЕНТУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	153
ПРИТИКА Оксана	
СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ПРОФЕСІЙНУ ПІДГОТОВКУ МАЙБУТНІХ АГРОБІОЛОГІВ.....	155
ПУСТОВІТ Ангеліна	
ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС ГАЗЕТИ «ЗОРЯ ГАЛИЦЬКА» В КОНТЕКСТІ СВОБОДИ ВИСЛОВЛЮВАНЬ: КЕЙС-СТАДІ 12-ГО ЧИСЛА 1849 РОКУ	158
РАДІОНОВА Марія, СТЕПАНЕНКО Ніна	
БЛОГЕРСЬКА СТОРІНКА ЯК ІНСТРУМЕНТ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ	160
РЕДЬКО В'ячеслав	
СІЛЬСЬКА ГРОМАДА ЯК ЧИННИК ЗАРОДЖЕННЯ, СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА (ДР. ПОЛ. ХІХ – ПОЧАТОК ХХ СТ.)	165
РЕНСЬКА Алла	
ОБРАЗ ЖІНКИ НА ЗЛАМІ ЕПОХ	

У ТЮРКСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ	168
RENSKA Indira	
LANGUAGE OF BUSINESS MEDIA COMMUNICATION: TEACHING PROFESSIONAL ENGLISH TO FUTURE JOURNALISTS.....	171
РИЖЕНКО Людмила	
КОМУНІКАТИВНО-МЕДІЙНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ДИСКУРС НОВИХ МЕДІЙ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ.....	174
РОДЧЕНКО Анастасія	
МАРІЯ ТУМАРКІН: МІЖ УКРАЇНСЬКИМ КОРИННЯМ ТА СВІТОВОЮ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ДУМКОЮ	177
РОДЧЕНКО Софія	
ОДЕСА ЯК МЕТАФОРА НЕЗЛАМНОСТІ У ТВОРЧОСТІ ІЛЛІ КАМІНСЬКОГО: ВІД «ТАНЦІВ В ОДЕСЬ» ДО СВІТОВОГО ВИЗНАННЯ	180
РУДЕНЬ Денис	
ГОРИЗОНТАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СОЦІОЛОГІЧНА ОСНОВА КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: ДОСВІД ПРЕССЛУЖБ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ УКРАЇНИ (2022–2024).....	183
RUDYK Yuliia	
DISINFORMATION PROCESSES IN THE MEDIA AS A PREREQUISITE FOR SOCIOCULTURAL DESTABILIZATION.....	186
РУСНАК Ніна	
СЕМАНТИЧНА СТРУКТУРА ТА ВНУТРІШНЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ МІЛІТАРНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ	189
САЗОНОВА Ярослава	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МЕДІАЛІНГВІСТИЦІ: ТОЧНІСТЬ, ПОХИБКИ, ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДНИКА	192
САМОЙЛОВ Олексій	
ІНДУСТРІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕПОХУ МЕДІАІМПЕРІАЛІЗМУ	195
СЕМЕНЮК Олег	
ДИСКУСІЙНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ З ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ	196
СЕНЧИЛО-ТАТЛІЛЮГЛУ Надія	
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ ГДА.....	199
СИЛКА Оксана	
ЕМІГРАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ 1930-х рр. ЯК ПРОСТІР СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНЦІВ: БОРИС ЛАЗАРЕВСЬКИЙ.....	203
СІБРУК Анастасія, ДОБРОВОЛЬСЬКА Людмила	

ПААР-СТРАТЕГІЇ ТА СТАНДАРТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНИХ ВІДНОСИН ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ	207
СІРКО Андрій	
СВОБОДА ВИБОРУ В УМОВАХ АЛГОРИТМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНДИКАТОР САМОДОСТАТНОСТІ АБО ЗУМОВЛЕНОСТІ ЛЮДИНИ.....	210
SOROKINA Tetyana	
COMPUTER- ASSISTED LEARNING IN PROFESSIONALLY ORIENTED ENGLISH LANGUAGE INSTRUCTION: PRINCIPLES, FUNCTION AND EDUCATIONAL POTENTIAL	213
СТЕПАНЕНКО Микола	
МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС І ПРЕЦЕДЕНТНЕ ІМ'Я: СЕМАНТИКО- КОНОТАЦІЙНА ДЕТЕРМІНАЦІЯ	217
СТЕПАНЕНКО Ніна	
ЧАСОПИС «РІДНИЙ КРАЙ» (1905–1916 РР.) У ПРОЄКЦІЇ НА МЕДІАЛАНДШАФТНЕ СЬОГОДЕННЯ	221
СТЕПАНЕЧКО Оксана	
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ МОВНОЇ НОРМИ: ВІД КАНОНУ ДО КОМУНІКАТИВНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ	224
СУЩ Кароліна	
ДИСКУРС ПОЛІТИЧНОЇ ПРОСВІТИ ТА МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ЧИТАЧА В ЧАСОПИСІ «НАРОД» (НА ПРИКЛАДІ №10 ЗА 1890 Р.)	227
ТЕРЯЄВ Дмитро	
КОМЕНТОВАНЕ ЧИТАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ТЕКСТУ ЯК МЕТОД ФОРМУВАННЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ	231
ТІМОФЄЄВА Катерина	
УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА В СУЧАСНИХ МЕДІА	234
ТРУШЕВИЧ Анастасія, КОЧУКОВА Наталія	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖІНОЧОГО ОБРАЗУ В РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ: ВІД ГЕНДЕРНОГО СТЕРЕОТИПУ ДО НОВИХ НАРАТИВІВ ІДЕНТИЧНОСТІ	237
ХАРЧУК Лілія	
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МОВНОЇ НОРМИ У ВИКЛАДАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ: КОМУНІКАТИВНИЙ ВИМІР	240
ХВІСТ Вікторія	
ДІЯЛЬНІСТЬ НАУКОВОГО ТОВАРИСТВА ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ЯК ІНСТРУМЕНТ НАУКОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД ТА СУЧАСНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ	243

ЧИЖ Іван	
ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ БЛОКПОСТ: ВИМІР КАТЕГОРІЯМИ ВІЙНИ	246
ШАНАЄВА-ЦИМБАЛ Людмила	
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR THE STUDY OF METAPHORS IN JOURNALISTIC DISCOURSE.....	252
ШВЕЦЬ Дар'я	
ГОЛОС ЯК ЕМПАТІЙНИЙ КОД: СОЦІАЛЬНА ФУНКЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ	255
ЩЕРБИНА Світлана, ЗАЙЦЕВА Наталія	
ДЕКОРАТИВНЕ МИСТЕЦТВО ЯК ЗНАКОВА СИСТЕМА КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ЛІНГВОСЕМІОТИЧНИЙ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ	257
ЯКУШКО Катерина	
РОЗРЯДИ МОВНИХ КОДІВ У СУЧАСНОМУ ЛИСТУВАННІ АНГЛІЙСЬКОЮ	261

АДАМЧУК Наталія,
*кандидат філологічних наук,
доцент, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*

ТЕКСТОТВІРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПАРЦЕЛЯЦІЇ У СТРУКТУРІ ВОЄННИХ ХУДОЖНІХ РЕПОРТАЖІВ

Журналістським жанрам загалом притаманне «фактологічне відображення інформації з вкрапленням образних елементів» [4, с. 8], однак для художнього репортажу характерним є посилення зображально-виражальних засобів, оскільки деталізований та емоційно наснажений опис швидше потрапляє до свідомості реципієнта, краще запам'ятовується, викликає стійкі асоціації та стереотипи, тобто наочно-образне відображення дійсності «залучає підсвідому уяву, посилює вагомість, конкретизує і систематизує» [5, с. 15]. Для текстів новітніх репортажів про війну характерним є широке використання засобів граматичної модальності, що спричинено комунікативними, синтаксичними та стилістичними потребами побудови репортажної оповіді. Такий підхід видається цілком виправданим. «Репортер, який пише на військову тематику, описує лише те, що він побачив, почув, відчув на дотик. Читач повинен, вникаючи в написане, уявляти собі те, що відбулося. Спостереження журналіста мають викликати в читачів такі враження, які дістав для себе автор на місці події, тобто журналіст повинен «свої чуттєві враження якомога більш наочно і влучно перетворити на зрозумілі асоціації», – слушно зауважує О. Бикова [1, с. 152].

Певною мірою модерним явищем є активізація в текстах новітніх художніх репортажів парцеляції. Для більшої достовірності матеріалу репортажисти часто використовують цю синтаксичну одиницю, що спричинено «орієнтацією автора на прагматику, потребою посилити, актуалізувати інформаційну частину повідомлення, оптимізувати вплив на емоційну та інтелектуальну сфери адресата» [2, с. 24]. Парцеляція дає змогу

авторові підкреслити, виділити певну частину повідомлення, надати їй більшої значущості та виразності в тексті: *«Кожного, хто виходить, прискіпливо обшуковують. Тож треба захвати телефон на собі так, аби його не помітили й не відчули на дотик — у рукаві, у капюшоні. Щоразу в іншої людини. Щоразу в іншому місці. Не хвилюватися. Не видати себе. Розіграти якусь виставу, щоб наглядачі не так прискіпливо оглядали того, хто виносить телефон. Чи ж підкупити пачкою цигарок. Дістати непомітно мобільний. Говорити тихо і швидко. Почути рідний голос. Збрехати, що з тобою все гаразд. Попросити надіслати найнеобхідніше. Передати телефон далі»* (М. Паплаускайте).

У репортажі Віри Курико «Сьогодні восьмий день, відколи тато не на зв'язку» цей прийом використано кілька разів поспіль: *«Мені звело шлунок. Боляче, нудить, трусить. Я набрала маму. Мама сказала, вони вже тут. Десь поруч гатять. Я сказала, ми можемо забрати її негайно. Мама сказала, не треба. Вони вже тут. Це відлуння в мені донині»*.

Парцеляцію як «прийом експресивного синтаксису зі стилістичними трансформаціями, при якому відокремлений від синтаксичного цілого певний сегмент викликає експресію та підкреслення», активно застосовують у текстах воєнних репортажів «для створення стилістичних ефектів живомовності, невимушеності, спонтанності спілкування» [2, с. 125].

Проаналізувавши явище парцеляції в текстах воєнних художніх репортажів, помічаємо, що другорядні члени речення відокремлюються частіше, ніж головні. Зокрема, парцельовані конструкції з відокремленими означеннями увиразнюють авторські описи, додають висловлюванню експресії, перетворюються на яскраві епітети: *«Усе пішло шкереберть уночі. Тепер я думаю, чи не керував нами страх. Зрадницький, підступний. Ми вирішили їхати. О третій ночі»* (77 днів лютого). Парцеляція досить часто побутує у вигляді ампліфікаційних рядів, які посилюють модальний тонус викладу, вони практично завжди обарвлені виразною конотацією – від максимального позитиву до найнижчої амплітуди негативу.

Автори художніх репортажних текстів часто використовують як засіб граматичної модальності парцеляцію обставин, виражених прислівником, іменником у непрямому відмінку, порівняльним зворотом: *«Я усвідомила, що головне в ситуації, коли втратив пів життя, бути вдячною. Господу і людям. Щиро. За все. За те, що вони були з тобою стільки років. За величезну любов, яку вони дали. За добре і за погане. Бо все це — моє життя, і всі пазлики важливі»* (М. Мазіна). Такий прийом «надає висловлюванню ширшої візуалізації, а також допомагає авторові висловити власні асоціації щодо змалюваного явища» [2, с. 125].

Активно парцелюються й головні члени речення, що дає змогу досягнути оптимального ступеня смислового навантаження повідомлення, підсилює динамізм розповіді, позаяк «крапка перед парцелятом – сигнал інтонаційного, а не граматичного розриву, сигнал експресивного розчленування тексту [3, с. 24]. *«Іван минув драмтеатр за кілька секунд після російського авіаудару. Руки. Ноги. Тіла. Жінки. Діти. Літні люди. Хтось простягає до машини руку, а другої нема. Піл. Каміння. А в небі – літак»* – у кількох скупих словах репортажистка Олена Лівіцька сконденсовує весь жах і відчай людей, що пережили трагедію маріупольського драмтеатру. В іншому репортажі Марічка Паплаускайте так само сильно за допомогою парцеляції присудків передає глибину й силу духу філософа Ігоря Козловського під час довгих місяців полону: *«Як Віктор Франкл у нацистському концтаборі, Ігор Козловський проводить терапію для решти ув'язнених. Говорить із тими, хто близький до самогубства, – про сенси, які чекають за межами колонії. Вчить любові»*.

Модально-граматичні конструкції, зокрема парцельовані, у художніх воєнних репортажах переконливіше аргументують зміст основної частини висловлення, виразніше демонструють індивідуальне сприйняття дійсності, розкривають емоції автора та зображуваних героїв, сприяють глибокому емоційному впливові тексту на читача. Такий прийом, цілком виправданий саме в цьому журналістському жанрі, актуалізується з огляду на події війни.

За словами польського воєнного репортажиста В. Тохмана, зображуючи війну, «треба намагатися писати так, щоб у читача зник апетит. Щоб читач бодай на мить опинився в шкурі героя. Щоб здригнувся й подумав: зі мною таке теж може трапитися» [6].

Література

1. Бикова О. Комунікаційно-жанрова специфіка художнього репортажу в сучасній періодиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2014. Т. 54. С. 151–155.

2. Бикова О. Мовно-текстові параметри модифікацій у жанрі сучасного репортажу. *Стиль і текст*. 2015. Вип. 16. С. 116–130.

3. Буйницька Т. Функціонування парцельованих структур у художньому тексті. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Сер. : Філологічні науки*. 2010. Вип. 89 (5). С. 24-26.

4. Гаврилюк І. Л. Проблемний нарис у жанровій структурі українських медіа. *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти: Матеріали п'ятнадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції (Суми, 22–23 травня 2019 р.)*. Суми, 2019. С. 57–60.

5. Шевченко В. Концепція візуалізації журнального контенту в системі наукових поглядів у галузі соціальних комунікацій : автореф. дис. д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2014. 21 с.

6. Щигел М. Море в краплі води / перекл. з пол. О. Сливинський. *Літакцент*. URL: web.archive.org/web/20220319062630/http://litakcent.com/2016/10/13/more-v-krapli-vody/

БАБКОВИЧ Роман,
*аспірант, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)*

КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ УНІВЕРСИТЕТІВ НАУК ПРО ЖИТТЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ГАЛУЗІ

Сучасна вища освіта в аграрній сфері виходить за межі традиційного передавання знань і професійних навичок та орієнтується на формування

цілісної екологічної свідомості майбутніх фахівців. Університети наук про життя відіграють ключову роль у підготовці студентів до роботи в умовах глобальних екологічних викликів, адже майбутні аграрії мають поєднувати компетентність у технологіях виробництва, управлінні природними ресурсами та відповідальне ставлення до довкілля.

Комунікативні практики в освітньому середовищі університетів (академічні дискусії, семінари, проєктна діяльність, публічні презентації та медіа-платформи) забезпечують формування у студентів екологічних цінностей, критичного мислення та здатності аргументовано приймати рішення в професійній діяльності. Такі практики дозволяють інтегрувати теоретичні знання з практичним досвідом, обговорювати етичні аспекти господарювання та сталого розвитку, а також моделювати професійні сценарії взаємодії з природним середовищем.

Важливо зацентувати на інтеграції цифрових і медіаресурсів в освітній процес, що розширює можливості студентів у формуванні екологічних цінностей та у професійній комунікації щодо сталого розвитку. Комунікативні практики стають ключовим інструментом поєднання академічної, практичної та соціальної складових підготовки майбутніх аграріїв.

Отже, дослідження комунікативних практик як засобу формування екологічної свідомості майбутніх аграріїв є актуальним для сучасної педагогічної науки, оскільки поєднує педагогічні, соціокультурні та екологічні виміри підготовки фахівця.

Формування екологічної свідомості майбутніх фахівців агропромислової галузі є інтегративним процесом, який включає когнітивний, ціннісний і поведінковий компоненти підготовки. Сучасна педагогічна наука підкреслює, що підготовка фахівця агропромислової сфери повинна виходити за межі технічних компетенцій та охоплювати формування етичного ставлення до довкілля та сталого використання природних ресурсів (Сисоєва, 2011; Кремень, 2011; Андрущенко, 2013).

Комунікативні практики у вищій школі, зокрема в університетах наук про життя, є одним із головних механізмів формування екологічної культури. Вони об'єднують академічні дискусії, роботу над проектами, аналіз кейсів, дебати та використання медіаплатформ для обговорення екологічних проблем (Андрущенко, 2013). Такі форми взаємодії дають змогу студентам синтезувати теоретичні знання з практичними ситуаціями, оцінювати вплив агропромислової діяльності на довкілля та формувати критичне мислення щодо стратегій сталого розвитку.

Медіадискурс, як зазначають дослідники (2012), є потужним інструментом соціокультурного впливу, що формує систему цінностей студентів та допомагає усвідомлювати соціальні наслідки професійної діяльності. Інтеграція цифрових технологій у навчальний процес дозволяє студентам брати участь у віртуальних дебатах, проводити симуляції екологічних процесів і відпрацьовувати комунікативні навички у сфері сталого розвитку.

Зарубіжні дослідження також підтверджують значення комунікативних практик у формуванні екологічної культури. Так, міжнародні програми з освіти у сфері сталого розвитку (UNESCO, 2020) акцентують на інтерактивних методах навчання, групових обговореннях та медіа-комунікації як ключових чинниках розвитку екологічних цінностей студентів. Beames і Brown (2016) підкреслюють, що освітній дискурс у природничих і аграрних науках має поєднувати наукову обґрунтованість із соціокультурною відповідальністю (див. Табл.1).

Основні комунікативні практики та їх вплив на формування екологічної свідомості

Комунікативна практика	Зміст впливу	Очікуваний результат
Академічні дискусії	Обговорення кейсів з екологічної безпеки, аналіз практичних ситуацій	Усвідомлення етичних та екологічних норм, розвиток критичного мислення

Проектна діяльність	Створення екологічних проєктів та презентацій	Розвиток компетентності у прийнятті рішень, відповідальність за природні ресурси
Медіаактивності	Участь у публічних кампаніях, соціальних мережах, блогах	Формування екологічної культури, соціальна комунікація, критична оцінка інформації
Групові дебати	Рольові ігри та дискусії щодо сталого розвитку	Уміння аргументувати позицію, враховувати інтереси громади та екологічні стандарти
Інтерактивні симуляції	Використання цифрових платформ для моделювання аграрних процесів	Формування навичок аналізу впливу людської діяльності на довкілля

Отже, комунікативні практики та медіадискурс створюють цілісне освітнє середовище, яке сприяє формуванню екологічної свідомості майбутніх аграріїв та розвитку їхнього критичного мислення щодо взаємодії людини й природи.

Література

1. Андрущенко В. П. Філософія освіти XXI століття: пошук пріоритетів. Київ : Знання України, 2013. 640 с.
2. Beames S., Brown M. Outdoor Learning and Sustainability Education. London : Routledge, 2016. 212 p.
3. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
4. Кремень В. Г. Філософія людиноцентризму в освіті. Київ : Педагогічна думка, 2011. 520 с.
5. Сисоєва С. О. Освітні реформи: освітологічний контекст. Київ : Видавничий дім «Едельвейс», 2011. 320 с.
6. UNESCO. Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives. Paris : UNESCO, 2020. 48 p.

БАЛАН Світлана, спеціаліст
вищої категорії, старший
викладач; викладач математики
ДПТНЗ «Білоцерківський
професійний ліцей»
(м. Біла Церква, Україна)

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ДУМКУ: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА НОВІ РОЛІ НА УРОЦІ МАТЕМАТИКИ У ПРОФЕСІЙНОМУ ЛІЦЕЇ

Математика в закладі професійної освіти є репутаційним предметом. З одного боку, це цариця наук, вона є мовою кожної технології, і завдання викладача – навчити студента професійно-технічної освіти володіти нею. З іншого боку, студенти, які прийшли вчитися на слюсаря чи водія, нерідко переконані, що вона їм не знадобиться, адже це прикладні професії, навіщо тут рівняння. Переконати їх у зворотному – довгий і непростий шлях для педагога. Саме тут штучний інтелект відкрив практичну можливість. Не замінити пояснення, а змінити спосіб і ситуацію, за яких студент натрапляє на труднощі з математичним завданням.

У практиці Білоцерківського професійного ліцею інструменти штучного інтелекту стали не метою, а способом будувати міст між алгеброю і гаражем, між геометрією і кермом. Ця логіка визначила дві конкретні функції штучного інтелекту в роботі. Перша – на боці студента. Ті, хто не встиг засвоїти матеріал на уроці, надолужують самостійно, у власному темпі, без сорому перед класом. Це дає змогу проявляти учням креативність у пізнанні матеріалу, адже ставити правильне питання – важливіше відповіді. Друга – на боці викладача. Штучний інтелект допомагає готувати йому гейміфіковані завдання. Математична задача стає не обов'язком, а ситуацією з реальними наслідками. Обидві функції змінюють характер комунікації між викладачем та студентом.

Для студентів спеціальності 7231 «Слюсар з ремонту колісних транспортних засобів» математичне завдання отримує вигляд знайомої виробничої ситуації: розрахунок площі кузова для фарбування, визначення

об'єму двигуна, аналіз передавальних чисел трансмісії. Студент бачить не абстрактне «дано / знайти», а власну майбутню роботу в математичному записі. Штучний інтелект дозволяє швидко генерувати варіанти таких задач під конкретну тему, щоразу з новими числами і новим виробничим контекстом.

Для майбутніх водіїв категорії С (спеціальність 8322) математика інтегрується з безпекою на дорозі. Розрахунок гальмівного шляху залежно від швидкості та стану покриття, прогнозування витрат пального на маршруті. Це ситуації, де помилка в підрахунку має реальну ціну. Такий контекст формує не лише обчислювальну грамотність, а й звичку перевіряти власний результат перед тим, як діяти.

Проте саме тут виникає виклик, який досвід підказує раніше за будь-яку методику. Коли штучний інтелект використовують, щоб отримати готову відповідь, студент схильний її прийняти без перевірки. Математика стає першим предметом, де це стає очевидним і загрозливим. Реальність така, що науковці застерігають викладачів, адже надмірна довіра до технологій поступово витісняє власний досвід та інтуїцію [1]. Навчити відрізнити достовірний результат від правдоподібного є педагогічним завданням, яке не розв'язується налаштуваннями жодних застосунків. Дослідники фіксують, що роль викладача як інформатора змінюється, він стає технологом [2]. Попри готові відповіді від штучного інтелекту, викладач залишається в ролі ментора, який повертає студентів до питання: «Чому саме так?».

Однак ці зміни є новим соціокультурним виміром. Проблема не в тому, що з'явилися нові інструменти, а в тому, що змінився спосіб, у який молода людина взаємодіє зі знанням. Студент професійно-технічної освіти сьогодні живе в середовищі, де відповідь доступна миттєво. Завдання педагога не конкурувати з цією доступністю, а навчити ставити правильні запитання. Як зауважує О. Ключко, відмова від штучного інтелекту в освіті є ризиком утратити зв'язок із часом [1]. Студент, якого не вчать працювати

із цими інструментами критично, виходить у світ не підготовленим до його реальних умов. Питання не в тому, чи використовувати штучний інтелект. Питання в тому, хто в класі залишається відповідальним за думку.

Література

1. Ключко О. Розвиток критичного мислення майбутніх вчителів інформатики та математики з використанням засобів штучного інтелекту. *Modern Information Technologies and Innovation Methodologies of Education in Professional Training Methodology Theory Experience Problems*, 72. 2024. С. 14–26. Режим доступу: <https://doi.org/10.31652/2412-1142-2024-72-14-26>

2. Гуревич Р. С., Коношевський Л. Л., Коношевський О. Л., Воєвода А. Л., Люльчак С. Ю. Інтеграція штучного інтелекту в сферу освіти: проблеми, виклики, загрози, перспективи. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2024. Вип. 72. С. 171–187. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mitimpt_2024_72_20

ВАСИЛЬКІВСЬКА Каріна,
магістрантка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник – **Степаненко
Микола**, доктор філологічних наук,
професор, професор кафедри
журналістики та мовної
комунікації, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)

ВИСВІТЛЕННЯ ДОСВІДУ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ПРАКТИКИ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Важливе місце в умовах російсько-української війни посідає трансформація форматів журналістської діяльності та способів висвітлення подій. З початком повномасштабного вторгнення українські медіа опинилися в ситуації, коли необхідно було оперативно адаптуватися до нових реалій: роботи під обстрілами, інформаційних обмежень, ризиків для життя. Це зумовило переосмислення ролі журналіста – він дедалі частіше постає не

лише як спостерігач, а як безпосередній свідок історичних подій, документатор воєнних злочинів, посередник між військовими структурами та суспільством. Водночас, попри складні умови, зберігається орієнтація на професійні стандарти, точність і відповідальність перед аудиторією.

Одним із найбільш значущих аспектів української журналістської практики періоду війни є протидія дезінформації та інформаційним маніпуляціям. Російсько-українська війна супроводжується масштабними інформаційними атаками, що мають на меті дестабілізувати суспільство й посіяти паніку. У цих умовах особливого значення набувають фактчекінг, перевірка джерел, використання офіційних та альтернативних каналів підтвердження інформації. Журналісти й редакції системно викривають фейки, аналізують інформаційні вкиди, роз'яснюють складні військово-політичні процеси. Завдяки цьому формується більш усвідомлене ставлення аудиторії до споживання інформації, а журналістика стає важливим елементом інформаційної безпеки держави.

Суттєвих змін зазнала й модель взаємодії між журналістами та аудиторією. Якщо раніше комунікація здебільшого мала односторонній характер, то нині вона будується на принципах відкритості й зворотного зв'язку. Соціальні мережі, прямі ефіри, коментарі та інтерактивні формати дозволяють громадянам оперативно реагувати на публікації, уточнювати деталі, ділитися власними свідченнями з місць подій. Редакції враховують ці сигнали, коригують матеріали, оновлюють інформацію в режимі реального часу. Така модель сприяє підвищенню довіри до медіа й створює відчуття спільної участі в інформаційному процесі.

Отже, досвід української журналістської практики періоду російсько-української війни демонструє глибокі зміни в змісті, формах і принципах професійної діяльності. Журналістика виконує не лише інформативну функцію, а й документальну, мобілізаційну та просвітницьку. Вона стає важливим чинником суспільної консолідації, інструментом міжнародної

комунікації і складником національної стійкості, зберігаючи при цьому свою основну місію – служіння правді та громадському інтересові.

ГОНЧАР Сергій,
*аспірант, Національний університет
біоресурсів і природокористування України,
тренер з боротьби у дитячій спортивній
школі (м. Київ)*

ІННОВАЦІЙНІ ПЕДАГОГІЧНІ ПІДХОДИ В ТРЕНЕРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКИХ СПОРТИВНИХ ШКІЛ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ОСВІТНІХ ТЕНДЕНЦІЙ

Сучасні соціокультурні трансформації, цифровізація освітнього простору та інтеграція України до європейського освітнього простору зумовлюють переосмислення змісту й методів підготовки юних спортсменів у дитячо-юнацьких спортивних школах. Тренерська діяльність дедалі більше набуває ознак педагогічної діяльності, спрямованої не лише на фізичний розвиток, а й на формування цілісної особистості, здатної відповідально діяти в умовах суспільних викликів.

Освітологічний підхід розглядає спортивну підготовку як комплексний освітньо-виховний процес, у якому поєднуються навчання, виховання, соціалізація та формування ціннісних орієнтацій. Європейські освітні тенденції акцентують розвиток життєвих компетентностей, емоційної стійкості, командної взаємодії та здатності до саморегуляції – якостей, що ефективно формуються засобами спортивної діяльності.

У контексті цифровізації тренерська діяльність зазнає суттєвих змін. Використання цифрових технологій підвищує ефективність навчально-тренувального процесу, сприяє індивідуалізації підготовки та розвитку рефлексивних навичок спортсменів. Застосування відеоаналізу дає змогу детально розглядати техніку виконання прийомів, виявляти помилки та формувати навички самоконтролю. Онлайн-платформи й мобільні додатки

використовують для планування тренувальних циклів, фіксації результатів і моніторингу прогресу.

Показовими є можливості впровадження інноваційних педагогічних підходів у підготовці юних спортсменів, які займаються бойовим самбо. Цей вид єдиноборств поєднує технічну майстерність, тактичне мислення, швидкість ухвалення рішень і психологічну витривалість, що робить його ефективним засобом комплексного розвитку особистості.

Наприклад, використання відеоаналізу під час вивчення техніки кидків дає змогу спортсменам аналізувати фази виконання прийому, коригувати положення корпусу та роботу ніг. Повторний перегляд відео із коментарями тренера сприяє формуванню рефлексивного мислення та самостійної роботи над удосконаленням техніки. Ефективною є також практика тактичного моделювання поєдинків: аналіз відеофрагментів реальних змагань допомагає спортсменам прогнозувати дії суперника та формувати стратегічне мислення.

Використання елементів гейміфікації у тренувальному процесі (командні челенджі, рейтингові завдання, змагальні міні-турніри) підвищує мотивацію, сприяє розвитку командної взаємодії та підтримує позитивний психологічний клімат у групі.

В умовах воєнного стану в Україні та тривалої збройної агресії росії особливої актуальності набуває національно-патріотичний складник підготовки молоді. Дитячо-юнацькі спортивні школи є важливим середовищем формування фізично підготовлених, психологічно стійких і соціально відповідальних громадян. У цьому контексті тренерська діяльність поєднує спортивну підготовку з вихованням готовності до захисту держави, відповідальності перед суспільством та усвідомлення власної громадянської ролі.

Бойове самбо має значний потенціал для формування національно-патріотичних якостей юнаків. Воно розвиває силу, витривалість, швидкість реакції та навички самозахисту, що є важливими для особистої безпеки та

базової фізичної готовності. Водночас тренувальний процес сприяє вихованню дисципліни, витримки, відповідальності та самоконтролю.

Педагогічні практики можуть включати обговорення українських бойових традицій, ролі фізичної підготовки у зміцненні обороноздатності суспільства, прикладів мужності та служіння державі. Участь вихованців у спортивно-патріотичних заходах, благодійних турнірах на підтримку військових, показових виступах та волонтерських ініціативах формує активну громадянську позицію та соціальну солідарність.

Практичні елементи підготовки можуть передбачати моделювання ситуацій самозахисту, розвиток швидкого реагування на загрозу та формування психологічної стійкості у стресових умовах. Такі вправи формують впевненість у власних можливостях і здатність діяти зібрано в екстремальних ситуаціях. Використання цифрових технологій для аналізу тактичних дій додатково розвиває стратегічне мислення та адаптивність.

Важливим виховним компонентом залишається формування морально-етичних засад поведінки: поваги до суперника, дотримання принципів чесної боротьби, взаємоповаги та відповідальності за команду. Ці цінності узгоджуються з європейською спортивною культурою та водночас укорінені в традиціях української звитяги й лицарської честі.

Отже, упровадження інноваційних педагогічних підходів у тренерській діяльності дитячо-юнацьких спортивних шкіл сприяє підвищенню ефективності навчально-тренувального процесу та формуванню життєвих компетентностей молоді. Поєднання цифрових технологій, сучасних педагогічних методів, виховного потенціалу бойового самбо та національно-патріотичного спрямування підготовки відповідає європейським освітнім тенденціям і сприяє формуванню покоління, здатного діяти в умовах сучасних соціокультурних трансформацій.

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

РОЛЬ МЕДІАДИСКУРСУ У ПРОДУКУВАННІ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ

Медіадискурс – це соціолінгвальне явище, що визначається як тип мовленнєвої діяльності в медіа, спрямований на інформування та формування громадської думки засобами масової комунікації. Через медіадискурс циркулює соціально розподілене знання, яке функціонує на перетині мови та суспільства, формуючи колективні уявлення про різні соціальні групи та легітимізуючи певні форми соціальної організації через натуралізацію історично специфічних відносин [4], синтез мовних, соціокультурних і прагматичних характеристик.

Як соціолінгвальне явище медіадискурс характеризується ускладненою архітектонікою, де поєднуються інформативна та персуазивна функції, створюючи гібридні тексти, що одночасно інформують та переконують аудиторію [3]. Відтак, медіадискурс виступає сферою суспільної комунікації, забезпечуючи масовий обмін інформацією, публічність, структурування інформаційного простору та формування дискурсивних протиріч.

Акцентуємо на особливій ролі мови в межах медіапростору, що полягає не лише у передачі інформації, але й у конструюванні соціальних значень та ідентичностей через номінацію та категоризацію соціальних ролей, що формують стереотипи. Останні функціонують як основний канал поширення ідеологічно навантажених наративів у сучасному суспільстві.

Дискурсивна специфіка медіакомунікації виявляється в коментуванні подій крізь призму доміантних стереотипів, які відтворюють усталені інтерпретативні рамки, що легітимізуються авторитетом медіаінституцій [1]. Саме медіадискурс є потужним середовищем продукування, трансляції та закріплення соціальних стереотипів у масовій свідомості.

Лінгвістична специфіка медіатекстів демонструє універсальні та культурно специфічні механізми стереотипізації: використання оцінної лексики, метафоричних конструкцій, клішованих формулювань, імпліцитних пресупозицій, типових сюжетних схем тощо, які економлять простір та час, але водночас редукують складність соціальних явищ, впливають на свідомість індивіда, формують неусвідомлюваний фон для сприйняття нових повідомлень [2], дозволяючи журналістам впливати на аудиторію, зберігаючи видимість об'єктивності. Лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти медіа-дискурсу розкривають психологічні механізми впливу соціальних стереотипів на аудиторію, демонструючи, як мовні засоби активізують певні когнітивні схеми та емоційні реакції, що визначають інтерпретацію повідомлень.

Створення соціальних стереотипів у добу цифровізації відбувається швидше та ефективніше завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям, що дозволяють миттєво досягати масової аудиторії та забезпечують множинне повторення однакових повідомлень через різні платформи. Більш того, стереотипні інференції здійснюються автоматично у процесі розуміння медіатекстів, часто поза свідомим контролем реципієнта, що робить стереотипи особливо ефективними інструментами впливу.

Російсько-українська війна продукувала актуалізацію соціальних стереотипів, розширила канали їх трансляції, уможливила швидке поширення спрощених інтерпретацій складних подій через вірусні меми та емоційно насичені повідомлення. Сьогодні активно послуговуються стереотипами як інструментом пропаганди та маніпуляції громадською

думкою, експлуатуючи емоційний потенціал стереотипних образів ворога та героя для підтримки певних політичних позицій.

Динамічний аспект соціокультурних стереотипів демонструє їхню еволюцію під впливом соціальних змін, хоча темпи трансформації різних стереотипів значно відрізняються залежно від їхньої укоріненості в культурній традиції. При тому, спостережені фрагментарність і гібридність форм стереотипізації, де традиційні стереотипи поєднуються з новими образами, створюючи складні конфігурації значень.

Отже, медіадискурс функціонує як основний механізм формування і трансляції соціальних стереотипів, що відображають унікальні історичні траєкторії та ціннісні орієнтації, визначаючи параметри соціальної реальності. Через різноманітні мовні та дискурсивні практики медіа конструюють спрощені образи соціальних груп, що впливають на колективну свідомість та міжгрупові відносини, формуючи порядок денний суспільних дискусій і визначаючи межі прийняттого дискурсу. Журналісти, при тому, виступають активними інтерпретаторами дійсності та накладають свої ідеологічні рамки на репрезентацію подій.

Література

1. Гнезділова Я. В. Дискурсивна специфіка метакомунікації в теле/радіомовленні. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2021. № 11 (79). С. 60–63.
2. Єрмоленко С. Засоби масової комунікації і мовна свідомість сучасного українця. *Культура слова*. 2013. Вип. 79. С. 123–125.
3. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): монографія / за ред. В. Різуна. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2002. 392 с.
4. Dijk T. A. van. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 267 p.

ГРИШКО Вікторія,
студентка,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
*Науковий керівник – Кочукова
Наталія, кандидат філологічних наук,
доцент, доцент кафедри
журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

УКРАЇНСЬКА МУЗИКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ КОД НАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Культурний код нації – це глибинна система цінностей, архетипів і поведінкових патернів, що формується століттями й живе у колективній свідомості навіть тоді, коли люди не усвідомлюють цього раціонально. Музика посідає в цій системі особливе місце: вона не описує культурний код, а відтворює його безпосередньо – через мелодію, ритм, слово. Народна пісня, козацька дума, обрядовий спів – це живий архів національної пам'яті та ідентичності.

Зв'язок між музикою та національною ідентичністю особливо загострюється в кризові моменти. Як зауважує Оксана Забужко, «якщо ідентичність розмита або її не існує, ніякої безпеки бути не може». Повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році зробило це питання екзистенційним. Українська музика відреагувала миттєво: вона перестала бути лише мистецтвом і стала мовою спротиву.

Пісенний спротив – явище не нове для України, але після 24 лютого 2022 року він набув безпрецедентного масштабу. Виконання Андрієм Хливнюком стрілецької пісні «Ой, у лузі червона калина» на порожній Софіївській площі в перші дні вторгнення стало культурним тригером – цю

пісню почали співати по всій країні та за кордоном, а її мелодія з'явилася у творі гурту Pink Floyd. Перемога Kalush Orchestra на Євробаченні перетворила спів у символ незламності. Пісні від «Обійми» Океану Ельзи, «У мене немає дому» Одного в каное до маршу українських націоналістів «Зродились ми великої години» набули нового звучання в умовах злочинів проти мирного населення серед українців.

Завдяки цьому музика виконувала комунікативну функцію, об'єднуючи українців, як тих, що роз'їхались по різних країнах так і тих, що залишились. Вона давала прожити спільну емоцію і об'єднувала. Музика здатна транслювати емоції та цінності там, де слова безсилі, долаючи мовні та культурні бар'єри. Саме тому пісні стали одним із найефективніших інструментів внутрішньої консолідації суспільства.

Згодом з'явилися нові треки, де фольклорні мотиви, козацькі інтонації й обрядові ритми поєдналися з репом, електронікою, роком. Це природна спроба знайти звук, який говорив би і про коріння, і про сьогодні. Культурний код таким чином не консервується – він оновлюється, не втрачаючи свого ядра.

Отже, українська музика в умовах повномасштабної війни виявилася не культурним фоном, а активним учасником суспільних процесів. Вона зберігала пам'ять, формулювала ідентичність, об'єднувала людей всередині країни і представляла Україну назовні. Мнемонічна, консолідуюча та комунікативна функції і роблять музику повноцінним комунікативним кодом нації, а не просто його частиною.

ГУМЕННА Лідія, науковий співробітник
відділу наукового інформаційно-
аналітичного супроводу освіти, Державна
науково-педагогічна бібліотека України
ім. В. О. Сухомлинського (м. Київ)

УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК НОСІЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ ТА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИХ СМИСЛІВ: УКРАЇНОЗНАВЧИЙ ВИМІР СУЧАСНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

У сучасному соціокультурному просторі українська мова постає не лише засобом комунікації, а й фундаментальним чинником збереження історичної пам'яті, культурної тяглості та національної ідентичності. Умови війни, глобалізаційних процесів і цифрової трансформації суспільства істотно посилюють роль мовного чинника як символу цивілізаційного вибору та культурного самовизначення українців.

Національна пам'ять акумулюється в мовних структурах через історичні наративи, фольклорні традиції, культурні символи, концепти та семантичні поля, що формують світоглядні орієнтири суспільства. Українська мова зберігає архетипні смисли, відображає колективний досвід поколінь та забезпечує передачу культурного коду від минулого до сучасності. Саме через мовні одиниці актуалізуються такі базові концепти, як *воля*, *гідність*, *земля*, *родина*, *віра*, які визначають духовну основу української цивілізаційної традиції.

У контексті соціокультурних трансформацій особливої ваги набуває функціонування української мови в медіапросторі. Сучасний медіадискурс являється динамічним середовищем продукування, трансляції та переосмислення культурних смислів. Масмедіа, соціальні мережі, цифрові платформи формують нові комунікативні практики, у яких мова стає інструментом конструювання колективної ідентичності та мобілізації суспільства. У цьому контексті показовою є діяльність відділу наукового інформаційно-аналітичного супроводу освіти Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В. О. Сухомлинського, який забезпечує

інформаційно-комунікаційну підтримку освітньої галузі шляхом підготовки аналітичних матеріалів, електронних ресурсів та організації наукових заходів у цифровому форматі.

Відділ систематично формує інформаційно-аналітичні огляди, тематичні дайджести, бібліографічні покажчики й електронні довідкові матеріали, що висвітлюють актуальні процеси розвитку освіти та педагогічної науки. Поширення цих матеріалів через вебпортал бібліотеки, електронні розсилки та соціальні мережі сприяє утвердженню україномовного професійного дискурсу й створює відкритий простір наукової комунікації.

Важливою складовою діяльності відділу є організація науково-комунікативних подій, присвячених постатям української педагогіки та культури. Зокрема, на червень 2026 року анонсовано проведення науково-практичного онлайн-заходу, присвяченого педагогу, громадській діячці та письменниці Софії Русовій. Запланована подія має на меті актуалізувати педагогічну спадщину Русової в контексті сучасних соціокультурних трансформацій, зосереджуючи увагу на її ідеях національного виховання, ролі рідної мови у формуванні особистості та значенні гуманістичних цінностей у розвитку освіти.

Передбачається представлення електронних бібліографічних ресурсів, цифрових колекцій, архівних матеріалів і тематичних віртуальних виставок, що висвітлюють наукову та громадську діяльність дослідниці. Онлайн-трансляція, поширення анонсів та інформаційних матеріалів у соціальних мережах, а також подальше розміщення відеоматеріалів і аналітичних оглядів на вебресурсах бібліотеки сприятимуть розширенню аудиторії заходу та популяризації україномовного педагогічного дискурсу.

Завдяки таким ініціативам формується сучасний комунікативний простір, у якому історико-педагогічна спадщина інтегрується в цифрову культуру, актуалізуються національні культурні смисли та зміцнюється мовна ідентичність освітянської спільноти. Діяльність відділу демонструє,

що інституційні медіапрактики здатні поєднувати наукову традицію з новітніми формами комунікації, підтримуючи культурну спадкоємність і розвиток українського освітнього дискурсу.

Особливістю сучасного медіадискурсу є поєднання традиційних культурних кодів із новими формами цифрової комунікації. Меметичні тексти, хештеги, візуально-вербальні гібриди, короткі відеоформати сприяють швидкому поширенню мовно-культурних символів та формують нові моделі колективної пам'яті. У таких умовах українська мова виконує інтегративну функцію, об'єднуючи різні соціальні групи навколо спільних ціннісних орієнтирів.

Важливим аспектом є також українознавчий вимір сучасного медіадискурсу, який проявляється у популяризації історії, культури, традицій, національної символіки та мовної спадщини. Освітні платформи, культурні проєкти, документальні медіапродукти та просвітницькі ініціативи сприяють формуванню цілісного уявлення про українську цивілізаційну спадщину та зміцненню культурної суб'єктності нації.

Водночас медіапростір являється простором мовних інновацій. Спостерігається активне творення неологізмів, переосмислення значень, поява нових символічних назв, що відображають сучасні історичні реалії. Такі процеси засвідчують життєздатність української мови та її здатність адекватно реагувати на виклики часу.

Отже, українська мова в сучасному медіадискурсі функціонує як потужний носій національної пам'яті та цивілізаційних смислів, забезпечуючи культурну спадкоємність і водночас формуючи нові комунікативні коди. Її роль виходить за межі лінгвістичної площини, набуваючи значення стратегічного чинника культурної стійкості, соціальної консолідації та європейської ідентифікації українського суспільства.

ДОБРОДУМ Ольга,
*доктор філософських наук, професор,
Державний торговельно-економічний
університет (м. Київ, Україна)*

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Глобальні виклики сучасності визначають трансформацію соціокультурних процесів, у яких формування громадської думки постає ключовим чинником суспільної динаміки. Традиційні проблеми – війни, екологічні кризи, нерівність, міграційні процеси – набувають нових форм в умовах постсекулярного суспільства, де релігійні, політичні та технологічні фактори взаємодіють у глобальному масштабі, створюючи складну мережу комунікативних кодів. Актуальність дослідження зумовлена потребою осмислення того, як глобальні виклики трансформують комунікативні процеси, змінюють мовні парадигми та впливають на соціокультурну динаміку сучасних медіа. В умовах, коли інформаційний простір стає полем гібридних конфліктів, а штучний інтелект інтегрується в медійно-освітні практики, формування громадської думки набуває стратегічного значення для національної безпеки та європейської інтеграції України.

Полігібридна війна поєднує військові, інформаційні, економічні та культурні інструменти впливу на суспільну свідомість. В Україні вона ведеться не лише на фронті, але й в інформаційному просторі, де боротьба з фейками та пропагандою безпосередньо впливає на формування громадської думки. У вимірі лінгвістичної парадигми це проявляється через трансформацію мови ворожнечі та медійних наративів. Соціокультурна динаміка медіа в умовах гібридної війни має дві тенденції: з одного боку, медіа консолідують суспільство навколо спільних цінностей, з іншого – використовуються для поляризації та дезінтеграції соціальних зв'язків.

Вплив штучного інтелекту на соціокультурні трансформації є амбівалентним. Він забезпечує доступ до інформації, оптимізує комунікацію, відкриває нові можливості для освіти, але водночас створює ризики маніпуляції громадською думкою через алгоритмічно згенерований контент, deepfake технології та автоматизовані боти. Цифрові технології змінюють структуру комунікації, формуючи нові моделі громадської думки та впливаючи на модерні комунікативні коди. Технологічні зміни трансформують культурні та релігійні ідентичності, способи соціальної взаємодії.

Міграційна політика є ключовим викликом, що визначає соціокультурну динаміку сучасних суспільств. У США та Європі вона створює соціальні напруження та політичні конфлікти, що відображаються в медійному дискурсі. Для України ця проблема поки не є критичною, але приклади використання мігрантів як інструменту політичного тиску (на білорусько-польському кордоні) демонструють потенційні ризики. Міграційні процеси впливають на трансформацію мовних практик, виникнення гібридних ідентичностей та зміну комунікативних кодів, створюючи як можливості для культурного збагачення, так і ризики конфліктів.

Гендерна політика є маркером глобальних соціокультурних трансформацій. У країнах ЄС ці питання вирішуються на державному рівні, тоді як в Україні суспільна думка залишається переважно консервативною, що створює виклики для європейської інтеграції. Релігійні та секулярні аргументи протистоять у публічному дискурсі, впливаючи на формування громадської думки. У медійному просторі гендерна тематика стає полем інформаційних війн: медіа можуть як поширювати прогресивні цінності, так і використовуватися для поляризації суспільства.

Постсекулярна теорія наголошує на співіснуванні релігійних і секулярних аргументів у публічному просторі. Глобальні виклики мають не лише політичний та економічний, але й культурний і релігійний вимір, що

впливає на формування громадської думки. В умовах війни в Україні релігійний фактор відіграє особливу роль, впливаючи на національну ідентичність, консолідацію суспільства та громадську думку щодо європейської інтеграції. Постсекулярний підхід дозволяє осмислити співіснування релігійних та світських цінностей в освітньому просторі, що важливо для України в контексті збереження культурної ідентичності при інтеграції до ЄС.

Українська модель соціокультурних трансформацій має специфіку, зумовлену війною, європейськими прагненнями та історичним досвідом. Формування громадської думки в Україні відбувається під впливом інформаційної війни, мобілізації суспільства навколо національної ідеї та пошуку балансу між традиційними цінностями та європейськими стандартами. Світовий досвід демонструє, що успішні стратегії формування громадської думки базуються на врахуванні локальних культурних контекстів, використанні сучасних медійних технологій та залученні громадянського суспільства.

Глобальні виклики – війни, міграційні кризи, гендерна політика, цифровізація та штучний інтелект – визначають соціокультурні трансформації та формування громадської думки. В постсекулярному суспільстві ці виклики набувають нового виміру, де релігійні, політичні та технологічні фактори створюють складну мережу комунікативних кодів. Для України вони мають особливе значення в умовах війни та європейської інтеграції. Формування громадської думки стає стратегічним завданням, що потребує міждисциплінарного аналізу. Соціокультурна динаміка медіа, трансформація лінгвістичних парадигм, вплив штучного інтелекту на освітні практики, формування комунікативних кодів потребують подальшого дослідження в контексті української моделі трансформацій та світового досвіду.

ДУН ПЕЙ,
*аспірант, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

У системі вищої освіти сучасні соціокультурні зміни пов'язані з цифровізацією освітніх і комунікативних практик, оновленням форматів професійної взаємодії, зростанням мобільності кадрів та переосмисленням ціннісних орієнтирів. Це змінює вимоги до підготовки фахівців: поряд із фаховими знаннями дедалі важливішими стають уміння працювати з інформацією, критично мислити, ефективно комунікувати та діяти в умовах швидких змін. Такі компетенції для майбутніх фахівців стають базисними, адже розвиток сучасних суспільств ускладнюється кризовими явищами та конфліктністю, що підвищує значущість їхньої професійної самореалізації та ціннісних орієнтирів [3, с. 166].

У цих умовах зростає значення захисту інтелектуальної власності, адже інтелектуальні продукти, технології та креативні індустрії дедалі більше визначають конкурентоспроможність держав. Відповідно освіта розглядається не лише як інституція передачі знань, а як ресурс розвитку суспільства та формування соціального капіталу [1, с. 6]. Саме тому інноваційний характер економіки та вплив глобалізаційних процесів актуалізують оновлення змісту й організації професійної підготовки, зокрема підвищення гнучкості освітніх програм і пошук ефективних форм навчання [3, с. 6].

Підготовку фахівців із захисту інтелектуальної власності доцільно будувати як міждисциплінарну модель, де правові знання поєднуються з розумінням технологічного середовища, цифрових процесів, комунікації та професійної етики. Водночас у юридичній освіті досі спостерігається розрив

між навчальним процесом і реальними запитами професійного середовища. Курси нерідко не встигають за динамікою змін у сферах, де право перетинається з технологіями - цифрові платформи, ШІ, інформаційна безпека, онлайн-контент [2, с. 114]. Для сфери ІВ такі уміння є дуже важливими, оскільки значна частина порушень і доказів існує саме в цифровому середовищі. Додатковою проблемою залишається недостатній рівень розвитку комунікативних компетентностей: випускники не завжди володіють soft skills (навичками ведення переговорів, клієнторієнтованості та ефективної комунікації) [2, с. 114].

З огляду на тенденції модернізації професійної освіти: розвиток дистанційних форматів, проєктних технологій, стандартизації та інформаційно-освітнього середовища [4, с. 3], компетентнісний профіль фахівця у сфері ІВ доцільно окреслити як систему взаємопов'язаних компонентів.

По-перше, нормативно-правова компетентність передбачає знання національного законодавства й уміння застосовувати його на практиці: підготовку правових документів, проведення правової експертизи та обґрунтування позиції. По-друге, міжнародно-правова компетентність забезпечує орієнтацію в міжнародних підходах до охорони ІВ та готовність працювати з транскордонними кейсами [2, с. 114]. По-третє, цифрова та технологічна компетентність, яка передбачає уміння користуватися цифровими ресурсами, розпізнавати типові онлайн-порушення та діяти в межах правового поля [2, с. 114]. По-четверте, комунікативна компетентність, яка включає здатність формулювати і аргументувати позицію, вести переговори, застосовувати медіаційні підходи та забезпечувати клієнтський супровід [2, с. 114]. По-п'яте, етична та ціннісна компетентність передбачає академічну добродішність та відповідальність за наслідки професійних рішень у сфері ІВ.

Методично організація підготовки фахівців із захисту прав інтелектуальної власності має орієнтуватися на формування практичних

професійних умінь. Під час навчання доцільно працювати з типовими ситуаціями у сфері інтелектуальної власності: виявлення порушень, аналіз обставин справи, вибір способу правового захисту та підготовка відповідних документів. Ефективними формами навчання у цьому контексті є аналіз судової практики у справах щодо авторського права і торговельних марок, робота з ліцензійними договорами, а також моделювання професійних ситуацій (переговорів, консультацій, тощо). Важливим є також формування навичок опрацювання цифрових матеріалів: фіксація порушень у мережі, робота з електронними доказами та аналіз онлайн-контенту в межах чинного законодавства. Такий підхід сприяє поєднанню теоретичних знань із практичними вміннями.

Отже, підготовка фахівців із захисту прав інтелектуальної власності в умовах сьогодення має бути практико-орієнтованою та міждисциплінарною, поєднувати правові й міжнародні знання з цифровою грамотністю, комунікативними навичками та етичними орієнтирами, а також цілеспрямовано розвивати *soft skills*. Лише такий підхід дозволить сформувати у них готовність ефективно діяти в умовах динамічних соціокультурних змін і відповідати сучасним запитам суспільства.

Література

1. Грень Л. М., Вавренюк С. А., Алієва П. І. Сучасна освіта України: державно-управлінський аспект : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2021. 239 с.
2. Дун Пей. Підготовка фахівців з права в умовах глобалізаційних викликів. *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 84. Т. 1. С. 114–118. DOI: 10.32782/2663-6085/2025/84.1.20.
3. Інновації у вищій освіті: проблеми, досвід, перспективи : монографія / за ред. П. Ю. Сауха. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 444 с.
4. Педагогічна освіта і професійна підготовка в сучасному соціокультурному середовищі : монографія / Товканець Г. В. та колектив авторів; за заг. ред. Г. В. Товканець. Мукачево : Редакційно-видавничий центр МДУ, 2018. 302 с.

ЄЩЕНКО Тетяна,
*доктор філологічних наук, професор,
кафедри українознавства та філософії
ДНП «Львівський національний
медичний університет імені Данила
Галицького»
(м. Львів, Україна)*

**МЕДИЧНИЙ НАРАТИВ ВІЙНИ:
ЛІНГВІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ОПИСУ ТРАВМИ
В ТЕКСТАХ ЛІКАРІВ І ПАЦІЄНТІВ**

Повномасштабна війна в Україні зумовила істотні трансформації медичного дискурсу, зокрема способів мовної репрезентації тілесної й психічної травми. Медична комунікація в умовах війни виходить за межі суто клінічного опису й набуває рис кризового наративу, у якому поєднуються професійна стандартизація та особистісне переживання.

Актуальність дослідження визначається потребою осмислення лінгвістичних механізмів репрезентації травматичного досвіду в текстах лікарів і пацієнтів, а також трансформації традиційних моделей клінічної комунікації в екстремальних умовах.

Теоретичну основу становлять положення когнітивної лінгвістики, дискурс-аналізу та наративної теорії [4; 5; 8; 9], а також напрацювання у сфері лінгвонаратології та медичного дискурсу [1; 6; 7]. *Метою* є виявлення основних лінгвістичних стратегій опису травми в лікарських і пацієнтських наративах воєнного часу.

Тезовий виклад результатів дослідження. Установлено, що в текстах лікарів домінує стратегія деперсоналізації, яка реалізується шляхом використання безособових форм, пасивних конструкцій і стандартизованої термінології. Така мовна організація забезпечує професійну дистанцію та психологічний захист мовця. Важливою є стратегія етичної нейтралізації, що передбачає опис травматичних подій мовою клінічного протоколу без експресивних елементів.

Характерною ознакою лікарського дискурсу є також наративна компресія - згортання складних подій до лаконічних фактографічних формулювань, що відповідає умовам дефіциту часу й високого емоційного навантаження. Обмежена метафоризація у професійному мовленні виконує переважно когнітивну функцію – структурує новий досвід масових травм і психоемоційних розладів воєнного походження.

Натомість пацієнтські наративи характеризуються високим рівнем суб'єктивності, емоційної наснаженості, фрагментарності та повторюваності. Домінує стратегія персоналізації травми, за якої тілесний і психічний стан осмислюється крізь призму індивідуального досвіду. Значну роль відіграє метафорична стратегія, що забезпечує вербалізацію складних переживань.

Виокремлено низку продуктивних концептуальних моделей: ТРАВМА як ОБ'ЄКТ (*носити травму, глибока травма*), ТРАВМА як РАНА (*рана, що не загоюється*), ТРАВМА як ХВОРОБА (*хронічна травма, лікування травми*), ТРАВМА як ТЯГАР (*тягар пережитого*), ТРАВМА як АКТИВНИЙ СУБ'ЄКТ (*травма переслідує*), ТРАВМА як СЛІД (*відбиток війни*). Такі метафоричні моделі відображають спроби когнітивної інтеграції екстремального досвіду.

Особливістю пацієнтських текстів є порушення лінійності оповіді, синтаксична фрагментарність і повторюваність, що корелює з психолінгвістичними характеристиками травматичного мовлення. Водночас простежується стратегія пошуку сенсу, яка реалізується крізь оцінні судження та переосмислення пережитого.

Порівняльний аналіз засвідчує асиметрію між раціоналізованим, стандартизованим лікарським дискурсом і образним, емоційно насиченим пацієнтським наративом. Водночас обидва типи мовлення виконують адаптивну функцію: перший – на професійному, другий – на особистісному рівні.

Отже, медичний наратив війни є багаторівневою системою, у якій мова виконує не лише інформативну, а й адаптивну та терапевтичну функції.

Перспективними є корпусні та міжмовні дослідження медичних текстів воєнного часу.

Література

1. Бацевич Ф. Основи лінгвонаратології. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2025. 292 с.
2. Єщенко Т. А. Ефективна комунікація лікаря/лікарки у психолінгвістичному аспекті. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія «Філологія». 2025. № 74. С. 52–55.
3. Єщенко Т. А. Когнітивні механізми утворення медичних термінів: концептуальна метафора. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2025. Т. 36 (75). № 4, ч.
4. Лещенко Г. Сучасна когнітивна наратологія: напрями і пріоритети досліджень. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2017. № 12. С. 47–52.
5. Лещенко Г. Тематична структура наративу: когнітивний вимір. *Актуальні питання іноземної філології*. 2017. № 6. С. 85–90.
6. Лисанець Ю. Історія хвороби як об'єкт наратологічного аналізу. Львів, 2014. С. 97–99.
7. Лисанець Ю. В. Медичний наратив як лінгвістична категорія. *Львівський філологічний часопис*. 2018. № 3. С. 145–149.
8. Новікова Є. Теоретичні основи дослідження наративу в сучасній лінгвістичній парадигмі. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. 2010. № 928. С. 186–191.
9. Папуша І. Що таке наратологія? *Studia methodologica*. 2005. Вип. 16. С. 29–46.

ЗАГНІТКО Анатолій,
доктор філологічних наук, професор,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса
(м. Вінниця, Україна)

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ СКЛАДНИКИ ІМІДЖУ ВЕДУЧОГО СОЦІАЛЬНИХ ТОК-ШОУ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

Вступ. У контексті сучасних соціокультурних трансформацій особливої ваги набуває аналіз медіаобразів тих комунікаторів, які є модераторами суспільно значущих дискусій. Постать ведучого соціального ток-шоу («Говорить Україна», «Стосується кожного») є складним комунікативним

конструктом, що поєднує індивідуальні риси та соціально очікувані стандарти поведінки. Дослідження вербальних і невербальних складників цього іміджу дає змогу осмислити та скваліфікувати механізми впливу на масову свідомість, застосування різних маніпулятивних тактик для переформатування ціннісних орієнтирів аудиторії, що й мотивує актуальність аналізу. Об'єктом дослідження є медіаобраз ведучого соціального ток-шоу як соціокультурний феномен телевізійного дискурсу, а предметом – відповідні вербальні, габітарні та кінетичні складники іміджу комунікатора в умовах соціальної напруги та воєнних трансформацій українського медіапростору.

1. Концептуальні підходи до визначення медіаіміджу (за матеріалами дослідження). У дослідженні імідж простежуваний як цілеспрямовано сформований образ, що має на меті викликати певну емоційну та психологічну реакцію. Аналіз низки студіювань (М. Білошицька, О. Зернецька, Г. Почепцов та ін.) уможливує виокремлення складників іміджу модератора: а) габітарний (зовнішній), пов'язаний із вибором стилю одягу, що символізує професіоналізм та дистанцію, значущу для розгляду соціальних драм; б) вербальний, ґрунтованого на особливостях мовлення, застосуванні пауз та ін., адаптованих під цільову аудиторію програми; в) кінетичний, що охоплює жестикулювання й міміку, орієнтовані на створення атмосфери довіри та емпатії. Соціальна рефлексія в цьому контексті розглядувана і як індивідуальна здатність ведучого до самоусвідомлення, і як перформативна практика, що реалізується через публічне мовлення.

Мета студіювання – проаналізувати вербальні та невербальні складники іміджу комунікатора соціального ток-шоу й з'ясувати їхню трансформацію в контексті соціокультурних змін та війни. Мета визначає необхідність вирішення певних завдань: 1) окреслити теоретичні підходи до поняття медіаіміджу телемодератора; 2) встановити структуру вербальних, габітарних і кінетичних складників іміджу; 3) з'ясувати комунікативні стратегії телекомунікаторів програм «Говорить Україна» та «Стосується

кожного»); 4) скваліфікувати зміни мовленнєвого й візуального їх кодів у 2014 та 2022–2026 рр.

Ведучий постає актором символічної взаємодії, який конструює образ у режимі реальних часу та простору з орієнтуванням на очікування аудиторії та домінуючі соціокультурні наративи. У дослідженні маніпулятивні тактики телекомунікатора розглядаються не лише в негативному значенні, а як інструменти стратегічного структурування уваги аудиторії, притаманні телевізійному формату соціального ток-шоу.

Методологічною основою студіювання слугували елементи дискурс-аналізу, контент-аналізу телевізійних випусків та візуально-семіотичного аналізу габітарних і кінетичних характеристик ведучих, що уможлиблює комплексне осмислення іміджу як багаторівневої комунікативної конструкції.

2. Соціокультурні коди соціального ток-шоу (за матеріалами програм «Говорить Україна» та «Стосується кожного»). Розгляд контенту програм (лютий – березень, 2014) дає змогу з'ясувати трансформацію ролі ведучого, який постає не просто модератором, а «соціальним медіатором». Комунікатор у «Говорить Україна» (О. Суханов) вибудовує імідж через «інтелектуальну емпатію». Його мовленнєвий портрет характеризується використанням риторичних запитань, спрямованих на стимулювання морального вибору героя та глядача. Модератор у «Стосується кожного» (А. Данилевич) реалізує стратегію «співучасника подій», вербальна поведінка якого динамічна, спрямована на швидке емоційне реагування аудиторії. Аналізовані моделі демонструють соціокультурну трансформацію від пасивного інформування до активного втручання медіа у вирішення соціальних конфліктів.

3. Комунікативні стратегії ведучого в умовах соціальної напруги. Проаналізовані випуски (напр. «Заручники речей», «Випробування дітьми», «Єдина країна») показують, як модератор використовує прагматику мовлення для зниження або підвищення емоційного градусу в студії. Істотними постають: а) сугестивний вплив, для чого комунікатор використовує повтори, акцентуацію на стрижневих словах-цінностях (сім'я, діти, справедливість); б)

трансформація дискурсу, застосування якої перетворює соціальне ток-шоу на майданчик соціокультурної інтеграції, де модератор стає голосом морального авторитету, що є критично важливим у періоди суспільних видозмін.

4. Професійна етика й трансформація мовленнєвої парадигми.

Істотним аспектом іміджу є відповідність мовлення ведучого усталеним етичним стандартам, тому він має володіти мистецтвом «емоційного контролю». Соціокультурний вимір проблеми полягає в дотриманні балансу між рейтинговістю («шоу») та соціальною місією («допомога»). Встановлено, що успішний імідж ґрунтований на відмові від прямої оцінної лексики на користь фактів, що дає змогу глядачеві самостійно узагальнювати.

5. Зміна вербального коду ведучого в умовах повномасштабної війни (2022–2026): від емпатії до громадянської позиції. Якщо у 2014 р. модератор (О. Суханов) вибудовував імідж «стороннього, але співчутливого спостерігача», то після 2022 р. відбулася докорінна трансформація його вербального портрета: відмова від російської мови та перехід на українську стали стрижневими вербальними маркерами нового іміджу. Тепер його мовлення у «Говорить вся країна» (наступник «Говорить Україна») насичене апелюванням до національної стійкості й жорсткою оцінною вербалістикою щодо агресора. Подібна трансформація визначується як процес дискурсивної мілітаризації медіаіміджу, де ведучий набуває статусу не лише модератора, а суб'єкта послідовно мотивованої громадянської легітимації. Вербалістика змінюється з терапевтичної на мобілізаційну, що відповідає логіці медіа в умовах воєнного часу (див. Таблиця 1.).

Складник іміджу	Модель 2014 року («Говорить Україна»)	Модель 2022–2026 рр. (сучасний контекст)
Мовний код	Переважно російська, мова співчуття	Винятково українська, мова громадянського спротиву, чітко виражена державницька позиція
Візуальний образ	Студійний люкс, костюми	Стримана функційність, символіка (значки, вишиванка)
Соціальна роль	Мовний терапевт, медіатор побутових конфліктів	Волонтер, борець інформаційного фронту, свідок

Доволі прикметною постає соціокультурна трансформація ведучого, яка торкнулася й візуального образу, оскільки в межах габітарного й кінетичного складників відбулися зміни, що охоплюють мілітаристиль та воєнну стриманість (використання функційного одягу (dark casual, елементів мілітарі)) в ефірах як вияв відкритої діалогійности. Цілком правомірно говорити про нову роль соціального медіатора зі спрямуванням від побутових драм до трагедій війни, тому проблематика соціальних ток-шоу трансформувалася та охоплює пошук зниклих безвісти, долі біженців, воєнні злочини, а ведучий став «голосом свідчень», перетворюючись із модератора на учасника-медіатора. Останнє поглиблює емоційний складник іміджу, який є критично важливим для модератора.

Висновки. Аналіз іміджу телеведучих соціальних ток-шоу за матеріалами програм 2014 р. свідчить про формування стійкої лінгвістичної та візуальної парадигми «довіри». Вербальні та невербальні засоби створення образу комунікатора є не лише інструментами телепродукування, а й чинниками соціокультурного впливу. Вивчення цих механізмів дає змогу спрогнозувати майбутні трансформації медіакодів у сучасному українському

та світовому медіапросторі. Порівнюючи результати поведінково-іміджевих статусів модераторів ток-шоу 2014 року з реаліями 2026, видно, що імідж ведучого пройшов шлях від «профмаскараду» до «громадянської ідентичности» з чітко вираженою національною позицією.

Поступова еволюція іміджу телемодератора, ймовірно, відбуватиметься в напрямі поєднання журналістської об'єктивності з відкритою громадянською позицією, що формує новий тип медіаперсоналії як «свідка подій», інтегрованого в суспільний досвід війни.

ЗАДОРЖНА Карина,
*магістрантка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СТЕПАНЕНКО Микола, *доктор
філологічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

РОЛЬ РЕКЛАМИ В Б'ЮТІ-СФЕРІ

Б'юті-індустрія є однією з найдинамічніших сфер сучасного ринку, у межах якої реклама відіграє визначальну роль у формуванні споживчих уподобань, моделей поведінки та естетичних стандартів. У цифрову епоху рекламні стратегії б'юті-брендів трансформувалися відповідно до нових медіареалій: акцент змістився з традиційних каналів комунікації на соціальні мережі, платформну взаємодію та персоналізований контент. Візуальна культура instagram, tiktok і youtube сприяє популяризації косметичних продуктів через демонстрацію результатів їхнього використання, що посилює довіру аудиторії та стимулює імпульсивні покупки. Короткі відеоформати, естетично вибудовані стрічки й алгоритмічні рекомендації створюють ефект постійної присутності бренду в інформаційному просторі користувача.

Особливого значення в просуванні б'юті-продукції набув інфлюенсер-маркетинг як окремий комунікаційний інструмент. Лідери думок у сфері краси формують не лише споживчі вподобання, а й культурні тренди. Блогери, професійні візажисти, косметологи та дерматологи постають посередниками між брендом і споживачем, створюючи атмосферу довіри. Їхні огляди, порівняння, демонстрації «до / після», щоденні ритуали догляду та особисті історії використання продукції створюють ефект щирої рекомендації. Такий формат комунікації зменшує дистанцію між брендом і аудиторією, перетворюючи рекламу на частину повсякденного медіаспоживання.

Водночас інфлюенсер-маркетинг поступово професіоналізується: укладають офіційні контракти, розробляють довгострокові амбасадорські програми, здійснюють аналітику ефективності співпраці. Бренди ретельно підбирають інфлюенсерів відповідно до цінностей та позиціонування продукту. Наприклад, інклюзивна стратегія fenty beauty зацентувала на представленні різних типів зовнішності та широкій палітрі відтінків тональних засобів, що змінило підхід до стандартів представлення шкіри в рекламі. Кампанії бренду dove, зокрема ініціатива «real beauty», спрямовані на формування позитивного сприйняття тіла та природності, що також суттєво вплинуло на рекламні наративи у сфері краси.

Суттєвим чинником трансформації рекламних стратегій стала алгоритмічна персоналізація. Сучасні цифрові платформи аналізують поведінку користувачів – їхні запити, уподобання, перегляди, історію покупок – і формують індивідуальні рекламні пропозиції, унаслідок чого споживач отримує контент, максимально адаптований до його потреб і зацікавлень. Такий підхід підвищує конверсію та ефективність рекламних кампаній, проте одночасно актуалізує питання захисту персональних даних і прозорості алгоритмів.

Сучасна реклама в б'юті-сфері активно використовує концепції автентичності, інклюзивності та природності. Бренди дедалі частіше

демонструють різні вікові категорії, типи шкіри, особливості зовнішності, культурне й етнічне розмаїття, що сприяє демократизації стандартів краси та формуванню плюралістичнішого уявлення про естетику. Водночас рекламні кампанії продовжують створювати нові ідеали, наприклад тренди на «glow skin», мінімалістичний макіяж, або інше – експресивні креативні образи. Отже, реклама одночасно декларує різноманіття і конструює нові нормативні моделі зовнішності.

Помітною тенденцією є зростання популярності етичної та «чистої» косметики (clean beauty). Просування таких продуктів ґрунтується передусім на натуральному складі, відсутності тестування на тваринах, екологічному пакуванні та прозорості виробництва. У цьому контексті показовою є діяльність компанії the body shop, яка історично позиціонує себе як соціально відповідальний бренд. Рекламні повідомлення в цьому сегменті апелюють не лише до естетичних очікувань, а й до моральних переконань споживача, формуючи модель відповідального та усвідомленого споживання.

Важливим аспектом є також використання емоційного маркетингу. Рекламні кампанії все частіше апелюють до тем самовираження, упевненості в собі, індивідуальності та прийняття власної унікальності. Косметичний продукт позиціонують не просто як засіб покращення зовнішності, а як інструмент самопрезентації та способу комунікації зі світом. Через такі наративи реклама впливає на процес формування ідентичності, особливо серед молодіжної аудиторії.

Окрему роль відіграють технологічні інновації. Інструменти доповненої реальності дають змогу користувачам тестувати декоративну косметику в онлайн-режимі, а штучний інтелект допомагає аналізувати стан шкіри та добирати індивідуальні засоби догляду. Інтерактивні формати – прямі ефіри, спільні запуски продуктів, голосування за нові відтінки – посилюють ефект залучення аудиторії до процесу створення бренду, що дає підстави для такого висновку: реклама перетворюють на інтегровану частину клієнтського досвіду.

Не можна оминати й економічного аспекту: б'юті-реклама стимулює розвиток суміжних галузей – модної індустрії, фотографії, відеопродакшену, цифрового дизайну. Ідеться про формування складної екосистеми, у межах якої бренди співпрацюють із креативними агентствами, медіаплатформами та незалежними творцями контенту. Усе це сприяє глобалізації б'юті-ринку й уніфікації трендів, що швидко поширюються між різними країнами та культурами.

Отже, реклама в б'юті-індустрії є комплексним соціокультурним явищем, що поєднує економічні інтереси, технологічні інновації та механізми формування естетичних норм. Вона впливає не лише на рівень продажів, а й на світоглядні орієнтири, уявлення про красу, тілесність і самопрезентацію. У цифрову добу реклама є інструментом інформування і водночас активним чинником конструювання соціальної реальності та культурних стандартів сучасного суспільства.

ЗІНЧЕНКО Андрій,
аспірант,
Чернівецький національний
університет
імені Юрія Федьковича,
(м. Чернівці, Україна)

СОЦІОКОМУНІКАТИВНІ ПАРАМЕТРИ

УКРАЇНСЬКОГО ВОЄННО-ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Сучасна українська лінгвістика вирізняється багатоаспектним дослідженням дискурсу як соціолінгвістичного феномена, що інтегрує мовні, комунікативні, соціальні та культурні чинники (Ф. Бацевич, Л. Завальська, Н. Кондратенко, Т. Левонюк, С. Мельник, О. Назаренко, К. Серажим, В. Сікорська, М. Степаненко, С. Шабат-Савка та ін.). Особливого значення в цьому контексті набуває воєнно-дипломатичний дискурс, який забезпечує міждержавну та міжнародну комунікацію, сприяє мирному врегулюванню конфліктів, реалізації стратегій публічної дипломатії у складних політичних

та воєнних ситуаціях. В умовах буремного сьогодення стратегічна мета цього дискурсу спрямована на завершення російсько-української війни, посилення міжнародної підтримки України, відновлення стабільності в державі з огляду на ефективне використання дипломатичних каналів, комунікаційних платформ та інформаційного впливу на соціум.

Соціокомунікативний контекст воєнно-дипломатичного дискурсу увиразнює сукупність чинників, що регламентують його функціонування у суспільстві та визначають вплив на багаторівневу аудиторію. Це передусім: **інтенційність дискурсивної практики адресанта**, що відображає спрямованість комунікативної діяльності дипломатів на реалізацію стратегічних зовнішньополітичних цілей, формування міжнародної підтримки, легітимацію державної позиції, переконання партнерів і мобілізацію суспільної солідарності в умовах воєнного протистояння. Так, Д. Кулеба у дописі на офіційному сайті Мінстерства закордонних справ чітко демонструє свою державницьку позицію, оприявнюючи інтенцію застереження щодо міжнародних партнерів від хибної стратегії «заморожування» війни, яка фактично не призведе до миру, а лише відтермінує новий етап агресії. Пор.: *Нам потрібна перемога, а не нічия. Якщо дозволити росії взяти зараз паузу, путін створить посеред Європи заморожений конфлікт, гігантську бомбу уповільненої дії, яка буде готова вибухнути щомиті. Для Європи було би стратегічною помилкою переслідувати таку мету. Застерігаю партнерів України: не пропонуйте нам компроміси із совістю, територіальною цілісністю чи суверенітетом. Бо це будуть і ваші компроміси з власною безпекою* (Д. Кулеба). Синтаксичні конструкції із застережливими імперативами («не пропонуйте», «застерігаю») вербалізують комунікативну мету – вплинути на позицію партнерів і спрямувати їх до підтримки повної перемоги України.

До соціокомунікативних чинників також належать: **адресованість і багаторівневність аудиторії** як орієнтація дискурсу на різні групи адресатів (міжнародну спільноту, політичні еліти, союзників, національне суспільство,

військових, пересічних людей), що зумовлює варіативність мовних стратегій і риторичних засобів; **соціокультурна зумовленість комунікації**, що увиразнює національну ідентичність, історичну пам'ять, ціннісні орієнтації і культурні коди, які впливають на інтерпретацію дипломатичних повідомлень та їхню переконливість; **персуазивність мовлення**, яка виявляється у використанні аргументативних, модальних та емоційно-оцінних мовних засобів, спрямованих на формування потрібних інтерпретацій подій, підтримку міжнародної коаліції та протидію інформаційним впливам; **інституційна регламентованість дипломатичної комунікації**, що свідчить про функціонування дискурсу в межах дипломатичного протоколу, міжнародного права та норм офіційного спілкування і передбачає стандартизованість мовних форм і жанрових моделей.

Адресантами воєнно-дипломатичного дискурсу є державні та міжнародні інституції, дипломатичні представництва, політичні лідери, офіційні спікери та експертні групи, які формують і поширюють офіційні повідомлення, позиції та оцінки, спрямовані на різні внутрішні та зовнішні аудиторії. Пор.: *Дехто вважає, що ми в слабкій позиції, однак, справді все не так. На мою думку, ми сьогодні в тій точці, яка відкриє для України дуже серйозні і дуже успішні перспективи. Нам треба просто перетерпіти, сконцентрувати силу волі до максимуму і перемогти* (В. Огризко). Такі висловлення відомих дипломатів реалізують **мобілізаційно-підтримувальну комунікативну стратегію**, спрямовану на зміцнення суспільної стійкості, утвердження віри в досяжність перемоги.

Лінгвістичний континуум воєнно-дипломатичного дискурсу репрезентує систему різнорівневих мовних одиниць, які виражають прагматичний потенціал дипломатичного мовлення, актуалізують позицію мовця, забезпечуючи ефективність публічної комунікації в умовах війни. Це, зокрема, спонукальні конструкції, що вербалізують інтенції заклику до дії, виконання тих або тих домовленостей; суб'єктивно-модальні, окличні та

питальні висловлення, які експресивізують дипломатичний дискурс; евфемістичні, етикетні та дипломатичні кліше, спрямовані на підкреслення офіційного характеру повідомлення.

Отже, соціокомунікативні параметри воєнно-дипломатичного дискурсу детерміновані сукупністю інтенційних, адресатно орієнтованих, соціокультурних та лінгвістичних чинників, що регламентують його функціонування як важливого інструмента врегулювання конфліктів, координації дипломатичних зусиль і консолідації суспільства.

Література

1. Кулеба Д. Україні та світу потрібна перемога, а не нічия. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/news/dmitro-kuleba-ukrayini-ta-svitu-potribna-peremoga-ne-nichiya> (дата звернення: 25.02.2026).

2. Валерій Чалий та Володимир Огрязко – про дипломатію і безпечний світ. *Український кризовий медіа-центр*. Пресцентр УКМЦ. 23.12.2025. URL: <https://uacrisis.org/uk/valerij-chalyj-ta-volodymyr-ogryzko-pro-dyplomatiyu-i-bezpechnyj-svit> (дата звернення: 24.02.2026).

ІВАЩУК Максим,

аспірант,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

(м. Київ, Україна)

ЗАКОНОДАВЧІ ІНІЦІАТИВИ В МЕДІАСФЕРІ В ДІЯЛЬНОСТІ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ ВОСЬМОГО СКЛИКАННЯ

Медіасфера є важливим елементом функціонування демократичного суспільства, оскільки забезпечує реалізацію свободи слова, доступ громадян до інформації та формування публічної комунікації між державою і суспільством. Після подій Революції Гідності та початку російсько-української війни перед Україною постали нові виклики у сфері інформаційної безпеки, свободи слова та реформування медійного середовища. У цих умовах особливого значення набули законодавчі ініціативи парламенту, спрямовані на модернізацію медійного законодавства та створення прозорого інформаційного простору.

До 2014 року значна частина українського законодавства у сфері медіа базувалася на нормативно-правових актах, прийнятих ще у 1990-х роках. Вони не повністю відповідали сучасним умовам розвитку медійної індустрії та цифрових технологій. Після політичних змін 2014 року Україна розпочала процес реформування інформаційної політики, який був спрямований на демократизацію медіасистеми, забезпечення прозорості власності медіа та гармонізацію національного законодавства з європейськими стандартами. У цей період парламент розглядав медіаполітику як важливий елемент державної безпеки та розвитку демократичних інститутів.

Однією з найважливіших реформ у медійній сфері стало створення незалежного суспільного мовлення. У 2014 році було ухвалено Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» [1], який визначив правові основи діяльності Суспільного мовлення України. Закон передбачав створення національного суспільного мовника на базі державних телерадіоорганізацій, що мало забезпечити незалежне та неупереджене інформування громадян. Запровадження суспільного мовлення стало важливим кроком у напрямі демократизації медійної системи та наближення України до європейських стандартів функціонування медіа.

У Законі зазначено, що одним із ключових завдань суспільного мовника є саме інформування громадян про актуальні події суспільного, політичного та культурного життя. Закон передбачав розвиток української мови, культури та національної ідентичності через медіаконтент. Важливим складником діяльності стала підтримка культурного різноманіття та врахування інтересів національних меншин, щоб суспільне мовлення виступало інструментом соціальної інтеграції та міжкультурного діалогу.

Закон установив принципи відкритості, прозорості та підзвітності в діяльності суспільного мовника та визначив механізми управління суспільним мовником. Зокрема, важливу роль у цьому процесі відіграла Наглядова рада, до складу якої входили представники громадських організацій та різних соціальних груп. Окрему увагу було приділено

фінансовому забезпеченню суспільного мовлення. Закон встановив вимоги щодо прозорості використання фінансових ресурсів. Для цього передбачено проведення регулярного аудиту та фінансового контролю.

Іншим важливим напрямом законодавчої діяльності парламенту стало підвищення прозорості структури власності медіа. Відповідні законодавчі зміни зобов'язали телерадіоорганізації розкривати інформацію про кінцевих бенефіціарних власників та структуру власності. Метою таких законодавчих нововведень було зменшення впливу прихованих політичних або економічних інтересів на медіасферу, а також підвищення рівня довіри громадян до засобів масової інформації.

У період діяльності парламенту VIII скликання важливе значення мали також законодавчі зміни, пов'язані з мовною політикою у сфері медіа. Зокрема, було запроваджено квоти на використання української мови на телебаченні та радіо, що сприяло збільшенню частки українськомовного контенту в медіапросторі. У 2019 році було ухвалено Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [2], який установив вимоги щодо використання державної мови в різних сферах суспільного життя, зокрема у медіа та інформаційних ресурсах. Такі законодавчі ініціативи спрямовані на підтримку розвитку української мови в публічному просторі та зміцнення національної культурної ідентичності.

У контексті воєнного конфлікту та інформаційних загроз держава приділяла значну увагу питанням інформаційної безпеки. Парламент ухвалював рішення щодо обмеження трансляції окремого іноземного медіаконтенту, який міг становити загрозу національній безпеці. Такі заходи спрямовані на захист національного інформаційного простору та протидію інформаційній пропаганді, що поширювалася через медіаканали.

Отже, діяльність Верховної Ради України восьмого скликання відіграла значну роль у реформуванні медійного законодавства України. У цей період реалізовано низку важливих законодавчих ініціатив, спрямованих на створення системи суспільного мовлення, забезпечення прозорості

медіавласності, розвиток національного медіапростору та посилення інформаційної безпеки держави. Ухвалені законодавчі акти сприяли модернізації медіасистеми України та наближали її до європейських стандартів.

Література

1. Закону України Про суспільні медіа України : прийнятий 17 квітня 2014 р. № 1227-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>

2. Закон України Про забезпечення функціонування української мови як державної : прийнятий 25 квітня 2019 р. № 2704-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

КАРАНДЮК Вікторія,

студентка,

ВСП «Ірпінський фаховий коледж

Національного університету

біоресурсів і природокористування

України» (м. Ірпінь, Україна)

Науковий керівник – Павлова Алла,

доктор філологічних наук, доцент,

викладач, ВСП «Ірпінський фаховий

коледж Національного університету

біоресурсів і природокористування

України»

МОЛОДІЖНІ МУЛЬТИМЕДІЙНІ ПРОЄКТИ: ЕСТЕТИЧНІ ТА ПІЗНАВАЛЬНІ АСПЕКТИ

Цифрова епоха радикально змінила способи комунікації та засвоєння інформації. Якщо раніше основним джерелом знань були друковані тексти, то сьогодні домінують мультимедійні формати, які поєднують візуальні, аудіальні та текстові елементи. Молодіжні мультимедійні проекти стали не лише засобом розваги, а й потужним інструментом освіти та формування світогляду. Вони функціонують на межі естетики й пізнання, створюючи нову модель культурної взаємодії. Актуальність теми зумовлена тим, що сучасна молодь сприймає інформацію фрагментарно, швидко й переважно через екран. Тому аналіз естетичних та пізнавальних аспектів мультимедійних

проектів дозволяє зрозуміти, яким чином цифрова культура трансформує освітній контент.

У сучасному медіапросторі візуальний компонент набуває статусу самостійної мови. Колір, композиція кадру, ритм монтажу, шрифти та графічні елементи не лише ілюструють зміст, а й створюють додаткові сенси. Молодіжні проекти активно використовують естетичні коди, що асоціюються з певним стилем життя або культурною ідентичністю. Показовим прикладом є анімаційний серіал «Книга-мандрівка. Україна», який демонструє, як сучасна графіка та динамічний монтаж можуть зробити історичний матеріал привабливим для молодіжної аудиторії [2]. Завдяки поєднанню гумору, стилізованої анімації та чіткої структури подачі інформації проект перетворює історію на захопливу візуальну розповідь. Таким чином, естетика виконує функцію залучення – вона формує перше враження та стимулює подальше занурення в зміст.

Поширення коротких відеоформатів стало відповіддю на зміну когнітивних особливостей сучасної молоді. Обмежений час концентрації уваги спонукає авторів створювати максимально стислі, але насичені інформацією матеріали. Вертикальне відео з активною динамікою кадрів стало новим стандартом комунікації [1]. Однак важливо зазначити, що лаконічність не означає поверховість. Навпаки, короткий формат вимагає чіткої структури, логічної послідовності та вміння виділяти головне. Саме це формує нову естетику: концентровану, ритмічну, емоційно насичену.

Не менш важливим компонентом мультимедіа є звук. Музика, інтонація, тембр голосу створюють емоційний фон, який підсилює сприйняття інформації. У цьому контексті подкасти стали значущим явищем сучасної культури [4]. Зокрема, подкаст «Радіогодина TED» репрезентує новий формат популяризації науки, культури та суспільних тем серед молоді. Через поєднання особистих історій, наукових пояснень та аналітичних коментарів складні ідеї подаються в доступній формі [3]. Аудіоформат створює ефект довірливої бесіди, що сприяє глибшому осмисленню матеріалу.

Молодіжні мультимедійні проєкти відображають глибинні зміни в культурі сприйняття інформації. Вони формують нову комунікативну модель, у якій естетика та зміст взаємодіють як рівноправні складові. Візуальна привабливість стає умовою залучення, тоді як пізнавальний компонент забезпечує цінність контенту. Сучасне мультимедіа демонструє, що освіта може бути динамічною, інтерактивною та емоційно насиченою. Поєднання коротких форматів із глибокими аналітичними матеріалами створює багаторівневий освітній простір. Таким чином, мультимедійні проєкти стають важливим чинником розвитку культурної ідентичності та інтелектуального потенціалу молодого покоління.

Література

1. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. YouTube-канал кафедри комунікацій. URL: https://youtube.com/@knudepartmentofcommunications?si=pt3r_hO41zcUewPs
2. Книга-мандрівка. Україна. URL: <https://www.youtube.com/@knigamandrivka>
3. TED Radio Hour. Podcast. URL: <https://www.npr.org/programs/ted-radio-hour/>
4. Ukraïner. Медіапроєкт про Україну та її регіони. URL: <https://ukraïner.net>

КАСЕНЮК Єгор,

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

СТЕПАНЕНКО Ніна,

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

ЮТУБ ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ КОНТЕНТ-МЕЙКЕРІВ

YouTube ось уже як двадцять один рік є провідною платформою для споживання відеоконтенту з 2.7 мільярдами активних користувачів, що становить приблизно 90% користувачів інтернету віком 18-44 роки загалом.

На сьогодні цю платформу майже неможливо обійти. Якщо просувати щось в інтернеті, шляхи приведуть до головного відеохостингу інтернету

(хоч останні кілька років TikTok усе більш набирає популярності як альтернатива, проте зрозуміло, що місце YouTube він не займе, адже спеціалізується лише на короткому форматі відео). Якщо просувати гік-контент на теренах українського інтернету, ютуб – це платформа номер один у списку. Вона може стати надійною базою, а згодом й інструментом поширення на інші платформи.

Алгоритм рекомендацій YouTube базується на кількох ключових метриках:

1. CTR (Click-Through Rate) – це відсоток людей, які клікнули на ваше відео з рекомендацій самої платформи. Середній CTR для нових каналів становить 4-6%, для каналів, що вже мають надійну базу та репутацію, – це 8-12%.

2. Watch Time – сумарна кількість годин перегляду. Вона є найважливішою метрикою для алгоритму, адже це впливає на заробіток від рекламних інтеграцій, зацікавленість аудиторії контентом.

3. AVD (Average View Duration) – відсоток переглядів конкретно одного відео, на відміну від Watch Time, що є показником каналу загалом. Якісний показник становить 50%+ для відео понад десять хвилин, що можна вважати ознакою високої залученості аудиторії.

4. Engagement – одна з найвідоміших метрик, куди входять лайки, коментарі, репости. Чим більше взаємодії між автором та аудиторією, тим краще контент просуває як платформа, так і самі користувачі.

Внутрішньоплатформна монетизаційна екосистема YouTube генерувала близько 36.1 мільярда доларів у 2024 році – це зростання аж на 14.6% порівняно з попереднім роком. Станом на 2025 рік понад 125 мільйонів користувачів підписані на YouTube Premium – суттєвий стрибок порівняно з близько 80 мільйонами у 2022 році. Автори на платформі отримують прибуток не лише від реклами, а й від глядачів, що мають преміум підписку на сайті.

Говорячи про монетизацію, на яку прямо впливають усі попередні статистичні елементи алгоритмів YouTube, важливо наголосити, що вона включає рідну для платформи систему AdSense (вимагає 1000 підписників, 4000 годин watch time віднедавна мільйон переглядів Shorts, які є коротким форматом відео від YouTube), спонсорство від окремих брендів, членство у спільноті каналу (або ж донати під час трансляцій) та продаж додаткових продуктів.

Для досягнення успіху в розвитку каналу, про який ідеться, важливо розуміти, що механізми алгоритму YouTube є критично важливими. У дослідженні, яке опублікував у 2024 році журнал “PNAS”, використано інноваційний метод “контрфактуальних ботів” (думка про те, що могло статись, проте не сталось у реальності, вигаданий світ) для “казуальної” оцінки впливу рекомендаційної системи YouTube. Учені порівнювали ботів, що реплікували патерни споживання реальних користувачів, і те, як вони могли б себе поводити в тих чи тих ситуаціях, із “контрфактичними” ботами, що взували на траєкторії, засновані на системі суворих правил. Це дало підстави довести завдяки науковому методу, як саме рекомендаційні системи платформи впливають на користувачів.

Алгоритм обирає, кому саме показувати відео на основі кількох факторів. По-перше, це персоналізація – аналіз вашої історії переглядів, інтересів та поведінкових патернів. По-друге, контекст – алгоритм ураховує часові тренди, сезонність та актуальні події в інформаційному полі (наприклад, під час Гелловіну в рази зростає інтерес до горор-ігор та тематичного “страшного” контенту). По-третє, існує так званий “трааль” алгоритмів – надзвичайно критичне “золоте вікно” перших 24-48 годин після публікації відео, тоді алгоритм активно тестує ваш контент на малих групах користувачів. Якщо ваш CTR та AVD є високим під час цього тестового періоду, алгоритм уже починає демонструвати відео значно ширшій аудиторії.

Yadav відзначає, що після 2025 року алгоритм YouTube став значно «розумнішим», ніж до цього, адаптуючись у реальному часі з інструментами на основі генеративного ШІ. Тепер він аналізує не лише заголовки та описи, але й ваше прев'ю до відео, транскрипт тексту, що ви промовляєте, навіть тон та елементи зображуваного у відео. Це означає, що контент-мейкери більше не можуть покладатися тільки на оптимізацію за ключовими словами та тегами – потрібний цілісний підхід до якості контенту та його актуальності для вашої аудиторії. Як і очікувалося, далеко не всі зміни в алгоритмах системи були корисними для творців. Аналіз PPC Land протягом 2025 року YouTube засвідчує, що новітні зміни алгоритмів негативно вплинули на відкриття користувачами довгоформатного контенту, пріоритет віддано коротким відео. Автори зафіксували приблизно 30% падіння кількості переглядів на довгих відео та драматичний відтік трафіку з настільних пристроїв (ПК) до мобільних телефонів, починаючи з 13 серпня 2025 року. Співвідношення кількості користувачів настільних комп'ютерів до кількості користувачів мобільних пристроїв змістилося з 56% переваги ПК в липні до лише 39.3% після 13 серпня. Ці зміни особливо болісно вдарили по каналах із глибоким аналітичним контентом, який традиційно краще споживають на великих екранах.

Використовуючи статистичні дані DataReportal, можна твердити, що потенційне охоплення реклами на платформі YouTube в Україні становило 21.6 млн користувачів, станом на початок 2025 року – 68.5% від загальної бази інтернет-користувачів країни. Гендерний розподіл аудиторії транслює досить цікаву картину: 53.4% становлять жінки, тоді як 46.6% – чоловіки, що відрізняється від стереотипного уявлення про переважно чоловічу аудиторію як загального так і гік-контенту на цій платформі. Дослідження Gradus Research виявило, що для розважального контенту українці вперше звертаються до YouTube та схожих відео платформ – 63% медіаспоживання в цій категорії, що робить платформу абсолютним лідером у цій сфері. Також варто вирізнити, що між початком 2024 та початком 2025 років охоплення

реклами на цій платформі зменшилося на 2.7 млн користувачів (-11.1%), що радше за все пов'язано з міграцією населення під час війни. Треба вияскравити й те, що навіть з урахування цього зниження YouTube залишається найпопулярнішою платформою для споживання відеоконтенту серед українців.

КИЯШКО Святослав,
*аспірант, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СУЧАСНИХ МЕДІЙНО-ОСВІТНІХ ПРАКТИКАХ: МОЖЛИВОСТІ, РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Активна інтеграція систем штучного інтелекту в освітній і медійний простір є однією з ключових ознак сучасних соціокультурних трансформацій. Алгоритмічні технології дедалі ширше застосовуються для створення, оброблення та поширення інформації, персоналізації навчання, автоматизації освітніх процесів і підтримки прийняття рішень. Це формує нову медійно-освітню реальність, у якій штучний інтелект є не лише технічним інструментом, а й чинником зміни способів навчання, комунікації та роботи з інформацією.

Сучасні дослідження засвідчують значний потенціал використання штучного інтелекту у сфері освіти. Зокрема, технології машинного навчання дозволяють адаптувати навчальний контент до індивідуальних потреб здобувачів освіти, автоматизувати оцінювання результатів навчання та підвищувати ефективність управління освітніми системами [1; 3]. Університетські практики впровадження цифрових сервісів і хмароорієнтованих платформ сприяють розширенню доступу до освітніх ресурсів і створенню відкритого інформаційно-освітнього середовища [2].

Важливим напрямом розвитку є використання генеративного штучного інтелекту в медіаосвіті. Сучасні інструменти дозволяють створювати тексти,

зображення, відео та інші інформаційні продукти, що відкриває нові можливості для творчої діяльності, навчальних експериментів і проєктної роботи. Водночас такі технології змінюють характер інформаційного середовища, збільшуючи обсяг алгоритмічно згенерованого контенту та ускладнюючи процеси перевірки його достовірності.

У цьому контексті особливого значення набувають медійна грамотність і відповідальне використання інформації. Дослідники підкреслюють, що в умовах цифрової трансформації освіти ключовою умовою ефективної взаємодії з інтелектуальними технологіями є здатність користувачів оцінювати якість інформації, розуміти принципи роботи алгоритмів і усвідомлювати можливі ризики їх застосування [4]. Рамки цифрових компетентностей визначають критичне використання цифрових технологій як один із базових компонентів підготовки сучасної особистості.

Разом із новими можливостями впровадження штучного інтелекту супроводжується низкою викликів. Серед них – ризики формалізації навчальної діяльності, зниження рівня самостійності здобувачів освіти, некритичне використання автоматично згенерованих матеріалів і залежність від алгоритмічних рекомендацій. Дослідження свідчать, що без відповідної підготовки користувачів результати роботи інтелектуальних систем можуть сприйматися як об'єктивні та безпомилкові, що підвищує ризик інформаційних помилок і маніпуляцій [1].

Окрему групу проблем становлять етичні та правові аспекти використання штучного інтелекту. Документи Європейської Комісії акцентують увагу на необхідності забезпечення прозорості алгоритмів, захисту персональних даних, недопущення дискримінаційних практик і формування відповідального ставлення до цифрових технологій [4]. У медійно-освітньому середовищі це пов'язано також із питаннями академічної доброчесності, авторства та коректного використання генеративних сервісів.

Водночас штучний інтелект відкриває нові перспективи розвитку освіти. Алгоритмічні системи можуть виконувати рутинні операції з обробки

великих масивів інформації, що дозволяє зосередити освітній процес на аналітичній, творчій і проєктній діяльності. У сучасних освітніх моделях ШІ розглядається як інструмент підтримки навчання, який розширює інтелектуальні можливості людини та сприяє формуванню індивідуальних освітніх траєкторій [3].

Особливо важливим є використання штучного інтелекту в медійно-освітніх експериментах, спрямованих на розвиток творчості та міждисциплінарного мислення. Генеративні технології можуть застосовуватися для створення навчальних проєктів, медіаконтенту, симуляцій і дослідницьких матеріалів. У поєднанні з педагогічним супроводом це сприяє переходу від репродуктивних форм навчання до активної творчої діяльності.

Додатковий філософсько-рефлексивний акцент полягає в тому, що ШІ змінює не лише інструменти, а й умови мислення та комунікації. Дослідники застерігають від формування залежності людини від наукоємних технологій і ризику витіснення «людського фактору» менеджерсько-алгоритмічними процедурами. Щоб протидіяти цьому, важливо розвивати критичне мислення як провідний тренд сучасного освітнього процесу та засіб орієнтації в інформаційному середовищі. Креативне мислення забезпечує здатність виходити за межі шаблонів і створювати нове в умовах невизначеності; воно не зводиться до алгоритмічної комбінації, а тому фіксує принципову роль людини у смислотворенні та творчій комунікації [5]. У контексті трансформацій університетів і суспільства важливо зберігати синергію технологічних і ціннісних компонентів розвитку.

Отже, штучний інтелект є важливим чинником трансформації сучасних медійно-освітніх практик. Його впровадження створює умови для підвищення ефективності освітніх процесів, розширення доступу до знань і розвитку нових форм навчальної взаємодії. Водночас ефективне використання інтелектуальних технологій потребує формування цифрової та

медійної грамотності, розвитку критичного ставлення до інформації і дотримання етичних стандартів.

Література

1. Використання засобів і сервісів штучного інтелекту для професійного розвитку педагогічних кадрів : препринт (аналітичні матеріали) / В. М. Барладим, А. В. Бруяка, М. А. Бугаєнко [та ін.] ; за ред. М. П. Шишкіної. Київ : ІЦО НАПН України, 2024. 96 с. DOI: <https://doi.org/10.33407/LIB.NAES.ID/EPRINT/744000>

2. Методологія використання хмароорієнтованих систем відкритої науки у закладах освіти : монографія / В. М. Барладим, А. В. Бруяка, А. В. Ейсмонт [та ін.] ; за ред. М. П. Шишкіної. – Київ : ІЦО НАПН України, 2023. 197 с.

3. Цифрова трансформація відкритих науково-освітніх середовищ : монографія / колектив авторів ; за ред. О. М. Спіріна, О. П. Пінчук. Київ : ІЦО НАПН України, 2024. 308 с. DOI: <https://doi.org/10.33407/lib.NAES.id/eprint/744025>

4. Ethical guidelines on the use of artificial intelligence (AI) and data in teaching and learning for educators / European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2022. DOI: <https://doi.org/10.2766/153756>

5. Функціонування творчого мислення в умовах інформаційної невизначеності : монографія / В. О. Моляко, Ю. А. Гулько, Н. А. Ваганова [та ін.] ; за ред. В. О. Моляко. Київ : Інститут психології ім. Г. С. Костюка НАПН України, 2024. 204 с.

КОВАЛЕНКО Денис,

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

СТЕПАНЕНКО Микола, доктор

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

ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ВОЄННОГО ІНТЕРВ'Ю (2022-2025 РР.)

У період повномасштабної російсько-української війни інтерв'ю з військовими, волонтерами, цивільними та експертами стали одним із ключових джерел об'єктивної, правдивої інформації для суспільства. Через такі матеріали читачі та глядачі отримують не лише факти, а й розуміння

настроїв, переживань та оцінок подій. Важливо вирізнити візуальне оформлення інтерв'ю, що суттєво впливає на те, як реципієнти сприймають і запам'ятовують ту або ту інформацію.

Одним із найефективніших візуальних засобів є відео, що промовисто віддзеркалює буття фронту й тилу. Кадри з передової, сюжети про військову техніку, зруйновані міста або роботу волонтерів створюють ефект присутності та підсилюють довіру до інформації. Відео також уможлиблює транслявання емоцій та поведінки співрозмовника, що робить сюжет переконливішим. Практика українських засобів масової інформації показує, що аудиторія більше довіряє відеоформатам, ніж текстовим публікаціям. Важливим складником її є фотографії учасників інтерв'ю, які використовують, а подеколи й тиражують у новинних матеріалах і соціальних мережах. Портрети військових чи цивільних осіб допомагають персоналізувати події війни та формувати образи конкретних героїв, що є дуже важливою річчю для дня напереді. Варто зацентувати, що такі візуальні образи з часом стають органічною частиною колективної пам'яті суспільства. Для пояснення складних процесів журналісти часто застосовують інфографіку й графічні схеми. За допомогою схем, діаграм, таблиць можна представити в реальному вимірі динаміку бойових дій, утрати, різновекторно висвітлити гуманітарні процеси та інші воєнні сторінки.

Інфографіка особливо важлива для молодих глядачів, які звикли сприймати інформацію у візуалізованій формі. Окрему групу візуальних засобів становлять карти, що відображають перебіг бойових дій і зміну лінії фронту. Вони часто супроводжують інтерв'ю з військовими аналітиками або журналістами, що працюють у зоні бойових дій. Карти допомагають глядачеві краще уявити географію подій і осягнути їхній масштаб. У сучасних умовах карти стали не лише інформаційним, а й аналітичним інструментом.

До засобів візуалізації належать також дизайнерські елементи: титри, підписи, логотипи медіа, графічні позначки та кольорові акценти. Титри

дають змогу ідентифікувати співрозмовника, вияскравити його роль, установити місце перебування, а субтитри роблять матеріал доступним для різних груп аудиторії. Сучасний дизайн інтерв'ю впливає на сприйняття матеріалу не менше, ніж його зміст. Суттєво впливає монтаж відео інтерв'ю, який формує логіку подачі матеріалу. Використання архівних кадрів, хроніки бойових дій або додаткових відеофрагментів створює цілісну історію та підсилює емоційний вплив. Монтаж можна розглядати як окремий інструмент журналістської інтерпретації подій. Сучасні платформи сприяли розвитку мобільних форматів візуалізації. Короткі відео, стрими та вертикальні ролики в соціальних мережах стали новим способом подачі воєнних інтерв'ю. Сьогодні більшість людей споживає новини через смартфон, тому журналісти все активніше адаптують інтерв'ю під соціальні мережі. Такі формати забезпечують швидке поширення інформації та залучення молодшої аудиторії, яка активно користується смартфонами. На прикладі тієї або тієї соціальної мережі (TikTok, YouTube Shorts та ін.) можна побачити, як змінюється стиль воєнної журналістики. Варто не забувати про етичний вимір використання візуальних матеріалів. Демонстрація жорстоких або травматичних кадрів може негативно впливати на психіку глядачів і порушувати професійні стандарти журналістики. Тому медіа часто обирають нейтральні або символічні зображення, застосовуючи в такому разі технології розмиття чи затемнення. Важливо дбати про баланс між інформуванням і гуманністю, цей гармонійний синтез – один із стратегійних викликів воєнної журналістики.

Візуальні засоби в інтерв'ю про війну у 2022–2025 роках стали важливим інструментом сучасної журналістики. Вони поєднують факти, емоції та аналітику, а також підвищують ефективність комунікації між медіа та суспільством у складний воєнний час, який переживає Україна.

КОВАЛЬСЬКА Леся,
*доктор історичних наук, професор,
Державна науково-педагогічна
бібліотека України імені
В.О. Сухомлинського
Національна академія педагогічних
наук України
(м. Київ, Україна)*

ТЕМПОРАЛЬНІСТЬ ТА СТАЛІСТЬ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У цифрову епоху соціальні комунікації дедалі більше спираються на документальні ресурси як основні носії знань, досвіду та культурної пам'яті. Однак швидкоплинність інформаційних потоків і обмежена тривалість існування цифрових ресурсів створюють ризики втрати важливих матеріалів, що можуть впливати на ефективність комунікації та передачу знань між поколіннями. Довготривале збереження документальних ресурсів забезпечує не лише доступність інформації, але й підтримує формування колективної пам'яті та комунікаційних практик у суспільстві. Дослідження темпоральності та сталості документальних ресурсів є актуальним для оцінки їхньої ролі у забезпеченні ефективної соціальної комунікації та збереженні культурної та історичної документної спадщини. Актуальність проблеми вивчення темпоральності комунікації дозволяє сформулювати мету дослідження, як визначення ролі темпоральності та сталості документальних ресурсів у забезпеченні ефективної соціальної комунікації та збереженні колективної пам'яті в сучасному інформаційному середовищі.

Темпоральність цифрових документальних ресурсів визначає швидкість втрати актуальності або доступності інформації, що безпосередньо впливає на ефективність комунікації, збереженість та передачу інформації і знань [1]. Стійкість і довготривале збереження документів забезпечує надійність інформації та підтримує формування колективної пам'яті суспільства.

Соціальні платформи та цифрові сервіси забезпечують миттєвий доступ до інформації, але одночасно піддають її ризику редукції або втрати контексту. Ефективність соціальної комунікації залежить від поєднання оперативного поширення та стабільності збереження цифрових документів. Використання цифрового архівування, стандартів метаданих і стратегій збереження підвищує інформаційну та культурну цінність документальних ресурсів.

Таким чином, темпоральність і сталість цифрових документів є ключовими чинниками ефективної соціальної комунікації та збереження колективної пам'яті. Ефективна соціальна комунікація передбачає поєднання оперативності поширення документів із їх стабільністю та стандартизованими методами збереження. Сталий цифровий архів виступає фундаментом для передачі знань і підтримки соціокультурної пам'яті в умовах сучасної диджиталізації інформаційного простору.

Поняття «темпоральність документальних ресурсів» розкриває їх зв'язок з часом, як вони виникають, змінюються, зберігаються та стають або перестають бути актуальними у певних часових рамках. У контексті соціальних комунікацій та цифрових архівів темпоральність розкриває життєвий цикл документа – від створення до можливого зникнення / втрати цінності. Можна виділити кілька аспектів і варіацій темпоральності цифрових документальних ресурсів [1]. Найголовніша ознака документа час його створення (коли, за яких обставин, ким і в якому контексті). Обов'язково слід визначити актуальність / швидкоплинність (як довго документ залишається релевантним для аудиторії чи для комунікаційних процесів: *твіт, пост із інструкцією*). У встановленні інформативності беремо до уваги час доступності (*сторінка на сайті, зміна правил зберігання контенту*). Безпосередній життєвий цикл документа (створення, поширення, використання, архівування, можливу втрату чи видалення; *вплив часу на функцію інформування*) [2].

Надзвичайно цінним є історичний / колективний аспект, що дозволяє простежити як документ «живе» у довгостроковій пам'яті спільнот або

інституцій (цифровий архів, бібліотеки, музейні колекції тощо), як перетворюється на історичний ресурс або на елемент колективної пам'яті. Окрім того варто брати до уваги аспект технічної темпоральності (формат файлів, технології збереження, цифрова інфраструктура), оскільки застарілий формат файлу або платформа, що більше не підтримується, робить документ «тимчасовим» [1].

Загалом, у широкому сенсі темпоральність документальних ресурсів – це взаємодія документа з часом у плані його створення, збереження, доступності та актуальності. Цей параметр критично важливий для соціальної комунікації, бо впливає на достовірність інформації, її вплив на суспільство і на формування колективної пам'яті [1].

Новітні характеристики документальних ресурсів дозволяють зробити висновки, що темпоральність і сталість становлять основу ефективної соціальної комунікації та збереження колективної пам'яті. Довготривале збереження документальних ресурсів забезпечує достовірність інформації та підтримує досвід, історико-культурну спадщину. Задля продуктивної соціальної комунікації потрібно поєднувати оперативність поширення документальної інформації із їхньою стабільністю та стандартизованими методами збереження. Стале архівування становить основу передачі знань та підтримки соціокультурної пам'яті у цифрову епоху.

Література

1. Ковальська Л.А. Видові особливості і класифікація документально-інформаційних ресурсів. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. Київ, 2020. № 4. С. 39-48.

2. Білушак Т.М. Питання доступу до історико-культурної спадщини України: електронні архіви. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі* : зб. матеріалів Другої міжнар. наук. конф., м. Київ, 16-18 травня 2019 р. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 152 с. С.20-22.

КОСТИНЮК Василь,
*аспірант, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*

**ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ
УНІВЕРСИТЕТІВ НАУК ПРО ЖИТТЯ В УМОВАХ СУЧАСНИХ
СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: МЕДІА- ТА
КОМУНІКАТИВНИЙ ВИМІР**

Сучасний етап розвитку українського суспільства характеризується глибинними соціокультурними трансформаціями, зумовленими процесами глобалізації, цифровізації, інформаційної мобільності та воєнними викликами. У цих умовах питання формування національної самосвідомості молоді набуває особливої значущості, оскільки саме студентство є активним суб'єктом суспільних змін, носієм цінностей і стратегічним ресурсом державотворення.

Університети наук про життя як осередки підготовки фахівців для аграрної, екологічної, біотехнологічної та природоохоронної сфер виконують не лише освітню, а й світоглядно-виховну функцію. Формування національної самосвідомості студентів у цих закладах має свою специфіку, що зумовлена поєднанням професійної підготовки з ціннісними орієнтирами відповідального ставлення до землі, природних ресурсів, культурної спадщини та продовольчої безпеки держави.

Особливого значення набуває медіа- та комунікативний вимір цього процесу. Сучасний студент перебуває в умовах потужного інформаційного впливу, де медіапростір стає ключовим середовищем соціалізації, формування ідентичності та світоглядних орієнтацій. Мова як носій культурної пам'яті та національного коду, а також комунікативні практики в академічному й цифровому середовищі відіграють визначальну роль у становленні національної самосвідомості.

Саме тому дослідження особливостей формування національної самосвідомості студентів університетів наук про життя в умовах сучасних соціокультурних трансформацій є актуальним і своєчасним, оскільки дозволяє визначити ефективні педагогічні механізми інтеграції медіаосвіти, мовної політики та комунікативних стратегій у виховний простір закладу вищої освіти.

Формування національної самосвідомості студентів університетів наук про життя в умовах сучасних соціокультурних трансформацій доцільно розглядати як комплексний педагогічний процес, що поєднує аксіологічний, комунікативний та медіаосвітній виміри. У науковому дискурсі національна самосвідомість трактується як інтегративна характеристика особистості, що відображає усвідомлення належності до нації, прийняття її історико-культурних цінностей та готовність діяти в інтересах держави (І. Бех, В. Кремень та інш.).

І. Бех наголошує на ціннісно-смісловій природі особистісного становлення, підкреслюючи, що виховання має бути спрямоване на формування внутрішньо прийнятих переконань і відповідальної громадянської позиції [1]. В. Кремень розглядає освіту як стратегічний чинник національної консолідації в умовах глобалізації та інформаційних викликів [2]. У цьому контексті університети наук про життя постають не лише як осередки професійної підготовки, а як простір формування національно орієнтованого світогляду майбутніх фахівців аграрної, екологічної та біотехнологічної сфер.

Особливу роль відіграє мовний чинник. За концептуальними засадами державної мовної політики, українська мова виступає інструментом збереження культурної пам'яті та ідентичності. Л. Масенко підкреслює, що мова є не лише засобом комунікації, а й механізмом консолідації суспільства в періоди трансформацій [3]. Отже, мовна практика в академічному середовищі університетів наук про життя безпосередньо впливає на формування національної самосвідомості студентів.

Медіавимір проблеми зумовлений зростанням ролі цифрового середовища у процесах соціалізації молоді. Окремі дослідники (О. Волошенюк, В. Іванов та інш.) у працях з медіаосвіти наголошують, що медіаграмотність є важливим інструментом протидії маніпулятивним впливам і формування критичного мислення. У дослідженнях Г. Онкович підкреслюється значення інтеграції медіаосвіти в освітній процес як чинника розвитку відповідального громадянина [4].

Університети наук про життя мають специфічний виховний потенціал, пов'язаний із формуванням відповідальності за природні ресурси, продовольчу безпеку та сталий розвиток. Ідеї освіти для сталого розвитку (UNESCO, 2020) акцентують на поєднанні професійної компетентності з громадянською відповідальністю та культурною ідентичністю [5]. Таким чином, формування національної самосвідомості студентів відбувається на перетині професійної, соціокультурної та комунікативної підготовки.

Узагальнюючи наукові підходи, можна виокремити ключові компоненти формування національної самосвідомості студентів університетів наук про життя (табл. 1).

Таблиця 1

Компоненти формування національної самосвідомості студентів університетів наук про життя в медіакомунікативному вимірі

Компонент	Змістове наповнення	Педагогічні механізми реалізації
Когнітивний	Знання історії, культури, державотворчих процесів; розуміння ролі аграрного сектору в національній безпеці	Інтеграція національно орієнтованого змісту у фахові дисципліни
Аксіологічний	Усвідомлення цінностей державності, свободи, відповідальності	Виховні заходи, дискусії, проєктна діяльність
Комунікативний	Використання української мови як мови професійного та академічного спілкування	Академічна мовна практика, публічні виступи

Медіаосвітній	Критичне сприйняття інформації, протидія дезінформації	Курси з медіаграмотності, аналіз медіатекстів
---------------	--	---

Отже, формування національної самосвідомості студентів університетів наук про життя в умовах соціокультурних трансформацій є багатовимірним процесом, що передбачає інтеграцію мовного, медіаосвітнього та професійного компонентів. Освітнє середовище університету виступає ключовим простором, де поєднуються академічна комунікація, цифрова культура та виховна система, спрямовані на становлення національно свідомого фахівця.

Література

1. Бех І. Д. Особистість у просторі духовного розвитку : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2012. 256 с.
2. Кремень В. Г. Філософія людиноцентризму в стратегіях освітнього простору. Київ : Пед. думка, 2009. 520 с.
3. Масенко Л. Т. Мова і суспільство: постколоніальний вимір. Київ : КМ Академія, 2004. 163 с.
4. Онкович Г.В. Медіаосвіта в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. *Нові технології навчання*. № 62. Київ - Вінниця, 2010. С.89 - 92. URL:
https://www.researchgate.net/publication/330005610_Mediaosvita_v_Ukraini_sucasnij_stan_i_perspektivi_rozvitku
5. UNESCO. Education for Sustainable Development: A Roadmap. Paris: UNESCO, 2020. 66 p.

КОЧУКОВА Наталія,

*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ЕКСПРЕСІВІЗАЦІЯ МЕДІАТЕКСТУ ЗАСОБАМИ ФРАЗЕОЛОГІЇ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА)

Сучасна медійна мова нині активно розвивається, розкриваючи нові виражальні можливості. Мовознавці виявляють, фіксують, аналізують нові тенденції у використанні мовних одиниць різних рівнів у медіадискурсі, що простежені на тлі соціальної та культурної глобалізації. Розв'язання

актуальних завдань сучасної лінгвістики неможливе без дослідження різних виявів української медійної мови на синхронному зрізі.

Функціонування експресивних мовних одиниць у різних жанрах сучасних українських медіа (аналітичній статті, блозі, подкасті, замітці, інтерв'ю, дописі тощо) на новітньому джерельному матеріалі повсякчас потребує ґрунтовного вивчення. Актуальним є аналіз визначення їхньої ролі у впливі на комунікативну ефективність медіатекстів і аудиторії, у сприянні переконливості, легкості сприйняття журналістської думки.

До виражальних засобів, за допомогою яких автори досягають своєрідної експресивності медіадискурсу, належать традиційні й індивідуально-авторські фразеологічні одиниці. Напр.: *Трамп «дав зелене світло» законопроекту про санкції проти Росії – Грем* (Радіо свободи); *Німецька соціальна система вже **тріщить по швах**...*(фейсбук). Оцінювання, аналіз суспільно-політичних процесів передусім фіксують за допомогою вже добре відомих образів. Що більше в значенні вибраної фразеологічної одиниці вміщено потрібної інформації, то більша ймовірність того, що читач залишить її у своїй свідомості. Уживання стійких сполучень слів, здебільшого перетворених, з яскравим прагматико-стилістичним спрямуванням, дозволяє авторові виразити власне ставлення до викладеної інформації, сконцентрувати основну думку.

Невід'ємною частиною медійної мови стали крилаті вислови, напр.: *Як відомо, хочеш миру – готуйся до війни. Ми ж усвідомлюємо, що російська федерація, на жаль, не дуже договороспроможна. Наше завдання – протриматися максимально довго, демонструючи, зокрема Америці, своє вміння домовлятися та можливості на полі бою* (<https://censor.net/ua/r3594108>).

Пожвавити думку, підтримати увагу читача дозволяють свідомо використані розмовні фразеологічні одиниці в складі заголовків, підзаголовків, тексті завдяки їхній чіткій функціональній спрямованості на адресата, засобу створення інтриги на початку тексту. Напр.: *Історія з тим,*

що НАБУ викрило на отриманні «конвертів» групи Юрія Кіселя лише **додало перцю** цій історії. Депутати, не сильно впевнені в своєму майбутньому, не хочуть зайвий раз ризикувати (<https://censor.net/ua/r3593751>). Розмовна фразеологія є наслідком демократизації медійного мовлення й одним з ефективних засобів залучення уваги завдяки емоційному забарвленню. Пор.: **Як не з'їм, то понадкушую: міфи й правда про печію** (<https://www.kunsht.com.ua/articles/pechiia>).

Трансформовані прислів'я, приказки завжди мають високий ступінь експресії, яка властива усному мовленню, напр.: *Тримай голову в холоді, а ноги... в холоді*, пор. традиційне: *Тримай ноги в теплі, голову в холоді, живіт в голоді – не будеш хворіти, будеш довго жити* (<https://www.kunsht.com.ua/articles/trimaj-golovu-v-cholodi-nogi-v-cholodi>). Активність таких стійких словосполук у досліджуваних матеріалах зумовлена прагненням журналістів надати мові невимушено-розмовного відтінку, авторської оцінки, індивідуальності, привернути увагу, полегшити комунікацію з читачами. Психологічною основою появи експресивних мовних одиниць у медіатесті є бажання авторів бути дотепними, створити несподіваний ефект, вразити читачів свіжістю і яскравістю висловлення.

Іноді в медійній мові спостерігаємо натяк на відомий вислів. У контексті такі мовні одиниці передають лише ідею стійкого сполучення слів, його внутрішню форму. Напр.: *Коли в 1996 році Джордж Саймон уперше опублікував книжку «В овечій шкурі. Маніпулятор. Виявити та здолати», ще не існувало соцмереж, де психологи пояснюють маніпулятивні патерни поведінки* (<https://www.kunsht.com.ua/articles/george-simon>), пор. традиційне: *вовк в овечій шкурі*. Спеціально організований контекст (підзаголовкові комплекси, інформативно зорієнтований вріз тощо), що слугує орієнтиром для вироблення стратегії сприйняття тексту, завжди викликає у свідомості читача асоціативний зв'язок з відомим крилатим висловом.

У медійній мові спостерігаємо такий прийом фразеологічної трансформації, як поширення компонентного складу. Напр.: *«І коли ці чинники поєднуються – відсутність емпатії та відраза до підпорядкування – у деяких людей совість взагалі не формується. Вони не приймають і не беруть близько до серця жодних правил, принципів чи цінностей, які могли б зробити їх більш порядними людьми»* (<https://www.kunsht.com.ua/articles/george-simon>), пор. традиційне: *брати (приймати) / взяти (прийняти) близько до (свого) серця (до своєї душі)*. У наведеному прикладі до складу фразеологізму введено додаткові постпозитивні компоненти, що не стали складниками традиційної структури і характеризуються найменшим ступенем злиття з усталеною формою. Оказіональні поширювачі сприяють конкретизації відомого значення вислову, зблизивши його з контекстом.

Отже, якісні, експресивно насичені, стилістично виразні, оригінальні за своїм мовним оформленням, зокрема завдяки креативному використанню фразеологічних одиниць, українські медіатексти неодмінно привертатимуть увагу реципієнтів. Адже такі матеріали є наслідком мовотворчого процесу й відображенням яскравої авторської індивідуальності.

КОЧУКОВА Наталія,
*кандидат філологічних наук,
доцент, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*
БУЛКА Анна,
*студентка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ «ВИРІЙ» ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Культурна журналістика в Україні переживає якісний зсув, зумовлений двома взаємопов'язаними процесами. Перший – повномасштабне вторгнення Росії, яке перетворило культуру з естетичної категорії на поле ідентичності: питання «що ми творимо» стало нерозривно пов'язаним із питанням «ким ми є». Другий – технологічна трансформація медіасередовища, яка відкрила можливість для виникнення незалежних авторських видань поза межами редакційних структур. Онлайн-журнал «Вирій» виник на перетині цих двох тенденцій як практична відповідь на дефіцит аналітичного культурного контенту в цифровому медіапросторі.

Теоретичне підґрунтя дослідження спирається на широке розуміння культури, закріплене в Декларації ЮНЕСКО 1982 року: культура охоплює «сукупність духовних, матеріальних, інтелектуальних та емоційних рис суспільства» і виходить далеко за межі мистецтва у вузькому сенсі [1]. Це визначення принципово змінює предмет культурної журналістики – вона стає не хронікою мистецьких подій, а осмисленням способу існування суспільства. Н. Хармагій, аналізуючи тенденції подання культурної тематики в українських ЗМІ, фіксує системну проблему: переважання анонсово-хронікального формату за браку аналітики [2]. Т. Сердюк у

дослідженні електронних ЗМІ підтверджує, що після 2014 року якість культурного контенту зростає, проте розрив між подієвою і аналітичною журналістикою залишається значним [3]. Запропонований проєкт спрямований на подолання цього розриву через авторський погляд і жанрову різноманітність.

Онлайн-журнал «Вирій» – авторське культурне видання, створене у лютому 2026 року на платформі Issuu. Назва відсилає до давньослов'янського образу вирію – теплого краю, куди повертаються птахи після зими, – і функціонує як метафора культури як простору повернення до себе в кризові часи. Концепція видання сформульована у слогані «Поки ми творимо – ми існуємо», який прямо пов'язує культурну практику з питанням національного існування. Цільова аудиторія – молодь 18 – 35 років, яка є безпосередньо учасником культурних подій і/або перебуває в стійкому контексті теми. Аудиторія журналу споживає культурний контент через цифрові платформи і потребує матеріалів, що поєднують аналітичну глибину з живою авторською інтонацією.

Тематична структура першого випуску охоплює чотири напрями, які відображають ключові виміри сучасного культурного процесу: музична сцена (огляд театрального-музичного гурту Schmalgauzen як явища, що синтезує дарк-кабаре з українською поетичною традицією), культурна подієвість (репортаж з інтерактивної виставки Ukraine WOW як форми масового культурного переживання), мова як соціокультурний індикатор (дослідження функціонування англіцизмів у мовленні молоді в соціальній мережі Threads) та культура в умовах збройного конфлікту (добірка поезій військових як документ епохи, переосмислення традицій та їх співіснування з війною, огляд сучасного українського кіно). Розглянуті напрями відображають соціокультурну інтеграційно-дезінтеграційну динаміку – між традицією і новаторством, між локальним і глобальним, між мирним і воєнним досвідом.

Жанрова система журналу включає репортаж, рецензію, авторську добірку-рекомендацію та статті. Вибір жанрів зумовлений аудиторними очікуваннями цифрового медіасередовища: кожен формат адаптований до особливостей онлайн-читання – з візуальним супроводом, інтерактивними елементами (QR-коди на музичні треки, покликання на соцмережі) і структурою, що забезпечує як «сканування», так і поглиблене читання. Мовностилістична стратегія свідомо уникає дистанції між автором і читачем: публіцистична виразність поєднана з автентичністю живого голосу, що є відповіддю на медіаспоживацький запит покоління, яке відрізняє редакційну ширість від інституційного формалізму.

Концепція «Вирію» передбачає багатоканальну присутність у цифровому просторі. Водночас із виходом кожного випуску на платформі Issuu журнал веде паралельні майданчики: Telegram-канал для оперативного анонсування матеріалів і культурних подій, Instagram для візуальної репрезентації контенту і взаємодії з аудиторією через короткі формати, Threads для живого діалогу з читачами і відстеження культурних дискусій. Така архітектура поширення відповідає моделі сучасного цифрового медіа, де видання існує не лише як продукт для читання, а як постійно активна комунікативна платформа. Вона також дозволяє охопити різні сегменти аудиторії відповідно до їхніх звичних медіаканалів.

Платформа Issuu обрана з функціональних міркувань: вона забезпечує формат перегортання сторінок, який відтворює читацький досвід друкованого журналу в цифровому середовищі, водночас надаючи аналітику переглядів та інструменти поширення.

Онлайн-журнал «Вирій» є практичним прикладом того, як авторська культурна ініціатива може заповнювати системні прогалини у висвітленні культури, які фіксує академічна наука. Видання демонструє, що цифрові платформи знизили технологічний поріг входу в медіавиробництво, однак не знизили вимоги до концептуальної цілісності і журналістської якості продукту. «Вирій» формує власну нішу між масовим розважальним

контентом і академічним культурологічним дискурсом – там, де живе читач, який потребує осмислення культури, а не лише її хроніки. В умовах, коли українська культура є одночасно об’єктом зовнішньої деструкції і суб’єктом активного самовідтворення, медіа, що системно і концептуально її висвітлює, виконує функцію, яка виходить за межі журналістики у вузькому сенсі: воно фіксує і легалізує культурну присутність нації у момент, коли ця присутність є питанням не естетики, а ідентичності.

Література

1. Всесвітня конференція з культурної політики ЮНЕСКО. Декларація про культурну політику. Мехіко, 1982. URL: https://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals391.pdf (дата звернення: 20.02.2026).

2. Харматій Н. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістські науки. 2019. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16158/harmatij.pdf> (дата звернення: 20.02.2026).

3. Сердюк Т. Р. Організація висвітлення культурної сфери суспільного життя в електронних засобах масової інформації України : кваліфікаційна робота магістра. К. : НАККІМ, 2023. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5345/Mag.pob.Serdyuk.pdf> (дата звернення: 20.02.2026).

КРАВЕЦЬ Лариса,

*доктор філологічних наук, професор,
Закарпатський угорський університет
імені Ференца Ракоці II
(м. Берегове, Україна)*

МОВНІ ДЕВІАЦІЇ В ТЕКСТАХ, ЗГЕНЕРОВАНИХ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ

Розвиток штучного інтелекту як галузі комп’ютерних наук, спрямованої на винайдення і вдосконалення систем, що здатні імітувати когнітивні здібності людини, та широке впровадження чат-ботів великих мовних моделей зумовили суттєві зміни в процесах творення, оброблення і поширення текстової інформації. Генеративний штучний інтелект,

продукуючи зв'язні, стилістично адаптовані та, на перший погляд, осмислені тексти, істотно спростив виконання багатьох завдань у різних сферах людської діяльності, але водночас породив численні виклики, зокрема і мовознавчого характеру. Основні проблеми загалом уже окреслені в значній кількості лінгвістичних розвідок, що з'явилися за короткий час відкритого доступу до моделей штучного інтелекту. Більшість із них стосується трьох ключових аспектів: (1) виявлення лінгвістичних особливостей ШІ-текстів; (2) визначення здатності LLMs відтворювати жанрово-стильову специфіку; (3) розроблення стилеметричних методів розпізнавання машинної генерації (Terčon, Dobrovoljc, 2025).

Мовні девіації в текстах, згенерованих штучним інтелектом, на сьогодні є малодослідженою проблемою, яка потребує пильної уваги лінгвістів. Необхідність наукового осмислення мовних помилок у текстах, написаних людиною, підтверджують праці М. Кочергана, А. Загнітка, Ф. Бацевича, А. Капелюшного, Т. Бондаренко, П. Куляса та ін. У згенерованих текстах це явище має дещо специфічний характер, що посилює актуальність його вивчення.

Згенерований текст виникає не внаслідок комунікативної інтенції та мовленнєво-мисленнєвої діяльності, ґрунтованої на культурному та соціальному досвіді, а як імовірнісне моделювання, «статистичний розподіл поверхневих елементів у навчальних даних» (Fritz, 2022: 203). Це означає, що його властивості є лише імітацією текстуальності, а не створенням її у глибокому семантичному вимірі. Зв'язність, зокрема, досягається не через логічні або причинно-наслідкові відношення, а через передбачувані мовні шаблони; завершеність – через структурну типізацію, інформативність – через комбінування статистично релевантних фрагментів без гарантії їх фактичної достовірності.

Завдяки механізмам уваги та величезним навчальним корпусам згенеровані тексти в цілому відповідають чинним правописним нормам, характеризуються майже бездоганною структурно-синтаксичною впорядкованістю

та стилістичною витриманість, але семантична глибина, стильовий діапазон, контекстуальна когерентність, достовірність ще недосконалі.

Помилки в згенерованих текстах зумовлені особливостями функціонування мовних моделей, а саме ймовірнісною природою мовної генерації, оперуванням узагальненими патернами, впливом навчальних корпусів, мовною інтерференцією, аналогічним моделюванням, контекстуальними обмеженнями, відсутністю метамовної рефлексії.

Частина помилок очевидна і легко встановлювана. До таких належать, наприклад, орфографічні та окремі морфологічні відхилення, кальки: *«Хочешь розширити аргументацію?»*, *«Після поразки від Юлій Цезар у битві при Фарсали (48 р. до н.е.) Помпей звернувся до своїх прибічників із промовою»*, *«еволюціонуюче явище»*, *«таким чином»* (у значн. *«отже»*) та ін. Водночас існує група помилок, для виявлення яких необхідний поглиблений редакторський аналіз. Серед них – нові слова, сформовані штучним інтелектом за словотвірними моделями сучасної української мови: *«Нереалістичний оптимізм. Визначено, що це вид позитивної ілюзії – коли очікування щодо майбутнього не виправдано оптимістичні порівняно з реальною ймовірністю подій (абсолютна нерелігістичність) або коли люди вважають, що їхнє майбутнє буде кращим, ніж у середньому (порівняльна нерелігістичність)»*. Слово *нерелігістичність* не зафіксоване в словниках та корпусах сучасної української мови, але потенційно можливе, оскільки має структурно коректну форму та зрозуміле із контексту. Це результат аналогічного моделювання з орієнтацією на продуктивні дериваційні схеми, яке відбувається в процесі генерування текстів. Помилки такого типу малопомітні через свою «правдоподібність», а також плавність викладу, що створює ілюзію переконливості та притуплює пильність користувача. Небезпека цих помилок полягає в тому, що вони можуть впливати на мовну свідомість користувачів і спричиняти зміни у мовній практиці. Специфіка генерування тексту спричиняє регулярні повтори помилкових форм, що призводить до своєрідної легітимізації їх. Це у перспективі може негативно

впливати на українську літературну мову і мовну комунікацію, змінюючи мовні звички носіїв мови, зумовлюючи появу нових штучних тенденцій у слововживанні, розхитуючи мовну норму.

Отже, мовні девіації у текстах, згенерованих штучним інтелектом, є проблемою, що потребує ретельного вивчення та винайдення способів мінімізації небезпеки, яку вона спричиняє. Важливим є дослідження когнітивно-дискурсивних механізмів формування девіацій, їхнього впливу на норму та мовну еволюцію, а також вироблення рекомендацій щодо критичного використання генеративних технологій у науковій, освітній і медійній сферах. Комплексне вивчення цього явища сприятиме не лише глибшому розумінню функціонування сучасних мовних моделей, а й збереженню стабільності української літературної мови в умовах цифрової трансформації комунікації.

Література

1. Fritz G. Coherence in discourse: A study in dynamic text theory. Giessen: Giessen University Library Publications, 2022. URL: <https://doi.org/10.22029/jlupub-791>.
2. Terčon L., Dobrovoljc K. Linguistic Characteristics of AI-Generated Text: A Survey / arXiv, 2025. DOI: 10.48550/arXiv.2510.05136.

КРИВЕНЧУК Валентина,
*аспірантка, Харківський
національний педагогічний
університет імені Г. С. Сковороди
(м. Харків, Україна)*

ПУБЛІЦИСТИКА СТАНІСЛАВА ШУМИЦЬКОГО ЯК МЕДІАЛЬНИЙ ТЕКСТ

Дослідження присвячено аналізу ключових аспектів публіцистичної спадщини Станіслава Шумицького та окресленню її специфічного медіального тексту, який формувався на перетині мовно-літературної традиції, суспільної комунікації, редакційної практики другої половини ХХ століття. Це був час покоління шістдесятників. Журналісти працювали в

умовах ідеологічних обмежень, але водночас прокладали шлях до оновлення української публіцистики.

У медіальних текстах публіцистика постає як вид суспільно орієнтованої комунікації. Вона поєднує такий інструментарій: аналітичність, соціальну адресність, цінності, художньо-образний стиль. Вирізнене жанрове поле включає нариси, статті, фейлетони, памфлети, репортажі, авторські замітки. На основі розгляду газетних текстів Станіслава Шумицького 1957-1965 років простежено жанрові модуси журналіста та визначено його місце в медіальній традиції цього періоду.

Текст публікації О. Брагінського та С. Шумицького в «Літературній газеті» (1957) системно розгортає перебіг обговорення поетичного розділу журналу «Прапор» у Харківській філії Спілки письменників України. Автори фіксують ключові оцінки учасників дискусії: занепокоєння художнім рівнем поезій, необхідності стратегії на «цементуючу провідну думку» [1] у доборі матеріалів. Редактор журналу Ю. Шовкопляс у прикінцевому слові намагається знайти методи поліпшення роботи видання. Автори репортажу радять підвищити вимогливість до публікацій шляхом широкого залучення учасників обговорення. Публікація охоплює функції аналітичного резюмування, поєднує інформацію з публіцистичним узагальненням, наголошує на потребі широкої участі письменницької спільноти та викладачів і студентів у поетичних дискусіях та належить до медіального неоднорідного публіцистичного жанру короткого репортажного аналітичного повідомлення.

Публікація С. Шумицького і В. Гармаша «Коли чоботи шиє пирожник» є зразком медіального публіцистичного фейлетону з елементами різко викривального памфлету. Автори за основу стратегії беруть алегорію байки Івана Крилова та сатирично викривають управлінські порушення в дитячому таборі, очолюваному Харченко. У тексті публікації наголошено на непрофесійному доборі кадрів, ігноруванні педагогічних зауважень, поєднанні приватних і службових інтересів: оточила себе «угодними

людьми», зловживала владою «вкрай розперезалася» [2]. Автори добирають сатирично та іронічно загострені слова, критикуючи зловживання, абсурдність поведінки посадових осіб, наголошують на соціальних недоліках, критично оцінюють стан процесу виховання.

Нарис-есе «Без мрії не можна жити» має конкретну локацію (П'ятихатки Обухівського району на Київщині, спортивно-трудоий оздоровчий табір медичного інституту, річка з ліліями), з елементами репортажу, бо описує перебіг реальних подій дня. Філософська сугестія включає особистий погляд автора, настроєві деталі: Кожна пора року відзначається тільки їй притаманним ароматом. У приміщенні для відпочинку «вітер доносить запахи сухої ромашки, м'яти» [3]. Своєрідне авторське індивідуальне есе тяжіє до етюдів з пейзажними замальовками. Інтерактивний гібридний стиль тексту поєднує публіцистику, фотографії, ліризм та музикальність вальсу і навіть запахи літньої пори.

Публікація «Перлина степу» покласифіковано як гібридний медіальний жанр, що поєднує риси виробничого та ліричного публіцистичного нарису з репортажними елементами. Увагу акцентовано на трудових здобутках вирощування кукурудзи членів ланки Тамари Попової на тлі історичного моменту: другого польоту людини в космічний простір. Фактичність вирощування рослини доповнюється виразною персоніфікованою образністю: «стоїть», «шепочеться оксамитовим листям»[4]. Саме механізм персоніфікації й підсилює емоційний тон оповіді. Репортажні штрихи створюють ефект безпосередньої присутності. Така жанрова гібридність поєднує документальність трудового процесу з емоційним осмисленням праці та символічним піднесенням людини праці.

«Листи до редакції» [5] функціонують як узагальнений коментар-зведення думок читачів, у якому редакція систематизує найтипівіші оцінки, судження та реакції читацької аудиторії. Основу тексту становить аналітично-рефлексивна мова, яка спрямована на узагальнення суспільних настроїв. До такого сухого викладу додаються авторські вставки, цитати з реальних листів,

емоційні ремарки та короткі авторські оцінки. Поєднання редакційного узагальнення і індивідуальних голосів читачів додає жанру медіальної гібридності: відчутне поєднання рис коментаря, аналітичної замітки та колективного листування.

Публікація «Педагогічна загадка» [6] схарактеризовано як публіцистичний напис-портрет. Увагу читача акцентовано на роздумах про постать педагога трудового колективу Бориса Трохимовича Личка. Текст розкриває креативну індивідуальність умілого, мислячого організатора групи. У нарисі вдало поєднано документальність і та художні прийоми: професійна майстерність педагога, гуманістичної людини, здатної зрозуміти кожного і допомогти у складних соціальних обставинах. Створений живий психологічний образ фахівця, харизматичної особистості, чия педагогічна діяльність набуває вагомої суспільної оцінки. Репрезентація текстів публікацій С. Шумицького та його соратників дає підставу стверджувати про новітні риси публіцистики митця: відхід від шаблонного газетного стилю, підсилення авторської інтонації, відчутне виразне злиття публіцистичного й художнього начала, увага автора звернена до особистості людини праці та історій людського життя у суспільному процесі відродження. Завдяки таким рисам корпус текстів матеріалів митця можна кваліфікувати як медіальний жанр модернізованої української публіцистики, яка суб'єктивною рефлексивністю, ліричним тоном метафоричної мови тяжіє до есеїстики.

Простежено проблемний нарис митця, який завжди бачить конкретну особу, її побут, працю, моральний вибір. Його мовно-стильові домінанти образності спираються на метафори природної мови (траву, вітер, вечір, поле, дерево як символи поколінь і праці), відзначаються емоційною експресивністю, ритмізованими синтаксичними побудовами, частим використанням антропоморфізацій та персоніфікацій. Такі риси забезпечують зближення його публіцистики з поетичною мовою. Саме це і є підставою трактування її як медіальний художній жанр.

Література

1. Брагінський О., Шумицький С. Обговорення розділу поезії журналу «Прапор». *Літературна газета*. 1957. № 38.
2. Шумицький С., Гармаш В. Коли чоботи шиє пирожник. *Ленінська зміна*. 1959. № 155.
3. Шумицький С. Без мрії не можна жити. *Молодь України*. 1960. №147.
4. Шумицький С. Перлина степу. *Ленінська зміна*. 1961. № 98.
5. Брагінський О., Шумицький С. Листи до редакції. *Літературна газета*. 1962. № 10.
6. Шумицький С. Педагогічна загадка. *Ленінська зміна*. 1965. №7.

КУЗЬМИЧ Оксана,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Київський міжнародний університет
(м. Київ, Україна)

ЛІТЕРАТУРНА СТУДІЯ «ХВИЛЯ» В КУЛЬТУРНО-ОСВІТНЬОМУ ВИМІРІ: СИНЕРГІЯ ТВОРЧОСТІ Й НАУКОВОЇ РЕФЛЕКСІЇ

У сучасному культурно-освітньому середовищі особливої актуальності набуває проблема інтеграції творчих і наукових практик. Літературні студії як форма позааудиторної мистецької і науково-пошукової діяльності сприяють розвитку креативності, суб'єктності та інтерпретаційної культури здобувачів освіти, а також виступають ефективним механізмом формування цілісної гуманітарної компетентності зростаючої особистості. Проблематика функціонування літературних студій у науково-педагогічному середовищі розглядається в межах культурологічного, педагогічного та літературознавчого дискурсу, водночас аспект синергії творчості й наукової рефлексії потребує додаткового осмислення, зокрема на прикладі конкретних педагогічних стратегій та мовностилістичних практик окремих студій. У контексті порушеної проблеми на особливу увагу заслуговує понад двадцятип'ятирічна діяльність літературної студії «Хвиля» Київського міжнародного університету (КиМУ), яку заснував й очолював учений-мовознавець, перекладач, публіцист, член Національної спілки письменників України професор І.П. Ющук. Під керівництвом Івана Пилиповича «Хвиля»

функціонувала як відкритий культурно-освітній майданчик, який згуртував «мислячу, незакомплексовану, не скуту догматичними рамками молодь, яка прагнула самовирізнитися і самовиразитися у слові, зрозуміти себе й збагнути навколишній світ з тим, щоб осягти неперехідне в ньому і в людині» [1, с. 3].

Одним із вагомих здобутків студії стало видання восьми альманахів, до яких «хвиля за хвилею – наче мозаїчне панно, викладене з різнобарвних мрій, почувань і прагнень молодого покоління» [3, с. 3] увійшли художні твори її учасників – оповідання, поезії, переклади, публіцистичні твори. Ці видання репрезентують широкий спектр тематичних і стильових пошуків студентів, засвідчуючи поступове формування їхнього індивідуального творчого почерку та зростання рівня художньої майстерності. «Звичайно, не все в них уже довершене, відшліфоване, як слід, у когось відчутні впливи, переспіви, перегуки, але ці вияви молодої душі такі щирі, безпосередні, позначені безперечним талантом, іскрою Божою, яка породжує надію» [2, с. 3]. Зауважимо, що всі випуски альманаху здобули схвальні відгуки від науково-педагогічної спільноти КиМУ, літераторів Національної спілки письменників України та просто небайдужих до художнього слова читачів.

Наступність започаткованих Іваном Пилиповичем науково-педагогічних і творчих ініціатив забезпечили його колеги по кафедрі слов'янської філології та загального мовознавства, педагогічні стратегії яких плідно сприяють подальшому розвитку та модернізації діяльності літературної студії. У цьому контексті сучасну «Хвилю» можна розглядати як ефективну платформу синергії мистецької практики та наукової рефлексії, у межах якої творча самореалізація студійців поєднується з поглибленим аналізом мовностилістичних ресурсів української мови, її виражального та естетичного потенціалу в художньому тексті. Такий підхід сприяє не лише осмисленню закономірностей сучасного літературного процесу та формуванню дослідницької культури учасників студії, а й утвердженню

української мови як важливого чинника культурної тяглості, національної ідентичності та формування мовної свідомості молоді.

Творчий компонент діяльності студії реалізується через системну організацію низки культурно-освітніх і виховних заходів, зокрема проведення тематичних круглих столів, компаративно-перекладацьких студій, інтерактивних мовно-літературних ігор, літературних посиденьок, часових віражів, укладання антологій кращих зразків української та світової літератури, підготовки авторських творів до друку у студентській газеті «Post Scriptum» та ін., що сприяють активізації мовленнєвої діяльності літстудійців, розвитку їхнього мистецького потенціалу, аналітичного мислення, формуванню літературно-творчих здібностей, літературно-естетичного смаку, розумінню та сприйняттю високохудожніх творів літератури. Важливою складовою таких заходів є поєднання індивідуальної творчості з груповою рефлексією і підтримкою, що забезпечує ефект самореалізації і водночас взаємозбагачення учасників літературного осередку. У результаті студія функціонує як комунікативна спільнота, у якій творчість стає об'єктом спільного інтелектуального досвіду.

Специфіка діяльності «Хвилі» полягає також у впровадженні елементів наукового аналізу в процес творчої роботи літстудійців. Так обговорення текстів супроводжується зверненням до категорій поетики, жанрології, стилістики, інтертекстуальності, що сприяє формуванню навичок критичного читання та аргументованого судження її учасників. Наукова рефлексія в межах студії не обмежується аналізом авторських текстів, вона охоплює також інтерпретацію класичної та сучасної української і зарубіжної літератури, зіставлення різних естетичних парадигм, осмислення культурних контекстів. Таким чином, творча діяльність літстудійців набуває дослідницького характеру, а художній текст постає як об'єкт багатовекторного аналізу.

Отже, сучасна діяльність літстудії «Хвиля» КиМУ, виконуючи просвітницьку, комунікативну, креативну, аналітичну, медіаосвітню функції,

виходить за межі суто літературного гуртка й набуває статусу культурно-освітнього осередку, спрямованого на формування компетентної, рефлексивної та творчої особистості. Синергія художньої практики й наукової рефлексії у діяльності літературної студії сприяє формуванню цілісної культурної свідомості студійців, у межах якої творчий досвід набуває системного науково-теоретичного осмислення.

Література

1. Хвиля – 2000: Студентський літературно-художній альманах / Упорядник і відповідальний редактор проф. І.П. Ющук. К.: Київський міжнародний університет, 2000. 301 с.
2. Хвиля – 2002: Студентський літературно-художній альманах / Упорядник і відповідальний редактор проф. І.П. Ющук. К.: Київський міжнародний університет, 2002. 130 с.
3. Хвиля – 2010: Студентський літературно-художній альманах / Упорядник і відповідальний редактор проф. І.П. Ющук. К.: Київський міжнародний університет, 2011. 254 с.

КУКСАЧ Єлізавета,

студентка,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

(м. Київ, Україна)

Науковий керівник – Степаненко

Микола, *доктор філологічних наук,*

професор, професор кафедри

журналістики та мовної комунікації,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України (м.*

Київ, Україна)

ПІДГОТОВКА Й ВИСВІТЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ВОЄННІ ЗЛОЧИНИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ В ЧАСИ ОКУПАЦІЇ РОСІЙСЬКОЮ АРМІЄЮ

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України у лютому 2022 року спричинило масові порушення норм міжнародного гуманітарного права, зокрема воєнні злочини проти цивільного населення. Одним із регіонів, який зазнав окупації та системного насильства, стала

Чернігівська область. У цих умовах журналістика набула не лише інформаційної, а й документальної та правозахисної функції, перетворившись на інструмент фіксації подій, що мають історичне й юридичне значення.

Проблематика висвітлення воєнних злочинів вимагає поєднання правової точності та гуманітарної чутливості. У міжнародному гуманітарному праві воєнні злочини мають чітке визначення та передбачають індивідуальну кримінальну відповідальність. Водночас у журналістській практиці це поняття функціонує ширше – як опис реальних фактів насильства, катувань, незаконного утримання цивільних осіб, знищення інфраструктури, що ще до судового рішення формують суспільне усвідомлення масштабу трагедії. Отже, медіа часто стають первинним джерелом інформації, яка згодом може бути використана в межах офіційних розслідувань.

Особливої складності набуває збір інформації в умовах окупації. Відсутність доступу до офіційних джерел, інформаційна ізоляція, ризик для життя свідків і журналістів зумовлюють опору на свідчення очевидців, неофіційні канали комунікації, фото- й відеофіксацію. Такі матеріали потребують ретельної перевірки, зіставлення даних й обережної інтерпретації. Водночас саме локальні історії дають змогу відтворити реальний контекст подій і показати людський вимір війни.

Події в селі Ягідне стали одним із найрезонансніших прикладів воєнних злочинів на Чернігівщині. Масове утримання цивільних у підвалі школи в нелюдських умовах, загибель людей від задухи, психологічний тиск і приниження гідності стали предметом численних журналістських матеріалів та правозахисних звітів. Висвітлення цих подій продемонструвало важливість точності формулювань, коректної роботи зі свідками та недопущення повторної травматизації постраждалих.

Не менш показовими є події на Ріпкинщині, де окупація супроводжувалася обмеженням свободи пересування, загрозами розстрілу,

руйнуванням житлових будинків. Особистий досвід перебування в окупації дозволяє глибше осмислити специфіку функціонування інформації в умовах страху та невизначеності, а також зрозуміти, як формується довіра до джерел і як трансформується роль журналіста – від спостерігача до безпосереднього свідка історичних подій.

Висвітлення воєнних злочинів потребує неухильного дотримання журналістських стандартів: достовірності, точності, балансу думок, чіткого розмежування фактів і оцінок. Особливої ваги набуває етичний принцип недопущення шкоди – захист приватності постраждалих, анонімізація джерел за необхідності, обережне використання фото- та відеоконтенту. Порушення цих принципів може зумовити дискредитацію медіа та завдати додаткової шкоди жертвам.

Аналіз сучасних наукових досліджень засвідчує, що тема висвітлення воєнних злочинів у журналістиці залишається недостатньо систематизованою, особливо на регіональному рівні. Більшість праць зосереджується на загальнонаціональному або міжнародному контексті, тоді як локальні кейси, зокрема події на Чернігівщині, потребують окремого ґрунтовного аналізу. Саме регіональний вимір дає змогу виявити специфіку роботи журналістів у період тимчасової окупації та окреслити типові професійні виклики.

Отже, підготовка й висвітлення інформації про воєнні злочини на Чернігівщині в часи окупації російською армією є складним і багатовимірним процесом, що поєднує правовий, етичний і професійний аспекти. Журналістика в цьому контексті виконує роль не лише джерела новин, а й інструменту історичної пам'яті та доказової фіксації злочинів проти цивільного населення. Відповідальне, точне й етичне висвітлення таких подій є необхідною умовою формування достовірної картини війни та утвердження принципів справедливості.

КУЛИК Руслан,
*студент, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*

СТЕПАНЕНКО Ніна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ВИСВІТЛЕННЯ ПАНК-КУЛЬТУРИ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА: ПРОБЛЕМИ Й ТЕНДЕНЦІЇ

Панк-музика в сучасному соціокультурному просторі постає не просто як специфічний музичний напрям, а як цілісний багатовимірний пласт контркультури, що виріс із системного протесту, прагнення до радикальної незалежності та безкомпромісного самовираження. Для кількох поколінь молоді цей рух став дієвим інструментом протистояння соціальній байдужості, бюрократичному тискові та ідеологічному гнітові. В українському контексті панк-культура має унікальну траєкторію розвитку: від перших неформальних об'єднань 1990-х років, що виникали в умовах пострадянської реальності, до розгалуженої мережі сучасних сцен, які послідовно втілюють ідеологію «зроби сам». Попри свою тривалу історію та потенціал бути рушієм глибоких соціальних змін, українська панк-сцена досі значною мірою перебуває на маргінесах офіційного інформаційного простору, розвиваючись паралельно з мейнстримною музичною індустрією.

Аналіз висвітлення панк-культури в українському медійному полі виявляє низку системних проблем. Традиційні засоби масової інформації переважно ігнорують цей феномен або ж подають його у викривленому, спрощеному вигляді – як деструктивну субкультуру, прояв підліткового бунту чи лише специфічну зовнішню моду. Такий поверхневий підхід повністю нівелює ідеологічну, етичну та філософську глибину руху, створюючи вакуум аналітичного осмислення текстів, музичних новацій та громадянських позицій учасників спільноти. Саме через відсутність фахової

рефлексії у великих медіа панк-спільнота була змушена взяти на себе функцію самодокументування та створення власних каналів комунікації. Це зумовило появу альтернативних медійних форм – інтернет-платформ, блогів та самовидавних журналів, які стали автентичним «голосом» незалежної молоді.

Особливого значення в цьому процесі набуває феномен саморобних часописів (зінів), які історично стали ідеологічним фундаментом для всієї альтернативної журналістики. Закордонний досвід функціонування подібних видань наочно продемонстрував, що інформаційний продукт може бути впливовим навіть без фінансового капіталу, професійних редакцій чи офіційного схвалення з боку владних інституцій. У таких виданнях брак глянцевого оформлення та формальної коректури цілком компенсується щирістю, оперативністю та безпосередністю викладу, що створює ефект прямого діалогу між автором і читачем. Українська панк-сцена успішно перейняла цю модель, адаптувавши її до локальних реалій: вітчизняні незалежні видання стали не лише музичними довідниками, а й майданчиками для гострих дискусій про права людини, екологію, політичну свідомість та соціальну справедливість.

Репрезентація українського панку має свою специфіку, що полягає в тісному зв'язку музичного протесту з процесами національного самоусвідомлення. На відміну від багатьох західних зразків, вітчизняна сцена часто інтегрує принципи незалежності з питаннями збереження мовної та культурної ідентичності, що стає формою інтелектуального опору в умовах сучасних воєнних і суспільних викликів. Сучасні творчі колективи не просто створюють контент, а маніфестують світогляд, який потребує якісно нового медійного підходу – суб'єктивної журналістики «зсередини». У такій моделі медіа перестають бути комерційним товаром, перетворюючись на інструмент громадянської активності та формування міцних горизонтальних зв'язків усередині громади.

Ураховуючи викладене вище, можна зробити висновок, що розвиток спеціалізованих медіаресурсів, присвячених українській альтернативній сцені, є стратегічно важливим завданням для фіксації живої енергії та історії певного музичного ореолу. Це дає змогу перетворити фрагментарні дані з розрізнених особистих сторінок чи закритих груп у системний літопис часу, що сприятиме остаточній демаргіналізації панк-культури. Така діяльність доводить, що за умови відсутності уваги з боку офіційних ЗМІ спільнота здатна самотійно формувати свій імідж, забезпечуючи тяглість культурного досвіду та стверджуючи панк-рух як вагомий, інтелектуальний і щирий складник сучасного українського соціокультурного життя.

КУРГАНЕВИЧ Йордана,

студентка,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

(м. Київ, Україна)

*Науковий керівник – Рудень Денис,
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та
мовної комунікації, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України*

ЮТУБ-КАНАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ НУБіП.INSIDE)

Комунікаційні канали закладів вищої освіти охоплюють різні цифрові платформи та соціальні мережі. Їхнє різноманіття дозволяє формувати та передавати інформацію, повідомлення, отримувати зворотній зв'язок із різною цільовою аудиторією. Зокрема, використання відеосервісів дає змогу формувати імідж закладу вищої освіти.

Відеоплатформа YouTube посідає особливе місце в цій системі, оскільки поєднує широке охоплення аудиторії, можливість детальної аналітики та здатність формувати емоційний зв'язок із глядачем через автентичний відеоконтент [1].

Специфіка цифрових медіа як каналу іміджевої комунікації полягає в інтерактивності, персоналізації, миттєвості поширення інформації та вимірюваності результатів. На відміну від традиційних медіа, цифрові платформи забезпечують двосторонній діалог між університетом і його стейкхолдерами – абітурієнтами, студентами, випускниками, роботодавцями та широкою громадськістю [2]. При цьому імідж закладу вищої освіти в цифровому просторі формується не лише через офіційну комунікацію, а й через спонтанні відгуки, коментарі, поширення контенту користувачами.

Практичним утіленням цієї стратегії є ютуб-канал НУБіП.inside Національного університету біоресурсів і природокористування України, що функціонує з 2021 року. Концепція каналу базується на принципі автентичності – показати університет «ізсередини» через реальний досвід студентів, викладачів та абітурієнтів, як відбуваються освітній процес і дослідження, які досягнення має академічна спільнота та сформувати позитивну думку у стейкхолдерів. Назва символізує інсайдерський погляд на університетське життя, що відповідає сучасним трендам ютуб-комунікації, де автентичність цінується вище, ніж корпоративна бюрократія.

Контент-стратегія каналу структурована за п'ятьма рубриками. Це події та заходи (30% відео), інтерв'ю (25%), розважальне відео для молодіжної аудиторії (20%), освітні матеріали про спеціальності та наукові досягнення (15%), огляди університетського простору (10%). Визначена частота публікацій в 2–4 відео на місяць забезпечує регулярну присутність у цифровому просторі без перевантаження команди та аудиторії. Контент-календар урахує сезонність навчального року.

Кількісні показники ефективності каналу станом на початок 2026 року підтверджують його іміджевий вплив. Загальна кількість переглядів за чотири роки склала 98 491; приріст підписників у 2025 році становив 215% (306 нових підписників). Серед топових відео домінують огляди факультетів та інформаційні матеріали для абітурієнтів, а саме: огляд механіко-технологічного факультету (2 600 переглядів), інтерв'ю з ректором (2 300

переглядів), подкаст для абітурієнтів (1 500 переглядів). Абсолютним лідером є науково-популярне відео про вирощування розсади – 19 300 переглядів, що свідчить про потенціал каналу виходити за межі університетської аудиторії та позиціонувати НУБіП України як експертний центр в аграрній галузі.

Аналіз поведінкових характеристик аудиторії виявляє ключовий іміджевий показник – 78,1% глядачів є новими відвідувачами, що підтверджує ефективність каналу в залученні потенційних абітурієнтів. Структура джерел трафіку демонструє інтегрованість каналу в загальну комунікаційну екосистему університету. Перегляди забезпечують зовнішні офлайн-жерела, посилання з сайту, соцмереж, месенджерів (32,2% трафіку), пошук ютуб (24,9%), прямі звернення (18,1%). Активне поширення контенту користувачами через особисті мережі функціонує як механізм «сарафанного радіо», підсилюючи органічне охоплення.

Отже, ютуб-канал НУБіП.inside є ефективним інструментом цифрової іміджевої комунікації університету. Концепція «погляду зсередини», збалансована контент-стратегія та інтеграція в загальну комунікаційну екосистему НУБіП забезпечують залучення нових аудиторій, руйнування стереотипів щодо аграрної освіти та формування довіри до університету як сучасного, відкритого, дослідницького, студентоцентричного закладу. Досвід НУБіП.inside підтверджує, що автентичний відеоконтент на YouTube може стати одним із ключових інструментів іміджевої стратегії ЗВО в умовах цифрових трансформацій.

Література

1. Поплавський М. Соціальні мережі як інструмент просування вищого навчального закладу. *Український інформаційний простір*. 2021. № 1(7). С. 14–30. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233777](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233777)
2. Жегус О. В. Формування стратегії маркетингу в соціальних мережах закладу вищої освіти. *Маркетинг і цифрові технології*. 2018. Т. 2. № 2. С. 58–75. URL: <https://doi.org/10.15276/mdt.2.2.2018.5>
3. Ruangkanjanases A., Sivarak O., Wibowo A., Chen S.-C. Creating behavioral engagement among higher education's prospective students through social media marketing activities. *Frontiers in Psychology*. 2022. Vol. 13. Article 1004573. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1004573>

ЛАЗЮК Катерина,
*студентка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СТЕПАНЕНКО Ніна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ПІДГОТОВКА ВІДОСЮЖЕТІВ НА ВОЄННУ ТЕМАТИКУ

Українська воєнна журналістика в умовах повномасштабного вторгнення Росії набула нових форм та змістового наповнення. Підготовка відеосюжетів про діяльність українських журналістів у зоні бойових дій є надзвичайно актуальною темою, що перебуває на перетині медіазнавства, соціальних комунікацій та практичної журналістики. Відеосюжет як жанр телевізійної журналістики виявляє себе особливо ефективним у документуванні реалій воєнного часу завдяки поєднанню візуального ряду, живого звуку та авторського коментарю.

Воєнна журналістика є самостійним напрямом у системі журналістики, що передбачає висвітлення подій в умовах збройного конфлікту з дотриманням низки специфічних стандартів – безпеки, точності, балансу та відповідальності перед аудиторією. Українські журналісти, перебуваючи безпосередньо на передовій або у прифронтових районах, документують воєнні злочини, гуманітарні катастрофи, героїзм захисників держави та щоденний побут мирного населення в умовах війни. Саме відеосюжети стали одним із ключових інструментів не лише інформування, а й формування суспільної думки як усередині країни, так і на міжнародному рівні.

Аналіз досвіду провідних українських телеканалів – «Суспільне», «1+1», «ICTV», «Україна 24» – дає змогу виокремити структурні та жанрові особливості воєнних відеосюжетів. Зокрема, спостережено тенденцію до скорочення хронометражу з умови збереження інформаційної насиченості,

активне використання прямих включень із місць подій, поєднання стендапів із синхронами очевидців та учасників бойових дій. Журналісти нерідко поєднують ролі кореспондента, оператора та монтажера в одній особі, що накладає додаткові вимоги до їхньої мультифункціональності та мобільності.

Особливе місце серед представників воєнної журналістики займають журналісти, чия діяльність стала символом професійної мужності та відповідальності. Зокрема, Наталія Нагорна – телевізійна журналістка ТСН, перша жінка редакції, яка виїхала висвітлювати бойові дії на Донбасі, – демонструє зразок репортажної роботи в умовах постійної небезпеки: поєднання оперативності з глибоким розумінням контексту, емоційну стриманість у кадрі та баланс між людськими історіями й точністю фактів. Інший вимір воєнної журналістики представляє фотожурналіст Євген Малолетка, який разом із командою Associated Press документував облогу Маріуполя та чий кадр став основою для документального фільму «20 днів у Маріуполі», відзначеного премією «Оскар» і Пулітцерівською премією.

Підготовка якісного відеосюжету про воєнну тематику вимагає від журналіста опанування не лише технічних навичок роботи з камерою та монтажним програмним забезпеченням, але й глибокого розуміння контексту збройного конфлікту, засад міжнародного гуманітарного права та медіаетики. Журналісти мають уміти відрізнити пропаганду від факту, інтерпретувати інформацію з кількох незалежних джерел, коректно передавати свідчення очевидців без спотворення змісту. Крім того, психологічна стійкість та здатність до критичного осмислення власних матеріалів є невід'ємними складниками професійної компетентності воєнного журналіста.

Значної уваги заслуговує питання безпеки журналістів у зоні бойових дій. За даними Інституту масової інформації та Комітету захисту журналістів, з початку повномасштабного вторгнення в Україну зафіксовано численні випадки поранень, загибелі та захоплення в полон представників преси. Ці факти засвідчують те, що підготовка відеосюжетів на лінії зіткнення пов'язана з ризиком для життя і потребує відповідного інструктажу, наявності

засобів індивідуального захисту та чіткого дотримання протоколів безпеки, розроблених редакцією.

Отже, підготовка відеосюжетів про українську воєнну журналістику крізь призму діяльності вітчизняних журналістів є комплексним процесом, що охоплює технологічний, етичний, безпековий та змістовий виміри. Досвід таких медіапрофесіоналів, як Наталія Нагорна та Євген Малолетка, здобутий в умовах реального збройного конфлікту, формує унікальний корпус знань і практик, що має неабияке значення як для розвитку вітчизняної журналістики, так і для міжнародного медіапростору загалом. Дослідження цього феномену сприятиме збереженню професійної пам'яті та вдосконаленню підготовки майбутніх журналістів.

ЛИТВИНСЬКА Світлана,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

НАРАТИВИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ: ЖАНРОВІ МАРКЕРИ

У Війні за Незалежність України ворог потужно застосовує різні види інформативно-психологічних операцій із метою маніпулювання свідомістю українських громадян. Це такий специфічний вияв ворожої агресії, що потребує оперативної протидії. Тому актуальним є знання жанрових маркерів, щоб виявляти, розрізняти й блокувати фейкові повідомлення в інформаційному просторі.

Серед фейкових повідомлень найпоширенішими є *фейкові новини* (імітація інформаційного жанру новин). Їх фабрикує ворог, щоб посіяти паніку, недовіру до командування й дестабілізувати громадянське суспільство. Для таких «новин» характерними є сенсаційні заголовки й надто швидке поширення їх «фермою» ботів.

Також ворог задіює спеціальні *маніпулятивні техніки* (цитати, неправдиві прямі свідчення, емоційно спрямовані маркери). Контент у таких повідомленнях здається правдивим й об'єктивним, але насправді містить приховану ідеологічну пропаганду, яку маскують у форми об'єктивних інформаційних жанрів і цим формують довіру аудиторії. Особливо складно виявити *аналітичний огляд із дезінформаційним контентом* (псевдоаналітична стаття), оскільки в ньому може бути покликання на концепції «експертів», складна структура і академічний виклад. У такий спосіб маскують ідеологічну диверсію (виправдання агресії, пояснення «неминучості» поразки, легітимізація окупаційних дій тощо).

У журналістських репортажах створюють *постановне відео / дипфейк*, щоб через надмірну емоційність, низьку якість відео, сцени насильства деморалізовувати громадян, розповсюджувати вигадані факти військових злочинів. У нарисах та інтерв'ю публікують «свідчення» агента впливу з сентиментальними «людськими історіями» про «втечу від війни», що спрямовано на дискредитацію національних цінностей і підриєв патріотичних почуттів, пропаганду капітуляції.

Ворожим ІІСО потрібно протидіяти, застосовуючи способи й засоби медіаграмотності для розпізнавання маніпулятивних наративів – критичне мислення, володіння жанровими механізмами медіаграмотності й контрнاراتивів. Важливо уважно вивчити інформацію, звернути увагу на непідписані світлини, підвищену емоційність викладу. Позитивно, якщо можна скористатися механізмами контрнاراتивів – оперативні верифіковані репортажі, аналітичне спростування фейків. Найшвидше це можна зробити не через традиційні ЗМІ, а через соціальні мережі. Рекомендовано використовувати диджитал-технології й креативність. Наприклад, VR-проект «The Displaced» від видання The New York Times або алгоритми персоналізованих рекомендацій від компаній Netflix та Spotify. Так, якщо журналісти були свідками якихось подій, то вони можуть завантажувати

контент про такі події через CNN iReport, а YouTube надає можливість громадянам коментувати ці події.

Найбільш популярними серед населення є Telegram, YouTube і Facebook. Використовуючи мультимедійні елементи, інтерактивність, візуалізацію, журналісти можуть створювати нові цікаві форми: *подкаст, відеорепортаж, інтерактивну статтю, спецпроект, документальний серіал* тощо.

Особливої ваги набула проблеми захисту даних, приватності, професіоналізму, боротьби з фейками. Журналісти повинні бути чесними, принциповими, коректними, компетентними.

Отже, необхідно забезпечити українським журналістам можливість обміну інформаційними ресурсами й експертними висновками, доступ до інноваційних технологій. Це підвищить якість інформаційного контенту, сприятиме виявленню й блокуванню ворожих ПСО.

МАРКІТАН Карина,
магістрантка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник – Степаненко
Микола, *доктор філологічних наук,*
професор, професор кафедри
журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

СТВОРЕННЯ МЕДІАПЛАТФОРМИ ПРО ДИНАМІКУ УКРАЇНСЬКО-АМЕРИКАНСЬКИХ ВІДНОСИН ПЕРІОДУ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Медіаплатформа – це інтегрована цифрова система, що забезпечує створення, зберігання, оброблення та поширення медіаконтенту різних форматів. Вона поєднує технологічну інфраструктуру, програмне забезпечення й алгоритмічні механізми управління інформаційними

потоками. Основною функцією медіаплатформи є організація комунікаційної взаємодії між виробниками контенту та його споживачами. В умовах цифровізації суспільства такі платформи трансформують традиційні моделі масової комунікації, забезпечуючи двосторонній і багатосторонній обмін інформацією. Важливою характеристикою медіаплатформи є можливість персоналізації контенту відповідно до інтересів користувачів та використання аналітичних інструментів.

Створення медіаплатформи, присвяченої висвітленню динаміки українсько-американських відносин у період сучасної російсько-української війни, зумовлена потребою систематизації, аналітичного осмислення та публічного представлення багатовимірних процесів стратегічного партнерства між державами. Така платформа повинна базуватися на принципах достовірності, верифікованості джерел і міждисциплінарності підходів, поєднуючи політико-правовий, безпековий, економічний та інформаційний виміри співробітництва. Концептуально вона має виконувати функцію інтегрованого інформаційно-аналітичного ресурсу, який забезпечує хронологічну фіксацію подій, аналіз офіційних заяв, нормативно-правових актів, міжнародних домовленостей і механізмів військово-технічної підтримки. Водночас важливо забезпечити структурованість контенту за тематичними блоками, що дасть змогу відобразити еволюцію двостороннього діалогу в умовах воєнної агресії і трансформації глобальної системи безпеки.

Функціональна модель такої медіаплатформи передбачає використання цифрових інструментів для збору, оброблення та візуалізації даних. Особливу увагу варто приділяти висвітленню змін у політиці Сполучених Штатів щодо України, динаміці ухвалення рішень на рівні законодавчої і виконавчої влади, а також впливу внутрішньополітичних чинників на зовнішньополітичний курс. Крім інформаційної функції, платформа має виконувати просвітницьку роль, сприяючи формуванню об'єктивного

розуміння характеру стратегічного партнерства та його значення для європейської і трансатлантичної безпеки.

У науково-методологічному вимірі створення такої медіаплатформи потребує чіткого визначення джерельної бази, критеріїв відбору інформації та механізмів протидії дезінформації. Актуальність ресурсу зростає в умовах інформаційної війни, коли інтерпретація подій часто стає інструментом політичного впливу. Забезпечення багатомовності, відкритого доступу й інтеграції з міжнародними аналітичними ресурсами вможливить розширення аудиторії та підвищення рівня довіри до контенту.

Створення та функціонування медіаплатформи пов'язане з певними обмеженнями й ризиками. Зокрема, існує імовірність політизації змісту або однобічної інтерпретації подій залежно від редакційної політики чи джерельної бази. Високі вимоги до технічної безпеки та фінансового забезпечення зумовлюють необхідність стабільної організаційної підтримки. Крім того, динамічний характер міжнародних процесів потребує постійного оновлення матеріалів і гнучкості у відображенні змін геополітичної кон'юнктури.

Отже, створення медіаплатформи про динаміку українсько-американських відносин у період російсько-української війни є обґрунтованим та суспільно значущим кроком. Такий ресурс сприятиме систематизації інформації, аналітичному осмисленню стратегічного партнерства між Україною і Сполученими Штатами Америки, а також підвищенню рівня інформаційної прозорості в умовах агресії Російська Федерація. Ефективність платформи визначає її об'єктивність, наукова виваженість та здатність оперативно реагувати на зміни міжнародної ситуації.

МАРТИНЕНКО Світлана,
*доктор педагогічних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної
діяльності, Київський міжнародний
університет (м. Київ, Україна)*

ПСИХОСЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В СОЦІАЛЬНОКУЛЬТУРНІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Нації вмирають не від інфаркту.
Спочатку їм відбирає мову. Ми повинні
бути свідомі того, що мовна проблема для
нас актуальна і в ХХІ столітті, і якщо ми
не схаменемося, то матимемо дуже
невтішну перспективу...

Ліна Костенко

В умовах воєнного стану проблема формування національної ідентичності українців набуває особливої суспільної значущості в умовах сучасних соціокультурних трансформацій. Аналіз наукових досліджень і практик засвідчив активну солідаризацію громадян України, яка віддзеркалюється в їх уявленнях про себе як представників української нації, адже ті події, що відбуваються на теренах України, проходять через долю й життя кожного з нас. Ми переконалися, що найбільш виразно зміни проявляються серед молоді, в нашому випадку – студентської. Проведені дослідження означеної проблеми стосуються більшою мірою тих громадян, які перебувають в Україні, а уявлення, бачення громадян, що вимушено перебувають за кордоном, досить часто залишаються поза увагою дослідників. У зв'язку з цим, враховуючи специфіку діяльності ЗВО, ми поставили за мету вивчити й проаналізувати особливості національної ідентичності української студентської молоді, що на цей час перебуває, як в Україні, так і поза її межами.

На нашу думку, саме психосемантичний аналіз є одним із методів вивчення особливостей суб'єктивного досвіду, що дає змогу досліджувати

структуру образу світу (мотиваційну, цільову, ситуаційну), особистісні сенси, професійну спрямованість особистості. Він розкривається через можливість пояснити особистісні переживання, психологічний стан, дослідити аспекти життєвого досвіду людини, які проявляються у візуальних репрезентаціях (8 зображень традиційної української символіки).

Теоретико – методологічною основою вивчення особливостей національної ідентичності української студентської молоді були такі, як: ідеї про інтеграцію всіх ідентифікацій (соціально значущих людей, звичок, рис характеру, виду занять, ідеалів реальних або вигаданих людей), набутих особистістю в процесі соціалізації; положення про сутність процесу самоідентифікації, яка полягає в формулюванні уявлень про себе самого як про цілісну та унікальну особистість, що дає підстави розглядати ідентифікацію як особливий тип особистісної активності; положення про провідні риси національної ідентичності, які охоплюють усвідомлення приналежності до держави; історичну територію; спільну історичну пам'ять і міфологію; спільну масову та громадську культуру; національну ідею та символіку; положення про індивідуальний та груповий характер ідентичності.

Для досягнення поставленої мети і реалізації завдань застосовували комплексну діагностичну методiku, яка охоплювала: *анкетування* для визначення приналежності до нації, етносу та регіону (за А. Гафіатуліною) – з метою визначення емоційно-ціннісного ставлення до своєї нації, етносу, релігії; *методiku «Хто я?»* (за М. Куном і Т. Макпартлендом) – для вивчення особливостей самоідентифікації молоді та встановлення проявів національної ідентичності; *методiku семантичного диференціалу Ч. Осгуда* (модифіковану та адаптовану О. Лозовою) – для з'ясування ставлення до української нації; *проективну методiku «Географія візуальних образів»*, розроблену О. Соснюком та І. Остапенко – для виявлення особливостей уявлень української студентської молоді про поняття «справжній українець».

Щодо вибірки – загальний обсяг складав 195 осіб. Основна вибірка – 121 представник української студентської молоді віком від 18 до 25 років, фонові вибірка – 74 представники більш зрілого віку (25–35 років). Половина з досліджуваних проживають в Україні, решта з початку повномасштабного вторгнення перебувають за кордоном.

За результатами проведеного емпіричного дослідження визначено особливості ставлення молоді до нації, етносу та регіону. Встановлено, що для молоді (незалежно від місця перебування) більш важливим є відчуття себе представником своєї нації, ніж етносу або регіону. Пріоритет щодо нації зберігається в усіх твердженнях. Найвищі показники зафіксовано серед усіх категорій (нація, етнос, регіон), які стосуються позитивного ставлення та гордості за свою націю, етнос у регіоні. У більшості тверджень найнижчий відсоток встановлено у ставленні до етносу. Це дає змогу зазначити, що етнічна приналежність має для досліджуваних другорядне значення порівняно з національною та регіональною приналежністю. Наступне – досить цікавими виявилися результати за методикою «Хто я?». Так, поняття «українець/українка», що репрезентують національну ідентичність, в усіх без винятку групах досліджуваних були на другому місці за частотою згадувань, що є свідченням високого рівня ідентифікації молодими людьми себе як представників української нації. Одноставними і обґрунтованими були відповіді студентів двох груп щодо національної ідентичності, яка визначається ними як персональна ідентичність, відчуття належності до певної держави чи нації, це сенс нації як цілісного цілого, представленої самобутніми традиціями, культурою та мовою. Досить цікавими були також відповіді щодо символіки нації – набору знаків, образів, кольорів та інших символів, які використовуються для впровадження національної ідентичності та спільних цінностей народу (національний прапор, державний герб, гімн, елементи культурної спадщини).

Водночас, групою «Молодь в Україні» було використано 17 дієслів, 365 прикметників і 2324 іменники. Групою «Молодь за кордоном» – 275

прикметників і 267 іменників, а також не було названо жодного дієслова. Велика кількість уживаних іменників засвідчили більш усвідомлене ставлення досліджуваних до себе як представників української нації, які залишилися в Україні, порівняно з тими, що перебувають за кордоном, адже у сприйманні себе як представників нації в групі «Молодь в Україні» домінують парадигматичні асоціації, тоді як в групі «Молодь за кордоном» переважають синтагматичні.

Таким чином, молоді люди, що перебувають в Україні, мають більш конкретні та диференційовані уявлення про себе як представників української нації порівняно з однолітками, що знаходяться за кордоном. Водночас, кількість уживаних прикметників переконують, що афективна складова самооцінювання є більш вираженою у молоді, що перебуває за кордоном. Ця тенденція прослідковується і в результатах, отриманих нами під час проведення методики «Географія візуальних образів».



Рис.1 Типовий колаж «Справжній українець» (група «Молодь в Україні»)

В уявленнях молоді, що перебуває в Україні, значно частіше використовуються образи та характеристики, які відображають різні соціальні та професійні ролі, які виконують українці в умовах воєнного часу. Варто зазначити, що кількість зображень, безпосередньо пов'язаних із війною та її наслідками, зустрічаються досить рідко. Натомість в уявленнях молодих людей, що перебувають за кордоном, частіше використовуються образи та характеристики, пов'язані з героїчними вчинками, особистостями та воєнними діями, що стали відомі завдяки поширенню в медійному просторі та мали потужний емоційний відгук.



Рис.2 Типовий колаж «Справжній українець» (група «Молодь за кордоном»)

Факторний аналіз ставлення до нації за семантичним диференціалом (для всієї вибірки) уможливив визначити три чинники, такі: **Суб'єктність, Комунікативна активність, Емоційність**, що дуже нагадує універсальну факторну структуру **Сила, Оцінка і Активність**, виокремлену свого часу Ч. Осгудом. Однак у ставленні до нації в групі «Молодь за кордоном» було виокремлено чотири чинники, зокрема: **Релевантність, Емоційність, Близькість, Щирість**, водночас у групі «Молодь в Україні» лише три чинники: **Релевантність, Асертивність і Емоційність**.

На основі зазначеного можна зробити висновок, що і в цьому випадку проявилися відмінності між двома досліджуваними групами. Так, у ставленні до нації в групі «Молодь за кордоном» домінує також афективна складова, тоді, як у групі «Молодь в Україні» переважають раціональні та дієві компоненти. Як уже зазначалося попередньо, подані відмінності проявилися також і у самоідентифікації, ставленні до себе як представника української нації та в уявленнях про «Справжнього українця».

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

ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ТА МЕДІАДИСКУРС ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ БІОЕТИЧНИХ ОРІЄНТИРІВ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується глибокими соціокультурними трансформаціями, що зумовлюють переосмислення ролі фахівця як носія не лише професійних знань, а й етичної відповідальності. У сфері ветеринарної медицини це питання набуває особливої ваги, оскільки діяльність майбутніх лікарів ветеринарної медицини безпосередньо пов'язана з охороною здоров'я тварин, забезпеченням біобезпеки, продовольчої безпеки держави та дотриманням принципів гуманного ставлення до живих істот. У цьому контексті формування біоетичних орієнтирів студентів ветеринарних спеціальностей постає як складний багатовимірний процес, що відбувається в освітньому, комунікативному та медійному просторах.

Професійна комунікація в закладах вищої освіти є не лише засобом передавання знань, а й механізмом трансляції цінностей, норм та моделей поведінки. Через академічний дискурс, фахові обговорення, аналіз клінічних випадків і нормативних документів студенти засвоюють етичні стандарти професії, навчаються аргументувати власну позицію та ухвалювати відповідальні рішення. Водночас медіадискурс як сукупність інформаційних повідомлень, публічних дебатів і цифрових практик формує суспільні уявлення про ветеринарну діяльність, проблеми біоетики, поводження з тваринами та екологічну відповідальність.

Отже, взаємодія професійної комунікації та медіадискурсу створює ціннісне середовище, у якому відбувається становлення біоетичних переконань майбутніх фахівців ветеринарної медицини.

Формування біоетичних орієнтирів майбутніх фахівців ветеринарної медицини є інтегративним процесом, що поєднує когнітивний, ціннісний та поведінковий компоненти професійної підготовки. У сучасних педагогічних дослідженнях підкреслюється, що професійна підготовка не може обмежуватися засвоєнням спеціальних знань і технологій, а має передбачати формування відповідального ставлення до об'єктів професійної діяльності та суспільства загалом [Сисоєва, 2011; Кремень, 2011].

У контексті ветеринарної освіти біоетичні орієнтири охоплюють принципи гуманного ставлення до тварин, відповідальності за їх добробут, дотримання норм професійної честі, біобезпеки та екологічної етики. Як зазначає В. Андрущенко [2013], гуманістична парадигма освіти передбачає формування у майбутніх фахівців здатності діяти на основі морального вибору, що є особливо актуальним для спеціальностей, пов'язаних із живими організмами.

Професійна комунікація виступає важливим механізмом інтеріоризації етичних норм. За І. Зязюном [2008], педагогічна взаємодія в освітньому процесі формує не лише знання, а й культуру професійного мислення, що ґрунтується на діалозі, відповідальності та взаємоповазі. У процесі аналізу клінічних ситуацій, обговорення випадків евтаназії, вакцинації, поводження з безпритульними тваринами студенти навчаються співвідносити нормативні вимоги з моральними принципами, аргументувати власну позицію та враховувати суспільний контекст.

Водночас медіадискурс істотно впливає на формування уявлень про професію ветеринарного лікаря. Дослідники медіаосвіти [Іванов,

Волошенюк, 2012] наголошують, що медіапростір формує систему цінностей молоді через інформаційні кампанії, соціальні мережі, публічні дискусії щодо прав тварин і біоетичних стандартів. У цьому контексті важливо розвивати критичне мислення майбутніх фахівців, щоб вони могли відокремлювати науково обґрунтовану інформацію від маніпулятивних повідомлень.

Зарубіжний аспект проблеми також засвідчує тісний зв'язок між комунікацією та етикою у ветеринарній освіті. У працях Т. Бічампа і Дж. Чілдресса [Beauchamp & Childress, 2019] окреслено принципи біоетики - автономії, благодіяння, «не нашкодь» і справедливості, які застосовуються і в галузі ветеринарної медицини. Міжнародні рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров'я тварин (WOAH) акцентують на необхідності формування у студентів професійної відповідальності та етичної культури через освітні програми та комунікативні практики.

Отже, професійна комунікація та медіадискурс виконують взаємодоповнювальні функції у формуванні біоетичних орієнтирів студентів ветеринарних спеціальностей: перша забезпечує глибину й усвідомленість ціннісного вибору, друга – розширює соціальний контекст і формує суспільне бачення професії.

Література

1. Андрущенко В. П. Філософія освіти XXI століття: пошук пріоритетів. Київ: Знання України, 2013. 640 с.
2. Бічамп Т., Чілдресс Дж. Принципи біомедичної етики. 7-ме вид. Нью-Йорк: Oxford University Press, 2019. 512 с.
3. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
4. Сисоєва С. О. Освітні реформи: освітологічний контекст. Київ: Видавничий дім «Едельвейс», 2011. 320 с.
5. Zinsstag J., Schelling E., Waltner-Toews D., Tanner M. One Health: The Theory and Practice of Integrated Health Approaches. Wallingford: CABI, 2015. 508 p.
6. World Organisation for Animal Health (WOAH). Day 1 Competencies for Graduating Veterinarians. Paris : WOAH, 2012. 20 p.

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

ЗООМОРФНА, ФІТОМОРФНА ТА АНТРОПОМОРФНА МЕТАФОРА В СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Для кожного етапу розвитку суспільства властива особлива система концептуальних політичних метафор, тісно пов'язаних з національними традиціями та культурними цінностями. У сучасному українському політичному дискурсі наразі домінують метафоричні моделі з концептуальними векторами жорстокості та агресивності (образи війни та злочинності), відхилення від природного порядку (морбіальні та кримінальні образи), неправдоподібність того, що відбувається та зовнішнього моделювання подій (театральна, ігрова та спортивна метафори). Морбіальні (хворобливі, от лат. *morbus* – хвороба) та кримінальні образи функціують у дискурсе (політичному, соціальному) для створення яскравих, у більшості негативно забарвлених метафор. Кримінальні образи описують дії влади або соціальних інститутів як «злочин», а морбільні (хвороби, епідемії, тощо) – як соціальні проблеми тобто «епідемії», «гниття» тощо. У політичному дискурсі подібні метафори спрямовані на дискредитацію, підсилення негативного сприйняття та формування відчуття небезпеки.

Дослідження специфіки використання метафор у мовленні конкретних політичних лідерів сприятиме вирішенню проблеми – дослідженню ідіостилей сучасних політичних лідерів та створення їхніх мовленнєвих портретів.

Матеріали дослідження можуть бути використані у дальшому розвитку метафоричного моделювання політичної дійсності, вивченні способів впливу політичної дійсності на масову свідомість з метою перетворення політичної картини світу в свідомості виборців.

Сучасна когнітивна теорія описує метафору як явище, що виникає на рівні глибинних структур людської свідомості, а тому відношення до метафори як вербальної оболонки інтерпретаційної картини світу сприяло появі нових підходів до опису метафоричних процесів, а саме появи думки про можливість якоїсь подібності, процес вербального формулювання метафори і, нарешті, суміщення відомих ознак з новою асоціацією.

У процесі дослідження органістичної метафори учені виділили три основні моделі: фітоморфна метафора (її джерелом являється світ рослин), зооморфна метафора (джерелом є в широкому значенні світ тварин, до якого крім тварин належить птахи, риби, земноводні тощо) та антропоморфна метафора (її джерелом є анатомія та фізіологія людського тіла).

Концепти *звір*, *тварина*, а також *хижак*, назви справжніх хижаків трапляються в текстах медіа, коли указують на відсутність людських моральних якостей, а акцентують на жорстокості, нещадності: *«Чоловіка вивезли до лісу поблизу селища Дмитрівка, де довго та жорстоко катували, а потім, кажуть слідчі, за наказом Муссагалєєва розстріляли і покинули тіло. Під час розслідування СБУ отримала свідчення російського полоненого, який підтвердив це. Віселкова обвинувачують у порушенні законів і звичаїв війни»* (Медійна ініціатива «За права людини»), *«"Москалі – звірі та нелюди": у мережі опублікували останнє інтерв'ю екснардепа Барни»* (5 канал, 22.04.2023). Подібні метафори у більшості пов'язані з агресивним прагматичним потенціалом. Або: *«Я не знаю, я не хочу навіть думати про те, що в голові цих свинособак, Чи як їх назвати. Просто орки. Це єдине, що стовідсотково їх характеризує. Це – орки, це – не люди»* (Українська правда» 19.09.2025)

Досить частотна метафора, пов'язана з рослинним світом. Для фітоморфної метафори (на відміну від зооморфної) загалом нехарактерна негативна емоційна оцінка; подібні образи акцентують природність і безперервність розвитку життя, загальний взаємозв'язок у природі та суспільстві, необхідність докладання значних зусиль для досягнення

потрібних результатів, благотворну роль місцевого ґрунту та інші традиційні цінності.

Виявлено суттєві відмінності у прагматичному потенціалі розглянутих моделей і у відповідних їм сферах метафоричного притягання. Максимальною агресивністю, акцентуванням суперництва та боротьби за виживання характеризуються зооморфні метафори: конкретні політичні діячі в сучасних політичних текстах часто образно постають як *звірі, акули, вовки, яструби*, а також *павичі, хамелеони, індики, осли* та інші представники фауни, що не викликають симпатії. Відповідно політичні партії метафорично позначаються як *згоря, стадо, тераріум*, а політичні відносини – як взаємне *гризіння, поїдання, сутички*. *«Коли виникає ралі на будь-якому ринку, емоційний фактор присутній завжди – гарячі гроші, швидкі і слабо обґрунтовані прогнози, стадний інстинкт»* (Главком. Американські гірки Трампа. 02/03 2026).

Найчастотнішою та найдетальніше структурованою в розглянутій поняттєвій сфері виявилася модель «Політичне життя – це живий організм», кожен концепт якої включає десятки слотів. Значно рідше в сучасному політичному дискурсі трапляються зооморфні образи, а ще рідше – образи з вихідною поняттєвою сферою «Світ рослин». Особливості використання концептуальної метафори є одним із важливих показників ідіостилю сучасних політичних лідерів.

Вивчення метафоричного моделювання в межах когнітивної теорії дає підстави окреслити перспективи подальшого дослідження політичної метафори. По-перше, це продовження вивчення ідіостилів провідних українських політиків і специфіки метафоричної концептуалізації та оцінювання дійсності, характерної для різних політичних напрямів, партій, а також засобів масової інформації, що їх підтримують.

МАТВИЄНКО Ірина,
*кандидат філософських наук, доцент
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ІНФОРМАЦІЙНА ДОБА ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ЛЮДИНИ

XXI століття характеризується стрімким розвитком науки та техніки, а також кардинальними змінами в ціннісних орієнтирах людини. Сучасне суспільство має складну і багаторівневу структуру, як взаємодії, так і впливів, що в цілому здійснюються через трансформаційні процеси, які можна узагальнити під поняттям глобалізований світ, постіндустріальне суспільство та інформаційне суспільство. Ці поняття в собі формують суспільство нового типу, яке реалізується під впливом глобальних процесів та соціальної революції, яка бере свій початок від стрімкого розвитку інформаційних та комунікаційних технологій, а також через штучний інтелект. Володіння знанням, що від часів Ф. Бекона було обов'язковим критерієм розумної людини, але для доступу до якого потрібно було прикладати зусилля зараз забезпечується шляхом безперешкодного доступу до інформації через мережу інтернет. Проте постає новий виклик для людини та суспільства – це вміння працювати з цією інформацією та узагальнювати її до рівня знань. Разом з легким та простим доступом до інформації людина отримує і виклики з якими їй потрібно постійно боротися.

Ми маємо визнати, що сучасний постмодерністський світ впливає, як на соціальні процеси в межах країни та світу, так і на людину в цілому. Полікультурність, яка є однією з характеристик сучасності забезпечує і трансформаційність в свідомості людини. Постмодерністська свідомість направлена на заперечення традиційності та норм, які існували до цього, і вимагає пристосування до нових реалій. Етичні, естетичні, герменевтичні зміни, відображаються і впливають на ставлення до моральних цінностей,

знаменуються нівелюванням традиційності суспільств та культур, авторитетів та правил, поведінки людини по відношенню до інших людей. Свобода самовираження та відмова від різного роду норм, правил та ідеалів приводить до нових проблем, однією з перших постає проблем робити вибір. Якщо порівнювати постмодерну культуру з модерном, то варто зауважити, що в модерні людина мала певні форми думки та чіткі норми поведінки, що надавали їй певний вектор її дій та прийняття рішень. Глобальний простір постмодерної культури даючи людині повну свободу вибору, але вимагає від кожного з нас застосування особливого інструменту для планування та реалізації своїх намірів у прийнятті рішення. Саме таким інструментом і постає критичне мислення, саме тому, на сьогодні в Україні, тай світі загалом, збільшується інтерес до цього феномену, як в гуманітарних, так і в прикладних науках.

Критичне мислення охоплює майже всі сфери діяльності людини, хоча досить часто, цей термін відносять до психології, але на нашу думку, цей термін об'єднує в собі знання з цілого ряду дисциплін, серед яких в першу чергу філософія і логіка, але має місце і аналітика, і психологія і багато інших. Сучасні дослідники критичного мислення сходяться на тому, що ті процеси, які відбуваються навколо сучасної людини, а саме ускладнення суспільного життя, багаторівневість та багатовимірність соціальних процесів, стрімкий розвиток штучного інтелекту вимагають від людини застосування гостроти її розуму, виходу на більш високий рівень інтелектуального розвитку, що знаменує собою застосування критичного мислення. В зв'язку з цим дане питання постає як надзвичайно актуальне та практично орієнтоване в сучасному світі. Розуміння поняття критичне мислення напряму пов'язане з такими категоріями як «мислення» та «критика», де основоположним постає поняття мислення як процесу в якому реалізується вся діяльність людини. Мислення – це найвища степінь пізнання людиною світу. В процесі пізнання завдяки мисленню людина виходить на вищій рівень ніж чуттєве пізнання, саме тому дослідження мислення як процесу знаходиться на перетині

багатьох наук. Мисленевий процес людини є об'єктом дослідження філософії, логіки, нейробіології, психології, соціології, кібернетики та багатьох інших, саме тому можна стверджувати, що критичне мислення має міждисциплінарний характер.

Критичне мислення – це мислення вищого порядку, яке включає в себе велику кількість компонентів, які допомагають формуванню та утворенню раціонального мислення людини. Людина хоче сприймати навколишню дійсність, а також має бажання зрозуміти все те, що відбувається навколо неї. Зрозуміти означає визначити для себе поняття, збагнути суть предметів та явищ, вибудувати причинно-наслідкові зв'язки, зрозуміти головне. Таке розуміння забезпечується тільки завдяки розумовому явищу, який протікає в складних психологічних процесах і носить назву мислення. Такого роду процеси не можливо визначити лише чуттєвим пізнанням. За допомогою мислення людина впевнено орієнтується в навколишньому світі, використовує раніше отримані знання, вміння та навички в певній життєвій ситуації, узагальнює, систематизує та аналізує ці процеси. Діяльність людини буде розумною при усвідомленні, і розумінні основних логічних законів, взаємозв'язків, які формуються в об'єктивній дійсності. Сутність людського мислення визначається в розумінні всезагальних взаємозв'язків, узагальнення всіх процесів, які існують навколо людини, та усвідомлення значення впливу конкретного явища на загальні процеси. Мислення, можна визначити, як те що, відображає дійсність і має матеріальну форму прояву.

Література

1. Cahill A. J., Bloch-Schulman S. *Argumentation Step-by-Step: Learning Critical Thinking through Deliberate Practice*. Teaching Philosophy. 2012. 35, no. 1. P. 41-42.
2. Haber J. *Critical Thinking* / translated by Oleksandra Boichenko Kyiv: ArtHuss. 2023. 200 p.
3. Kahneman D. *Thinking Fast and Slow* / translated from English by Maxim Yakovlev. K.: Our format, 2017.

МАХОНЮК Ліза,
*студентка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СТЕПАНЕНКО Ніна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СТВОРЕННЯ КРИМІНАЛЬНИХ ХРОНІК ДЛЯ ЮТУБУ (МІЛІТАРНА ТЕМАТИКА)

Створення кримінальних хронік на мілітарну тематику в YouTube є унікальною формою сучасного журналістського контенту, що може об'єднувати розслідування, аналітику та емоційний сторителінг. В умовах повномасштабної війни цей жанр трансформувався з розважального формату «True Crime» на інструмент фіксації воєнних злочинів та національного спротиву. YouTube як платформа надає дієві механізми для візуалізації доказів (зйомки з дронів, перехоплення), дозволяючи оминати часову цензуру традиційного телебачення.

Ключовою ознакою цифрової кримінальної хроніки є конвергентність, що передбачає поєднання тексту, відео, інфографіки та інтерактивних елементів. На відміну від лінійної подачі матеріалу YouTube вимагає високої динаміки монтажу та використання драматургічних прийомів, зокрема «гачків» для утримання уваги глядача. Важливим теоретичним аспектом є імерсивність (ефект присутності), що досягається завдяки використанню записів із нагрудних камер та кадрів очевидців.

Процес виробництва такого контенту базується на методології OSINT (розвідки за відкритими даними). Верифікація інформації передбачає зворотний пошук зображень, геолокацію через супутникові знімки та аналіз тіней для підтвердження хронології подій. Робота з офіційними реєстрами

судових рішень дозволяє надати матеріалу юридичного обґрунтування та уникнути звинувачень у наклепі.

Особливе місце у створенні воєнно-кримінальних хронік посідає дотримання етичних і правових норм. Фундаментальним залишається принцип презумпції невинуватості та вимога «не нашкодь». Специфіка мілітарної тематики вимагає суворого дотримання інформаційної безпеки: цензурування позицій ЗСУ, облич військових та номерів техніки. Автори мають дотримуватися правила «відкладеної публікації», щоб контент не мав тактичної цінності для ворога.

Візуальне оформлення сюжетів передбачає використання динамічних карт (DeepStateMap) та 3D-реконструкцій, що підвищує рівень доказовості матеріалу. Саунд-дизайн й озвучення створюють необхідну емоційну напругу, проте використання музики суворо регулюється авторським правом та системою Content ID (інструмент перевіряє завантажені відео на збіги з базою даних правовласників, дозволяючи автоматично блокувати, відстежувати або монетизувати чужі відео, що містять захищені матеріали).

Сучасна кримінальна хроніка на YouTube перестає бути просто описом подій, а стає складним мультимедійним продуктом, що поєднує репортерську роботу, аналітику та правову грамотність. Основним пріоритетом автора залишається баланс між законами держави, етичними правилами платформи та безпекою людського життя.

МЕЖОВ Олександр,
*доктор філологічних наук, професор,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки
(м. Луцьк, Україна)*

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ МАРКЕРИ

ПОСЕСИВНОСТІ У ВОЄННОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Повномасштабне вторгнення російського агресора в Україну увиразнило воєнні наративи як вітчизняних, так і світових мас-медіа. В омовленні подій

та ситуацій російсько-української війни значну роль відіграють номінації зброї, акумульовані в мовних конструкціях різної синтаксичної семантики, одним із виявів якої є категорійна семантика посесивності. Категорія посесивності (присвійності) витлумачена в сучасній лінгвістиці як «лексико-граматична і словотвірна категорія, що виражає значення володіння когось ким-/чим- небудь або належність когось/чогось кому/чому-небудь, наявність когось/чогось у кого-/чого-небудь» [1, с. 508].

Для її вираження мовці використовують низку лексико-граматичних засобів, серед яких конструкції з дієслівними предикатами *мати, володіти, належати, бути* та прогнозованими їх облігаторною валентністю суб'єктом володіння (посесором) та об'єктом володіння. У системі мови такі речення, посесивність яких сформована на перетині лексичного та синтаксичного рівнів [2, с. 84], реалізуються кількома структурно-семантичними моделями: 1) власне-посесивна (пряма) з дієсловами *мати, володіти*, що виражає пряме володіння, структурована як суб'єкт (наз. в.) + має / володіє + об'єкт (зн. в./ор. в.); суб'єкт-посесор оформлений називним відмінком, об'єкт володіння – знахідним або орудним; напр.: *Україна має далекобійні ракети* (<https://www.pravda.com.ua>, 19.11.2024); *Збройні сили України володіють сучасними ударними дронами* (<https://www.suspilne.media>, 28.06.2024); *Україна має ударні безпілотники Bayraktar TB2, які використовуються для ураження військових цілей* (<https://www.suspilne.media>, 22.06.2023); *Збройні сили України володіють ударними безпілотниками різних типів* (<https://www.armyinform.com.ua>, 07.06.2024); 2) екзистенційно-посесивна (непряма) з предикатом *бути* в різних особово-родових, часових формах (*є, був, була, було, були, буде, будуть*), який акцентує на наявності, існуванні об'єкта у сфері володіння суб'єкта; простежуємо асиметричність (невідповідність) семантичної та формальної структури: суб'єкт / додаток (у + род. в.) + є + об'єкт / підмет (наз. в.), напр.: *У ЗСУ є зенітно-ракетні комплекси NASAMS* (<https://www.dw.com/uk>, 07.12.2023); *У Повітряних сил України є винищувачі МіГ-29* (<https://www.suspilne.media>, 09.09.2023);

У *Повітряних сил України є ракети класу «повітря-повітря»* (<https://www.bbc.com/ukrainian>, 06.10.2023); 3) невласне-посесивна з дієслівним предикатом *належати*, який увиразнює приналежність об'єкта певній особі чи інституції. Для неї характерна не лише асиметричність (невідповідність) семантичної та формальної структури: об'єкт/підмет (наз. в.) + належить + суб'єкт/додаток (дав. в.), а й нетипове розміщення суб'єктної синтаксеми наприкінці висловлення в комунікативній позиції реми, напр.: *Ці танки належать Збройним силам України* (<https://www.pravda.com.ua>, 21.07.2024); *Ці гаубиці належать українській армії* (<https://www.armyinform.com.ua>, 15.02.2024); *Ці безпілотники належать Збройним силам України* (<https://www.suspilne.media>, 29.05.2024).

У мові сучасних ЗМІ ці моделі як синтаксичні синоніми активно використовуються для позначення володіння військовими ресурсами, зокрема ракетами, дронами, артилерією, літаками та бронетехнікою. Суб'єктом-посесором таких синтаксичних побудов у типових виявах виступають назви істот, проте в досліджених медіатекстах простежуємо їхні функційні еквіваленти – вторинні збірні номінації неістот на кшталт *Україна, Збройні сили України, Сили оборони України, Повітряні сили України, Військово-морські сили України, українська армія, українське військо* тощо.

Частка *не*, предикативи *немає, відсутній* надають заперечної модальності конструкціям такого виду, увиразнюючи відсутність озброєння в певного суб'єкта, пор.: *У росіян немає таких ракет...* (<https://lb.ua>, 06.08.2023); *На даний момент армія не має вільних танків Abrams для передислокації чи перенаправлення в Україну, – заявила Валландер* (<https://suspilne.media>, 28.02.2023); *У посольстві РФ в Нігерії заявили, що затриманий у цій країні літак зі зброєю не належить Росії* (<https://tsn.ua>, 07.12.2022).

Крім розгляданих експліцитних маркерів посесивності, її мовний інструментарій охоплює й низку імпліцитних лексико-граматичних засобів, прихованих в інших типах синтаксичних конструкцій, що утворилися

внаслідок різних трансформаційних і дериваційних процесів. Суб'єкт-посесор може бути завуальований у формі відносно-присвійного прикметника: *У Чорному морі ворожі кораблі відсутні, в Азовському – 3 ворожі кораблі, носії крилатих ракет «Калібр» відсутні* (<https://armyinform.com.ua>, 06.07.2024). Синтаксичні трансформації допомагають його експлікувати спершу в родовому безприйменниковому відмінку, а потім в інших відмінках – прийменниковому родовому, називному й давальному, пор.: *Кораблі ворога відсутні; У ворога відсутні кораблі; Ворог не має кораблів; Ворог не володіє кораблями; Ворогу не належать кораблі.* Заперечні предикати увиразнюють відсутність об'єкта у посесора.

Приховану посесивність простежуємо також у конструкціях з предикатами: а) *утримувати, встановлений: У пункті базування в Новоозерному <...> противник продовжує утримувати 2 ракетних катери. <...> На останньому, до речі, встановлений зенітний ракетно-артилерійський комплекс «Палаш»* (<https://24tv.ua>, 29.12.2023), тобто противник має 2 ракетні катери, володіє ЗРК; б) *отримати, отримані: Україна отримала від США обіцяні танки Abrams* (<https://www.dw.com>, 17.10.2023); *Від західних союзників Україна отримала різноманітне озброєння: від гранатометів, стрілецької зброї, набоїв до танків, протитанкових керованих ракетних комплексів та тактичних безпілотних літальних систем...* (<https://tsn.ua>, 25.01.2023); *Танки Leopard 2A6, Leopard 2A5 та Leopard 1A5 були отримані Україною від західних партнерів у рамках військової та оборонної допомоги* (<https://www.rbc.ua>, 18.10.2023); в) *озброїтися та еквівалентними стійкими сполуками штибу стояти на озброєнні, прийняти на озброєння: Збройні Сили України озброїлися трофейними російськими танками Т-62* (<https://military.com>, 26.09.2022); *На озброєнні ЗСУ вже стоять трофейні російські Т-62* (<https://military.com>, 26.09.2022); *Міністерство оборони України прийняло на озброєння для Збройних сил танки іноземного виробництва Leopard трьох модифікацій* (<https://www.rbc.ua>, 18.11.2023).

Отже, сучасному воєнному медіадискурсу властивий спектр лексико-граматичних засобів репрезентації посесивності: як спеціалізованих, що прямо вказують на володіння суб'єктом-посесором об'єктами – назвами озброєння, військової техніки тощо, так і нетипових із прихованим вираженням посесивних відношень, які реципієнт встановлює з конституації або шляхом відповідних синтаксичних трансформацій.

Література

1. Українська мова: енциклопедія / НАН України, Ін-т мовознав. ім. О.О.Потебні, Ін-т укр. мови. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П.Бажана, 2004. 820 с.

2. Kostusiak N., Navalna M., Mezhev O., Levchenko T., Adamchuk N., Lokaichuk S., Druz Yu., Buhaiova O., Mougel D., Kushch N. Explicit and Implicit Representations of Possessively Marked Language Units in Contemporary Ukrainian Mass Media. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. Vol. 14, Issue 1, Spec. Issue XLI. P. 79–86. URL : https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140141/papers/A_13.pdf

МОЙСАК Діана, студентка,
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СТЕПАНЕНКО Микола, доктор
*філологічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

АНТИУКРАЇНСЬКІ ВОЄННІ НАРАТИВИ:

ВЕРБАЛЬНОВІЗУАЛІЗАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПРОТИДІЇ

Повномасштабна війна проти України засвідчила, що сучасні збройні конфлікти відбуваються не лише на полі бою, а й у просторі інформації. Інформаційно-психологічний компонент став одним із ключових інструментів впливу, а воєнні наративи – механізмом формування громадської думки, легітимізації агресії та конструювання викривленої картини реальності. Антиукраїнські воєнні наративи є складником системної пропагандистської стратегії, спрямованої на підірив державності,

делегітимацію влади та дискредитацію міжнародної підтримки України.

У науковому дискурсі наратив розглядають не лише як оповідь, а як когнітивну модель інтерпретації подій. За спостереженнями Георгія Почепцова, наративи формують межі «правильного» й «неправильного» світу, визначають рамки сприйняття реальності та задають очікувані реакції аудиторії. У воєнному контексті вони набувають особливої цілеспрямованості, емоційної насиченості та мультимодальності, поєднуючи текстові, візуальні та аудіовізуальні елементи. Серед ключових антиукраїнських воєнних наративів виокремлюють кілька домінантних ідеологічних конструкцій. Передусім це твердження про «недодержавність» України, яке спрямоване на заперечення її суверенітету та історичної тягlosti державності. Другий наратив – дискредитація української влади як «нелегітимної» або «неонацистської», що покликаний сформувати недовіру до державних інституцій як усередині країни, так і на міжнародному рівні. Третій наратив – позиціонування Заходу як експлуататора України, що має на меті послабити зовнішньополітичні зв'язки та зменшити рівень підтримки держави.

Особливість сучасних воєнних наративів полягає в їхній мультимодальності. Вони поширюються через традиційні медіа, соціальні мережі, месенджери, відеоплатформи, де текст супроводжується мемами, фотоколажами, відеофрагментами, інфографікою та символічними образами. Візуальний компонент виконує функцію емоційного підсилювача, пришвидшує сприйняття повідомлення та сприяє його кращій запам'ятовуваності. Вербальні засоби – емоційно маркована лексика, ярлики, метафори, риторичні запитання – формують необхідний ідеологічний акцент.

Ефективність антиукраїнських воєнних наративів значною мірою зумовлена їхньою багатоетапною моделлю поширення: від формулювання на рівні політичного керівництва до масштабного тиражування через медіа з урахуванням специфіки цільової аудиторії. Повторюваність меседжів створює ілюзію їхньої правдивості, а емоційна драматизація посилює вплив

на психоемоційний стан реципієнтів.

Водночас протидія таким наративам потребує не лише спростування фактів, а й створення ефективних вербально-візуалізаційних контрстратегій. Ідеться про розроблення контрнарративів, які поєднують доказову аргументацію з позитивними образами, національною символікою та емоційною стійкістю. Важливим є виявлення маркерів наративу на макро-, мезо- та мікрорівнях, що дає змогу системно аналізувати структуру інформаційного впливу та своєчасно реагувати на нього.

Отже, антиукраїнські воєнні наративи становлять складний комунікативний феномен, що поєднує ідеологічний, психологічний та медійний вплив. Дослідження їхніх вербально-візуальних механізмів відкриває можливості для формування стійкості суспільства до дезінформації та зміцнення інформаційної безпеки держави в умовах гібридної війни.

МОРОЗ Олег,
*аспірант, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)*

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІДЕРСТВА СЛУЖІННЯ ТА ДЕСТРУКТИВНОГО ЛІДЕРСТВА

Проблема ефективного лідерства є однією з ключових у сучасних соціальних, управлінських і політичних дослідженнях. У різних організаціях і суспільствах саме стиль лідерства визначає характер взаємодії між керівником та послідовниками, рівень довіри, продуктивність праці й соціально-психологічний клімат. У науковій літературі дедалі частіше протиставляють дві моделі керівництва – **лідерство служіння (servant leadership)** та **деструктивне лідерство**. Перша орієнтована на розвиток людей, етичність та співпрацю, тоді як друга базована на домінуванні, маніпуляції і використанні влади для власної вигоди.

Концепцію лідерства служіння сформулював американський дослідник Роберт К. Грінліф у другій половині ХХ століття. Його професійний досвід значною мірою вплинув на формування цієї теорії. Працюючи в телекомунікаційній компанії АТ&Т, Грінліф протягом кількох років брав участь у програмі підготовки керівників й аналізував діяльність великої кількості організацій, що входили до системи Bell System [1]. У результаті цих спостережень він дійшов висновку, що найбільш успішними є ті організації, де керівництво орієнтується не лише на економічні результати, але й на потреби працівників. У 1970 році Грінліф опублікував працю «Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness» [2], у якій обґрунтував ідею, що справжній лідер передусім є слугою своїх послідовників. На перший погляд поняття «лідер» і «слуга» можуть сприйматися як протилежні, однак насправді вони доповнюють одне одного. Великим лідером є той, хто допомагає іншим людям розвиватися, створює умови для їхнього професійного та особистісного зростання і підтримує атмосферу співпраці.

Основними рисами лідерства служіння є емпатія, уважне слухання, етична поведінка, здатність до переконання, стратегічне бачення майбутнього та орієнтація на розвиток колективу. Такий лідер формує команду однодумців, делегує повноваження та створює сприятливий соціально-психологічний клімат в організації. Показником ефективності servant leadership є не лише успіх організації, а й рівень професійного та особистісного розвитку її членів.

Концепція лідерства служіння має глибокі етичні корені. Багато дослідників пов'язують її з християнською традицією. У Євангелії від Марка (10:42-45) Ісус Христос звертається до своїх учнів зі словами: «Хто з вас хоче бути великим, нехай буде вам слугою». Цей принцип підкреслює, що справжня велич лідера полягає не в домінуванні над іншими, а в служінні їм.

Зразком лідерства служіння у світовій історії є діяльність Януша Корчака – польського педагога та гуманіста, який присвятив своє життя

захисту прав дітей. Він створив систему виховання, засновану на повазі до гідності дитини, і навіть у часи Другої світової війни відмовився залишити своїх вихованців, розділивши з ними трагічну долю в концтаборі Треблінка. Його вчинок став символом морального лідерства та самопожертви.

До прикладів лідерства служіння також можна віднести Махатму Ганді, який очолив ненасильницький рух за незалежність Індії, Нельсона Манделу, який сприяв національному примиренню в Південній Африці, а також Матір Терезу, що присвятила своє життя допомозі найбіднішим верствам населення. У всіх цих випадках влада розглядалася не як інструмент домінування, а як можливість служити людям.

На протилежному полюсі знаходиться деструктивне лідерство, яке характеризується використанням влади для особистих інтересів, маніпуляцією підлеглими та руйнуванням соціальних відносин у колективі. Значний внесок у дослідження цього феномена зробив норвезький учений Стіг Ейнарсен [3], що визначив деструктивного лідера як керівника, поведінка якого систематично завдає шкоди організації та її працівникам.

Однією з характерних ознак деструктивного лідерства є застосування психологічного тиску. Це може проявлятися у формі булінгу, тобто агресивної поведінки керівника щодо підлеглих, що супроводжується приниженнями, грубими висловлюваннями та створенням атмосфери страху.

Іншим проявом є мобінг – систематичний психологічний терор, спрямований проти одного з членів колективу. Термін «мобінг» походить від англійського слова mob («натовп») і був введений у науковий обіг психологом Хайнцом Лейманом. Він визначав мобінг як повторюване вороже та неетичне ставлення однієї або кількох осіб до іншої людини. Подібні явища призводять до зниження продуктивності праці, погіршення психологічного клімату та підвищення рівня конфліктності в організації.

Деструктивне лідерство часто можна спостерігати у кримінальних структурах. Наприклад, такі відомі кримінальні авторитети, як Аль Капоне, Лакі Лучано та Пабло Ескобар, створювали жорсткі ієрархічні системи

управління, що базувалися на страху, насильстві та абсолютній лояльності. Їхнє лідерство забезпечувало ефективне функціонування кримінальних організацій, однак мало руйнівні наслідки для суспільства, сприяючи поширенню насильства, корупції та злочинності. Порівняння лідерства служіння та деструктивного лідерства дає змогу визначити принципові відмінності між цими моделями. Лідерство служіння орієнтоване на розвиток людей, довіру, співпрацю та моральну відповідальність. Воно сприяє формуванню здорового соціального середовища, підвищенню мотивації працівників та довгостроковій стабільності організації.

Натомість деструктивне лідерство базується на страху, маніпуляції та примусі. Хоча в короткостроковій перспективі такі лідери можуть демонструвати ефективність, у довгостроковому вимірі їхня діяльність спричиняє руйнування соціальних зв'язків, втрати довіри та деградації організаційної культури.

Отже, ключова відмінність між цими моделями полягає в цілях використання влади. Якщо лідер служіння використовує владу для підтримки та розвитку інших людей, то деструктивний лідер – для контролю та власної вигоди.

Література

1. Сопівник Р. В., Рахманіна А. С., Санченко О. В. Лідерологія: підручник. К.: «Компринт», 2023. 695 с. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u278/liderologiya_2023_0.pdf?utm_source=chatgpt.com
2. Greenleaf R. K. *Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*. New York: Paulist Press, 1977.
3. Einarsen S., Aasland M. S., Skogstad A. *Destructive Leadership Behaviour: A Definition and Conceptual Model*. *The Leadership Quarterly*. 2007. Vol. 18. P. 207–216.

НАВАЛЬНА Марина,
*доктор філологічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ВІДАБРЕВІАТУРНИХ УТВОРЕНЬ У МОВІ СУЧАСНИХ МАСМЕДІА

У сучасному мовознавстві питання будови та класифікації відаббревіатурних утворень залишаються дискусійними. Якщо в попередні роки вважали, що не від багатьох аббревіатурних основ з'являються похідні слова загальномовного використання, то нині цю тезу заперечують, бо майже від усіх аббревіатур можна утворити похідне за законами словотвору. Регулярність творення відаббревіатурних слів дала підстави виділити природні (такі слова швидше входять до загальноновживаної лексики) та штучні (слова залишаються вузько вживаними й використовуються в межах певної субмови) процеси лексикалізації аббревіатур. Спроба систематизувати відаббревіатурні деривати свідчить про те, що утворення нових слів відбувається не хаотично, а за наявними зразками, моделями, які узвичаїлися в системі словотвору даної мови.

Питання вивчення відаббревіатурних дериватів розглядалися в роботах багатьох дослідників К. Городенської [Городенська 2013], Ж. Колоїз [Колоїз 2015], А. Нелюби [Нелюба 2009], О. Стишова [Стишов 2005], О. Тараненка [Тараненко 2015], О. Вороніна [Вороніна 2024] та ін.

Публіцистичний стиль, який є найбільшою сферою вживання відаббревіатурних дериватів у досліджуваний період, відображає істотне засвоєння мовних одиниць, продукуючи не лише нейтральну конотацію відаббревіатурних дериватів, близьку до денотативної, а й негативну та позитивну [Вороніна 2024, с. 101].

Наведемо кілька прикладів відаббревіатурних утворень із мови сучасних масмедіа:

1) утворення, ужиті в прямому значенні без додаткових семантичних відтінків: *МНС-ний; еменесний; СБУшний; есбеушний та ін.*;

2) мовні одиниці, ужиті в прямому значенні з виразною негативною конотацією, зумовленою контекстом або суспільно-політичною діяльністю: *кадебівський, енкаведистський та ін.*

3) утворення, ужиті в прямому значенні з позитивною конотацією: *юнесківський, есівський та ін.*

Пряме чи переносне значення, позитивна чи негативна оцінка часто може бути визначеною тільки в контексті.

Отже, у ХХІ ст. в мові української періодики помітно активізувалося вживання нових відаббревіатурних утворень. Вони становлять різні тематичні групи номінацій, утворених від назв-аббревіатур. Тематичні групи відаббревіатурних лексем мають свої словотвірні особливості.

Відаббревіатурні іменники нерідко мають різне графічне відтворення базових аббревіатур, що засвідчує неусталеність їхнього написання та ускладнює сприйняття читачем.

Окремі відаббревіатурні деривати в мові періодики сприймаються не як замітники словосполучення, а як звичне кореневе слово.

Література

1. Вороніна О.О. Соціолінгвістичні тенденції відаббревіатурного словотворення новотворів-назв осіб за родом їхньої діяльності перших десятиліть ХХІ століття. *Мовознавчий вісник*. 2024. Вип. 36. С. 62-69.

2. Городенська К.Г. Нові явища та процеси в українському словотворенні: динаміка чи деструкція словотвірних норм? *Українська мова*. 2013. 2. С. 3-12.

3. Колоїз Ж.В. Неузале словотворення: монографія. Кривий Ріг : НПП Астерікс, 2015. 156 с.

4. Нелюба А.М. Черезкрокове словотворення й інноваційні явища в українській мові (на зразках суфіксальних дериватів). *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Мовознавство*. 2009. Т. 17. Вип. 15(1). С. 201-209.

5. Стишов О.А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ : Пугач, 2005. 388 с.

6. Тараненко О.О. Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець ХХ — ХХІ ст.) : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. 248 с.

ОЛЕКСЕНКО Володимир,
доктор філологічних наук, професор,
Херсонський державний університет
(м. Івано-Франківськ, Україна)

**МОВА ЦИФРОВИХ ЕМОЦІЙ: ЕКСПРЕСИВНІСТЬ
ЯК МАРКЕР СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ
У МЕДІАДИСКУРСІ ХХІ СТОРІЧЧЯ**

Актуальність. Сучасний медіапростір зазнає стрімких змін під впливом цифровізації, соціальних мереж і глобальних соціокультурних процесів. У цих умовах мова медіа стає не лише засобом передачі інформації, а й потужним інструментом вираження емоцій, оцінок та впливу на аудиторію. Особливого значення набувають експресивні мовні засоби, які відображають динаміку суспільних настроїв, формують нові культурні сенси та впливають на способи сприйняття інформації. Дослідження експресивності як маркера соціокультурних трансформацій є надзвичайно актуальним для розуміння особливостей сучасного медіадискурсу, визначення тенденцій розвитку комунікаційних практик та аналізу змін у мовній картині світу. У цьому контексті експресивні елементи мови виступають не лише як засіб емоційної насиченості текстів, а й як індикатори трансформацій ціннісних орієнтирів, культурних норм і колективної свідомості аудиторії. Особливо цікавим є вплив цифрових форматів комунікації – мемів, емодзі, стікерів і коротких відеоповідомлень – на експресивність медіамови. Вони створюють нові способи передачі емоцій і оцінок, формують візуально-вербальні коди спілкування та сприяють швидкому розповсюдженню культурних сенсів у глобальному цифровому просторі. Таким чином, мова цифрових емоцій стає відображенням не лише індивідуальних реакцій, а й широких соціокультурних трансформацій, що визначають сучасний спосіб комунікації

та сприйняття світу. Отже, аналіз експресивності у цифровому медіадискурсі дозволяє не лише зрозуміти механізми формування комунікаційної культури, а й виявити глибинні зміни у соціальних цінностях та культурних моделях, що визначають взаємодію людини і суспільства в умовах цифрової ери.

Мета – дослідити особливості експресивності в сучасному медіадискурсі та з'ясувати її роль як маркера соціокультурних трансформацій у ХХІ сторіччі.

Завдання: проаналізувати експресивні мовні засоби сучасного медіадискурсу; визначити функції експресивності у передачі емоцій, оцінок та впливу на аудиторію; дослідити вплив цифрових форматів (меми, емодзі, стікери, відеоповідомлення) на експресивність; з'ясувати, як експресивність відображає соціокультурні трансформації у ХХІ сторіччі.

Об'єктом дослідження є мова сучасного медіадискурсу, **предметом** – експресивні мовні засоби як маркери соціокультурних трансформацій.

Наукова новизна: експресивність у цифрових медіа виступає ключовим індикатором соціокультурних трансформацій.

Виклад основного матеріалу. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується глибокими соціокультурними трансформаціями, зумовленими передусім процесами цифровізації та активним функціонуванням медіа. У цих умовах мова медіапростору перестає бути лише засобом інформування і дедалі більше виконує функцію емоційного впливу на аудиторію та формування ціннісних орієнтирів, набуваючи підвищеної експресивності, емоційної насиченості та суб'єктивності. Як зазначає Ф. Бацевич, «комунікація завжди передбачає взаємодію мовця й адресата в певному соціальному контексті» [1], що особливо актуалізується в цифрову епоху. Моніторинг Інституту масової інформації (ІМІ) за травень 2025 року показав, що в онлайн-медіа України значно зросла емоційність згадувань про політиків – позитивні та негативні оцінки замінили частину нейтральних повідомлень [turn0search0][turn0search11]. **Приклад:** у матеріалах про політичних діячів зміна тональності супроводжується словесними оцінками,

що підсилюють емоційний відгук читацької аудиторії. Це пов'язано з потребою не лише інформувати, а й впливати на реципієнта, формувати його емоційне ставлення до подій і явищ.

Медіадискурс як особливий тип дискурсу поєднує інформаційні, оцінні та експресивні елементи. Він виконує функції інформування, впливу на аудиторію та формування ціннісних орієнтирів, відображаючи соціокультурні процеси сучасного суспільства. У цифровому медіапросторі експресивність набуває особливої ваги, оскільки емоційна насиченість повідомлень і суб'єктивна оцінка стають важливими інструментами комунікації та взаємодії з аудиторією. Дослідники наголошують, що «сучасний дискурс не лише відображає соціальну реальність, а й конструює її» [5;6]. У цьому контексті експресивність стає однією з визначальних ознак сучасного медіадискурсу, виступаючи інструментом впливу на масову свідомість і водночас маркером суспільних трансформацій. Висвітлюючи події воєнного часу, одні й ті самі новини можуть мати заголовки різного емоційного забарвлення: *«ЗСУ звільнили населений пункт на Донеччині – Генштаб»* (Українська правда - <https://www.pravda.com.ua/>); *«Військовий евакуював цивільних із зони обстрілу»* (РБК-Україна - <https://www.rbc.ua/>); *«Росія завдала ракетного удару по Харкову: є поранені»* (Суспільне - <https://suspilne.media/>) - (нейтрально) і *«ЗСУ вибили окупантів із села на Донеччині та підняли прапор»* (ТСН - <https://tsn.ua/>); *«Герой під вогнем рятував десятки людей із пекла обстрілів»* (Обозреватель - <https://www.obozrevatel.com/>); *«Ворог накрив Харків ракетами: місто здригнулося від вибухів»* (УНІАН - <https://www.unian.ua/>) - (експресивно) - і це змінює сприйняття аудиторії. Багато онлайн-видань використовують заголовки з оцінною лексикою, що привертає увагу і формує емоційну реакцію читача. Наприклад, у заголовках сучасних онлайн-видань часто використовуються емоційно забарвлені конструкції: *«Ніч під вогнем: ворог бив авіабомбами по Запоріжжю»* (ТСН.ua); *«Жахливий місяць російського полону: історія одного підвалу в українському селі»* (TIME); *«Начальника*

ТЦК відсторонили від роботи: журналіст розповів шокувальні подробиці (ТСН.ua). Такі заголовки відразу викликають емоційний відгук у читача. Дослідження Інституту масової інформації (ІМІ) показало, що 8 із 18 українських YouTube-каналів медіа системно використовують гіперболізовані, шоківі заголовки і драматизовані обкладинки з метою привернення уваги аудиторії, особливо на темах війни та безпеки. З-поміж таких каналів: канали УНІАН, Oboz.ua, «24 канал», РБК-Україна та ін. Це підтверджує тренд емоційності у медіамові [turn0search5]. Моніторинг ІМІ окремо аналізував заголовки онлайн-медіа, показуючи використання клікбейтних формул та емоційно забарвлених словосполучень, що виходять за рамки нейтрального повідомлення факту [turn0search5]. Моніторинги заголовків, зібрані Інститутом масової інформації в рамках рубрики «Ох май ньюз», демонструють, як у заголовках використано мовні конструкції з емоційним забарвленням, специфічною подачею та несподіваним формулюванням, що привертають увагу читача й мають певний емоційний ефект [turn0search0][turn0search2]. Наприклад, у підбірках трапляються заголовки на зразок: ***«СИВОЧОЛИЙ МІНУС: НА ЧЕРКАЩИНІ ЗМЕНШИЛАСЯ КІЛЬКІСТЬ ПЕНСІОНЕРІВ (ВІДЕО)*** - капслоком, що створює враження драматичності; ***«У Дніпрі згряя собак накинулася на школярів: моторошні кадри»*** (Обозреватель - <https://www.obozrevatel.com/>) - шоківий ефект досягається через несподівану ситуацію за допомогою дієслова *«накинулася»* та означення *«моторошні»*. Ці приклади демонструють, що емоційні та незвичні формулювання не лише привертають увагу, а й впливають на спосіб подання інформації. Формулювання на зразок ***«Олена Зеленська викликала фурор в Литві»*** або надмірно оцінні прикметники можуть створювати дисбаланс між фактом і його подачею. Такі мовні конструкції не лише передають інформацію, а й одразу впливають на сприйняття, формуючи емоційну реакцію ще до ознайомлення з основним контекстом.

Характерною особливістю медіамови є активне використання метафоричних конструкцій, які не лише збагачують виразність тексту, а й відображають соціальні та культурні процеси сучасного суспільства. Метафори у медіатекстах уявно репрезентують складні явища, формують асоціативні зв'язки та впливають на сприйняття подій аудиторією. Зокрема, у медіатекстах воєнного періоду поширеними є метафоричні конструкції, що формують емоційно-оцінну картину подій і посилюють мобілізаційний ефект: *«Залізний кулак оборони стримує ворога на сході»* (<https://www.pravda.com.ua/>) – образне позначення потужної та згуртованої військової сили; *«Енергетичний терор: як Україна проходить зиму»* (<https://www.bbc.com/ukrainian>) - переносне означення атак на енергетичну інфраструктуру; *«Сталевий характер нації в умовах війни»* (<https://www.liga.net/>) – метафора незламності українського суспільства. Такі мовні конструкції виконують кілька функцій: **емоційно-оцінну**: вони формують у аудиторії певну позицію та емоційне ставлення до подій; **мобілізаційну**: закликають до дії або підтримки спільної мети; **когнітивну**: спрощують складні соціально-політичні реалії через конкретні образи та метафори, роблячи їх зрозумілішими для широкого кола читачів. На думку Н. Ферклафа, «медіадискурс є сферою, де мовні засоби слугують механізмом соціального впливу» [6], що підтверджується сучасною практикою. Подібні вислови не лише передають інформацію, а й створюють потужний емоційний та культурний контекст, який відображає характерні риси суспільної свідомості у воєнний період. Метафоричні образи допомагають створювати емоційний контекст і роблять інформацію більш запам'ятовуваною, підкреслюючи значущість тих чи тих соціальних трансформацій.

Важливим проявом цифрової культури є проникнення в медіатексти елементів розмовності та інтернет-комунікації. Зокрема, у текстах соціальних мереж і новинних платформ часто вживаються слова і вирази на зразок *«мережу заповнили мему про...»*, *«соцмережі вибухнули обговореннями...»*, *«коментарі рясніють...»*, *«Wow...just, wow»* (Jezebel) -

класичний інтернет-рефрен для вираження сильних емоцій (здивування, обурення, захоплення); «*yet/rizz*» (*MeningSpot*) - сучасні сленгові слова, що часто з'являються у підписах, мемах, коментарях. Такі одиниці створюють ефект неформального діалогу з аудиторією, сприяють персоналізації повідомлення та наближенню масової комунікації до повсякденного мовлення. За спостереженнями дослідників, «медіадискурс дедалі більше орієнтується на емоційний компонент і суб'єктивну інтерпретацію подій» [4].

Крім того, сучасний медіапростір активно використовує графічні та лексико-стилістичні засоби експресії: багаторазові знаки оклику (*Сенсація!!!, Увага!!!!, Терміново!!!*) та поєднання питального й окличного знаків (*Що це було?!, Як так можна?!*), які підсилюють емоційний вплив повідомлення й привертають увагу адресата (<https://vcf.vn.ua/5-4-gazetno-publicistichnij-stil-ekspresivni-zasobi-movi/>). До графічних засобів експресивізації належить також написання слів і фраз великими літерами (**ЦЕ ПОТРІБНО ЗНАТИ, ВАС ПОПЕРЕДЖАЛИ**), розтягування слів (*Шоооок!, Ні-і-і-і!, Сунееер!*), що виконує функцію інтонаційного виділення та акцентування уваги на оцінці (<https://osvita.ua.com/2018/09/66065/>). Поширеним є використання емоційно-оцінної («шокової») лексики: *скандал, жах, паніка, катастрофа, сенсація, обурення, провал, фіаско, страх*, яка спрямована на формування сильного емоційного ефекту і формує потрібну емоційну реакцію аудиторії (https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/3_2025/part_1/13.pdf), емодзі для передачі настрою або реакції («😱», «😄», «😓», «😡») та смайликів у коментарях і постах, які стають типовими для соціальних платформ і мобільних стрічок новин. В інтернет-комунікації експресивну функцію виконують хештеги (*#зрада, #перемога, #скандал*), що водночас маркують тему й передають оцінність (<https://osvita.ua.com/2018/09/66065/>). Такі графічні елементи й «шокова» лексика роблять медіамову більш яскравою та виразною, допомагають миттєво привернути увагу аудиторії і створюють емоційний контекст ще до ознайомлення з основним текстом. Це

свідчить про трансформацію традиційних норм письмової комунікації та формування нової культури цифрового мовлення і своєрідних способів вираження емоцій.

Такі практики підтверджують загальну тенденцію медіадискурсу до підсилення емоційності: не лише кількість згадувань і тональність змінюється в бік експресивності, а й самі способи подавання інформації адаптуються до вимог цифрового середовища. При цьому ті самі ІМІ-монітори також фіксують високі вимоги до стандартів професійної журналістики в деяких онлайн-виданнях, що не зловживають надмірними оцінками [turn0search5]. Проте певні ресурси утримують баланс між фактом і коментарем, уникаючи надмірної емоційності у заголовках.

У цифрову добу мова перестає лише описувати реальність – вона стає інструментом її творення. Активне використання емодзі, метафоричних формул і клікбейтних заголовків медіа не просто повідомляють факти, а слугують засобом формування суспільних настроїв та інтерпретаційних моделей, будують нові сенси та навіть змінюють соціальні структури. Наприклад, у Twitter або Instagram одна публікація може миттєво стати «вірусною», формуючи масові дискусії, громадську думку та культурні тренди. Мем-культура і хештеги, як-от #MeToo або #BlackLivesMatter, демонструють, як слова і короткі цифрові повідомлення здатні мобілізувати людей, формувати соціальні рухи та створювати нові наративи про справедливість і рівність. Мова в цифровому середовищі також конструює віртуальні ідентичності: блогери та контент-креатори, наприклад, на ТікТок. Через тексти, підписи та відео формують образи, які взаємодіють із аудиторією і впливають на стиль життя та поведінку користувачів. У такий спосіб мова перестає бути пасивним описом світу – вона активно створює його версії, змінюючи уявлення про соціальні норми, культуру та навіть політичні процеси.

Отже, експресивність у сучасному медіадискурсі не є другорядною стилістичною рисою, а виступає ключовим механізмом осмислення й

інтерпретації соціальної реальності та потужним соціокультурним маркером, що відображає глибинні трансформації комунікативної свідомості суспільства. Посилення емоційності мовлення, активне використання оцінних і метафоричних конструкцій, графічних маркерів та елементів інтернет-комунікації засвідчують зміну комунікативної парадигми ХХІ сторіччя. У цифровому просторі слово перестає бути нейтральним носієм інформації – воно стає інструментом впливу, мобілізації та формування колективних смислів. Саме тому аналіз експресивності дозволяє глибше зрозуміти не лише трансформації мови, а й динаміку сучасної культури загалом.

Перспективним напрямом подальших студій є комплексний аналіз експресивних стратегій у різних типах медіа (новинних, соціальних, візуальних), а також дослідження взаємодії вербальних і невербальних засобів у структурі цифрового дискурсу. Таким чином, проблема мови цифрових емоцій набуває міждисциплінарного звучання й відкриває широкі можливості для подальших наукових пошуків у галузі сучасної лінгвістики та медіакультури.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. К.: ВЦ «Академія», 2009. 344 с.
2. Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності (стилістика та культура мови). Київ: Довіра, 1999. 431 с.
3. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилістика української мови [Текст]: підруч. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл. / Л. І. Мацько [й ін]; ред. Л. І. Мацько. Київ: Вища школа, 2003. 462 с.
4. Навальна М. І. Лексичні конотації як експресивний засіб мовлення. Психолінгвістика. 2014. Вип. 16. 127-135. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2014_16_12
5. Fairclough N. Media Discourse. London: Edward Arnold, 1995. 214 p.
6. Van Dijk T.A. Discourse and Power. London: Palgrave Macmillan, 2008. 308 p.

ОЛЕКСЕНКО Олена,
*кандидат філологічних наук,
професор, Харківський національний
педагогічний університет імені
Г.С. Сковороди (м. Харків, Україна)*

ЯКОВЛЕВА Тетяна,
*доктор філософії, асистент учителя,
фонд Шюрмат
(м. Цецвіль, Швейцарія)*

ВИГУКОВІ ЕВФЕМІЗМИ ТА ІНКЕКТИВИ ЯК ЗАСОБИ ОЦІНКИ В МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Мовлення сучасних українських масмедіа зазнає інтенсивних змін під впливом соціально-політичних процесів і подій, зокрема російсько-української війни. Динамічні трансформації мовної системи зумовлені потребою оперативного вираження оцінки подій, ставлення до агресії, суспільних явищ і поведінки соціальних суб'єктів. У цих умовах активізується функціонування вигуківих евфемізмів та інвектив як засобів вербалізації емоційно-оцінного ставлення мовця до дійсності. Зазначені одиниці мови виконують у медійному дискурсі важливу аксіологічну функцію, забезпечуючи передачу негативної, а іноді й позитивної оцінки ситуації. Як факти мовлення дискурсивні слова були у фокусі наукової уваги таких дослідників, як Ф. Бацевич, Т. Вільчинська, Б. Коваленко, Т. Космеда, Д. Лесик, Ю. Мушкетик, Л. Ставицька, М. Степаненко, С. Форманова та ін. Однак вигуківі евфемізми та інвективи як носії аксіологічних значень у мові ЗМІ потребують окремої уваги.

Вигуківі інвективи та евфемізми належать до дискурсивних слів, оскільки виражають не лише емоції, а й прагматичне ставлення мовця до повідомлюваного. Вони виступають носіями конотативного значення, яке сприяє формуванню оцінної модальності тексту та посиленню його експресивності. У медійному мовленні інвективні вигуки виконують функцію маркерів негативної оцінки, вербалізуючи презирство, обурення,

гнів, розчарування або іронічне ставлення до описуваних подій. Частотне використання таких одиниць у сучасних ЗМІ пов'язане з прагненням авторів наблизитися до аудиторії, створити ефект емоційної солідарності та продемонструвати спільність ціннісних орієнтацій із читачами.

Вигуківі евфемізми виконують оцінну функцію, вирізняючись меншим, ніж інвективи, ступенем категоричності. Вони використовуються для пом'якшення негативної оцінки та забезпечення комунікативного комфорту, водночас зберігаючи експресивність висловлювання. До поширених евфемізованих вигуків належать одиниці питомо українського походження (*трясця, халепа, якого біса, якого дідька, якого греця*), а також запозичені або жаргонні утворення (*блін, капець, жесьть, треш, кринж, бляха, бляха-муха*). Вони функціують як засоби вираження незадоволення, прикрості, подиву або обурення, формуючи оцінний компонент медійного тексту.

Інвективні вигуки, на відміну від евфемізмів, характеризуються вищим ступенем експресивності та обценності. Вони реалізують функцію вербальної агресії та слугують засобом різкого засудження негативних суспільних явищ, зокрема військових злочинів Росії, неприйнятних політичних рішень або соціальної несправедливості. У сучасному медійному дискурсі активно використовуються як питомі інвективні одиниці, так і запозичення з інших мов, особливо англійської і російської. Часто такі слова графічно модифікуються або евфемізуються шляхом пропуску окремих літер, що свідчить про намагання поєднати експресивність із певними етичними нормами публічного мовлення (*пзду, с*ка, бл*,б*ть, нах*, грьобаний, вот зе фак, фак ю*).

Аксіологічний потенціал вигуківіх евфемізмів та інвектив реалізується у взаємодії з іншими мовними засобами, зокрема оцінною лексикою, риторичними запитаннями, експресивним синтаксисом, окличними конструкціями та контекстуальними компонентами. Таке поєднання забезпечує комплексне формування емоційно-оцінної тональності тексту, посилює вплив на адресати та сприяє ефективній реалізації комунікативного

наміру автора. У багатьох випадках інвективи виступають смисловими центрами висловлювання, концентруючи основний оцінний зміст повідомлення, напр.: *Тута бий, тама не бий. Товсті ракети нізя, аеродроми нізя... та ну йобен-бобен* (Telegram-канал Український наступ, 22.06.2024), «*Треш. Як скажені. Збожеволіли*». Співачка *KOLA* опинилася в Ізраїлі під час нападу *ХАМАС* (NV Life, 08.10.2023), *Від любови до ненависти один крок? Та чи була любов, тряця?* (Telegram-канал Ірини Фаріон, 18.09.2023).

Активізація інвективної та евфемістичної лексики у мові ЗМІ є наслідком екстремальних соціальних умов, насамперед війни, що спричинила зростання емоційної напруги в суспільстві. Такі одиниці виконують не лише експресивну, а й катартичну функцію, сприяючи емоційному розрядженню мовців та вираженню колективного ставлення до агресора. Водночас результати проведених соціолінгвістичних досліджень свідчать, що значна частина мовців вважає використання обценних вигуків у текстах ЗМІ недоречним, що вказує на існування конфлікту між потребою експресивного вираження та дотриманням мовно-етичних норм.

Отже, вигуківі евфемізми та інвективи є важливим засобом аксіологічної інтерпретації дійсності в сучасному медійному дискурсі. Вони забезпечують вербалізацію оцінного ставлення мовців до подій, посилюють експресивність і прагматичний вплив тексту, сприяють формуванню емоційного зв'язку між автором і аудиторією. Їхнє активне функціонування зумовлене соціально-історичними обставинами та відображає трансформацію мовних норм у період суспільних потрясінь. Вигуківі евфемізми виконують переважно пом'якшувальну функцію, тоді як інвективи підсилюють негативну оцінку та виконують роль маркерів мовного опору й емоційної реакції суспільства на кризові явища.

ПАВЛОВА Алла,
*доктор філологічних наук, доцент,
Дніпровський національний
університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)*

МОДЕЛЬ «ІМАНЕНТНЕ/ТРАНСЦЕНДЕНТНЕ» В ПОЕЗІЇ АРТУРА ДРОНЯ

Сучасна українська «воєнна поезія» потребує глибокого філософського осмислення, оскільки вона фіксує граничний досвід людського існування на межі життя та смерті. Творчість А. Дроня стає репрезентативним контекстом для дослідження того, як сакральне проникає у повсякденність фронтового побуту. У поезії молодого автора – учасника бойових дій – модель «іманентне/трансцендентне» реалізована через радикальне заземлення біблійного канону в реалії сучасної війни. Іманентне (земне, тілесне) тут представлене через граничний натуралізм: прострелені ноги, обмороження, хвороби та нудоту після бою. Любов не постає як абстрактна ідея, вона буквально «риє окопи», страждає від гриж та замерзлої води в пластикових пляшках. Автор десакралізує форму, але водночас сакралізує зміст, переносячи божественне у бруд бліндажів та холод посадок. Трансцендентне (вище, вічне) [4] проявляється у здатності любові до самоподолання, коли дух продовжує йти навіть тоді, «коли ніг у любові більше немає» [2].

Цей вихід за межі людських можливостей і є актом самотрансцендентації [3]. Смерть у вірші не стає фіналом, а слугує точкою переходу, де індивідуальна екзистенція розчиняється у вічності. Коли любові «закривають очі», вона не зникає, а «переходить живим», що об'єктивує ідею безсмертя через спадкоємність духовного первня. Таким чином, вічне («любов ніколи не перестає») оприявнюється через тимчасове: через відчай, біль. Трансляція духовної ідеї відбувається в конкретному морально-етичному вчинку – порятунку побратима чи триманні позиції. Бог у цій моделі не перебуває десь ззовні, він іманентно присутній у кожному виході

на бойове чергування та в кожному кроці бійця, який, як звичайна жива людина, переживає страх. Трагізм буття долається не лише через заперечення смерті, а через наповнення її найвищим сенсом жертвності. Зрештою, вірш демонструє, що справжня духовність народжується на перетині фізичного страждання та незламної віри у «когось найважливішого»:

Любов риє окопи і живе в них,
і гризе у них лід із розрізаної пляшки,
коли хоче пити у мінус двадцять.
Любов виходить на бойові чергування,
піднімається на позиції
з грижами, з температурами, із простатитами,
із контузіями, з астмами і алергіями,
з високою імовірністю
не повернутися,
з думками про когось
найважливішого.
Все зносить, вірить у все,
сподівається всього, все терпить! [2, с. 48].

Інтертекстуальність вірша «Ізюмське причастя» А. Дроня базується на радикальній деконструкції літургійних формул та біблійного сюжету про жертву Христа. Автор уводить цитату з Божественної літургії (Таємної вечері), замінюючи однину на множину: замість «Тіла Христового» постають «тіла наші», що колективно ламаються за народ. Це перетворює індивідуальну жертву Спасителя на масову трагедію українського народу, де кожен загиблий в Ізюмі стає співучасником події. Ключовий конфлікт інтертексту полягає у фразі «але жодного відпущення гріхів», яка заперечує традиційну сотеріологічну функцію жертви. Якщо смерть Христа мала на меті спокуту, то смерть цивільних та військових в Ізюмських лісах постає як чистий жах, що не несе релігійного заспокоєння. Деталізація катувань – «кістки виходять назовні», «кров і вода» – прямо відсилає до євангельського

опису розп'яття, де з пробитого боку Ісуса витекли кров і вода. Поет акцентує на візуальній схожості закатованих із «Сином Божим», роблячи їх іконами страждання, але позбавляючи їхні смерті сенсу «прощення».

Метафора «Ізюмського причастя» перетворює акт ексгумації на страшну літургію, де живі причащаються болем мертвих, викопуючи їх із землі. Образ «молодшого сина» у фіналі вводить алюзію на притчу про блудного сина, проте цей син повертається не до батька з каяттям, а до світу з неблаганною пам'яттю. Слова «який нікому цього не відпустить» є семантичною антитезою молитви «Отче наш» (Євангеліє від Матвія, 6: 9–13) [1, с. 939], де прощення провин є умовою духовного життя. Автор стверджує нову етику війни: зло такого масштабу не може бути «відпущене» за класичним релігійним канонам. Універсальність біблійного тексту тут слугує лише фоном для підкреслення унікальності та невідворотності української трагедії. Бог у вірші постає мовчазним свідком, до якого звернено болючий докір: «Ми вже давно як твій син». Таким чином, інтертекстуальність твору працює на творення «теології після Ізюму», де сакральне зливається з фізіологічним болем. Поезія А. Дроня фактично подає новий мартиролог (шанування пам'яті мучеників), де святість визначається не безгрішністю, а спільністю страждання з Христом.

Ми такі схожі на твого сина.

Це наші тіла, подивися, це ж наші тіла.

Ми вже давно як твій син.

Стільки тіл, подивись, стільки тіл.

Ми – твій молодший син,

який нікому цього

не відпустить [2, с. 48].

У вірші «Мама» любов матері виступає фундаментом трансцендентності [2], адже саме її слово здійснює метаморфозу перетворення «найм'якшої дитини» на незламну духовну субстанцію. Трансцендентність тут виявляється у здатності солдата вийти за межі своєї вразливої людської

природи та стати «чоловіком із каменю», якого не точить вода життєвих випробувань. Мати не просто благословляє сина, а сакралізує його новий стан, де фізична твердість є відображенням внутрішньої духовної сили. Образ каменю, що не є «каменем спотикання», відсилає до біблійних архетипів стійкості, які закладаються в основу особистості ще з дитинства. Молитва матері перетворює військовий обов'язок на священне служіння, де зв'язок між рідними долає відстань і страх смерті.

Навіть у стані «надщербленості» війною солдат залишається цілісним завдяки присутності материнської підтримки, яка символічно «завжди на плечі». Ця любов стає тією іманентною силою, що дозволяє воїну досягнути вищий сенс боротьби, перетворюючи біль розлуки на енергію витривалості. Мати приймає трагічну реальність («не буває відпусток, тільки проводи»), чим допомагає синові трансцендувати страх перед невідомим. Її заклик «додати твердості» замість сліз – це найвищий прояв жертвовної любові, трансцендентної за суттю. Через це материнське слово солдат здобуває здатність протистояти трагічності буття. Таким чином, любов матері стає онтологічною опорою, що зв'язує земне життя солдата з його вищим призначенням у вимірі духовного універсуму:

Тепер обидвоє знаємо:
не буває відпусток з війни,
тільки проводи.
Але кожен із нас,
хто добавив тобі сльози,
хай добавить і твердості
у твоє кам'яне тіло.
Це не прощання, але
я кажу, що завжди на плечі.
Найм'якша Дитино
У Світі,
віднині ти камінь. Амінь [2, с. 48].

Поезія А. Дроня представляє радикально нову екзистенційну модель, де духовність вимірюється не абстрактними категоріями, а фізичною стійкістю та конкретним вчинком. Модель «іманентне/трансцендентне» у цих текстах реалізується через заземлення сакральних біблійних істин у криваву та болісну реальність війни. Автор доводить, що вихід за межі людських можливостей (самотрансцендування) стає єдиним способом подолання трагізму буття та збереження особистості. Образи прострелених ніг, каменю замість тіла та ізюмського лісу перетворюють релігійні метафори на пряме свідчення про людську крихкість і силу водночас. Концепція любові у віршах втрачає сентиментальність, стаючи суворим інструментом виживання та етичним обов'язком перед живими й мертвими. Зрештою, ці тексти стверджують, що істинне безсмертя духу здобувається через свідому самопожертву, яка назавжди закарбовує образ людини у вічності.

Література

1. Біблія або Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту. Київ : Українське біблійне товариство, 2018. 1229 с.
2. Дронь А. Вірші з війни. *Універсум*. 2023. № 3–4 (351–352). С. 48. URL: <https://universum.lviv.ua/data/magarticles/files/3305.pdf>
3. Павлова А. К. Трансляція та об'єктивація фольклорної ідеї життєвого сенсу людини в усній поезії. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73). № 2. Ч. 2. С. 72–77.
4. Hampton A. J. B. Transcendence and Immanence : Deciphering Their Relation through the Transcendentals in Aquinas and Kant. *Toronto Journal of Theology*, 2018. Vol. 34. Nu 2. Fall. P. 187–198.

ПАВЛОВА Інна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Харківський національний
педагогічний університет імені
Г.С. Сковороди
(м. Харків, Україна)*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ СИМВОЛІВ ЧИСЛА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПОЕЗІЇ

Сучасний мовознавчий дискурс характеризується інтенсивним пошуком нових підходів до вивчення граматичних одиниць у художньому тексті. У межах прагматичної парадигми особливої ваги набуває дослідження числівника не лише як кількісного показника, а як потужного когнітивного та символічного ресурсу. Актуальність вивчення числових символів зумовлена їхньою здатністю до трансформації традиційної семантики в поетичній мові, що дозволяє простежити еволюцію світоглядних орієнтирів, де граматична форма стає інструментом вираження експресивної своєрідності та авторського бачення.

Мета розвідки – виявити й описати трансформації традиційних числових символів в мові поетичних творів, що репрезентують індивідуально-авторське вживання числових форм. Об'єктом дослідження стали поетичні тексти сучасної воєнної доби. Предметом дослідження – лінгвопоетичні особливості трансформації семантики традиційних числових символів та особливості їхньої художньої актуалізації в сучасних текстах.

Семантика і функції числа неодноразово ставали об'єктом наукових досліджень: «Число – велике надбання людства. Без нього не можна уявити жодної галузі знань. Воно виконує цілу низку важливих функцій, зокрема слугує для виміру речей, виражає зв'язок явищ тощо» [3, с. 62]. Звернення до поетичної мови дає можливість з'ясувати додаткові конотації і переносні значення числівників, зміну та трансформацію значення. Саме поезія стала тим мовним простором, який демонструє трансформації символів, адже саме

в ліриці число перестає бути кількісною одиницею, а стає багат шаровим образом.

Символічного значення наші предки надавали числу *дванадцять*, що відображено у традиціях (у народних казках істоти з дванадцятьма головами, дванадцять страв готують на Святвечір, по дванадцять годин мають день і ніч тощо). У традиції православної церкви дванадцять символізує вінець із дванадцяти зірок та є уособленням Діви Марії як символу «жінки, одягненої в сонце» з Одкровення Івана Богослова. Однак у сучасній поезії, що створена в період війни, уживання числа дванадцять може набувати іншого значення – 12 зірок на прапорі Європейського Союзу, що символізує допомогу й підтримку Україні. Саме таке трансформоване, чи подвійне, значення передають поетичні рядки: *Діва з вінцем із дванадцяти зірок / у метро / усміхається на ескалаторі / матері і немовляті* [4, с. 335].

Вивчаючи уживання числівників у поетичній мові М. Вінграновського, представника когорти шістдесятників, помітили, що найчастотнішим числівником його текстів є числівник *сто*, який не має значення ста одиниць, а «вживається для називання невизначено великої кількості – “багато” і навіть “дуже багато”» [2, с. 141], що створює гіперболізовані образи кохання, смерті, зневіри. Однак таке функціонування числівника відображає психологічний тип автора, поета, зануреного у внутрішній світ. Поетичні тексти сьогодення, періоду війни в Україні, демонструють набуття числами нової семантики. Числівник *сто* та іменник *сотня*, що також передає значення кількості ста одиниць, сьогодні набувають іншого значення. Символіка *сотні* в сучасному українському контексті (особливо в поезії) зазнала однієї з найпотужніших трансформацій. Якщо раніше це було переважно кількісне поняття, навіть у значенні багато, або фольклорний образ (козацька сотня), то сьогодні це сакральний символ жертвності та військової єдності, символ Небесної Сотні. Автор поезії «Гідність» Б. Андрух надає різних сенсів числівнику сто – це і мало, і багато, а сто людських життів – це Ангели в небі, це наша біль, наша пам'ять: *«Ну, а 100 людей під словом «Гідність»? / Це ж, мабуть, як*

сад розлогих груш?» / «100 людей – це НЕВИМОВНА КІЛЬКІСТЬ! / 100 життів – це БІЛЬ МІЛЬЙОНІВ ДУШ!..» [1].

У поетичних текстах воєнної доби функціують числівники, що, навпаки, набули символічного значення, однак не мали сакрального чи історичного підґрунтя. Ці числа позначають століття, роки, дати, що пов'язані з початком повномасштабного вторгнення: *У двадцять першій столітті, в Європі, / дружба між нами починається вдосвіта, / тоді коли й сирени повітряних тривоги* [4, с. 253], *до зими двадцять другого ми не знали / що таке “орел вийняв карі очі на чужому полі, біле тіло / вовки з'їли, така його доля”* [4, с. 347], *двадцять четвертого лютого сталося вчора. / я з того ранку не забуваю нічого* [4, с. 241].

Отже, у сучасній поезії авторів воєнної доби числівник втрачає свою первинну квантитативну (кількісну) функцію, перетворюючись на складний лінгвокультурний знак. Традиційні числа-архетипи піддаються інтенсивній ресемантизації: їхнє сакральне або фольклорне значення витісняється новими, часто драматичними конотаціями, що зумовлені актуальним соціокультурним досвідом. Натомість числа, які не мали раніше сакрального значення, демонструють зворотний процес – набуття нових символічних конотацій, що потребують досліджень науковців.

Література

1. Андрух Б. Гідність. URL: <https://tydyvy.com/video/DykXX1M> (дата звернення: 04.03.2026).

2. Павлова І.А. Поетика числівника в ліриці Василя Стуса. *Лінгвістичні дослідження: Збірник наук. праць Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди*. Харків, 2014. Вип. 38. С. 138-145.

3. Павлова І.А., Тимченко Ю.О. Віддзеркалення символіки числа в поетичному просторі шістдесятників. *Лінгвістичні дослідження: Збірник наук. праць Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди*. Харків, 2016. Вип. 44. С. 61-67.

4. Поміж сирен. Нові вірші війни: збірка поезій / упорядкування, передмова Остапа Сливинського; худ. Дарія Філіпова. Харків, 2023. 496 с.

ПЕВСЕ Андрея,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
Закарпатський угорський університет
імені Ференца Ракоці II (м. Берегове,
Україна); Ниредьгазький
університет (м. Ниредьгаза,
Угорщина)*

ЦИФРОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФІЛОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ ЯК ЧИННИК СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ СУЧАСНОГО ДИСКУРСУ

У статті розглянуто роль цифрових інформаційних технологій у розвитку сучасних філологічних досліджень. Проаналізовано вплив цифрового середовища на методологію аналізу тексту, трансформацію мовних норм та зміну комунікативних кодів. Окреслено взаємозв'язок між цифровізацією гуманітарного знання та соціокультурними змінами сучасного дискурсу. Визначено, що застосування цифрових інструментів сприяє формуванню нових дослідницьких практик, які поєднують традиційні філологічні методи з кількісним та автоматизованим аналізом мовних даних.

Цифровізація комунікації спричинила появу нових форм тексту – гіпертекстуальних, мультимодальних, інтерактивних. Відповідно, традиційні філологічні методи аналізу потребують доповнення інструментами автоматизованої обробки мовних даних.

Сучасні дослідження доводять, що цифрові технології стають не допоміжним засобом, а методологічною основою гуманітарного аналізу, змінюючи саму логіку інтерпретації тексту та поняття авторства, контексту і значення.

У сучасній науці сформувався напрям цифрової лінгвістики, що поєднує мовознавство, інформатику та когнітивістику. Дослідники наголошують, що філолог інформаційної епохи повинен володіти не лише традиційними аналітичними підходами, але й цифровими інструментами обробки текстів, пошуку, атрибуції та перекладу.

Зокрема, у наукових працях підкреслюється дидактичний і дослідницький потенціал цифрових технологій: вони забезпечують автоматичний аналіз текстів, створення інформаційно-пошукових систем, формування електронних корпусів і нові способи інтерпретації мовних даних [1].

Разом з тим сучасні гуманітарні студії розглядають цифрове середовище як простір формування нових культурних кодів і дискурсивних практик, у якому текст стає процесом, а не завершеним продуктом [2].

Мета статті — визначити роль цифрових інформаційних технологій у трансформації методів філологічного дослідження та їх вплив на соціокультурні зміни сучасного дискурсу.

Цифровізація комунікації спричинила зміну дослідницької парадигми у філології. Якщо раніше аналіз був зосереджений на інтерпретації індивідуального авторського тексту, то нині дослідник працює з текстовими масивами, що існують у постійному русі. Така ситуація змушує поєднувати якісне тлумачення зі спостереженням за мовними закономірностями у масштабі дискурсу.

Застосування цифрових інструментів дає змогу простежити мовні зміни, які раніше залишалися поза увагою через обмеженість матеріалу. Текст більше не сприймається як стабільна одиниця, а розглядається як елемент комунікативної мережі. У цьому середовищі важливою стає не лише структура висловлювання, а і спосіб його поширення, реакції адресатів та варіативність інтерпретацій.

У результаті змінюється і поняття авторства. Значення формується у процесі взаємодії учасників комунікації, а інтерпретація залежить від контексту функціонування повідомлення. Ця обставина свідчить про перехід від текстоцентричної до дискурсоцентричної моделі гуманітарного знання.

Цифрове середовище також впливає на мовні норми. Вони стають більш гнучкими і контекстуальними, оскільки функціонують у просторі швидкої комунікації. Унаслідок цього з'являються нові форми вираження, а

традиційні жанрові межі розмиваються. Мова дедалі більше відображає не лише культурні традиції, а й технічні умови передавання інформації.

Такі зміни свідчать, що технології виступають не лише засобом дослідження, а чинником формування самої мовної реальності. Саме тому цифровізація визначає новий тип дискурсу, який характеризується відкритістю, процесуальністю та багатоваріантністю значень.

Цифрові інформаційні технології зумовили глибокі зміни у філологічних дослідженнях. Вони трансформують методи аналізу тексту, розширюють можливості інтерпретації та змінюють уявлення про мовну норму і комунікативну взаємодію.

Отже, сучасний дискурс формується у взаємодії мовних і технологічних чинників, що зумовлює перегляд традиційних підходів до аналізу мови та культури.

Література

1. Макаренко Л., Певсе А. Дидактичний потенціал цифрових технологій у системі професійної підготовки фахівців філологічного профілю. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2022. Вип. 88. С. 140–147. URL: <https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/handle/123456789/3229> (дата звернення: 19.02.2026).

2. Певсе А., Лібак Н., Павлович Ю. *Наукові інновації та передові технології*. 2025. № 9 (39). С. 608–620. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-9\(39\)-608-620](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-9(39)-608-620) (дата звернення: 19.02.2026).

ПЕТРУК Тетяна,
студентка,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)
*Науковий керівник – **Навальна***
***Марина,** доктор філологічних наук,*
професор, Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ, Україна)

ДАЙДЖЕСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОКУМЕНТУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Повномасштабне російське вторгнення 24 лютого 2022 року стало точкою біфуркації для українського суспільства, що спричинило лавиноподібні трансформації у всіх сферах життя. Ці зміни – від геополітичних до екзистенційних – потребують систематичного документування для збереження колективної пам'яті та формування достовірного історичного нарративу.

Дайджест «ТОРКНУЛОСЯ.. МЕНЕ?» представляє собою спробу зафіксувати багатовимірність українського воєнного досвіду через призму журналістських матеріалів 2022–2025 років. Структура дайджесту відображає три рівні трансформацій: макрорівень («Світ, що здригнувся»), мезорівень («Серце, що б'ється») та рівень проєктування майбутнього («Світ, який ми будемо»).

Блок «Світ, що здригнувся» документує системні зміни у геополітиці, економіці, енергетиці, екології. Включення статей про визнання України країною року за версією The Economist, феномен Brand Ukraine, руйнування Каховської ГЕС демонструє, як Україна перетворилася з об'єкта на суб'єкт міжнародної політики. Особливу увагу приділено інформаційному простору: боротьба з російськими нарративами, створення альтернативних медіаплатформ, документування воєнних злочинів через проєкти типу war.ukraine.ua.

Блок «Серце, що б'ється» фіксує трансформації на рівні повсякденності та людського виміру війни. Секції про медицину в екстремальних умовах, психологічну адаптацію, феномен внутрішньо переміщених осіб, лінгвістичний зсув («Мы легли спать 23 февраля, а прокинулись 24 лютого»), волонтерство як розквітаючий соціальний інститут – усе це складає емоційне ядро дайджесту. Критичною є секція про сексуальне насильство як системну військову тактику, що вимагає особливої етичної уваги при викладі.

Блок «Світ, який ми будуємо» документує проактивні стратегії виживання та розвитку: від урбаністичних проєктів відбудови (принцип «build back better» у Бородянці) до формування ветеранської спільноти, від розвитку Defence Tech до створення архівів війни («Докудейз»). Включення статей про філософські виміри війни (Вахтанг Кебуладзе про екзистенційний досвід), гумор як зброю опору, культурну дипломатію (Джамала, Усик) показує багатозаровість суспільної відповіді на виклик.

Методологічно дайджест базується на кураторському принципі: відбір і систематизація журналістських текстів як первинних джерел, що дозволяє зберегти автентичність голосів епохи. На відміну від наукової монографії чи історичного дослідження, дайджест документує «тут і зараз» – фіксує процес, а не результат трансформацій.

Ключові виклики при створенні такого документа: (1) етична проблема графічності при описі воєнних злочинів та травм; (2) балансування між емоційністю свідчень та науковою об'єктивністю; (3) актуалізація матеріалу в умовах, коли події продовжують розгортатися; (4) архівна цінність проти потреби в аналітичній дистанції.

Дайджест виконує три функції: (1) архівну – збереження свідчень для майбутніх поколінь; (2) комунікативну – трансляція українського досвіду міжнародній аудиторії; (3) терапевтичну – допомога в осмисленні колективної травми через структурування хаосу подій.

Перспективи дослідження включають порівняльний аналіз з іншими практиками документування війн (Боснія, Сирія), вивчення трансформації

медіанаративів про війну в часовій динаміці, дослідження впливу таких дайджестів на формування історичної пам'яті.

Війна змінила нас незворотно. Дайджест «ТОРКНУЛОСЯ.. МЕНЕ?» фіксує це звання до неможливого – не як капітуляцію перед жахом, а як доказ незламності українського духу та здатності до адаптації.

ПРИТИКА Оксана,
*аспірантка, Національний
університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ПРОФЕСІЙНУ ПІДГОТОВКУ МАЙБУТНІХ АГРОБІОЛОГІВ

Сучасний розвиток українського суспільства відбувається в умовах масштабних соціокультурних трансформацій, спричинених глобалізаційними процесами, цифровізацією, інтеграцією до європейського освітнього простору та переосмисленням ціннісних орієнтирів. Освіта постає як ключовий чинник соціально-економічного поступу держави, а підготовка конкурентоспроможних фахівців аграрної галузі набуває стратегічного значення. У зв'язку з цим майбутні агробіологи мають адаптуватися до цих трансформацій, аби ефективно вирішувати проблеми продовольчої безпеки та біорізноманіття в умовах нестабільності [1].

Одним із ключових аспектів є соціокультурні перетворення які охоплюють зміну моделей професійної діяльності, оновлення суспільних очікувань щодо якості освіти та посилення вимог до екологічної відповідальності. В аграрному секторі це проявляється у впровадженні інноваційних технологій, розвитку біоекономіки, цифрових інструментів моніторингу та управління агровиробництвом. Відтак фахова підготовка майбутніх агробіологів повинна відповідати сучасним тенденціям науково-технічного прогресу й потребам сталого розвитку.

Відчизняні науковці вважають, що вагомий вплив на модернізацію системи вищої освіти має реалізація принципів Болонський процес, що передбачає впровадження компетентнісного підходу, забезпечення академічної мобільності, гармонізацію освітніх стандартів і підвищення якості підготовки фахівців. У цьому контексті особливої актуальності набуває формування у студентів інтегральних, загальних і спеціальних компетентностей, здатності до міждисциплінарної взаємодії та науково-дослідної діяльності [2].

Цифрова трансформація суспільства зумовлює потребу оновлення змісту професійної освіти. Використання геоінформаційних систем, методів біотехнології, молекулярної генетики, точного землеробства формує нові вимоги до кваліфікації агробіологів. Сучасний фахівець повинен володіти цифровою грамотністю, аналітичним мисленням, умінням працювати з великими обсягами даних та застосовувати інноваційні підходи у вирішенні професійних завдань. Важливим складником соціокультурних змін є утвердження цінностей сталого розвитку, задекларованих у програмних документах Організація Об'єднаних Націй. Орієнтація на екологічну безпеку, збереження біорізноманіття, раціональне природокористування визначає нові пріоритети аграрної освіти [3]. Підготовка майбутніх агробіологів має спрямовуватися на формування екологічної культури, соціальної відповідальності та здатності ухвалювати рішення з урахуванням довгострокових наслідків для довкілля.

Соціокультурний вимір освіти також передбачає гуманізацію освітнього процесу, розвиток партнерської взаємодії між викладачем і студентом, підтримку академічної доброчесності. Зростає роль індивідуальної освітньої траєкторії, самостійної роботи, проєктного навчання, практикоорієнтованих форм підготовки. В умовах воєнних викликів та післявоєнної відбудови України особливого значення набуває формування готовності майбутніх агробіологів до участі у відновленні аграрного потенціалу держави, рекультивациі земель та забезпеченні продовольчої безпеки.

Отже, соціокультурні перетворення суттєво впливають на зміст і структуру професійної підготовки майбутніх агробіологів. Вони зумовлюють потребу оновлення освітніх програм, інтеграції інноваційних технологій, посилення міждисциплінарності та формування цілісної системи професійних і загальнокультурних компетентностей. Сучасний агробіолог повинен поєднувати ґрунтовну наукову підготовку з високим рівнем соціальної, екологічної та професійної відповідальності, що відповідає вимогам динамічного соціокультурного середовища.

Література

1. Лошков Ю.І. Соціокультурні процеси трансформації сучасної музичної освіти України. *Professional Art Education Scientific. Journal Volume. 2* (2) 2021. С. 22-29.
2. Соціокультурні трансформації інформаційного суспільства (глобальний та регіональний контексти): монографія [Електронний ресурс] / О. М. Кузь, В. Ф. Чешко, І. В. Жеребятнікова та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 220 с.
3. Буяк Л. А. Сучасні тенденції та основні теоретичні підходи до цифрової трансформації агробізнесу. *Journal of Strategic Economic Research. 2024. № 6. С. 45–52. DOI: 10.30857/2786-5398.2023.6.5.*

ПУСТОВІТ Ангеліна,
студентка,
Дніпровський національний
університет імені Олесь Гончара
(м. Дніпро, Україна)
Науковий керівник – Павлова Алла,
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри масової та
міжнародної комунікації,
Дніпровський національний
університет імені Олесь Гончара

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС ГАЗЕТИ «ЗОРЯ ГАЛИЦЬКА» В КОНТЕКСТІ СВОБОДИ ВИСЛОВЛЮВАНЬ: КЕЙС-СТАДІ

12-ГО ЧИСЛА 1849 РОКУ

Заснування часопису «Зоря Галицька» стало епохальною подією періоду «Весни народів», сформувавши перший легальний дискурсивний майданчик для конструювання української ідентичності в межах революційних процесів. Аналіз 12-го номера часопису дозволяє реконструювати специфічну модель контрольованої автономії, що детермінувала межі свободи слова в умовах австрійського конституціоналізму середини ХІХ століття.

У зазначеному номері видання демонструє високий ступінь відкритості в обговоренні соціокультурних та цивільних прав, що корелювало з ліберальним порядком денним австрійського парламенту. Газета безперешкодно оприлюднює «Одозву» Головної Руської Ради, яка містить програмний заклик до використання руської (української) мови в офіційному документообігу [1, с. 1]. Крім того, на сторінках часопису артикульовано конфлікт у львівській гімназії, де запровадження української та німецької мов викладання замість польської зумовило тимчасову превентивну зупинку діяльності освітньої установи [1, с. 3].

Видання вдається до детальної, фактично протокольної, репрезентації базових прав людини, що розглядалися Сеймом: недоторканності особи та житла, скасування кріпосних повинностей і шляхетських привілеїв, гарантій

таємниці листування, свободи пересування та рівноправного доступу до правосуддя [1, с. 2–3]. Така публікація виконувала функцію інструменту правової соціалізації читача; фіксація ліберальних стандартів у медійному дискурсі створювала політико-юридичний запобіжник проти реставрації абсолютизму та легітимізувала українство як повноправного суб'єкта політичного процесу. Водночас часопис демонстрував вимушену стриманість щодо прямої політичної опозиції до центрального уряду, використовуючи стратегію замовчування або алегоричного викладу думок.

Для політичної позиції редакції характерна виразна лояльність до імператорського дому, що виявлялося в детальному висвітленні урочистостей на честь Франца Йосифа [1, с. 3]. Ретроспективний аналіз утисків українства подано лише крізь призму поетичних метафор. Яскравим прикладом є алегорія про «дерево народності», яке зазнавало системних деструкцій у минулому, проте «розквітло» завдяки зусиллям Головної Руської Ради під монаршою опікою [1, с. 4]. Будь-яку потенційну опозиційність нівелювали ритуальні акти вихваляння монархії, що слугувало механізмом самоцензури для уникнення звинувачень у радикалізмі [1, с. 3].

Отже, ступінь свободи часопису «Зоря Галицька» (1849, № 12) можна визначити як політичну незалежність, зумовлену дуалістичною природою видання. Маючи значну суб'єктність у сфері національно-культурного будівництва, газета залишалася залежною від загальноімперської політичної кон'юнктури. Редакція була змушена конвертувати політичну лояльність у право на публічну присутність рідної мови та розбудову національного інформаційного простору.

Література

1. Зоря Галицька. 1849. Число 12. URL: <https://file.lib.in.ua/pdf/zoria-halytska-1849-chyslo-012.pdf> (дата звернення: 24.02.2026).

РАДІОНОВА Марія,
*студентка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування України
(м. Київ, Україна)*

СТЕПАНЕНКО Ніна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

БЛОГЕРСЬКА СТОРІНКА ЯК ІНСТРУМЕНТ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ

Авторська журналістика в цифрову епоху функціонує в умовах глибокої трансформації медіасередовища, що зумовлює зміщення акцентів із редакційно-інституційних моделей комунікації на персоналізовані форми виробництва та поширення інформації. Розвиток цифрових платформ сприяв утвердженню журналіста як автономного медіасуб'єкта, чия індивідуальна позиція, інтерпретаційна глибина та професійна відповідальність формують смислове ядро медіатексту. У межах сучасної теорії журналістики авторський голос розглядають як чинник довіри та інтелектуальної легітимності інформації, що підсилює значення особистісної репутації журналіста. С. Кость наголошує на тому, що журналістська творчість передбачає інтелектуальне осмислення соціальної реальності крізь призму авторського досвіду, що забезпечує унікальність інтерпретації фактів [3]. Цифрові медіа розширили можливості безпосереднього контакту автора з аудиторією, мінімізуючи редакційні посередництва і створюючи умови для формування персонального комунікативного простору. Поширення блогерських практик зумовило перегляд традиційних уявлень про авторство, професійні ролі та структуру журналістського впливу. Сучасний журналіст досить часто є медіатором між фактом і суспільством, пропонуючи власну логіку структурування інформації та формуючи нові моделі публічної комунікації.

Блогерська сторінка в цифровому медіапросторі постає як гібридна форма медіакомунікації, що інтегрує ознаки журналістського матеріалу, персонального нарративу та маркетингового продукту. Розвиток мережевих технологій сприяв утвердженню індивідуалізованих медіапрактик, у межах яких автор є одночасно виробником, редактором і дистриб'ютором контенту. А. Недо розглядає блогосферу як прояв громадянської журналістики, у межах якої цифровий простір створює умови для самостійного виробництва та поширення інформації [6]. Персоніфікований характер комунікації забезпечує формування емоційного зв'язку між автором й аудиторією, що підсилює рівень залученості користувачів. Інтерактивність цифрових платформ трансформує аудиторію з пасивного споживача інформації на активного учасника комунікативного процесу, унаслідок чого коментарі, реакції та репости стають елементами змістової структури медіаповідомлення. Тематична спеціалізація і послідовність публікацій сприяють формуванню впізнаваності автора та зміцненню його експертного статусу. Гнучкість формату дозволяє інтегрувати текстові, аудіо- й відеоматеріали, формуючи мультимедійний тип медіапродукту.

Функціональна багатовимірність блогерської сторінки виходить за межі інформування та охоплює аналітичний, комунікативний, репутаційний і комерційний складники. Персоналізована медіакомунікація сприяє формуванню довірливих відносин з аудиторією, що перетворює блогерський контент на інструмент формування публічної думки. В. Міщенко доводить, що блогінг трансформувався в повноцінний інструмент просування та монетизації контенту, поєднуючи журналістські практики з маркетинговими технологіями [5]. Комерційний складник не нівелює журналістських стандартів, однак впливає на тематичні пріоритети та стилістику подачі матеріалу. Взаємодія з аудиторією набуває стратегічного характеру, оскільки рівень довіри визначає стабільність професійної присутності автора в

цифровому просторі. Інформаційна функція реалізується через оперативне висвітлення подій, аналітична – через інтерпретацію і формування оцінних суджень, комунікативна – через організацію діалогу, а репутаційна – через підтримання авторського авторитету. Сукупність цих функцій визначає блогерську сторінку як багатовимірний медіаінструмент сучасної журналістики.

Формування особистого бренду журналіста в цифровому середовищі пов'язане з розвитком довіри аудиторії, яка постає ключовим ресурсом комунікативної взаємодії. Персональний бренд формується на перетині професійної компетентності, тематичної спеціалізації та етичної послідовності автора. К. Маєр підкреслює, що довіра аудиторії виникає за умов систематичного дотримання стандартів точності, відповідальності й прозорості журналістської діяльності [4]. Довіра аудиторії ґрунтується на прозорості позиції, достовірності інформації та передбачуваності комунікативної поведінки журналіста. Інтерактивність цифрових платформ створює умови для партнерської моделі взаємодії, у межах якої аудиторія бере участь у формуванні смислів й інтерпретацій. Персональна відкритість, готовність до публічного діалогу та відповідь на критику посилюють авторитет журналіста й сприяють формуванню лояльної спільноти. Репутаційний капітал функціонує як символічний ресурс, що визначає вплив автора на публічну сферу та стабільність його професійної діяльності.

Створення блогерської сторінки передбачає стратегічне визначення платформи, тематики та цільової аудиторії, що забезпечує узгодженість змісту й комунікативних цілей. Вибір цифрової платформи визначає формат подачі інформації, технічні можливості взаємодії та алгоритмічні механізми поширення контенту. Тематична спеціалізація сприяє формуванню експертного статусу автора й формує очікування аудиторії щодо змісту публікацій. Визначення цільової аудиторії дає змогу адаптувати стиль

комунікації, риторичні моделі та візуальні рішення відповідно до соціально-демографічних характеристик користувачів. В. Іващенко підкреслює, що сучасні медіакомунікативні технології забезпечують інтеграцію різних форматів подачі інформації і вможливають багаторівневу взаємодію з аудиторією [2]. Контент-стратегія передбачає системність публікацій, стилістичну цілісність і використання мультимедійних форматів, що підвищують рівень залученості аудиторії. Регулярність публікацій формує відчуття стабільності комунікації та сприяє підтриманню інтересу користувачів. Візуальна естетика й композиційна узгодженість контенту зміцнюють упізнаваність бренду автора.

Просування блогерського контенту здійснюється через взаємодію алгоритмічних механізмів платформ та активну комунікацію з аудиторією. Алгоритмізація цифрових середовищ визначає видимість публікацій і впливає на стратегії поширення інформації. М. Bastian та D. Trilling переконливо доводять, що алгоритмічні системи дедалі активніше впливають на редакційні процеси та видимість контенту, що змушує авторів адаптувати комунікативні практики до цифрових платформ [7]. Високий рівень залученості користувачів підвищує пріоритетність публікацій у стрічках новин, що стимулює використання інтерактивних форматів комунікації. Залучення аудиторії відбувається через коментарі, опитування, прями ефіри й персоналізовані звернення, які створюють ефект співучасті у виробництві контенту. Аналітичні інструменти платформ дозволяють оцінювати охоплення, взаємодію та поведінкові реакції користувачів, що забезпечує можливість коригування контент-стратегії. Метрики взаємодії стають індикаторами ефективності комунікації і допомагають виявляти інформаційні потреби аудиторії.

Розвиток блогерських практик у цифровому медіапросторі відображає ширші процеси трансформації журналістики, пов'язані з алгоритмізацією,

інтерактивністю та мультимедійністю комунікації. Цифрові платформи формують нову модель медіаспоживання, орієнтовану на мобільність, швидкість і персоналізацію інформації. Журналістика дедалі активніше інтегрує елементи громадянської участі, що розширює межі професійної комунікації та сприяє демократизації інформаційного простору. Блогерська сторінка функціонує як інструмент формування публічної думки, соціальної мобілізації і культурної репрезентації. Персоналізована комунікація створює умови для формування спільнот навколо спільних цінностей, інтересів і світоглядних орієнтацій. Технологічна гнучкість цифрових медіа сприяє появі гібридних жанрових форм, у яких органічно поєднані аналітика, наратив та мультимедійні елементи. Блогінг інтегрується в систему професійної журналістики як її динамічний сегмент, що поєднує творчість, технології і стратегічну комунікацію.

Література

1. Досенко А. Блоги і традиційні медіа: аналіз співіснування. *Образ*. 2018. Вип. 1. С. 111–118.
2. Іващенко В. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с
3. Кость С. Журналістика і творчість : монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2023. 562 с.
4. Маєр К., Климченко В., Олійник В. Журналістика: підручник / за загал. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.
5. Міщенко В. Блогінг як форма професійної журналістської комунікації для просування та монетизації контенту та товарів. *Молодий вчений*. 2024. № 6(130). С. 67–72.
6. Недо А. Блогосфера як вияв громадянської журналістики. *Медіапростір*. Тернопіль : «Літературний Тернопіль», 2017. Спецвип. № 9. С. 8–14.
7. Bastian M., Trilling D., Makhortykh M. Incorporation of journalistic approaches into algorithm design. *The Handbook of Artificial Intelligence and Journalism*. eds. A. Sarisakaloğlu, M. Löffelholz. Hoboken : John Wiley & Sons, Inc., 2026. P. 193–205.

РЕДЬКО В'ячеслав,
аспірант,
Національний університет біоресурсів
і природокористування
(м. Київ, Україна)

**СІЛЬСЬКА ГРОМАДА ЯК ЧИННИК ЗАРОДЖЕННЯ,
СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО
СУСПІЛЬСТВА (ДР. ПОЛ. ХІХ – ПОЧАТОК ХХ СТ.)**

Формування та розвиток вітчизняної сільської громади є актуальним предметом дослідження серед сучасних українських істориків. Як правило, ці процеси розглядають у контексті вивчення становлення місцевого самоврядування на сільському рівні у другій половині ХІХ – на початку ХХ ст. Селянство відіграло вирішальну роль у збереженні мовних, культурних, ментальних рис українського суспільства. Українська сільська громада являла собою ключовий елемент соціальної взаємодії та інтеграції населення. Відоме народне прислів'я «Громада – великий чоловік» [1, с. 374] слушно підтверджує значний авторитет сільської громади в селянському середовищі в умовах затяжного реформування державного та суспільного життя.

Сучасна історіографія пропонує різні погляди стосовно розуміння природи сільської громади України. Якщо спробувати класифікувати дані підходи, то сільська громада вивчається залежно від напрямів дослідження сфер людської діяльності та суспільних відносин як–то юриспруденція, економіка, культурологія тощо. За традиційно-домінантним поглядом серед сільська громада розглядається як історично-сформований та законодавчо-регламентований інститут місцевого самоврядування, що являє собою «групу осіб, які мають спільні географічні, соціальні або культурні зв'язки й організуються для управління місцевими справами та вирішення своїх колективних потреб» [2, с. 311]. Однак самоврядна діяльність лише частково розкриває сутнісні риси сільської громади, адже остання «постає й як інститут соціального захисту своїх членів, і як форма організації культурно-

побутового і господарсько-виробничого життя села» [3, с. 127]. Слушно стверджує історик В. Калініченко, що під сільською громадою доцільно розуміти «соціальний організм, пов'язаний з традиційною формою розселення, демократичною системою управління, самоврядування й регуляції поземельних, економічних, побутових, соціальних та інших взаємовідносин своїх членів» [4, с. 21]. Таким чином у розрізі дослідження природи сільської общини центральне місце займають власне взаємовідносини селян, інструменти соціальної організації та комунікації суспільства в межах сільського простору. Іншими словами – фундаментальна специфіка українських сільських громад полягає в тому, що вони першочергово виконують функції соціального інституту, серед яких основними можна виділити функцію соціалізації або інтегративну, комунікативну, регулятивну, виховну, а також транслюючу функції з метою передачі набутого досвіду, цінностей, культурного надбання народу наступному поколінню.

Історично, селянська громада як найпоширеніша форма об'єднання суспільства на території України охоплювала більшість сфер народного співіснування та життя. В межах села на основі поєднання місцевих традицій, звичаєвого права та елементів адміністративного впливу з боку державної влади зароджувались унікальні особистісні та спільні характери взаємин, що супроводжувались зміцненням у сільському соціумі почуття спільності, необхідності вироблення ефективної форми колективної співпраці та самоорганізації, а також відповідальності перед громадою. У цьому контексті доречним є твердження, що «особливості існування, соціальна структура і свідомість взаємопов'язані і взаємозалежні» [3, с. 128].

Беззаперечно, епоха другої половини XIX – початку XX ст. слугує зразком піднесення ролі громади до рівня суб'єкта вирішення соціальних викликів та консолідації населення країни, основу якого складали власне селяни – 93 % населення України [5, с. 15]. Фактично, з початком «Великих реформ» 1860–1870-х рр. українське селянство трансформувалось в

активного діяча на місцевому рівні, в межах якого сільські громади стали спроможними гуртуватись, скеровувати власні зусилля та ефективно ними розпоряджатись для реалізації невідкладних завдань, будь-то для розв'язання питань землеволодіння між сусідськими родинами чи общинами, або з метою збереження народної соціокультурної спадщини від чужорідного впливу.

Отже, в основі становлення та модернізації українського суспільства означеного періоду сільська територіальна громада виступала як інтегративно-комунікаційний, культурно- та ціннісно-формуючий його елемент. У той же час напрям повноцінного дослідження особливостей сільської громади України характеризується багатовекторністю, оскільки з'ясування усіх аспектів історичного розвитку українських сільських общин потребує, поряд з історичними, використання й інших наукових методів галузевих наук, зокрема, економіки, етнології, соціології, культурології та інших.

Література

1. Жизнь и творчество крестьян Харьковской губернии. Очерки по этнографии края / под ред. В. В. Иванова. Харьков: тип. губ. правления, 1898. Т. 1. С. 1013. Режим доступу: <http://resource.history.org.ua/item/0015911>.
2. Сливчук В. Генеза поняття «громада»: політологічний аналіз. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: політологія. 2024. Вип. 18. С. 310–319. Режим доступу: <https://lib-old.pnu.edu.ua/handle/123456789/23189>.
3. Михайлюк О. В. Селянство Наддніпрянської України в перші десятиліття ХХ ст. (1900-1922 рр.): Соціокультурні трансформації. дис. ... д-ра іст. наук: 07.00.01 / Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. Дніпропетровськ. 2009. С. 411. Режим доступу: https://chtyvo.org.ua/authors/Mykhailiuk_Oleksandr/Selianstvo_Naddniprianskoi_Ukrainy_v_pershi_desiatylittia_KhKh_st_1900-1922_rr_Sotsiokulturni_transf/.
4. Калініченко В. В. Сільська (земельна) громада як елемент нематеріальної культурної спадщини: історична ретроспекція. Харків: Культура України. Збірник наук. праць. 2021. Вип. 71. С. 17–23. Режим доступу: <http://ku-khsac.in.ua/article/view/231185>.
5. Касьянов Г. В. Українська інтелігенція на рубежі ХІХ – ХХ століть: соціально-політичний портрет / Г. В. Касьянов. Київ: Либідь. 1993. С. 172. Режим доступу: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0008605.

РЕНСЬКА Алла,
*студентка, Київський національний
університет імені Тараса Шевченка
(м. Київ, Україна)
Науковий керівник –
Сеїт-Джеліль Абїбулла Шевкїйович,
старший викладач кафедри
тюркології,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

ОБРАЗ ЖІНКИ НА ЗЛАМІ ЕПОХ У ТЮРКСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

У новітніх гуманітарних дослідженнях особливу увагу приділено вивченню гендерних аспектів літератури, зокрема тюркського художнього дискурсу, для якого характерний синтез історико-культурних трансформацій та соціальних моделей. Образ жінки на зламі епох, як продемонстровано у художніх текстах різних періодів, відображає не лише зміну соціальних ролей та ціннісних орієнтацій, але й взаємодію традиційних та модерних наративів у літературі. Спроба аналізу цього образу дає змогу відстежити, як саме літературну репрезентацію жіночої суб'єктивності конструюють у контексті історичних змін, політичних трансформацій та культурної інтеграції. Приміром, у центрі дослідження перебувають художні твори, які формувалися на перетині імперських спадків, національних відроджень та модернізаційних процесів, що зумовлювало появу багатовимірних жіночих персонажів із складною психолого-емоційною структурою.

Аналіз літературних текстів показав, що образ жінки на зламі епох сформований під впливом політичних, соціальних та культурних чинників. У художніх творах минулого століття зафіксовано домінування патріархальних структур, що накладало обмеження на жіночу автономію та соціальну активність. Водночас літературна практика поступово інтегрувала нові моделі жіночої поведінки, які відображали прагнення до самореалізації, освіти та професійної діяльності. Така динаміка дає змогу розглядати

художній дискурс як поле, де відбувається конструювання гендерних ідентичностей та трансформація традиційних уявлень про жіноче призначення. Винятково значущим є вивчення того, як автори тюркської літератури використовували мовні та образні засоби для передачі внутрішнього світу жінки, її емоційного стану, конфліктів та прагнень, що дозволяє оцінити культурні коди й соціальні настанови відповідного періоду.

У процесі розгляду художніх текстів виділено декілька провідних стратегій репрезентації жіночого образу. По-перше, фокус на психологічній мотивації героїнь дає підстави створювати глибокі індивідуальні портрети, де відображено внутрішні конфлікти та процеси самопізнання. По-друге, сюжетні моделі часто базують на протиставленні традиційних соціальних норм і прагнень до особистісної свободи, що робить жіночий образ символом культурної та соціальної напруги. По-третє, літературні тексти активно використовують символічні та метафоричні засоби, що дозволяє передати складність жіночої ідентичності та багатошаровість соціального контексту. Водночас на зламі епох відбувається інтенсивне запозичення та адаптація нових форм і тем, пов'язаних із глобальними культурними впливами, що змінює характер традиційного зображення жінки в художньому дискурсі.

Закцентовано, зокрема, на порівняльному аналізі текстів, що дає змогу відстежити динаміку трансформації жіночого образу в різні історичні періоди. Порівняння класичних та модерних творів виявляє поступовий перехід від обмеженої, стереотипної репрезентації до багатовимірних та автономних персонажів. Такий процес підтверджує, що художній дискурс постає не лише дзеркалом соціокультурних змін, але й активним чинником формування нових уявлень про роль жінки в суспільстві. Аналіз жанрових особливостей, стилістичних прийомів та мовних конструкцій дає право констатувати, що жіночий образ часто репрезентують через діалоги, внутрішні монологи та символічні елементи, що підкреслює суб'єктивність і багатоплановість жіночого досвіду. Істотним аспектом дослідження є взаємозв'язок художнього образу з історичними подіями та соціальними

трансформаціями. Зокрема, у творах, що з'явилися в період національного відродження та модернізації, жіночий персонаж є носієм соціальних змін і культурної самосвідомості. Літературні тексти цієї доби часто фіксують боротьбу між традиційними обмеженнями й новими можливостями для жінки, що відображено у внутрішніх конфліктах, моральних дилемах та пошуку особистісної гармонії. Варто зауважити, що актуальні наративи також фокусують зображення взаємодії поколінь, де молоді героїні опановують нові соціальні ролі й одночасно конструюють зв'язок із традиційним культурним спадком. Такий підхід дає нагоду розглядати художній дискурс як платформу для вивчення культурних, соціальних та психологічних аспектів, що впливають на формування жіночого образу. У творах останніх десятиліть акцент на жіночій автономії комбінують із критичним осмисленням соціальних і культурних стереотипів. У цих творах підвищений інтерес приділено мовним та стилістичним засобам, які дозволяють не тільки передати психологічну глибину героїнь, а й зафіксувати соціокультурний контекст і трансформації ціннісних орієнтацій. Застосування інтертекстуальних посилянь, метафор та символів забезпечує багаторівневу комунікацію із читачем, сприяє розвитку його інтерпретаційних навичок. Така методологічна стратегія дає змогу оцінити не тільки літературну цінність творів, а і їхню роль у формуванні сучасного наративного простору та культурної пам'яті спільноти.

Отже, проведений аналіз показав, що образ жінки на зламі епох у тюркському художньому дискурсі сформований під впливом історичних, соціальних та культурних факторів, а також є репрезентацією змін у суспільних уявленнях про гендерні ролі. Значення художнього дискурсу полягає в можливості реконструювати складні соціокультурні процеси та простежити трансформацію ціннісних і етичних орієнтацій. Дослідження жіночого образу в тюркській літературі сприяє глибшому розумінню історичних та культурних контекстів, а також розвитку навичок критичного аналізу, інтерпретації художніх текстів та усвідомленого читання, що є

важливими для майбутніх фахівців у сфері літератури, перекладу й педагогіки.

RENSKA Indira,
*senior teacher of English Philology
department, National university of life
and environmental sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)*

LANGUAGE OF BUSINESS MEDIA COMMUNICATION: TEACHING PROFESSIONAL ENGLISH TO FUTURE JOURNALISTS

The contemporary media environment is characterized by the rapid expansion of international communication and the growing influence of global information flows. Within this context, English has been widely recognized as the principal language of professional interaction in journalism, business reporting, and international media discourse. As a result, the teaching of professional English to future journalists has increasingly been viewed as an important component of their academic training. In modern higher education, particular attention has been devoted to the development of linguistic competence that enables students to operate effectively within professional media environments where English functions as the dominant communicative medium.

In recent years, significant transformations in media communication have been observed due to the processes of globalization, digitalization, and the integration of economic and informational spheres. Business journalism has become one of the most influential segments of modern media discourse, shaping public understanding of economic processes, financial systems, and global markets. Consequently, the ability to interpret and produce business-oriented media texts in English has been recognized as an essential professional skill for future journalists.

The educational experience accumulated through long-term teaching practice has demonstrated that the language of business media communication possesses

distinctive lexical, stylistic, and pragmatic characteristics. These features are manifested in the frequent use of specialized terminology, condensed syntactic structures, and specific patterns of information presentation. Business media texts are typically characterized by clarity, precision, and a high degree of informational density, which requires readers and writers to process complex economic concepts efficiently. In this regard, particular pedagogical strategies have been developed in order to familiarize students with the linguistic conventions of business journalism.

Within the process of teaching professional English, the use of authentic media materials has been widely recognized as one of the most effective approaches. Articles from international financial newspapers, analytical reports, interviews with business leaders, and economic commentaries provide students with valuable exposure to real professional discourse. Through the systematic analysis of such materials, the structural organization of business media texts can be examined, and the communicative strategies employed by journalists can be identified. It has been observed that the integration of authentic texts into language instruction significantly contributes to the development of students' professional awareness and linguistic competence.

Another important aspect of teaching professional English to future journalists involves the development of productive communication skills. In addition to reading and analyzing media texts, students are encouraged to engage in practical tasks that simulate professional journalistic activity. Such tasks may include writing brief news reports on economic issues, preparing analytical summaries of financial articles, conducting simulated interviews, or presenting short commentaries on current business events. Through these activities, the process of language learning is closely connected with the professional tasks that journalists are expected to perform in real media contexts. Special attention should also be paid to the formation of discourse competence, which involves understanding how information is structured, interpreted, and communicated within the media sphere. Business media discourse often reflects institutional perspectives, editorial policies, and economic interests that shape the presentation of information.

Therefore, students should be guided toward developing critical analytical skills that enable them to evaluate media messages, identify persuasive strategies, and interpret economic narratives within a broader sociocultural framework. In this context, language learning becomes closely connected with the development of critical media literacy.

The integration of interdisciplinary elements into language instruction has also been shown to enhance the effectiveness of teaching professional English. Since business journalism intersects with fields such as economics, communication studies, and media analysis, students benefit from learning activities that combine linguistic training with broader contextual knowledge. When economic terminology, media discourse analysis, and communicative practice are integrated within the learning process, a more comprehensive understanding of professional communication can be achieved.

Furthermore, it has been observed that the educational environment plays a crucial role in the successful acquisition of professional language skills. A learning atmosphere that encourages discussion, collaborative analysis, and creative expression allows students to develop confidence in using English within professional contexts. Through interactive forms of instruction, such as group discussions, project-based tasks, and simulated editorial activities, students gradually acquire the ability to participate in professional communication and to express complex ideas clearly and effectively.

In conclusion, the teaching of professional English to future journalists should be regarded as a complex educational process that combines linguistic training with the development of discourse competence and media literacy. In the contemporary global information space, journalists are increasingly required to work in multilingual environments where English serves as an important instrument of professional communication. Thus, language education should be oriented toward the practical communicative needs of students and the professional requirements of modern media industries. Therefore, the use of authentic business media materials and discourse-oriented analysis may significantly enhance the

effectiveness of professional English instruction and better prepare future journalists for participation in international media communication.

РИЖЕНКО Людмила,
кандидат наук
із соціальних комунікацій,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

КОМУНІКАТИВНО-МЕДІЙНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ДИСКУРС НОВИХ МЕДІЙ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ

У 2016 року Оксфордський словник оголосив слово «постправа» словом року, що характеризує стан, коли об'єктивні факти менше впливають на формування громадської думки, аніж особисті переконання чи емоції. Ураховуючи динаміку розвитку міжнародного політико-економічного дискурсу, домінантний складник соціальних мереж, вирізнений термін охоплює не лише рік, як календарний період, а цілу епоху, у якій можемо констатувати лише початок генези.

У часи війни ефект постправа особливо безпрецедентно об'єктивізується в дезінформаційних та пропагандистських наративах, і українські науковці активно залучають цей феномен в поле своїх наукових розвідок. Наприклад, дослідниця Наталя Саноцька пише, що, «постправа – це просто «моя правда», незалежно від фактів, інших аргументів і думок, заснованих на суб'єктивно сильному й емоційному переконанні. Тож вона не може бути ні об'єктивною, ні абсолютною. По суті, правда в постправді розмивається, утрачає свою цінність правдивості, залишається вірою, припущенням, моїм переконанням, а не тим, що можна уналежнити до універсальної цінності [4].

Вагомим напрацюванням у площині міжнародного наукового дослідження постправа є монографія американського вченого Лі

Макінтайра «Постправа». Автор системно розглядає сутність цього явища, визначаючи його як процес, що максимально спотворює реальність, підважуючи достовірність значної кількості фактів. Макінтайр акцентує на деструктивній ролі соціальних мереж у поширенні постправи, підкреслюючи їхню здатність створювати замкнені інформаційні бульбашки, де емоції та суб'єктивні переконання переважають над об'єктивними даними [3].

Органічним компонентом епохи постправи є теорія іспанського соціолога Емануеля Кастельза про суспільство, концептуально пов'язане з новими медіями.

Мережеве суспільство вносить корективи в соціально-комунікаційну парадигму, перетворює контент на сферу, яка розгортається, намагаючись привернути увагу аудиторії до подій в авторстві та інтерпретації авторського «Я». Такі зміни зумовлені поняттям інтерактивності та авторською участю в контентних історіях, які перетворилися на доступний інструмент, пов'язаний із новітніми моделями ритуальної комунікації – тими самими користувачами, які через своє авторське «Я» прагнуть досягти визнання власної правоти [2].

У сучасній структурі мережевого суспільства немає більш чи менш активних споживачів, об'єктивізується підтримка зв'язку з усіма бажаними взяти участь в комунікації.

Нові канали комунікації створили нову комунікаційну стратегію. У процесі розроблення інструментів соціальних медіа виформувані платформи, у межах яких контент оновлюється, інтерпретується під ту або ту аудиторію, переробляється, обростає новими функціями та розширеними мультимедійними можливостями.

Результати дослідження «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», яке провела ГО «Інтерньюз-Україна», свідчать про те, що соціальні мережі та месенджери є лідерами у споживанні новинного контенту серед українців (86% (+35 % з 2015 року)). [5]

Отже, маємо підстави говорити про таку тенденцію: у час постправди месенджери та соцмережі остаточно витіснили традиційні медіа як основні джерела інформації, пропонуючи натомість нові формати подачі інформації з елементами припущення. Нівелюється класична дилема в медіа щодо фактів та суджень, а доступне медіасередовище стає вразливим до маніпуляцій. Трансформація українського медіапростору засвідчує кризу класичної моделі інформування та перехід до диджиталізації інформаційного контенту. Домінування соціальних мереж та месенджерів у цьому процесі потребує не лише нових інструментів медіаграмотності, а й пошуку нових етичних орієнтирів для переосмислення цінності терміна «правди» а цифровому світі.

Література

1. Castells M. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge : Polity Press, 2012. 306 p.
2. McIntyre, L. Post-truth. London: The MIT Press, 2018. 240 p.
3. Oxford's word of the year is ... toxic.(2018, November 16). VOA Learning English. <https://learningenglish.voanews.com/a/oxford-s-word-of-the-year-istoxic/4661913.html>
4. Саноцька Н. Я. Контури постправди в інформаційному суспільстві. *Актуальні проблеми філософії та соціології: науково-практичний журнал*. Одеса, 2017. Вип. 20. С. 108-111.
5. Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році : аналітичний звіт за результатами дослідження ГО «Інтерньюз-Україна» / за підтримки USAID. Київ, 2025. 112 с. URL: https://internews.ua/opportunity/media_trust_consumption_2025

РОДЧЕНКО Анастасія,
*студентка,
ВСП «Ірпінський фаховий коледж
Національного університету
біоресурсів і природокористування
України» (м. Ірпінь, Україна)
Науковий керівник – Павлова Алла,
доктор філологічних наук, доцент,
викладач, ВСП «Ірпінський фаховий
коледж Національного університету
біоресурсів і природокористування
України»*

МАРІЯ ТУМАРКІН: МІЖ УКРАЇНСЬКИМ КОРИННЯМ ТА СВІТОВОЮ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ДУМКОЮ

М. Тумаркін – українсько-австралійська письменниця та есеїстка, яка поєднує досвід української історії з глобальними гуманітарними проблемами. Народившись у Харкові та пізніше переїхавши до Австралії, вона сформувала унікальну позицію, що дозволяє глибоко аналізувати історичну травму та її вплив на культуру й колективну пам'ять. Її роботи відображають не лише особисті переживання, а й досвід цілих спільнот, які пережили катастрофи та війни, що робить її тексти цінними для сучасної гуманітарної думки. Через поєднання філософських роздумів, документальних фактів і художнього осмислення подій авторка створює комплексну картину минулого, дозволяючи читачам не просто дізнатися про історичні події, а відчуті їх і зрозуміти глибину людських переживань. Її творчість важлива для формування культурної свідомості, що поєднує українське коріння з актуальними проблемами світового гуманітарного дискурсу [3].

Ключовим поняттям у працях авторки є «травматичний ландшафт» – простір, позначений історичною трагедією, який зберігає відлуння колективного болю та формує соціальну й культурну ідентичність. Цей термін охоплює не лише фізичні місця, де трапилася трагедія, а й символічні простори, які продовжують впливати на свідомість поколінь. Травматичний ландшафт можна розглядати як текст, який потребує постійного

переосмислення; через нього можна читати історію суспільства, його моральні вибори та культурні реакції на біль. У сучасній Україні ця концепція особливо актуальна: війна, переселення та руйнування формують нові території травми, що стають елементами колективної пам'яті. Молодь формує нову історичну наративність, сприймаючи такі простори не лише як символи руйнування, а й як простори сили та стійкості [4]. Травматичний ландшафт дозволяє розуміти, як суспільство переживає кризи та трансформує досвід трагедій у культурні сенси, що є особливо важливим для досліджень сучасної української культури.

У книзі «Аксиоматика» (2018) М. Тумаркін демонструє, що література може виконувати функцію терапії, допомагаючи працювати з травмою. Книга поєднує есеї, що містять документальні факти, філософські роздуми та особисті історії, які дозволяють структуровано осмислювати пережиті трагедії. Авторка показує, що текст дозволяє впорядкувати хаотичні емоції та надати сенс болючим подіям, створюючи простір для глибокого розуміння та співпереживання [2]. Література в її роботах не просто зберігає пам'ять про трагедії, а формує моральний і культурний досвід, допомагаючи читачам усвідомлювати власну участь у процесі осмислення історії та приймати відповідальність за колективну пам'ять. Книга демонструє, як література може стати інструментом культурного зцілення, відкриваючи можливості для формування інтелектуальної стійкості та емоційної зрілості в суспільствах, що переживають кризові трансформації.

В інтерв'ю для «Лос-Анджелеського книжкового огляду» М. Тумаркін підкреслює, що чесне проговорювання складних переживань допомагає уникнути спрощених або романтизованих наративів та формує моральну і культурну відповідальність [3]. Вона також проводить воркшопи для української аудиторії, де навчання креативному письму стає способом осмислення травматичного досвіду [1]. Через творчість учасники отримують інструменти для роботи з емоціями, структурування хаотичних переживань та формування власної перспективи на історичні події. Підхід письменниці

демонструє, що травма може бути не лише переживанням, а й джерелом для культурного, інтелектуального та етичного розвитку.

Творчість М. Тумаркін є надзвичайно важливою для сучасних українських студентів, які живуть у період історичних трансформацій. Війна, переселення та руйнування формують нові «травматичні ландшафти», з якими молодь стикається щодня. Література, як показує досвід письменниці, постає не лише як інструмент пам'яті, а й як механізм культурного зцілення та розвитку інтелектуальної стійкості. Студенти можуть через читання та осмислення текстів навчитися співпереживати, критично мислити та формувати власні моральні оцінки подій, що відбуваються в країні. Досвід цієї авторки допомагає зрозуміти, що культура та пам'ять є живими процесами, і кожне покоління може робити в них власний внесок, перетворюючи травму на знання та творчість.

Література

1. Як писати креативний нон-фікшн: конспект воркшопу Марії Тумаркін. *Суспільне Культура*. 2025. URL: <https://suspilne.media/culture/1023979-ak-pisati-kreativnij-non-fiksn-konspekt-vorksopu-marii-tumarkin/>
2. Tumarkin M. *Axiomatic*. Melbourne : Brow Books, 2018. 224 p.
3. Tumarkin M. It Won't Love You Back: An Interview with Maria Tumarkin. *Los Angeles Review of Books*. 2019. URL: <https://lareviewofbooks.org/article/it-wont-love-you-back-an-interview-with-maria-tumarkin/>
4. Maria Tumarkin : Official Website. URL: <https://www.mariatumarkin.com/>

РОДЧЕНКО Софія,
студентка,
ВСП «Ірпінський фаховий коледж
Національного університету
біоресурсів і природокористування
України»
(м. Ірпінь, Україна)
Науковий керівник – Павлова Алла,
доктор філологічних наук, доцент,
викладач, ВСП «Ірпінський фаховий
коледж Національного університету
біоресурсів і природокористування
України»

ОДЕСА ЯК МЕТАФОРА НЕЗЛАМНОСТІ У ТВОРЧОСТІ ІЛЛІ КАМІНСЬКОГО: ВІД «ТАНЦІВ В ОДЕСІ» ДО СВІТОВОГО ВИЗНАННЯ

Творчість І. Камінського формувалася на перетині українського та американського культурних просторів. Після еміграції до США у 1993 році він почав писати англійською мовою, однак його тексти зберігають глибоку прив'язаність до українського історичного досвіду. Цей феномен можна розглядати в межах концепції транснаціональної літератури, де національна ідентичність не зникає, а набуває нової форми в іншомовному середовищі. Поетичний світ поета-одесита є прикладом культурної гібридності. У його текстах Одеса перетворюється на символ універсального міста – простору, що переживає насильство, еміграцію, втрату, але зберігає людську гідність [2].

Важливо також підкреслити роль автора як культурного медіатора. Він активно перекладає українських поетів англійською мовою, сприяючи входженню української літератури у світовий літературний процес. Після 2022 року поет неодноразово виступав у міжнародних медіа, наголошуючи на необхідності підтримки України. Його публічні виступи поєднують літературний аналіз із громадянською позицією, що підсилює значення його творчості в глобальному контексті. Таким чином, локальний «одеський текст» у поезії І. Камінського стає частиною світового дискурсу про війну,

пам'ять і свободу. Його творчість доводить, що національний досвід може бути зрозумілим і співзвучним для міжнародної аудиторії, якщо він артикульований мовою універсальних цінностей [2].

У збірці «Глуха республіка» поет-емігрант створює художню модель суспільства, яке після акту насильства колективно «втрачає слух». Це не фізіологічний факт, а символічний жест, що перетворюється на форму громадянського спротиву. Важливо підкреслити, що глухота у цьому тексті функціонує як свідомий вибір – як акт етичної непокори. У традиційній культурі мовчання часто асоціюється з безсиллям або страхом. Митець радикально переосмислює цю парадигму. У його поезії мовчання стає інструментом колективної солідарності. Містяни, які «нечують» наказів солдатів, фактично позбавляють владу механізму контролю.

Адже влада існує лише тоді, коли їїчують і визнають. Таким чином, поет формує нову модель комунікації, де відмова слухати є формою активної дії. Особливого значення набуває жестова мова, яка у тексті постає альтернативним способом соціального єднання. Комунікація переміщується з акустичної площини у візуально-тілесну. Це створює новий тип спільноти – спільноти співучасті та довіри. Глухота перестає бути ознакою ізоляції й стає засобом утворення нової соціальної етики. У ширшому контексті ця модель читається як універсальна метафора спротиву тоталітаризму. Вона резонує з історичним досвідом різних народів, зокрема українців, для яких питання морального вибору в умовах агресії є надзвичайно актуальним. Камінський демонструє, що спротив може мати не лише фізичний, а й символічний вимір. Відмова визнавати насильство як норму стає формою духовної незламності.

У поезії автор метафорично описує власний досвід втрати слуху:
Таємниця, моя та, що більше не чую, рочків десь з чотирьох, коли слух загубив, я вбачати почав голоси. У троллейбусі повнім, чоловік однорукий сказав, що щасливим я буду лиш в домі своїм. Та свій дім не знайшов, тож і мешканців міста бачу лиш уві сні, де я їх обираю. Але не описав чоловік їх облич, імена лиш: Роланд, Аладдін і Синдбад [1].

Назва «Танці в Одесі» містить принциповий для поезики І. Камінського оксиморон: танок – символ радості та руху – співіснує з історичною травмою [3]. У цій парадоксальній формулі закладено ключ до розуміння його художнього мислення. Поет не зосереджується виключно на болю чи стражданні. Навпаки, він демонструє здатність культури продукувати світло навіть у темні історичні періоди. Іронія, гумор, лірична ніжність у його текстах співіснують із пам'яттю про Голокост, радянські репресії та досвід еміграції. Це поєднання створює особливий тип естетики – естетику життєствердної пам'яті. Танок можна інтерпретувати як метафору руху культури вперед. Навіть після втрат і катастроф життя не зупиняється. Художнє слово стає простором, де біль трансформується у творчий імпульс. У цьому сенсі поезика протистоїть деструктивній логіці війни, утверджуючи цінність людської гідності та внутрішньої свободи. У сучасному українському контексті ця естетика набуває додаткового значення. Культура, яка продовжує функціонувати під час війни, є формою незламності. Творчість І. Камінського демонструє, що мистецтво може бути не лише способом осмислення травми, а й засобом її подолання через естетичне переосмислення.

Література

1. Камінський І. Саме тиша змушує нас промовляти / пер. з англ. Д. Дроздовський. *Всесвіт*. URL: <https://www.vsesvit-journal.com/old/content/view/351/41/> (дата звернення: 02.03.2026).
2. Kaminsky I. About : official website. URL: <https://www.ilyakaminsky.com/about> (дата звернення: 02.03.2026).
3. Kaminsky I. Dancing in Odessa : official website. URL: <https://www.ilyakaminsky.com/dancing-in-odessa> (дата звернення: 02.03.2026).

РУДЕНЬ Денис,
*кандидат політичних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ГОРИЗОНТАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СОЦІОЛОГІЧНА ОСНОВА КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: ДОСВІД ПРЕССЛУЖБ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ УКРАЇНИ (2022–2024)

Повномасштабне вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року поставило перед пресслужбами державних органів безпрецедентне завдання: в умовах екзистенційної загрози забезпечити безперервну, достовірну та мобілізаційно ефективну комунікацію одночасно з кількома цільовими аудиторіями. Окрім того, з'явилося багато чутливої інформації, необхідність узгодження інформації з іншими структурами. Аналіз комунікаційних практик Офісу Президента, Генерального штабу ЗСУ, Міністерства оборони України, Міністерства закордонних справ України, Головного управління розвідки Міністерства оборони України та Центру протидії дезінформації Ради Національної безпеки та оборони України дозволяє виявити ключові соціологічні закономірності. Серед них є найголовніша, яка говорить про те, що успіх комунікації в період дії правового режиму воєнного стану визначається не застосованими технологічними рішеннями, а стратегічно сформованими горизонтальними соціальними мережами [1].

Центральним феноменом, що потребує соціологічного пояснення, є динаміка суспільної довіри до Президента В. Зеленського, яка сягала 37% напередодні вторгнення та стрибнула до 90% у травні 2022 року [2]. Це зростання зумовлене принциповим переходом від «фронтальної вистави» до «автентичної присутності». Важливу роль зіграло перше відео, де Президент України з командою на фоні будівлі Офісу Президента говорить: «Ми всі тут». Живі, смартфонні відеозвернення без офіційного антуражу, записані в різних умовах та в різних місцях активували у глядачів механізм соціального

розпізнавання «свій–чужий» і перетворили президентське звернення на щоденний колективний ритуал. Саме таке синхронізоване переживання спільної уваги є генератором групової солідарності та колективної ідентичності [3].

Генеральний штаб Збройних Сил України обрав стратегію щоденного оприлюднення даних про втрати ворога при суворому збереженні мовчання щодо власних. Ця асиметрія виконує подвійну психологічну функцію. По-перше, задовольняє потребу суспільства у визначеності і, по-друге, підтримує ілюзію контролю над перебігом подій. Публікації, які поширюються через соціальні мережі, зокрема, Facebook і Telegram-канали перетворилися на очікувані «ранкові зведення», що структурують повсякденний час мільйонів людей в умовах воєнної нестабільності.

Міністерство оборони України запровадило стратегію «захисного гумору». В офіційних акаунтах в соцмережах систематично публікувалися народні меми та іронічні коментарі на адресу ворога. З соціологічної точки зору, цей підхід скорочує символічну дистанцію між «державою» і «народом» та знижує колективну тривожність через сміх. Така стратегія передбачала позиціонування ворога як дурня, дещо небоєздатну армію і неспроможність до досягнення поставлених цілей. Зворотнім ефектом цього підходу стало очікування завершення війни за «два-три тижні», ефемерне домінування та перевагу над ворогом, недооцінювання ворожого війська.

Міністерство закордонних справ України орієнтувалися на міжнародну аудиторію через два домінантних фрейми «глобальна підтримка» та «злочини росії». Ці рамки виконували різну функцію для внутрішньої та зовнішньої аудиторій. Перший підвищував соціальну резильєнтність всередині країни, другий активував каскадний механізм, коли міжнародна підтримка стимулює залучення нових союзників за принципом «приєднання до більшості».

Аналіз комунікаційних практик Головного управління розвідки Міністерства оборони України демонструє іншу модель кризової комунікації, засновану на поєднанні оперативної інформації, символічних повідомлень і високого рівня персоніфікації. Важливим фактором стала публічна присутність керівника розвідки К. Буданова, яка сформувала образ компетентного і впевненого експерта. Регулярні інтерв'ю, прогностичні оцінки та короткі коментарі щодо перебігу війни створювали ефект доступності стратегічної інформації, водночас не розкриваючи критично важливих даних. З соціологічної точки зору така комунікаційна практика формує особливий тип довіри до професійної компетентності інституції. Публікації ГУР у соціальних мережах, зокрема відеоматеріали про операції або символічні звернення, виконували мобілізаційну функцію, формуючи у суспільстві уявлення про активну та ініціативну позицію української розвідки та війська в цілому.

Своєю чергою, комунікаційна діяльність Центру протидії дезінформації при Раді Національної безпеки і оборони України була спрямована передусім на нейтралізацію інформаційних атак та викриття маніпулятивних, пропагандистських наративів. У період повномасштабної війни ця структура виконувала функцію своєрідного «фільтра довіри», оперативно спростовуючи фейки та пояснюючи інформаційні операції противника. Комунікаційна стратегія центру ґрунтувалася на швидкій реакції, публікації роз'яснювальних матеріалів і систематичному маркуванні дезінформаційних повідомлень. Такий підхід сприяв формуванню критичної медіаграмотності аудиторії та водночас підтримував горизонтальні комунікаційні зв'язки між державними інституціями, медіа та громадянським суспільством.

Узагальнюючи, зазначимо, що ефективність кризових комунікацій державних інституцій у період війни значною мірою визначається здатністю формувати мережі довіри між владою, медіа та громадянами. Досвід України

2022–2024 років демонструє, що горизонтальні комунікаційні зв'язки забезпечують швидке поширення інформації, її соціальну легітимацію та підтримку колективної стійкості суспільства. Саме тому стратегічне формування таких мереж стає ключовим соціологічним чинником успішної інформаційної політики держави в умовах воєнного конфлікту.

Література

1. Skopes A. Ukraine's fight on the front lines of the information environment [Електронний ресурс] // Modern War Institute at West Point. 2023. URL: <https://mwi.westpoint.edu/ukraines-fight-on-the-front-lines-of-the-information-environment/> (дата звернення: 05.03.2026).

2. Dynamics of trust in social institutions [Електронний ресурс] / Kyiv International Institute of Sociology. 2022. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=eng&cat=reports&id=1174> (дата звернення: 05.03.2026).

RUDYK Yuliia,

Second year student,

*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)*

RUDYK Yaroslav,

*Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor of the Department of
Management and Educational
Technology*

*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)*

DISINFORMATION PROCESSES IN THE MEDIA AS A PREREQUISITE FOR SOCIOCULTURAL DESTABILIZATION

Disinformation within the media environment has become a defining challenge of the contemporary sociocultural landscape. The rapid spread of falsified or manipulated information affects not only public opinion but also the foundational cultural bonds that sustain social integration.

This study proposes a theoretical overview of disinformation processes, outlining key mechanisms and their potential effects on sociocultural stability.

Disinformation is distinct from misinformation. Misinformation refers to unintentional inaccuracies, while disinformation is deliberate and strategic.

Disinformation leverages media platforms to shape narratives and influence behaviors. Modern digital ecosystems enable the amplification of false content without sufficient checks.

The media space functions as both a source of information and a symbolic environment shaping collective values.

In this context, disinformation can act as a catalyst for conflict by reinforcing biases, undermining trust, or intensifying sociocultural divisions. The dynamic interplay between media actors, audiences, and technological infrastructures facilitates the rapid circulation of deceptive content.

Researchers identify several mechanisms through which disinformation can operate and affect sociocultural stability [1].

First, it exploits emotional triggers such as fear or uncertainty. Content designed to evoke intense emotional responses tends to spread more rapidly than factual information.

Second, algorithmic personalization on digital platforms can create fragmented media environments. Users receive content aligned with their preferences, restricting exposure to diverse perspectives.

Third, disinformation undermines institutional trust. When audiences lose confidence in traditional media and authoritative sources, alternative narratives gain traction, often unsupported by evidence.

Such erosion of trust weakens the social contract that underlies civic cooperation, making societies more vulnerable to polarization and fragmentation.

The implications of disinformation for sociocultural integrity are significant.

Disinformation contributes to the normalization of skepticism toward shared facts, leading to competing realities within the same social space. This fragmentation extends to public discourse, where consensus on essential issues becomes increasingly difficult.

Furthermore, disinformation can reinforce existing social inequalities.

Targeted narratives frequently exploit cultural tensions, exacerbating divisions based on ethnicity, religion, or political affiliation [2]. Over time, these pressures can weaken societal resilience and impair the ability of communities to act collectively in response to crises.

Recent trends demonstrate how disinformation campaigns leverage both global and local media ecosystems. In addition, decentralized networks of users can generate and spread false narratives with minimal coordination [3].

The strategies vary, but the sociocultural effects converge to weakening trust in common sources of information and promoting entrenched social fragmentation.

Analysis of these patterns underscores the need to view disinformation not merely as a mass communication problem, but as a sociocultural phenomenon. It interacts with existing cultural narratives, adapting to local sociopolitical contexts while exploiting universal psychological vulnerabilities.

Addressing disinformation requires holistic intervention.

Media literacy initiatives can improve audiences' capacity to distinguish credible information from deceptive content. Moreover, regulatory frameworks must adapt to digital ecosystems while safeguarding freedom of expression.

Finally, promoting transparent communication from verified sources and empowering individuals with critical thinking skills are necessary steps toward reinvigorating shared cultural norms.

In conclusion, disinformation processes in the media space pose a tangible risk to sociocultural cohesion by distorting shared realities and undermining trust.

This theoretical overview outlines mechanisms and implications but calls for further evaluation using specific case studies, such as analysis of the Ukrainian media space during wartime, to strengthen the model's practical relevance and academic validity.

REFERENCES

1. Tandoc Jr. E. C., Lim Z. W., Ling R. (2017) Defining "fake news". *Digital Journalism*. 6 (3): 137–153. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

2. Wardle, C., Derakhshan, H. (2017) Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe*. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

3. Surjatmodjo, D., Unde, A. A., Cangara, H., Sonni, A. F. (2024) Information pandemic: a critical review of disinformation spread on social media and its implications for state resilience. *Soc. Sci.* 13 (8), 418. DOI: <https://doi.org/10.3390/socsci13080418>.

РУСНАК Ніна,

*студентка, Національний
університет «Чернігівський
колегіум імені Т. Г. Шевченка»
(м. Чернігів, Україна)*

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

СЕМАНТИЧНА СТРУКТУРА ТА ВНУТРІШНЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ МІЛІТАРНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ

Лексичне значення становить основу семантичної системи мови й визначає смислове навантаження кожної мовної одиниці. У сучасній лінгвістиці лексичне значення розглядають як багатоаспектне явище, що фокусує денотативний, сигніфікативний, структурний та прагматичний компоненти. Дослідження мілітарної лексики періоду 2014–2025 років вимагає докладного аналізу значеннєвого обсягу мовних одиниць, оскільки саме в цей період українська мілітарна термінологія зазнала суттєвих трансформацій під впливом активних бойових дій.

Прагматичний аспект лексичного значення в контексті мілітарної лексики набуває особливої ваги, позаяк військові / воєнні терміни не лише номінують об'єкти та явища, а й виражають емоційно-оцінне ставлення мовців до реалій війни.

У теорії лексичної семантики розрізняють декілька основних типів лексичних значень. Запропоновані класифікації стають надійною базою системного опису структури мілітарної лексики та прогнозування основних тенденцій її значеннєвого розвитку.

Номінативне (пряме) значення слова є первинним і безпосередньо співвідноситься з позначуваним об'єктом або явищем. У воєнній термінології це, наприклад, слова *танк*, *гвинтівка*, *окоп*, які позначають конкретні предмети чи об'єкти мілітарного призначення. Переносне значення виникає на основі метафоричного або метонімічного трансформування ознак.

Емоційно-експресивне значення є особливо важливим для мілітарної лексики, адже воно експлікує ставлення мовців до позначуваних явищ. У мові українських вояків періоду 2014–2025 років функціонує велика кількість емоційно забарвлених номінацій: *орк*, *рашист*, *кацап* (із негативною конотацією), *янгол*, *захисник*, *герой* (із позитивною конотацією). Усе це засвідчує, що в досліджуваній лексико-семантичній підсистемі спостережено тісну інтеграцію номінативної та емоційно-оцінної функцій, що зумовлено екстралінгвальними чинниками – активними бойовими діями та потребою у формуванні релевантної ідентифікації опозиції «свій / чужий».

Семантична структура слова є складною багаторівневою системою, яка містить семему (план змісту лексичної одиниці), семи (мінімальні компоненти значення) та їхню ієрархічну організацію. У лексикології (семасіології) семантичну структуру трактують як сукупність сем, організованих за певною ієрархією. Для мілітарної лексики характерна чітка структурованість значень, зумовлена специфікою денотатів. Це промовисто демонструє семантична структура слова *броня* в контексті військового / воєнного дискурсу. Основне номінативне значення – «захисне металеве покриття військової техніки». Однак у мові тих, що причетний до бойових дій, описувана лексема набуває розширеного значення: *броня* – «усі види броньованої техніки». Бронею називають захисний шар із достатньо міцного

та в'язкого матеріалу, який захищає від різного за силою й інтенсивністю впливу на об'єкт, покритий цим матеріалом. Для творення нового значення аналізованої лексеми використовують модель метонімічного перенесення «предмет → матеріал ↔ покриття матеріалом». Перед нами яскравий приклад того, як метонімічний механізм уможлиблює розширення семантичного простору терміна.

Метафоричне перенесення є одним із найпродуктивніших механізмів творення нових значень у мілітарній лексиці. У дискурсі, про який ідеться, метафора виконує важливу когнітивну функцію, вона забезпечує осмислення складних та небезпечних явищ крізь призму відомих реалій. Військову / воєнну метафору класифікують за зовнішньою, звуковою подібністю, за бестіальними ознаками (ідеться про зооморфні метафори), функціональною схожістю тощо. Розширення значення відбувається, коли слово починає позначати ширше коло об'єктів або явищ, ніж раніше.

Звуження значення також має місце в еволюції мілітарної лексики. Прикладом може бути термін *берці* – «масивні військові черевики на шнурівках із твердим передком».

Семантичне поле є фундаментальним поняттям структурної семантики, що об'єднує лексичні одиниці на основі спільності їхнього значення. У досліджуваному різновиді лексики семантичні поля сформовані навколо ключових концептів військової / воєнної справи.

Семантичне поле «Учасники бойових дій» є одним із найчисленніших та найбільш диференційованих. Усередині цього поля можна виділити декілька підгруп: номінації за родом військ (*десантник, танкіст, артилерист, розвідник*), жаргонні номінації за родом військ (*єноти, бобри, сутінки*), номінації за функцією (*снайпер, сапер, медик, зв'язківець*) та ін. Для семантичного поля «Ворог» характерна висока емоційна насиченість та експресивність. До нього належать загальні збірні назви (*русня, кацапня, рашисти, орки*), найменування за політичними поглядами (*колоради, ватники, сепари*), номінування за зовнішніми ознаками (*лаптеногі*). Приклад

детального тлумачення: «орки – зневажлива назва російських окупантів». Семантичне поле «Військова техніка та озброєння» демонструє багатий синонімічний ряд, який формують номінації *АК, АКМ, АКМС, калаш, калашмат, плювачка, сучка, ксюха, покемон* і под.

У підсумкові важливо зацентувати на тому, що семантична структура та внутрішня диференціація мілітарних лексичних одиниць періоду 2014–2025 років є складним багатовимірним явищем, сформованим під впливом як власне лінгвальних механізмів (метафоричне й метонімічне перенесення, семантична диференціація), так і екстралінгвальних чинників (активні бойові дії, суспільно-політична ситуація, потреба швидкої ідентифікації). Прагматичний аспект набуває особливого значення, оскільки мілітарні номінації виконують не лише комунікативну, а й емоційно-оцінну функцію, відображаючи ставлення мовців до реалій війни.

САЗОНОВА Ярослава, доктор
філологічних наук, професор,
Харківський національний
педагогічний університет імені
Г. С. Сковороди (м. Харків, Україна)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МЕДІАЛІНГВІСТИЦІ: ТОЧНІСТЬ, ПОХИБКИ, ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДНИКА

Активне впровадження великих мовних моделей (LLMs) у гуманітарні дослідження відкриває нові можливості для обробки текстових масивів, однак одночасно актуалізує питання методологічної точності та академічної відповідальності. Тут тезово представимо експериментальне дослідження застосування ChatGPT 4.0 (безкоштовна версія) для аналізу англomовного медіадискурсу з про- та антивакцинаторською спрямованістю, здійснене в межах іншого проєкту [1]. Теоретичною основою аналізу стала системно-функційна лінгвістика М. Галлідея, зокрема ідеаційна метафункція та система транзитивності.

Матеріалом дослідження стали десять англомовних медіатекстів (п'ять із критикою позиції Р. Ф. Кеннеді-молодшого щодо вакцинації та п'ять із її підтримкою). Дослідницька процедура передбачала поетапне формування запитів до ШІ з метою: (1) пошуку релевантних джерел, (2) виокремлення активних і пасивних конструкцій (включно з дієприкметниковими формами та віддієслівними номінативами), (3) класифікації типів процесів (material, mental, verbal, relational тощо) та (4) встановлення семантичних ролей учасників дискурсу.

На рівні первинної обробки ШІ продемонстрував високу швидкість систематизації матеріалу та здатність формувати попередні статистичні узагальнення. У вибірці з 62 предикативних центрів домінували матеріальні процеси (58,1 %), що відображало тенденцію до репрезентації діячів як агентів активного впливу. Кореляція між типами процесів і семантикою підметів засвідчила закономірність: суб'єкти, пов'язані з позицією Кеннеді та його прихильників, найчастіше функціонували як актори матеріальних процесів, тоді як експерти та інституції частіше реалізувалися через ментальні та вербальні процеси (оцінювання, повідомлення, аргументація). Таким чином, автоматизований аналіз частково підтвердив ідеологічне структурування медіадискурсу.

Водночас зіставлення автоматичного та ручного аналізу виявило суттєві кількісні похибки. В одному з текстів, наприклад, ChatGPT зафіксував 62 активні/пасивні конструкції, тоді як ручна вибірка засвідчила 87 (68 активних і 19 пасивних), що становить приблизно 29 % розбіжності. Програма систематично пропускала предикативні основи складнопідрядних речень, непослідовно враховувала дієприкметникові та віддієслівні конструкції, а інколи відносила одну й ту саму одиницю до різних членів опозиції стану. Зафіксовано також випадки довільного розширення термінології системно-функційної лінгвістики та передчасних інтерпретацій, які не мали чіткої теоретичної опори.

Аналіз співвідношення активного й пасивного станів показав, що в корпусі з 26 предикативних центрів активні форми становили 69,2 %, пасивні – 30,8 %, причому пасив уживався виключно в матеріальних процесах і виконував функцію фонові або результативної репрезентації подій. Отже, категорія стану виступає інструментом ідеологічного структурування: активний стан актуалізує агентивність і відповідальність, тоді як пасивний здатен зменшувати фокус на діячеві.

Для перевірки отриманих результатів було застосовано додаткову обробку за допомогою Google Colab (Python-аналіз), що підтвердило загальні кількісні тенденції, але водночас засвідчило необхідність багатоканальної цифрової верифікації. Досвід роботи з ШІ продемонстрував критичну залежність результатів від точності формулювання запитів (prompt engineering) та рівня теоретичної підготовки дослідника.

Таким чином, великі мовні моделі можуть ефективно виконувати функції допоміжного інструмента в медіалінгвістичних дослідженнях – передусім на етапі пошуку матеріалу, первинної класифікації та статистичної обробки. Проте автоматизований аналіз не може розглядатися як самодостатній науковий доказ і потребує обов'язкової ручної перевірки, теоретичної корекції та етично відповідального використання. У цьому контексті відповідальність дослідника стає ключовим чинником забезпечення наукової достовірності в умовах цифрової трансформації гуманітарного знання.

Література

1. Штучний інтелект у методиці навчання мов і методології сучасних лінгвістичних досліджень : монографія / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; за ред. Я. Сазонової. Харків, 2026. 353 с. : іл., табл. Doi 10.34142/978-617-8786-04-5.mngr.ailinguastudies.2026 <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/21996>

САМОЙЛОВ Олексій,
*кандидат історичних наук, доцент,
директор Навчально-наукового
інституту журналістики, кіно і
телебачення, Київський міжнародний
університет*

ІНДУСТРІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕПОХУ МЕДІАІМПЕРІАЛІЗМУ

Загальний прибуток Америки від видавничої справи, кіно та аудіоматеріалів, телекомунікацій та інтернет-індустрії перевищує один трильйон доларів. На телекомунікації припадає майже половина (494 млрд. дол.); на видавничу справу – чверть (264 млрд. дол.); на інтернет-послуги, веб-послуги та обробку даних – менше десятої частини (103 млрд. дол.); на теле- та радіомовлення трохи менше (99 млрд. дол.); а на кінофільми та аудіоматеріали ще менше (91 млрд. дол.). При цьому решта суми припадає на інтернет-видавництво та мовлення (20 млрд. дол.) та на «інше» (7 млрд. дол.) [1, с. 198; пор.:2; 3].

2010 року світова додана вартість галузей «знань та передових технологій» склала 18,2 трильйона доларів, тобто 30% передбачуваного світового ВВП. Світова, додана галузями ІКТ вартість (серед цих галузей – напівпровідники, комунікаційне обладнання, комп'ютерне програмування та обробка даних) збільшилася більш ніж удвічі – з 1,2 трлн. дол. 1995 року до 2,8 трлн. дол. 2010 році (передбачається, що внесок США в цей показник становить не менше половини). До 2012 року на галузь ІКТ припадало 6% світового ВВП. Із загальної суми лише США припадало 26%. На Азію загалом, включаючи Японію, Китай та «азійську вісімку», припадало 33%, але в Європу – 22%. США найвища ІКТ-частка вкладень в основний капітал (26%) серед великих економік країн ОЕСР. Друге місце посідає Велика Британія. США були лідером у бізнес-інфраструктурі ІКТ. 2013 року половина всіх світових потоків у галузь фінансів, знань, промислових товарів

і персоналу припадала на індустрії знань. Значною мірою вони локалізувалися у країнах із розвиненою економікою [1, с. 199].

Література

1. Олівер Бойд-Барретт. Медиа-империализм / Пер. с англ. Х.: изд-во «Гуманитарный центр», Е.Н. Кочергина, 2018. 292 с.
2. Английский язык в мире [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.english.dp.ua/english_language.html.
3. Самойлов О.Ф. Глобалізація як культурно-історичне явище (кінець ХХ–початок ХХІ ст.): монографія. Київ: КиМУ, 2015. 282 с.

СЕМЕНЮК Олег,

*доктор філологічних наук, професор,
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка
(м. Київ, Україна)*

ДИСКУСІЙНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ З ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Зміни у сфері вищої освіти України активізовані різними чинниками, зокрема впливом освітньої глобалізації та впровадженням європейських практик. Саме ці фактори стали визначальними у зміні ідеології підготовки кадрів вищої кваліфікації. У доповіді зосереджуємося на окремих аспектах підготовки **докторів філософії** за спеціальністю Журналістика з огляду на сучасні особливості цього процесу та суперечності, що виникають між ЗВО, які здійснюють навчання, й установами, що виконують контрольні та наглядові функції. Спираючись на власний досвід, а також на інформацію, доступну під час аналізу розгляду акредитаційних справ ОНП Журналістика за останні роки, акцентуємо увагу на низці дискусійних аспектів підготовки фахівців третього (освітньо-наукового) рівня. Зважаючи на обмежений обсяг тез, зупинимося на кількох показових прикладах.

1. *Баланс між освітніми компонентами програми.* Зміст ОНП, її мета, логіко-структурна схема, склад обов'язкових і вибіркового освітніх компонентів, програмні компетентності – ці та інші елементи постійно перебувають у центрі уваги групи розробників. Освітньо-наукова програма

доволі часто віддзеркалює кадровий потенціал відповідних кафедр, напрями їхніх науково-дослідницьких пошуків, інтереси наукових шкіл. Коригування програми, удосконалення освітніх компонентів є складним і персоналізованим процесом. Аналіз ОНП вітчизняних і закордонних університетів дає підстави умовно поділити їх на дві групи. Перша – програми, у яких освітню складову намагаються максимально наситити дисциплінами, що відображають актуальні проблеми сучасної журналістики, відповідають науковим інтересам здобувачів і мають виразне прикладне спрямування. Друга група – ОНП, у яких основний акцент зроблено на компонентах, спрямованих на опанування теорії та практики написання наукового дослідження, а також на засвоєння методології наукових студій у галузі журналістики. На нашу думку, друга модель певною мірою виправдовує власну мету, зважаючи на те, що випускники факультетів журналістики нерідко мають прогалини у практиці написання науково-дослідницьких розвідок. Специфіка виконання бакалаврських і магістерських робіт у цій галузі переважно передбачає створення різноманітних медійних проєктів, які супроводжуються пояснювальними записками. Лише останнім часом факультети журналістики почали повертатися до практики підготовки магістерських робіт науково-дослідницького спрямування. У цьому контексті доволі контroversійною виглядає вимога, яка нерідко фігурує у висновках експертних груп, – вводити до програми більше освітніх компонентів, що відповідають безпосереднім напрямам наукових досліджень конкретних аспірантів. Такий підхід може призвести до освітньої кон'юнктурності та ситуативності формування змісту ОНП.

2. *«Формальне» і «неформальне» навчання.* Оцінювання і визнання результатів навчання є важливими складниками підготовки здобувачів. Окрім суто навчально-виховної функції, це ще й вагомий соціальний чинник, особливо в умовах державної форми навчання, нарахування стипендій, конкуренції за отримання матеріальної підтримки тощо. Критерії оцінювання постійно перебувають у полі уваги адміністрації, викладачів, органів

студентського самоврядування. Виконання навчального плану є одним із ключових елементів звітування аспірантів і підставою для переведення їх на наступний рік навчання. Обираючи ОНП в тому чи іншому університеті, аспіранти водночас обирають і науковців, які здійснюватимуть їхню підготовку до здобуття наукового ступеня. Викладання в аспірантурі – це своєрідний «вищий пілотаж» для викладача, підтвердження його наукової зрілості та професійної майстерності. У цьому аспекті дещо неорганічною видається вимога, яку намагаються впроваджувати без урахування специфіки освітнього рівня, – обов'язкове врахування результатів неформального навчання. У багатьох випадках самі викладачі рекомендують аспірантам опанувати додаткові курси в межах окремих модулів або як елемент самостійної роботи, із подальшим зарахуванням результатів як складника підсумкової оцінки. Проте вимога масового зарахування результатів неформальної освіти в аспірантурі, де навчальні групи можуть складатися лише із 2–4 осіб, видається суперечливою, бо постає закономірне запитання: для чого тоді з такими зусиллями розробляти авторський курс, визначати розподіл кредитів і навчальних тижнів, формувати цілісну логіку ОК?

3. *Первинне і вторинне у підготовці фахівців.* Аналіз щорічних звітів аспірантів, університетських вимог до організації їх підготовки, рекомендацій експертів свідчить про те, що значну частину часу в аспірантурі займає не лише необхідна участь у наукових конференціях і семінарах, а й різноманітні воркшопи, круглі столи та заходи, які безпосередньо не пов'язані з тематикою наукового дослідження чи змістом навчального процесу. До показників ефективності реалізації ОНП дедалі частіше відносять міжнародну та внутрішню академічну мобільність, громадську активність, формування актуального портфолію, участь у наукових товариствах, увагу до ментального здоров'я тощо. Безумовно, ці напрями діяльності мають позитивний потенціал і сприяють комплексному розвитку особистості дослідника, однак вони потребують значних часових ресурсів як з боку аспірантів, так і з боку науково-педагогічних працівників, що забезпечують їх

організацію та супровід. Та коли за дев'ять місяців до завершення навчання аспірант не може представити цілісний текст дисертаційного дослідження з висновком наукового керівника про його готовність, продемонструвати необхідну кількість публікацій визначеного рівня, всі додаткові, навіть корисні й престижні види діяльності, втрачають свою вагу. Саме це й окреслює їхнє реальне місце в системі підготовки фахівців третього (освітньо-наукового) рівня.

СЕНЧИЛО-ТАТЛІЛОГЛУ Надія,
кандидат філологічних наук, доцент,
Університет Ататюрка
(м. Ерзурум, Туреччина)

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ ГІДА

Під впливом цифрових технологій та сучасних медіа туристична діяльність активно трансформується. Звична роль гіда, як носія знань та культурних сенсів, поступово змінюється. Сьогодні гід є не лише провідником, але й медіатором, що здатний ефективно комунікувати з туристами за допомогою цифрових інструментів. Поширення віртуальних та доповнених реальностей (VR/AR), аудіогідів, мобільних додатків, активне використання соціальних мереж формує новий стиль туристичної комунікації, який поєднує традиційне мовлення з інтерактивними, мультимедійними та персоналізованими формами передачі інформації.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що цифровізація не лише змінює спосіб подання історичних, культурних та природних об'єктів, а й трансформує мовні та поведінкові стратегії гіда. Для студентів, які опановують професію туристичного супроводу, особливо важливими стають навички використання цифрових інструментів, правильний підбір мовних засобів та інтерактивні прийоми комунікації, що забезпечує ефективне залучення туристів і створює позитивний досвід взаємодії.

Метою роботи є вивчення впливу цифрових технологій на комунікаційні практики гідів. Заглиблення у це питання дозволяє зрозуміти не лише сучасні виклики професії гίδα, а й перспективи розвитку туристичної комунікації у контексті глобалізації суспільства. Оскільки цифрові технології активно інтегруються в усі сфери туристичної діяльності, у сучасних наукових дослідженнях ці питання також вивчаються. Процес цифровізації туристичної галузі включає не лише автоматизацію бізнес-процесів, але й перетворення комунікації між учасниками туристичного ринку – туристами, гідами, турагентствами. На думку А. Гварамадзе, цифрові медіа та мобільні технології сьогодні є ключовими чинниками трансформації туристичного продукту. Саме вони формують нові способи подання інформації, просування послуг і взаємодії з аудиторіями [1].

Важливим аспектом цифрової трансформації є перехід від традиційних форм комунікації до мультимедійних і персоналізованих каналів. Соціальні мережі, мобільні додатки, онлайн-платформи та відеоконтент дозволяють не лише презентувати туристичний продукт, а й створювати інтерактивний діалог з туристами на різних етапах подорожі – від планування до відгуків туристів. Зокрема, соціальні платформи формують інформаційне середовище, де туристи активно шукають і порівнюють інформацію, діляться власним досвідом з іншими учасниками спільнот [1]. Інформаційно-комунікаційні технології посприяли появі нових інструментів для туристичного супроводу. Дослідники Е. Челкін та Д. Токгюз зазначають, що мобільні застосунки (мобільні гідів) і вебпортали з інтерактивними маршрутами стали не лише джерелом інформації, а й засобом адаптації мовного контенту під потреби різних культурних і мовних груп туристів. Це дозволяє гідам ефективніше позиціонувати культурний контент і забезпечувати персоналізовану комунікацію з міжнародною аудиторією [2]. У науковій літературі також наголошується на тому, що цифровізація туристичних комунікацій сприяє формуванню нових моделей взаємодії між суб'єктами туристичного ринку. Сьогодні гід має оперувати не лише знанням

історії та культури, а й цифровою компетентністю для організації ефективної взаємодії з туристами через цифрові сервіси [4].

Отже, туризм переходить від традиційної моделі до «розумної» (smart tourism) і разом з тим формується нова модель – «цифровий турист». Цифрові технології стають не лише засобом технічного забезпечення туристичної діяльності, а й ключовим елементом комунікаційних стратегій, що визначають сучасні практики туристичного супроводу [3]. Сучасна практика туристичного супроводу активно інтегрує цифрові інструменти, які розширюють комунікативні можливості гіда та змінюють формат взаємодії з туристами. Ми бачимо нову модель професійної діяльності. Вона поєднує традиційне усне мовлення з цифровими платформами та мультимедійним контентом. Мобільні додатки та аудіогіди дозволяють туристам самостійно обирати мову, темп і формат сприйняття інформації. Гід переходить від монологічної подачі матеріалу до моделі фасилітатора. Він доповнює цифровий контент коментарями, відповідає на запитання та забезпечує культурну інтерпретацію об'єктів. Дослідження Ekici & Toksöz [1] підкреслює, що впровадження мобільних технологій у сфері туристичного супроводу підвищує якість сервісу та сприяє індивідуалізації комунікації. Технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) створюють можливість візуалізації історичних подій, архітектурних об'єктів або втрачених культурних пам'яток. Вони розширюють традиційну екскурсію, додають інтерактивні елементи та емоційний компонент. У цьому контексті змінюється і комунікативна стратегія гіда: зростає роль коротких пояснень, інструкцій, координації уваги групи, цифровий контент інтегрується в живу розповідь тощо.

Соціальні мережі є інструментом професійного позиціонування гіда та каналом комунікації. Через Instagram, TikTok, YouTube гіді формують власний медіаобраз, презентують маршрути, залучають аудиторію та підтримують контакт із туристами. Наукові дослідження цифрового маркетингу в туризмі засвідчують, що онлайн-присутність суттєво впливає на

вибір туристичних послуг і формування довіри до фахівця [1]. Але цифрові інструменти не замінюють гіда, а трансформують його професійну роль. Цифровізація туристичної сфери зумовлює зміну не лише інструментів роботи гіда, а й його мовленнєвих стратегій. Традиційна модель монологічної розповіді поступається інтерактивній, діалогічній формі комунікації. Сьогодні гід використовує короткі, структуровані повідомлення, орієнтовані на візуальний супровід (слайди, відео, AR-елементи). Це вимагає лаконічності та чіткої організації мовлення. Мультимедійний супровід потребує пояснення і коментарів. Отже, комунікація стає більш адаптивною. З'являються ширші можливості для урахування культурних, вікових і мовних особливостей аудиторії. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато музеїв і туристичних центрів перейшли до онлайн-формату (Zoom-тури, 360°-екскурсії). Це вплинуло на формат роботи гіда, у його комунікації з'явилися елементи модерації чату, інтерактивні опитування, робота з презентаціями тощо. Сьогодні у музеях поширена практика QR-кодів із доступом до аудіоматеріалів різними мовами. Це дозволяє гідю адаптувати екскурсію до міжнародної групи та скоротити обсяг монологічного мовлення. У соціальних мережах гід створюють відеофрагменти маршрутів, короткі історичні довідки та прямі ефіри, що формують довіру аудиторії. Ці приклади демонструють, що цифрові технології інтегруються в туристичний супровід як доповнення до традиційної комунікації, змінюючи її формат і функції.

Отже, цифрові технології суттєво трансформують професійну діяльність гіда. Змінюються інструменти роботи і характер комунікації з туристами. Трансформація комунікації проявляється у переході від монологічної моделі до інтерактивної. Лаконічність та адаптивність мовлення, візуальна підтримка стають дуже важливими. Водночас цифровізація висуває нові вимоги до професійної підготовки майбутніх гідів: розвитку цифрової компетентності та вміння інтегрувати онлайн-ресурси в живу екскурсійну практику. Сучасні соціокультурні трансформації зумовлюють необхідність переосмислення змісту навчання іноземної мови для студентів туристичного

супроводу, орієнтуючи його на формування комунікативних навичок у цифровому та мультимедійному середовищі.

Література

1. Gvaramadze A. Digital technologies and social media in tourism. *European Scientific Journal (ESJ)*. 2022. Vol. 18, No. 10. P. 28. DOI:10.19044/esj.2022.v18n10p28.
2. Ekici Çilkin R., Toksöz D. Reflections of technological developments on tourist guidance: Mobile tourist guide applications. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*. 2024. Vol. 12, No. 1. P. 445–455. DOI: 10.21325/jotags.2024.1388.
3. Parra-Sanchez D. T., Viviescas-Jaimes P. A. Application of digital technologies in nature-based tourism: A scientometric analysis. *Journal of Digital Economy*. 2024. Vol. 3. P. 249–259. DOI: 10.1016/j.jdec.2025.05.003.
4. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 226–235. DOI: 10.31866/2410-1311.38.2021.245956.

СИЛКА Оксана,

*доктор історичних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
та природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ЕМІГРАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ 1930-х рр. ЯК ПРОСТІР СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНЦІВ:

БОРИС ЛАЗАРЕВСЬКИЙ

Дослідження української еміграції першої половини ХХ ст. посідає важливе місце у сучасній історіографії, оскільки еміграційні спільноти стали осередками формування нових форм культурної та інтелектуальної комунікації. Водночас еміграція була наслідком глибоких політичних і соціальних потрясінь, що супроводжувалися втратою батьківщини, розривом усталених соціальних зв'язків та необхідністю адаптації до нових культурних і соціальних умов. Для багатьох представників інтелігенції цей досвід означав не лише включення у нові комунікативні мережі, а й переживання особистісної та культурної кризи, пов'язаної з вимушеним перебуванням поза межами власного культурного простору.

Еміграційне середовище міжвоєнної Європи стало особливим простором трансформацій, у межах якого формувалися нові комунікативні практики та моделі ідентичності. Для значної частини інтелектуалів, що опинилися поза межами батьківщини після 1917–1921 рр., еміграція означала не лише зміну місця проживання, а й глибоку переоцінку власних культурних і національних орієнтирів. У цьому контексті важливим є дослідження індивідуальних траєкторій представників емігрантської інтелігенції, які демонструють складний процес формування нових комунікативних кодів через самоусвідомлення.

Показовою у цьому сенсі є постать українця, письменника і мемуариста Бориса Лазаревського (1871–1936 рр.), чие життя в еміграції відображає процеси культурної адаптації, трансформації світоглядних орієнтирів та поступового переосмислення власної національної приналежності. Його щоденникова спадщина, зокрема записи за 1927–1933 рр., становить важливе джерело для реконструкції у т. ч. повсякденного життя українських та російських емігрантських спільнот і дозволяє простежити механізми функціонування особливих інтелектуальних комунікацій. Значна частина культурного життя еміграції була зосереджена у великих європейських містах, передусім у Парижі, який у 1920–1930-х рр. став одним із головних центрів інтелектуальної активності вихідців з Російської імперії. Тут формувалися своєрідні культурні мережі, що об'єднували письменників, журналістів, видавців та громадських діячів. У цьому середовищі відбувався постійний обмін ідеями, обговорювалися літературні та політичні події, підтримувалися контакти між представниками різних культурних середовищ. Саме через такі комунікативні практики еміграційні спільноти створювали новий культурний простір, у якому поєднувалися елементи національних традицій і європейського інтелектуального контексту.

Щоденники Лазаревського відображають широку мережу приватних і професійних контактів, що існувала в емігрантському середовищі. Автор регулярно фіксує зустрічі з письменниками, митцями та видавцями, описує

атмосферу літературних вечорів, дискусій і приватних розмов. Такі записи дозволяють побачити еміграцію як складну систему комунікацій, у якій формувалися нові соціокультурні зв'язки. Водночас ці контакти сприяли збереженню культурної пам'яті про втрачений світ дореволюційного життя, що залишався важливим елементом самоідентифікації емігрантів.

Особливістю еміграційного середовища взаємодія різних культурних та національних спільнот. У спільному просторі взаємодіяли представники різних регіонів колишньої імперії, що сприяло формуванню нових моделей культурної комунікації. Саме в цьому середовищі формувалися нові моделі національного самовизначення, яке нерідко набувало форми інтелектуальної еволюції окремих діячів. Для Б. Лазаревського перебування в еміграції стало періодом поступового формування виразнішої української позиції.

Походячи з українського культурного середовища, Лазаревський тривалий час залишався пов'язаним із ширшим російськомовним інтелектуальним простором. Проте досвід еміграції сприяв поглибленню його інтересу до української культурної традиції та історії. У щоденниках і публікаціях автора дедалі частіше з'являються роздуми про українську культурну спадщину, згадки про Київ і українських інтелектуалів. Ці мотиви відображають процес трансформації, у ході якого відбувалися зміни у власній самоідентифікації. Еміграційне середовище створювало умови для такого переосмислення, оскільки позбавлення звичних соціальних рамок спонукало інтелектуалів до рефлексії над власним походженням і культурною дотичністю. У цьому сенсі комунікативний простір еміграції ставав середовищем формування нових національних наративів. Для Б. Лазаревського цей процес означав поступове утвердження української самоідентифікації, що проявлялося як у його роздумах, так і у виборі письменницьких тем і культурних орієнтирів.

Важливу роль у цьому процесі відігравала ностальгія за втраченим культурним світом. У щоденниках Б. Лазаревського постійно присутні згадки про Київ, культурне життя дореволюційного часу та коло знайомих українців.

Такі спогади не лише відображають емоційний досвід вигнання, а й виступають важливим засобом збереження культурної пам'яті. Через них емігранти підтримували зв'язок із минулим і водночас формували нові форми культурної самоідентифікації.

Таким чином, еміграційне середовище виступало простором взаємодії різних комунікативних кодів – приватних, національних та європейських. У межах цього простору відбувалася інтеграція інтелектуалів у європейський культурний контекст, що сприяло формуванню транснаціональних мереж культурної комунікації. Водночас еміграція стимулювала процеси переосмислення національної приналежності. Досвід Б. Лазаревського демонструє, що еміграція була не лише простором втрат і культурної кризи, а й середовищем формування нових моделей ідентичності та комунікації. Саме в еміграції відбулося остаточне утвердження його української культурної орієнтації, що стало результатом складного процесу соціокультурних трансформацій.

Література

1. Береговий С. І., Силка О. З. Борис Лазаревський про повсякденне життя еміграції в Парижі (за матеріалами щоденника «Ma Vie»: 1927–1929 рр.). *Вісник Черкаського університету. Серія : Історичні науки.* 2020. № 1. С. 102–109.
2. Береговий С., Гирич І., Силка О., Синявська Л. Щоденники Б. Лазаревського 1929–1933 рр. і проблема його національної самоідентифікації / С. Береговий, І. Гирич, О. Силка, Л. Синявська. *Український історичний журнал.* 2025. № 1. С. 182–202.
3. Силка О. З., Береговий С. І., Синявська Л.І., Гуржій І. О. «Ma vie»: Паризький щоденник Бориса Лазаревського за 1927-1929 роки як джерело до вивчення історії української еміграції. *Рукописна та книжкова спадщина України.* 2022. Вип. 29. С. 344–362.

СІБРУК Анастасія,
*кандидат філологічних наук, доцент,
Державний університет
«Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)*

ДОБРОВОЛЬСЬКА Людмила,
*викладач, Державний університет
«Київський авіаційний інститут»
(м. Київ, Україна)*

ПІАР-СТРАТЕГІЇ ТА СТАНДАРТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНИХ ВІДНОСИН ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ

У сучасному інформаційному суспільстві взаємодія організації з громадськістю набуває стратегічного значення. Піар-діяльність перестає бути допоміжною функцією та трансформується в ключовий елемент управління репутацією, довірою й соціальною легітимністю. Умови цифровізації, розвитку соціальних мереж і зростання ролі громадської думки зумовлюють необхідність системного підходу до формування стратегій та дотримання професійних стандартів комунікації.

Ефективні піар-стратегії забезпечують прозорість діяльності організації, підвищують рівень довіри та сприяють формуванню довготривалих партнерських відносин із різними групами стейкхолдерів. Водночас стандарти піару визначають етичні, професійні й технологічні межі комунікаційної діяльності, запобігаючи маніпуляціям і репутаційним ризикам.

У науковому дискурсі поняття «піар» трактується по-різному, що відображає еволюцію його змісту та функціонального призначення. Т. М. Юзьков розглядає піар як діяльність, спрямовану на вплив і формування корисних відносин та репутації [2]. Цей підхід підкреслює активний характер комунікацій і орієнтацію на результат. Однак категорія «вплив» потребує етичного осмислення, адже в демократичному суспільстві піар має базуватися не на маніпуляції, а на переконанні й діалозі. І. О. Дерід,

К. М. Божко та І. М. Зорянська трактують піар як функцію управління бізнесом, що ґрунтується на встановленні позитивних взаємовідносин через інформування. Перевагою є інтеграція піару в систему менеджменту, проте зведення діяльності лише до інформування звужує її двосторонній характер [1].

Порівняльний аналіз підходів дозволяє зробити висновок про поступову еволюцію розуміння піару: від формування доброзичливих стосунків – до стратегічного управління репутацією як складової корпоративного менеджменту.

Піар-кампанія є інструментом реалізації стратегічних цілей організації. У науковій літературі вона розглядається як цілеспрямований комплекс заходів, об'єднаних спільним задумом. Сучасне розуміння піар-кампанії передбачає інтеграцію стратегічного, комунікаційного та соціального вимірів. Перефразовуючи вищесказане – це стратегічно спланований, часово обмежений комплекс комунікаційних дій, спрямований на формування або коригування громадської думки через етичну та двосторонню взаємодію з цільовими аудиторіями.

Піар-стратегія є концептуальною основою всієї комунікаційної діяльності організації. Вона визначає цілі, інструменти, ключові повідомлення та очікувані результати. Стратегічний процес включає такі етапи: 1. Аналітичний етап – дослідження цільових аудиторій, інформаційного поля, конкурентного середовища та репутаційних ризиків. 2. Концептуальний етап – формування ключової ідеї, ціннісних орієнтирів і повідомлень. 3. Планування – визначення каналів комунікації, ресурсів і часових меж. 4. Реалізація – практичне впровадження інформаційних заходів. 5. Оцінювання – аналіз кількісних і якісних показників ефективності.

За змістом виділяють такі типи стратегій: інформаційні, іміджеві, антикризові, соціальні, інтегровані. Особливістю сучасних стратегій є їх адаптивність до цифрового середовища. Соціальні мережі, блогосфера та цифрова аналітика змінюють механізми формування громадської думки, що

вимагає гнучкого планування та постійного моніторингу інформаційного простору.

Стандарти піару визначають етичні, правові й технологічні межі професійної діяльності. Вони формують довіру до організації та забезпечують стабільність інформаційного середовища. Ключові складові стандартів: 1. Етичність – чесність, правдивість, відмова від маніпуляцій. 2. Прозорість – відкритість інформації та готовність до діалогу. 3. Професійна компетентність – знання медіапростору, кризового менеджменту, аналітики. 4. Відповідальність – усвідомлення соціальних наслідків комунікацій.

На міжнародному рівні етичні та професійні принципи закріплені в документах International Public Relations Association та Global Alliance for Public Relations and Communication Management. Вони регламентують системність, вимірюваність та соціальну відповідальність комунікаційної діяльності.

В умовах цифровізації особливого значення набувають стандарти онлайн-комунікації: боротьба з дезінформацією, захист персональних даних, етичне використання цифрових технологій.

Стратегії визначають напрям і логіку дій, тоді як стандарти встановлюють межі допустимого. Їх поєднання забезпечує: системність комунікаційної політики; узгодженість корпоративних цінностей із практикою; формування довготривалої довіри; репутаційну стійкість організації.

Без стратегічного бачення піар стає фрагментарним і реактивним. Без стандартів – ризикує перетворитися на інструмент маніпуляції. Лише їх гармонійна інтеграція створює підґрунтя для сталого розвитку організації.

Отже, піар є стратегічною функцією управління, що забезпечує взаєморозуміння між організацією та громадськістю. Сучасне розуміння піару передбачає двосторонність комунікації, етичність та інтеграцію в систему корпоративного менеджменту. Піар-кампанія виступає інструментом реалізації стратегії та має комплексний характер. Ефективна піар-стратегія

базується на аналітиці, плануванні, адаптивності та оцінюванні результатів. Професійні стандарти є гарантією довіри, прозорості та соціальної відповідальності. Поєднання стратегічного планування й етичних стандартів перетворює піар на механізм соціального партнерства та сталого розвитку. Отже, стратегії та стандарти піар-діяльності формують цілісну систему управління комунікаціями, що сприяє зміцненню репутації, підвищенню довіри та забезпеченню довготривалих відносин між організацією і суспільством.

Література

1. Дерід І.О., Божко К.М., Зорянська І.М. Особливості використання PR та реклами в міжнародному бізнесі. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносин. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 19. С. 6–15. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-19-01>
2. Юзьков, Т. М. Роль PR в боротьбі з корупцією. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць*. 2024. № 1 (61). С. 52-57.

СІРКО Андрій,

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

СВОБОДА ВИБОРУ В УМОВАХ АЛГОРИТМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНДИКАТОР САМОДОСТАТНОСТІ АБО ЗУМОВЛЕНОСТІ ЛЮДИНИ

Штучний інтелект (ШІ) сьогодні відіграє роль не просто інструмента для оптимізації роботи освітніх та медійних платформ, а й повноцінного посередника в процесі отримання знань та інформації. У цьому контексті постає фундаментальне філософське питання: чи сприяє ШІ розширенню свободи вибору людини, чи, навпаки, щодалі, то більше зумовлює її інформаційну реальність?

У межах дослідження свобода вибору розглянено не лише як зможу обирати між альтернативами, а і як індикатор рівня самодостатності особистості. Якщо вибір здійснено на основі автономного критичного

осмислення, він свідчить про самодостатність. Якщо ж він є наслідком прихованих зовнішніх детермінант, свобода набуває формального, ілюзорного характеру.

Традиційно процес освіти базувався на взаємодії людини з джерелами знань – учителями, книжками, лекціями, дискусіями. Сьогодні ж значна частина освітнього процесу відбувається через цифрові платформи, що інтегрують алгоритми штучного інтелекту. Системи адаптивного навчання, такі як Coursera, Duolingo чи ChatGPT, персоналізують подання матеріалу, ураховуючи індивідуальні особливості користувача. Це створює безпрецедентні умови для індивідуалізації освітньої траєкторії: людина може самостійно формувати темп, зміст і структуру навчання. У такій перспективі свобода вибору розширюється – індивід отримує інструменти для самостійного конструювання власного інтелектуального розвитку. Це можна трактувати як зростання самодостатності.

Проте алгоритмічна персоналізація має зворотний бік. Рекомендаційні механізми ґрунтуються на попередніх діях користувача, формуючи прогнозовану модель його поведінки. У результаті освітня траєкторія не стільки обирається, скільки програмується. Людина рухається в межах запропонованих варіантів, що їх уже відфільтрувала система.

У такому разі свобода вибору перетворюється на індикатор зумовленості: суб'єкт переконаний у власній автономії, але його когнітивне поле структуроване алгоритмічно.

Особливо виразно означена проблема проявлена в сучасних медіа. Платформи на кшталт Facebook, Twitter (нині X) та Google формують інформаційне середовище користувача на основі його попередньої активності.

Персоналізація створює ефект «інформаційної бульбашки», у межах якої людина отримує переважно ті смисли, що відповідають її усталеним переконанням. З позиції формальної свободи вибору альтернатива залишається відкритою – користувач теоретично може шукати інші джерела.

Проте на практиці його інформаційна реальність структурована алгоритмічно.

Тут свобода вибору стає лакмусовим папірцем самодостатності:

– самодостатня особистість здатна виходити за межі рекомендованого середовища;

– вона зумовлена – залишається в межах алгоритмічно сконструйованої картини світу.

ШІ активно використовують для модерації контенту, боротьби з дезінформацією та мовою ворожнечі. У цьому аспекті алгоритмічне втручання можна трактувати як інструмент захисту інформаційної безпеки.

Проте виникає філософська напруга: якщо допустимість висловлювання визначає алгоритм, то свобода слова стає залежною від технічних критеріїв. У такій ситуації свобода вираження більше не є лише морально-правовою категорією – вона стає результатом цифрової селекції.

Свобода вибору висловлюватися чи отримувати певний контент виявляється обмеженою не прямою забороною, а структурою алгоритмічного поля.

У контексті взаємодії людини з ШІ свобода вибору постає не як абсолютна даність, а як показник рівня внутрішньої автономії.

Якщо індивід 1) усвідомлює алгоритмічну природу цифрового середовища; 2) здатен критично рефлексувати над отриманою інформацією; 3) виходить за межі персоналізованих рекомендацій, тоді свобода вибору постає індикатором його самодостатності. Якщо ж його інформаційні та освітні рішення повністю визначають рекомендаційні механізми, свобода набуває ілюзорного характеру, а людина стає об'єктом алгоритмічної зумовленості.

Отже, штучний інтелект не є однозначно ні інструментом емансипації, ні механізмом детермінації. Він радше виконує роль середовища, у якому проявлено реальний рівень людської автономії. У цифрову епоху свобода вибору стає критерієм самодостатності: вона не гарантується технічною

можливістю обирати, а визначається здатністю суб'єкта виходити за межі алгоритмічної зумовленості.

SOROKINA Tetyana,
Phd, associate professor,
National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine)

COMPUTER- ASSISTED LEARNING IN PROFESSIONALLY ORIENTED ENGLISH LANGUAGE INSTRUCTION: PRINCIPLES, FUNCTION AND EDUCATIONAL POTENTIAL

Computer-assisted learning in professionally oriented English language instruction is grounded in a number of fundamental pedagogical principles.

First, individualization ensures the possibility of working with each student, according to their abilities, prior knowledge, skills, and learning pace. This approach enables the adaptation of educational content to learners' specific professional needs and linguistic proficiency levels.

Second, differentiation provides students with the opportunity to select the format of learning that best corresponds to their preferences and objectives, including digital texts, interactive programs, or online platform-based courses.

Third, intensification involves the use of diverse means of presenting and structuring educational material, with broad integration of interactive methods and forms of learning activities, thereby increasing the efficiency and depth of language acquisition.

Computer technologies enable the implementation of several key didactic functions. Cognitive function: using digital tools such as ChatGPT, Gemini, and DALL-E enhances students' access to information and supports knowledge acquisition. Developmental function: engagement with educational software promotes not only vocabulary activation but also the development of essential cognitive processes, including perception, logical reasoning, memory, and imagination. Training function: computer programs provide opportunities for independent practice in innovative formats, allowing students to assess and reinforce their knowledge and skills within specific professional topics. Diagnostic function: digital technologies facilitate efficient monitoring and assessment, enabling instructors to promptly evaluate the level of students' mastery of the material. Communicative function: interaction with educational programs and

simulated dialogue environments helps students overcome psychological barriers, such as shyness, and fosters communicative confidence. Virtual-interactive function: as an extension of previous stages, the integration of artificial intelligence technologies allows learners to engage in both text-based and real-time communication. This significantly enhances practical language skills, particularly in contexts where direct contact with native speakers or international mobility is limited [1].

Using the computers in professionally oriented English instruction also contributes to the achievement of several important educational objectives.

Enhancing motivation to learn English for professional purposes. Digital learning environments simulate authentic communicative contexts, effectively immersing students in language situations close to real-life professional practice. Simultaneously, learners develop digital literacy skills and gain experience working with various technological tools and resources.

Visualization of educational material. Educational software enables the integration of visual, auditory, and interactive elements, thereby facilitating multisensory perception of information. In addition, augmented and virtual reality technologies create immersive learning environments that enhance comprehension and retention.

Expansion of subject-specific knowledge. Digital resources provide extensive, up-to-date, and often multimedia-supported information on professional topics, supplementing traditional textbooks with interactive components. Students thus broaden their expertise not only in English language proficiency but also in their respective professional domains through exposure to realistic scenarios.

Assessment and self-assessment. Educational programs allow learners to monitor their progress independently through automated feedback and performance reports, fostering learner autonomy and reflective practice. That's why, computer-assisted technologies significantly enrich professionally oriented English language instruction by increasing flexibility, interactivity, learner autonomy, and alignment with contemporary professional communication demands [2].

As one of the program options, Grammarly can be considered an online platform based on artificial intelligence to help with communication in English, launched in 2009. Grammarly improves the quality of written communication by providing recommendations for correctness, clarity, engagement, and tone of the message. The list of all functionality is quite significant and impressive. Its use can be a powerful tool in work or learning. (Fig.1).

As practice shows, in the professional-oriented English classes testing and performing control exercises are carried out using a computer. The purpose of using such educational computer programs is to teach students English for professional purposes by bringing them closer to real-life situations. In such integrated classes, students improve their knowledge, skills, and abilities acquired during the previous period of study. It is also very reasonable to use such educational programs as a means of intensifying and optimizing students' educational-cognitive activities, activating their capabilities, and developing their creative abilities. The implementation of such innovative technologies, in particular the use of computer educational programs in classes, goes through three stages [3].

Stage 1 is the formation of lexical and grammatical skills on the topic. During this stage, students learn the structure of English sentences; improve their language skills by listening to and repeating phrases and sentences from an electronic source in their field. At the same time, they can see on the screen how effectively they are doing it, as the result of their work will be displayed on the display in the form of a "grade." During this stage, the computer acts as a patient tutor, taking into account the individual characteristics of the student, who sometimes needs to repeat the same phrase many times. **2nd stage** - at this stage, language skills are improved and the phrases and sentences practiced in the first stage are used in dialogue with the computer. The student must choose one of the three options provided by the computer with the correct answer and respond promptly to the phrase presented by the computer. **3rd stage** - this is the assimilation of the material, the development of skills in using the lexical and grammatical knowledge acquired during the previous two stages. Students are offered grammatical and lexical tasks, such as putting words in the correct order to form a sentence, etc. After completing these stages, the student can see how successfully they worked during the lesson by looking at the lesson results [4].

It should also be noted that the use of modern computer technologies can have a **negative impact on student learning**. Here are just a few possible points:

- the use of generative artificial intelligence or its clients for working with test tasks or generating text (completely excludes the student's work on certain types of tasks or creates the illusion of "knowledge" in a student, who receives a high grade for a generated answer to which he/she did not apply any effort);
- abuse of correction tools (Google Translate). Excessive use of controlling tools relaxes students and stimulates the degradation of skills;
- using search engines to find ready-made answers to tasks or similar ones.

It is impossible to control or prevent everything, and in most cases, it remains the responsibility of the students themselves: how exactly all available resources

will be used. In the future, we will adhere to the interaction of the English language teacher and the correct perception of the students for their professional direction.

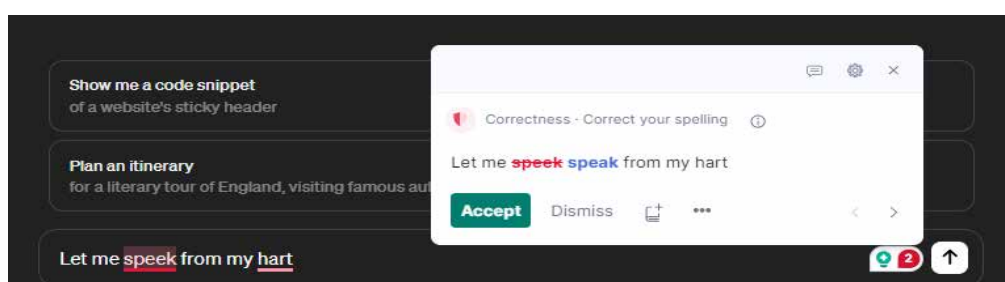
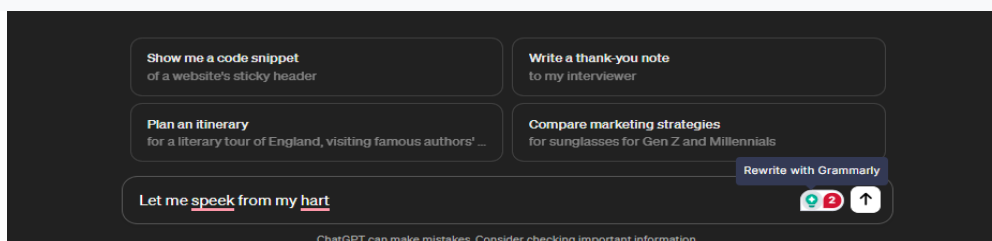


Fig.1 Example of Grammarly usage.

References

1. Holland J. Review: Grammarly Does Not Do the Needful // The National. 2016. URL: <https://www.thenational.ae/business/review-grammarly-does-not-do-the-needful-1>. 202844.
2. Qassemzadeh A. The Impact of Feedback Provision by Grammarly Software and Teachers on Learning Passive Structures by Iranian EFL Learners // Theory and Practice in Language Studies. 2016. Vol. 6, No. 9. DOI: <https://doi.org/10.17507/tpls.0609.23>.
3. Stevenson M., Phakiti A. The Effects of Computer-Generated Feedback on the Quality of Writing // Assessing Writing. 2014. Vol. 19. P. 51–65. URL: <https://doi.org/10.1016/j.asw.2013.11.007>.
4. Beatty K. Teaching and Researching Computer-Assisted Language Learning. 2nd ed. London : Routledge, 2013. 336 p.

СТЕПАНЕНКО Микола,
*доктор філологічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС І ПРЕЦЕДЕНТНЕ ІМ'Я: СЕМАНТИКО- КОНОТАЦІЙНА ДЕТЕРМІНАЦІЯ

Медійний дискурс уособлює ознаки класичного дискурсу й водночас наділений специфічними особливостями, тобто постає як унікальне явище з притаманною йому поліфункціональністю, інтерактивністю, гіпертекстуальністю, візуалізацією, адаптивністю до різних платформ, динамічністю, мобільністю [див.: 1, с. 16]. Він найоперативніше реагує на зміни, які відбуваються в суспільстві, інтерпретуючи їх із різних позицій – як факт із неспростовними аргументами, як емоційний феномен, що потребує уточнення, конкретизації, зрештою, ствердження чи заперечення, тобто викристалізування думки. Механізми фіксування, про які мовиться, мають свою специфіку: їх не можна накласти на ту або ту матрицю, оскільки вони, з одного боку, не корелюють із якими-небудь жорсткими обмеженнями, випрацюваними стандартами, уніфікованими моделями, нерідко діють непередбачувано, стихійно, а з іншого боку, здатні еволюціонувати за наперед програмованими алгоритмами, скорегованими технологіями, отже, і прогнозованими з різним ступенем імовірності. На медійний дискурс постійно впливають екстралінгвальні, соціокультурні, психологічні та інші чинники й, синтезуючись, уможливають перетворення його на самобутній підмуток для формування концептуальної картини світу загалом, окремо взятого соціуму, а також світу індивідуума в його особному та узагальненому представленні. Цей дискурс є полем масової комунікації, яка «охоплює всі мовні практики та комунікативні ситуації з використанням різних засобів (медіа) передачі інформації» [3, с. 38]. Щодо мовних практик, то з-поміж розлогого спектра їх на особливу увагу заслуговує лінгвокреативність

авторів, серед яких і професіонали, передовсім журналісти, і ті, хто продукує тексти різного обсягу, аби засвідчити власну позицію, відреагувати, вплинути на почуте, побачене, пережито та оцінити його. І перших, і других об'єднує мовна творчість, насамперед те, що їхня «мовленнєва свідомість ... спрямована на породження нових мовних сутностей через трансформацію наявних у мовному просторі елементів» [2, с. 20]. Корпус нових лінгвосутностей і чинних лінгвоелементів формують одиниці всіх основних та проміжних мовних рівнів і підрівнів у проєкції на їхні поліфункційні внутрішньо- та зовнішньосистемні зв'язки та відношення.

Носієм важливої інформації в медіадискурсі є прецедентні антропоніми, ідентифіковані найчастіше через прізвище або інші референційні маркери, та похідні від компонента (компонентів) антропонімної формули утворення, які конкретизують за тими або тими релевантними ознаками прецедентну особистість. Ідеться про виформувані в позитивній і негативній тональностях політичні, національні, професійні та інші образи знаних людей минулого й активних учасників сьогодення життя.

У пропонованій праці об'єктом дослідження обрано прізвище *Єрмак*, що є першим компонентом антропонімної формули *Єрмак Андрій Борисович*. Воно продуктивно функціонує в медійному дискурсі й зазнає дериваційної, графічної, орфографічної трансформації, унаслідок чого набуває виразної конотаційної специфікації, головно пейоративної. Зафіксовано такі прізвищні новотвори: *Є(є)рмачище, Є(є)рмачило, Є(є)рмачила, Є(є)рмацюга, Є(є)рмацюра, Є(є)рмачисько, Є(є)рмачок, Є(є)рмачина, Є(є)рмачидло, Є(є)рмач, д'Є(є)рмак, д(Є)єрмак, Є(є)ррмак, Є(є)рмаг, п(П)севдоЄ(є)рмак, л(Л)жеЄ(є)рмак* разом із їхніми графічно та орфографічно акцентованими варіантами *Є(є)рмачело, Є(є)рмачіло, Є(є)рмачєло, Є(є)рмачедло, Є(є)рмачідло, Є(є)рмачєдло, Є(є)рМрак, Є(є)МРАК, Є(є)р-рмак, Є(є)р-Мрак, Є(є)р-МРАК, Є(є)рмаг, Є(є)рМаг, Є(є)рМАГ, Є(є)р-маг, Є(є)р-Маг, Є(є)р-МАГ, д'Є(є)рмак, д'Є(є)єрмак, Д(д)єрмак, Д(д)єрмак, Його Єрмачество*. Аугментативні суфікси, графічна деривація, капіталізація або декапіталізація,

дефісація, фамільна частка – типові мовні маркери ступеня вияву негативної оцінки Андрія Єрмака як політичного, державного функціонера, як індивідуума з притаманними йому особистісними якостями. Винятково важливу конститутивну роль відіграють суфікси. Утворення з формантами *-ищ-*, *-ил-* (разом із графічно акцентованими варіантами *-іл-*, *-ел-*, *-єл-*), *-юг-*, *-юр-*, *-иськ-* надають емоційно нейтральному одиничному денотатові – прізвищу *Єрмак* – негативного забарвлення з різним ступенем його напруги. Суфікси *-ищ-*, *-иськ-* експліцитно актуалізують відтінок зневаги, який може відчутно перегукуватися, корелювати з лайливістю, форманти *-юг-*, *-юр-* – оцінку згрубілости, осуду, яка також тяжіє до лайливості, а нерідко й до фамільярності, суфікс *-ил-* – пейоративність за найнижчою аксіологією шкалою.

Спектр відонімних одиниць репрезентують такі новотвори: *єрмакізація*, *деєрмакізація*, *єрмацтво*, *єрмаківство*, *єрмаківщина*, *єрмакратія*, *єрмакізм*, *єрмаківець* (*єрмачиха*, *єрмаківці*), *антиєрмаківець* (*антиєрмаківці*), *єрмаченя* (*єрмаченята*), *єрмача* (*єрмачата*), *д'єрмача* (*д'єрмачата*), *єрмаченятко* (*єрмаченятка*), *єрмачик* (*єрмачики*), *під'єрмачник* (*під'єрмачниця*, *під'єрмачники*), *єрмачня*, *єрмаччя*, *єрмакування*, *єрмачення*, *єрмакувати* (*заєрмакувати*, *роз'єрмакувати*, *з'єрмакувати*), *єрмачити* (*заєрмачити*, *роз'єрмачити*, *з'єрмачити*), *єрмаківський* (*під'єрмаківський*), *антиєрмаківський*, *є(Є)рмак-гейт*, *по-єрмаківськи* (*по-єрмаківському*). Вони функціують як деривати різних словотвірних типів; утворені за різними дериваційними зразками; репрезентують специфічні диференційовані значення, для яких ідентифікувальною є сема 'усе, що прямо або опосередковано пов'язане з прецедентним ім'ям Андрій Єрмак'; мають неоднакове експресивне навантаження; належать до різних частин мови; виявляють дистрибутивну активність; перебувають у відношенні словотвірної ізофункційності з іншими відпрізвищними утвореннями; семантично кореляють із неоднотипними щодо формально-граматичної організації мовними одиницями – словами, словосполученнями, вторинними

номінуваннями – й зберігають свої іманентні властивості; постають як лінгвокреативні феномени, що передають в неординарній, оказіональній формі індивідуальне або колективне ставлення до прецедентної особистості й інших іменованих реалій. Щодо конститутивних властивостей вирізнених одиниць у медіадискурсі, то вон максимально конкретизовані за своїми семантико-конотаційними властивостями. Зокрема, лексема *єрмакізація* актуалізує значення «посилення впливу Андрія Єрмака на внутрішні та зовнішні процеси сучасного українського державотворення», *деєрмакізація* – «втрата впливу Андрія Єрмака на процеси державотворення», «процеси, спрямовані на витіснення, усунення стилю поведінки Андрія Єрмака», «несприйняття недемократичного, авторитарного стилю управління Андрія Єрмака», *єрмакратія* – «посилення влади А. Єрмака». Новотвори *єрмаківщина*, *єрмакізм* реалізують семантику «політичний режим, недемократичний, авторитарний стиль управління Андрія Єрмака», *єрмаківець (єрмаківці)* – «той, хто є прибічником, адептом А. Єрмака», «людина команди А. Єрмака», *єрмакувати*, *єрмачити* – «робити, виконувати що-небудь з метою матеріальної вигоди, наживи, на власний або чий-небудь інтерес». Складна лексична одиниця *Є(є)рмак-гейт* експлікує значення «події, вчинки (махінації, афери, зловживання службовим становищем і под.), які ганьблять А. Єрмака», «протести, спрямовані на його відставку».

Отже, прецедентне ім'я в медійному дискурсі, що ним наповнені соціальні мережі, інтернет-видання, засоби масової комунікації, є однією із змістових домінант, на формування семантичної структури й конотаційного потенціалу якої впливають екстра- та інтралінгвальні чинники. Проаналізований онімно-відонімний корпус новотворів не лише номінує конкретну або – рідше – узагальнену особу, а й уходить до фактологічної бази повідомлюваного, промовисто аргументує її, містить цінну інформацію про сучасні суспільні події в Україні.

Література

1. Башманівська Л. Особливості медіатексту в сучасному інформаційному просторі. *Вісник Книжкової палати*. 2025. № 5. С. 15–20.
2. Кобякова І. К., Кобяков О. О. Природа лінгвокреативної функції. *Trends of Language Cultures Development through the Prism Correlation between Communicative Functions* : CXXXII International Research and Practice Conference and III stage of the Championship in Philological Sciences. London : IASHE, 2016. P. 19–21.
3. Мірошниченко І. Г. Стислий текст в українському масмедійному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпро, 2020.

СТЕПАНЕНКО Ніна,

*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ЧАСОПИС «РІДНИЙ КРАЙ» (1905–1916 РР.) У ПРОЄКЦІЇ НА МЕДІАЛАНДШАФТНЕ СЬОГОДЕННЯ

Часопис «Рідний Край», що виходив у світ на початку ХХ сторіччя, зіграв незмірно велику роль в утвердженні української справи в Україні. Він став на захист української мови, боронив українську літературу, сприяв розвою української національної культури. На сторінках журналу друкувалися фундаментальні глибоко патріотичні праці мовознавчого, літературознавчого, історичного, культурологічного спрямування, які не втратили своєї значущості й дотепер. Змістове наповнення цього видання як оперативне реагування на суспільні проблеми того часу може слугувати нині взірцем для тих, що тримає руку на пульсі подій і доносить їх до читача.

Зближує «Рідний Край» з медійним простором сьогодення те, що важливими його рубриками були різноманітні повідомлення, оголошення, дописи, замітки, реклами, запитання-відповіді й інші невеликі за обсягом, але місткі щодо змісту, суголосні часові публікації – малі тексти. Інформація, представлена цими текстами (або, іншими словами, допоміжними рядками між основними рядками), безпосередньо стосувалася важливих державних

подій тієї доби (революції 1905-1907 рр., післяреволюційного періоду), життя інших країн (приміром, Франції, Америки), окремих українських територій (за сучасною термінологією, регіонів, причому географія ця досить широка – від сходу на захід, від півдня до півночі), наших великих і малих міст та сіл (Київ, Харків, Одеса, Маріуполь, Кам'янець-Подільський, Полтава, Миргород, Лохвиця, Люботин, Колодисте, Велика Селецька). З них читач довідувався про різного рангу зібрання, наради державного або регіонального рівня, про прийняті ухвали та їхній позитивний чи негативний вплив на перебіг якихось подій, життєвих перипетій, про книжні справи, зокрема, про долю української наукової, публіцистичної, художньої друкованої продукції. А з'ява серйозної української книги в той час – беззаперечно неординарне явище, що викликало розголос у поспіль зросійщеному суспільстві.

Значення так званих допоміжних рядків між основними рядками непроминує. Чи не найбільша заслуга малих текстів в тому, що вони просвітлювали народ, який імперія тримала в покорі, кликали його до боротьби за справедливість, волю, незалежність. Уміщені в «Рідному Краї» аналізовані публікації змушували всесильних часу того діяти не за насадженими ними негласними (нечинними) законами, не на свій меркантильний розсуд, а відповідно до чинних у суспільстві норм. Вони, зрештою, змушували вдосконалювати ці норми, легітимізувати їх, наближати до світових стандартів і, що найголовніше, приймати нові закони – не для власної вигоди, а на користь народу.

В обстежуваній «часописі політичній, економічній, літературній і науковій», як і в будь-якому іншому авторитетному виданні, окремою сторінкою-рубрикою, що належить до малих текстів, є самореклама – інформація про передплату журналу, її умови (вартість «з пересилкою і без пересилки», ціна в Україні і за кордоном, придбання оптом і в роздріб). «Рідний Край», пропонуючи себе читачам, повідомляв про ті відділи, які в ньому заведено (одні з них були постійними, інші змінювалися – з'являлися або зникали), що свідчить про творчу працю редакційної ради.

До малих текстів належать оповістки, призначення яких – повідомляти читачів про видання, що з'явилися в Україні, Росії, умови передплати, можливості придбання їх. Це, зокрема, оповістки про газети «Народная Польза», «Южная заря» та ін. Через оповістки інформували передплатників «Рідного Краю» і всіх, хто тримав його в руках, про вихід у світ українських книг (художньої літератури, музичних збірників і т. ін.). На перший погляд може видатися, що ці малі тексти є якимись другорядними, ба навіть затемненими важливішими подіями, викладеними у великих текстах. Насправді ж, усе виглядає зовсім по-іншому. У часи, коли наша книга важко доходила до свого користувача, оповістки про появу українськомовних видань були чи не найдоступнішим джерелом інформації про ці важливі для України й інших держав факти.

Заслугує високої оцінки репрезентована малими текстами рубрика «Що пишуть в інших часописах». У ній зазвичай йшлося про резонансні публікації, які приховувалися від народу. Дублюючи опубліковані матеріали, видавці «Рідного краю» робили велику справу – несли світло правди в маси, робили все можливе, аби про замовчуване довідалося щонайбільше людей.

Привертають увагу ще дві короткомовні, але інформативно багаті рубрики, основним завданням яких є висвітлення найважливіших подій, що відбулися в Україні та за її межами («З життя в Росії», «Що діється в інших державах»). У 48 числі часопису [1906 рік] у рубриці «По Україні» надруковані повідомлення про події, що стосуються економічної, політичної, культурно-мистецької, армійської, дипломатичної, медичної, освітньої та інших галузей. Отримавши таку інформацію, читач міг вільно орієнтуватися в подіях, які відбувалися в країні. Опубліковані в «Рідному Краї» повідомлення цього взірця можна ранжувати за різними параметрами, як-от: загальнонаціональні – регіональні, міські – сільські, суспільні – приватні, офіційні – побутові. Цю рубрику доповнює інша – «Дописі», яка має адресата і є розлогішою.

Впадає в око ще один різновид малого тексту, який умовно можна віднести до такого функціонально-стилістичного різновиду мовлення, як епістолярний. Це здебільшого сповнені емоцій розповіді про події, яких давно чекають люди, за які вони боролися або які стали реакцією на ті або ті заборони з боку влади, народні домагання тощо. Ідеться передусім про листи-скарги, листи-побажання, листи-протести. «Редактори одвічальні», редактор-видавець, члени видавничої ради, як і годиться для солідного видання, листувалися зі своїми дописувачами, відповідали передплатникам і читачам на їхні запитання.

Нарешті, розряд малих текстів, уміщених у часопису «Рідний Край», доповнюють публікації, об'єднані рубрикою «Бібліографія», яку репрезентують списки нових видань, антологій до них, рецензій на різні книги.

СТЕПАНЕЧКО Оксана,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
(м. Київ, Україна)*

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ МОВНОЇ НОРМИ: ВІД КАНОНУ ДО КОМУНІКАТИВНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ

Сучасна лінгвістична парадигма переживає кардинальну перебудову, зумовлену цифровою революцією. Оскільки мова є живим організмом, що постійно видозмінюється, трансформується й відповідає викликам суспільства, процес її видозміни стає очевидним і неминучим явищем. Держава на законодавчому й нормативному рівнях реагує на виклики суспільних змін і розробляє Державний стандарт мови «*Термінології безбар'єрності*», який фіксує перехід до людиноцентричного дискурсу в офіційній комунікації й передбачає оновлення мовних підходів у державному управлінні, освіті, культурі та медіа [3]. Стандарт включає ключові поняття

безбар'єрності – від універсального дизайну й доступної комунікації до принципів рівності й недискримінації [3].

Соціальні мережі перетворилися зі звичайного засобу комунікації на глобальну лабораторію мовних змін, де мовна норма формується не лише академічними інституціями «згори», а й «знизу» – шляхом масової мовленнєвої практики користувачів.

Головною ознакою мережевої комунікації є поява «писемного усного мовлення», що призводить до свідомого ігнорування пунктуаційних канонів (елізія знаків) і використання компенсаторних механізмів – емодзі, стікерів, капслоку й повторів літер. Ці засоби замінюють відсутні паралінгвістичні засоби (інтонації, міміки), віддаючи перевагу комунікативній ефективності.

Ця тенденція природно поширюється на лексику, де соціальні мережі прискорюють упровадження нових слів. Українська граматики асимілює чужі корені (крінжувати, зашеймити, офреймити), оскільки англіцизми в цифровому дискурсі (крінж, хайп, вайб, делівері, дедлайн, фідбек) швидко переходять від запозичення до повної морфологічної адаптації [2]. Це свідчить про активну розробку нових словотвірних моделей.

Протягом 48 годин терміни, що алгоритми Instagram і TikTok «вірусять», стають частиною активного словника українських користувачів. За даними 2025 року, українськомовний контент у цих платформах зріс на 20–30 % порівняно з 2024-м.

Така динаміка стимулює не лише лексику, а й гендерні маркери мови. Соцмережі стали головним майданчиком легітимізації фемінітивів (*експертка, психологиня, медійниця*) [4]: за останні 5 років їхня частота в українському сегменті Facebook та Instagram зросла в понад 3,5 рази [1], виконуючи номінативну й ідеологічну функції. На думку дослідників Інституту масової інформації (ІМІ), систематичне вживання фемінітивів не лише відповідає сучасним мовним нормам, а й сприяє підвищенню видимості жінок у професіях та суспільстві [1]. Також варто зазначити, що візуалізація

профілів користувачів (світлина і текст) усуває абстрактність маскулінитивів, підкреслюючи суб'єктність жінок.

Мовна норма в соцмережах розширюється за вербальні межі: хештеги стають повноцінними синтаксичними одиницями для логічного наголосу. Мем же виступає як новий вид прецедентного тексту, де культурний контекст візуального образу стає необхідною умовою для декодування лінгвістичного повідомлення.

Таким чином, трансформація мовної норми в соцмережах свідчить про перехід від прескриптивної моделі (дотримання правил) до дескриптивної (перевага комунікативній ефективності). Мова соцмереж – це не занепад, а пристосування системи до надзвичайно швидкого темпу життя, а оновлені стандарти мови сприяють усуненню застарілих і некоректних формулювань, а також формуванню безбар'єрного середовища України. Ключовим викликом для сучасної лінгвістики залишається необхідність гнучкої кодифікації цих змін, що дозволить зберегти баланс між мовною стійкістю та природною еволюцією живої мови.

Література

1. В українських онлайн-медіа зросло вживання фемінітивів — дослідження ІМІ. *Інститут масової інформації*. 2024. URL: <https://imi.org.ua/news/v-ukrayinskyh-onlajn-media-zroslo-vzhyvannya-feminityviv-doslidzhennya-imi-i67066>
2. Словник неологізмів. Світ довкола нас / уклад. О. А. Стишов. Київ: Генеза, 2020. 240 с.
3. Термінологія безбар'єрності: відбувся розгляд проєкту національного стандарту державної мови. *Міністерство освіти і науки України*. 2024. URL: <https://mon.gov.ua/news/terminolohiia-bezbariernosti-vidbuvsia-rozghliad-proiektu-natsionalnoho-standartu-derzhavnoi-movy>
4. Український правопис / Міністерство освіти і науки України, НАН України. Київ: Наукова думка, 2019. 392 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/Pravopis.2019.final.14.06.pdf>

СУЩ Кароліна,
студентка,
Дніпровський національний
університет
імені Олесь Гончара
(м. Дніпро, Україна)
Науковий керівник – Павлова Алла,
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри масової та
міжнародної комунікації,
Дніпровський національний
університет імені Олесь Гончара

**ДИСКУРС ПОЛІТИЧНОЇ ПРОСВІТИ ТА МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НА
СВІДОМІСТЬ ЧИТАЧА В ЧАСОПИСІ «НАРОД»
(НА ПРИКЛАДІ №10 ЗА 1890 р.)**

Часопис «Народ», заснований у Львові в 1890 році, став визначальним інструментом формування суспільно-політичної свідомості українського населення Галичини, зокрема селянства та робітництва. Поява цього видання була безпосередньо пов'язана з виникненням Русько-української радикальної партії (РУРП) – першої політичної організації європейського типу на українських теренах. Виступаючи офіційним друкованим органом РУРП, часопис виконував ключову ідеологічну функцію, транслюючи програмні засади партії широким верствам населення. Редакторська діяльність Івана Франка та Михайла Павлика забезпечила високий інтелектуальний рівень публікацій, перетворивши пресу на дієву платформу для поширення новітніх соціальних ідей. Видавці розцінювали часопис не просто як джерело інформування, а як потужний засіб мобілізації народних мас та інструмент критичного переосмислення тогочасної дійсності [1].

Особливої ваги у контексті політичної просвіти набуває аналіз 10-го номеру часопису за 1890 рік, де чітко простежуються механізми впливу на читацьку аудиторію. Контент цього випуску демонструє перехід від загальнопросвітницьких гасел до конкретних політичних вимог та роз'яснень

виборчих процесів. Дискурс видання у зазначений період спрямовувався на деконструкцію стереотипів про «неполітичність» селянства та стимулювання їхньої громадянської активності. Через аналітичні статті та кореспонденції з місць редакція вибудовувала інтерактивний зв'язок із читачем, залучаючи його до обговорення державних справ. Публікації №10 підкреслюють необхідність солідарності трудових верств у боротьбі за свої соціальні та національні права. Таким чином, часопис «Народ» виступав не лише ретранслятором ідей, а й своєю «школою політики» для українців в умовах австрійського конституціоналізму. Комплексний аналіз структури та змісту видання дозволяє стверджувати, що воно заклало підвалини для трансформації етнографічної спільноти в політично свідому націю.

Аналізований нами номер часопису «Народ» за 1890 рік слугує репрезентативним прикладом цілеспрямованої стратегії з формування критичного мислення реципієнта, що передбачала глибоку рефлексію над власним соціальним та громадянським статусом. Видання містило ґрунтовні розвідки публіцистів, присвячені деструктивним аспектам економічного становища трудових верств, зокрема статтю В. Семенова «Жолудки наших робітних людей» [2]. Подібні публікації концептуалізували системний характер соціальної нерівності, інтерпретуючи її не як випадковість, а як наслідок тогочасного суспільного устрою.

Окрім стимулювання соціального самоаналізу, часопис реалізовував просвітницьку місію, апелюючи до читача як до суб'єкта, здатного до усвідомленого осмислення власного буття. Програмна установка видання на відкритий діалог із аудиторією чітко артикульована в редакційному зверненні: «Ми хочемо говорити до народу про його справи, про його кривди і про ті дороги, якими він може до кращої долі дійти» [3]. Отже, стратегічною метою часопису було висвітлення казуальних зв'язків соціальної несправедливості та інтенсифікація аналітичних здібностей читача.

Тематичний спектр видання охоплював питання побуту, культури та освіти, фокусуючись на викритті суспільних диспропорцій, що формально не

суперечило чинним цензурним нормам. Водночас редакційна політика відзначалася вимушеною обережністю та використанням езопової мови задля уникнення прямих конфліктів із владою. З метою збереження легального статусу часопису, автори уникали радикальних закликів до повалення державного ладу, зосереджуючись натомість на еволюційному розвитку політичної свідомості через легітимні форми просвітництва.

Ключовим меседжем часопису «Народ» була артикуляція складного соціально-економічного становища селянства та робітництва, що поєднувалася з інтенційним прагненням пробудити солідарність аудиторії, не порушуючи при цьому встановлених цензурних меж політичної критики. Задля забезпечення високої рецепції ідей, редакція використовувала стратегію адаптації контенту, публікуючи матеріали мовою, доступною для різних верств населення. Відмовляючись від складних теоретичних дефініцій політичного устрою, автори апелювали до безпосереднього життєвого досвіду реципієнтів: категорій праці, бідності та соціальної залежності. Такий підхід дозволяв читачеві, незалежно від рівня його освіти, легко інтерпретувати власну повсякденність крізь призму запропонованих ідеологічних конструктів, актуалізуючи усвідомлення несправедливості існуючого ладу.

З огляду на цензурні обмеження, редакція застосовувала методи опосередкованої політичної критики. Провідну роль у розробці цієї стратегії відігравали І. Франко та М. Павлик, чий досвід активної участі у політичному русі дозволяв фахово поєднувати соціальну проблематику з ідеями суспільної трансформації. Зокрема, у статті М. Павлика «Про перестрій» питання необхідності реформування системи викладалися у формі узагальнених візій, що мінімізувало ризики прямого звинувачення у радикалізмі [3]. Важливим елементом безпекової політики видання було використання псевдонімів, що слугувало інструментом захисту авторів від потенційних репресій та запобігало адміністративному закриттю часопису [4].

Підсумовуючи аналіз часопису «Народ» за 1890 рік, можна стверджувати, що він став фундаментальною інституцією в процесі формування суспільно-політичної свідомості українства ХІХ століття. На прикладі №10 простежується ефективне використання соціальної публіцистики як інструменту поступової інтелектуальної емансипації та пробудження критичного мислення мас. Демонструючи повсякденні екзистенційні виклики населення, видання спонукало читача до глибинної рефлексії над причинами системної нерівності та пошуку свого суб'єктного місця в історичному процесі.

Література

1. Макаруч О. Псевдоніми та криптоніми дописувачів часопису Русько-української радикальної партії «Народ» (1890–1895). *Освіта регіону*. 2016. № 4. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1417> (дата звернення: 05.03.2026).

2. Народ: орган Русько-української радикальної партії. Львів: Нар. друк. В. Манецкого, 1890. № 10. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=narod%2F1890%2D10 (дата звернення: 05.03.2026).

3. Семенів В. Жолудки наших робітних людей. *Народ: орган Русько-української радикальної партії*. Львів, 1890. № 10. С. 144–146. URL: <https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/ukr0000018780> (дата звернення: 05.03.2026).

4. Франко І. У радикальній партії. *Михайло Павлик. Літературно-науковий вісник*. 1905. URL: <https://www.i-franko.name/uk/BioStudies/1905/МухайлоPavlyk/URadykalnijPartiji.html> (дата звернення: 05.03.2026).

ТЕРЯЄВ Дмитро,
*кандидат філологічних наук,
доцент Інституту Україністики,
Пряшівський університет у Пряшеві,
(м. Пряшів, Словачька Республіка)*

КОМЕНТОВАНЕ ЧИТАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ТЕКСТУ ЯК МЕТОД ФОРМУВАННЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ

Сучасні соціокультурні трансформації, які відбуваються на теренах України та світу, істотно впливають на освітні практики та методики викладання гуманітарних дисциплін. У контексті інтеграції української освіти до європейського академічного простору виняткового значення набуває формування інтерпретаційної компетентності студентів – здатності до уважного, критичного та осмисленого читання літературного тексту, аналізу його мовної структури, тлумачення художніх образів і культурних сенсів, а також формування власної аргументованої позиції. За таких обставин одним із продуктивних дидактичних підходів є метод коментованого читання.

Інтерпретаційна компетентність становить значущу складову філологічної освіти, адже передбачає не лише знання літературних фактів чи історії літературного процесу, а й уміння працювати з художнім текстом як складною культурною системою. Йдеться про здатність аналізувати мовні та стилістичні особливості тексту, виявляти символіку, інтертекстуальні зв'язки, культурні алюзії, а також співвідносити художній твір із ширшим історико-культурним контекстом. Саме через це метод коментованого читання здобуває особливої актуальності у процесі підготовки студентів-філологів.

Коментоване читання передбачає поєднання безпосереднього сприйняття художнього тексту з його поетапним аналізом і поясненням мовних, стилістичних та культурних особливостей. У процесі такої роботи текст розглядається не як набір слів, а як багаторівнева структура, що містить

різні смислові пласти. Дискусії викладачів та студентів щодо трактування прочитаного матеріалу допомагає поступово розкривати ці смисли, звертати увагу на деталі, які можуть залишитися непоміченими під час звичайного читання, а також формувати власні інтерпретації.

Практика викладання дисципліни «Коментоване читання» у Пряшівському університеті засвідчує ефективність такого підходу у формуванні інтерпретаційної компетентності студентів. Своєрідність навчального процесу полягає в тому, що студенти вивчають українську літературу в умовах іншомовного та іншокультурного середовища. У зв'язку з цим цінним передусім стає пояснення історичних, культурних і мовних реалій, котрі формують смислове поле художнього тексту. У практиці викладання коментованого читання на заняттях у Пряшівському університеті у Пряшеві застосовується поетапний аналіз тексту. Спершу студенти знайомляться із загальним змістом твору та його тематикою. Далі увага зосереджується на мовних і стилістичних особливостях тексту, зокрема на лексиці, образній системі, синтаксичних конструкціях. Наступним етапом є інтерпретація художніх образів, символів та ідейного змісту твору з урахуванням історико-культурного контексту.

До прикладу, під час роботи з поезією Тараса Шевченка студенти аналізують не лише тематичний зміст творів, а й символіку образів та історичні алюзії. Під час коментованого читання поезії «Заповіт» увага звертається на символічне значення образів могили, степу, Дніпра, які формують національно-культурний код твору. Для студентів Пряшівського університету у Пряшеві вагомим є пояснення історичних реалій українського ХІХ століття, а також особливостей поетичної мови Шевченка, приміром архаїзмів та образних метафор. Іншим прикладом є робота з новелістикою Василя Стефаника. Під час аналізу новели «Камінний хрест» студенти зосереджують увагу на експресивності художньої мови, ролі діалектної лексики та психологічній глибині зображення персонажів. У процесі коментованого читання обговорюється історичний контекст масової еміграції

українського селянства наприкінці ХІХ — на початку ХХ століття, що дозволяє глибше зрозуміти драматизм ситуації та внутрішній стан героя. Такі заняття нерідко супроводжуються дискусіями, у яких студенти пропонують власні бачення окремих епізодів твору.

Ключовим елементом роботи є залучення студентів до самостійного коментування тексту. Під час практичних занять вони отримують завдання підготувати короткий письмовий або усний коментар до певного фрагмента твору, пояснивши його мовні особливості, символіку чи культурний контекст. Подальше колективне обговорення таких коментарів сприяє формуванню навичок аргументованого висловлення власної позиції та розвитку академічної дискусії. У викладацькій практиці також активно використовуються тексти сучасної української літератури. Зокрема, під час занять зі студентами аналізуються уривки з творів Сергія Жадана. Робота з сучасними текстами дозволяє обговорювати злободенні соціокультурні проблеми, а також простежити трансформацію художньої мови в сучасній українській літературі. Студенти звертають увагу на метафоричність авторського стилю, ритміку мовлення та особливості наративу. Окрім цього, окремі заняття присвячуються текстам Оксани Забужко, що дає можливість розглядати літературний твір у ширшому культурному та філософському контексті. Під час коментованого читання фрагментів її есеїстики або прози студенти аналізують інтертекстуальні зв'язки, культурні алюзії та особливості авторської інтерпретації історичних подій. Такий підхід сприяє глибшому усвідомленню взаємозв'язку літератури, культури та суспільних процесів.

Отже, коментоване читання українського літературного тексту є ефективним методом формування інтерпретаційної компетентності студентів. Поєднання аналітичного читання, культурного коментування та активної участі студентів у процесі обговорення тексту сприяє розвитку критичного мислення, поглибленню знань про українську літературу та формуванню навичок академічної комунікації. У сучасному освітологічному

контексті цей підхід можна розглядати як фундаментальний інструмент підготовки фахівців гуманітарної галузі, здатних до критичного осмислення культурних текстів і активної участі в міжкультурному діалозі.

ТИМОФЄЄВА Катерина,
доктор філософії,
Київський міжнародний університет
(м. Київ, Україна)

УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА В СУЧАСНИХ МЕДІА

Сучасний стан української культурної журналістики має ознаки активного розвитку, певної трансформації та переосмислення змін, які відбуваються в суспільстві. Про це свідчить поява низки нових друкованих медіа, подкастів, блогів, які висвітлюють інформацію про мистецтво, музику, театр, живопис, літературу та моду. В українській культурній журналістиці відбувається перехід від суто інформаційних заміток до аналітичних статей, а разом і формування сенсів та захисту національної ідентичності. Потреба в якісних і аналітичних текстах лише зростає, що є показником свідомого суспільства, яке вважає культуру важливим складником свого існування.

Після початку повномасштабного вторгнення популярність теми культури стрімко зросла, бо багатьом українцям стало цікаво зрозуміти свою національну ідентичність, свою національну приналежність, це був як внутрішній спротив. Підтвердженню цього може слугувати кількість переглядів в Інтернеті матеріалу історичного та культурно-мистецького спрямування.

Крім того, війна значно змінює культурне життя суспільства, ставлячи перед ним нові завдання. У такі часи культура виконує важливу роль: вона допомагає зберігати пам'ять про події, сприяє їх осмисленню, стає способом опору та підтримує відродження національної ідентичності. Українці дедалі активніше відмовляються від російського культурного впливу та повертаються до власних традицій. Дерусифікація й деколонізація

проявляються не лише у перейменуванні вулиць чи демонтажі пам'ятників, але й у мистецтві, літературі та музиці. Війна відкриває суспільству нових авторів, митців, музикантів. І завдання журналістів – вчасно виявити ці імена та презентувати їх широкій аудиторії. Варто наголосити, що спеціалізованих ЗМІ, присвячених виключно культурі, небагато. Сьогодні медіаринок переважно представлений виданнями журнального типу, а також інтернет-виданнями.

Проте в 2024–2025 р., інтерес до культурних питань значно зменшився, і нішевим медіа це не полегшило стан існування. Оскільки ключовими трендами є розвиток саме нішевих медіа, зокрема «Читомо» (фокусується на книжковій сфері: рецензії, робота з авторами, новини про українську та світову літературу), «Лірум» (охоплює ширший культурний контекст, зокрема музику, і навіть має власну премію, що підтримує нові імена в культурі), Neformat (медіа про українську андерграундну музику); активна роль соцмереж та YouTube-проектів: «Твоя підпільна гуманітарка», «Говорить Жадан»; а також основний фокус зосереджено на культурній деколонізації. Видозмінюються дещо й формати подачі інформації, зокрема акцент робиться на лонгрідах, подкастах, відеоінтерв'ю та колонках (наприклад, тексти Тетяни Терен або «Говорить Жадан»).

Сьогодні культурна журналістика стала своєрідним способом документування війни, фіксування змін у суспільстві, збереження ментального здоров'я та пояснення національної самобутності. Вона активно протидіє маніпулятивним наративам агресора.

Як уже вище зазначалося, культурна журналістика є одним із найдієвіших інструментів для змін у суспільстві. Минулої осені (19 жовтня 2025 р.) у межах Donbas Media Forum у партнерстві з громадською організацією «Інша освіта» та виданням про культуру Франківщини *post impreza* відбулася дискусія на тему: «Культурна журналістика – довгий шлях до змін громадянського суспільства». На панельній дискусії висвітлювалися такі нагальні питання як: роль культури у формуванні ідентичності, розвиток

культурної журналістики під час війни, фінансування й проблеми культурних медіа. Участь в обговоренні взяли представники медіаіндустрії, зокрема виконавча продюсерка «Радіо Культура» І. Славінська; редакторка видання «Район.Культура» К. Ношкалюк; головний редактор медіа «Лірум» О. Бондаренко; керівник ГО «Читомо» О. Мимрук, модератором заходу виступила М. Кравченко, голова комунікаційного напрямку неформального кінооб'єднання BABYLON'13. О. Бондаренко зазначив, «що проблема нішевих медіа в тому, що зазвичай їх читають тільки люди, які цікавляться темою видання. Культура має розповсюджуватися набагато ширше. За словами Бондаренка, культурні медіа частково займаються альтруїзмом, бо часто робота не приносить достатньо грошей». О. Мимрук акцентувала увагу на тому, що «... в Україні не так багато ресурсів, щоб розвивати сферу культури. Якщо ми не зможемо залучати закордонні ресурси, то нам буде дуже тяжко. Тому потрібно весь час нагадувати про те, що відбувається в Україні». К. Ношкалюк окреслила нові пріоритети: «Досліджувати є ще багато чого, а саме – локальну культуру. Я переконана, що це залишатиметься актуальним, бо всім цікаво дізнаватися більше про себе». Резюмуючи зазначимо, що такі ініціативи не лише допомагають у створенні культурного медіапростору, вказуючи на прогалини та нові перспективи, а й сприяють формуванню нової когорти фахівців: журналістів-культурників.

Перед журналістами постає завдання не лише проінформувати, а й сформувати культурні смаки, ґрунтовно аналізуючи усі процеси та популяризуючи нові імена. Наше суспільство потребує створення медіапростору, який буде стояти на сторожі національної самобутності та водночас зможе дати відсіч ворогу й дати відповідь (принаймні шукати) на усі наші запитання, аби позбутися цієї меньшомартності. Нині є багато цікавих проєктів, які вартують уваги і потребують фінансового забезпечення, тому українським ЗМІ є над чим і з цим працювати.

Література

1. Клименко В. Як дорослішала українська культурна журналістика. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/community/article/194567/2021-12-08-yak-doroslishala-ukrainska-kulturna-zhurnalistyka/> (дата звернення: 01.03.2026)
2. Трансформація культури, ентузіазм та нестача фінансування. У яких умовах працюють українські культурні медіа. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/u-yakuh-umovah-praczuuyut-ukrayinski-kulturni-media-13724/> (дата звернення: 15.02.2026)

ТРУШЕВИЧ Анастасія,

студентка,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

(м. Київ, Україна)

КОЧУКОВА Наталія,

кандидат філологічних наук, доцент,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

(м. Київ, Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖІНОЧОГО ОБРАЗУ В РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ: ВІД ГЕНДЕРНОГО СТЕРЕОТИПУ ДО НОВИХ НАРАТИВІВ ІДЕНТИЧНОСТІ

Реклама у всі часи виконувала функцію перенесення соціального статусу або емоційного стану на конкретний продукт, пропонуючи споживачеві не матеріальний предмет, а систему нематеріальних цінностей і символічних смислів. Будучи потужним соціокультурним явищем, реклама не лише відображає суспільні норми та поведінкові моделі, а й активно бере участь у їх конструюванні та відтворенні. Жіночий образ у рекламному дискурсі – один із найбільш динамічних культурних конструктів, який упродовж 20 – 21 століть зазнав кардинальних змін під впливом економічних, політичних і феміністичних трансформацій.

Упродовж більшої частини 20 століття реклама відтворювала стереотипні уявлення про жінку, замикаючи її образ у межах домашньої

сфери або сексуалізованої декоративності. Дослідниці Н. Сидоренко та М. Скорик виокремили низку усталених жіночих типажів у рекламі: жінка-домогосподарка, жінка, позбавлена інтелекту, жінка як сексуальний об'єкт, «берегиня» з монополізованою функцією догляду [1]. Ці образи не лише відображали реальні соціальні очікування, а й активно відтворювали та закріплювали їх у суспільній свідомості.

Переломним моментом у переосмисленні рекламних наративів стали 1960–70-ті роки на Заході, коли під впливом фемінізму другої хвилі в рекламному просторі почав формуватися образ «нової жінки» – незалежної, кар'єрно орієнтованої, самодостатньої. Знаковою стала кампанія парфумів Revlon Charlie (1973) (<https://www.youtube.com/watch?v=N8yeWubIPjk>), у якій жінка в брючному костюмі уособлювала рівноправність і особисту свободу. Слоган кампанії – «Парфуми, такі ж оригінальні, як і ви» – апелював до індивідуальності споживачки, а не до її ролі дружини чи матері, що принципово відрізняло цю рекламу від попередніх десятиліть. Водночас паралельно виник стереотип «супержінки», що подвоював соціальне навантаження: жінка мала одночасно успішно будувати кар'єру й бездоганно вести домашнє господарство.

Початок 21 століття позначився переходом до дискурсу автентичності й різноманіття. Кампанія Dove «Campaign for Real Beauty» (2004) стала символічним відходом від нереалістичних стандартів краси: замість моделей у рекламі з'явилися жінки різного віку, комплекції та походження. Проте дослідниця Сара Мюррей зауважила, що подібні практики нерідко перетворюють фемінізм на маркетингову стратегію – «фемінізм на продаж» [2], що не усуває механізмів об'єктивації, а лише трансформує їх.

В українському контексті трансформація жіночого образу в рекламі мала власну траєкторію. Радянська ідеологія формувала образ жінки як відданої трудівниці та матері, приховуючи реальні патріархальні структури. З появою комерційного телебачення на початку 1990-х рекламний простір України здебільшого транслював запозичені західні моделі без критичної адаптації.

Відтак жінка постає або в образі домогосподарки, або як сексуалізований декоративний елемент. Бренди «Gala», «Tide», «Perwoll» та навіть виробник побутової техніки Bosch роками використовували образи жінок, що перуть одяг, прибирають квартиру або миють посуд. Така реклама не лише відображала реальний розподіл домашньої праці, а й активно закріплювала його як норму, позбавляючи жінку будь-яких інших соціальних ролей у рекламному просторі. У подібних рекламних наративах жінка часто постає як особа, неспроможна самотійно розв'язати побутову проблему, тоді як чоловік репрезентується у ролі компетентного фахівця або «рятівника». Саме він приносить «ефективний» засіб і пропонує оптимальне вирішення ситуації, демонструючи знання й професійну обізнаність.

Таку модель можна спостерігати, зокрема, у рекламі гелю для прання «Persil» (<https://www.youtube.com/watch?v=Ec55ONUsEVM>) та прального порошку «Tide» (<https://www.youtube.com/watch?v=nebW2M596tU>), де експерт приходить до жінок додому і показує, як упоратися з їхніми побутовими труднощами. Подібні сюжети відтворюють гендерно маркований розподіл ролей: чоловік асоціюється з раціональністю, авторитетом і технічною компетентністю, тоді як жінка із залежністю від зовнішньої допомоги навіть у сфері, що традиційно вважається «жіночою».

Проте в умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну рекламні наративи зазнали якісної трансформації: жіночий образ дедалі частіше конструюється через категорії стійкості, відповідальності та суб'єктності, що виходять за межі традиційних гендерних ролей.

Отже, еволюція жіночого образу в рекламному дискурсі є відображенням ширших соціокультурних трансформацій. Від стереотипної «берегині» та сексуалізованого об'єкта – до образів незалежності, сили й багатовимірної ідентичності: реклама не лише фіксує ці зміни, а й активно бере участь у конструюванні нових наративів жіночності. Водночас комерціалізація феміністичних цінностей залишається актуальною

проблемою, яка потребує критичного медіааналізу як із боку дослідників, так і споживачів реклами.

Література

1. Сидоренко Н., Скорик М. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість : практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ. Київ : К.І.С., 2004. 76 с.
2. Murray S. "Branding "Real" Social Change in Dove's Campaign for Real Beauty". *Feminist Media Studies*. 2013. Vol. 13 (1). P. 83–101.

ХАРЧУК Лілія,

*кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська
політехніка»
(м. Львів, Україна)*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МОВНОЇ НОРМИ У ВИКЛАДАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ: КОМУНІКАТИВНИЙ ВИМІР

Цифрові зміни сучасного суспільства істотно змінюють не лише канали комунікації, а й характер функціонування мовної норми. Якщо у традиційній лінгвістичній парадигмі норма осмислювалася як відносно стала система кодифікованих мовних засобів, що забезпечує єдність літературної мови [3; 4], то в умовах цифрової культури вона набуває ознак динамічності, варіативності та комунікативної ситуативності, що узгоджується з дослідженнями цифрової комунікації [2]. У час прискорених соціальних змін мовна норма в освітньому середовищі виконує стабілізаційну функцію, однак цифрова комунікація водночас актуалізує її адаптивний потенціал. Особливо помітними ці зміни стають у сфері викладання української мови, де поєднуються академічна традиція та нові медійні практики.

Актуальність дослідження зумовлена потребою переосмислення статусу мовної норми в освітньому процесі в умовах цифрового середовища, що формує нові комунікативні звички, пізнавальні моделі та мовленнєві стратегії студентства. Мета дослідження – окреслити основні параметри цифрової

трансформації мовної норми у викладанні української мови та визначити її комунікативний вимір.

У цифровому просторі норма функціонує в умовах постійної конкуренції між кодифікованим і спонтанним, академічним і мережевим, стандартизованим і створеним за допомогою алгоритмів мовленням. Це зумовлює кілька визначальних змін.

По-перше, спостерігається тенденція до синтаксичного скорочення та спрощення аргументаційних конструкцій. Переважання коротких повідомлень, уривчастого подання інформації та фрагментарного мислення впливає на структуру письмових студентських текстів: зменшується частотність складнопідрядних речень, редукується система логічних зв'язків, послаблюється розгорнута аргументація, що корелює з трансформацією екранного читання й письма [1]. Наприклад, замість розгорнутих конструкцій типу *«Оскільки мовна норма виконує стабілізувальну функцію, вона забезпечує тяглість культурної традиції»* дедалі частіше фіксуємо сегментовані формулювання: *«Норма важлива. Вона стабілізує мову. Це традиція»*. Така фрагментація змінює ритм наукового викладу й впливає на глибину логічних зв'язків.

По-друге, активізується явище усно-писемної гібридності. У студентських роботах дедалі частіше з'являються маркери розмовності, елементи мережевого сленгу, спрощені конструкції, характерні для чат-дискурсу. Відбувається розмивання меж між функціональними стилями, а норма перестає бути жорстко прив'язаною до традиційної стилістичної ієрархії. Зокрема, трапляються конструкції типу *«як би це сказати»*, *«в принципі»*, *«по факту»*, а також інтонаційно-модальні маркери, властиві усному мовленню. На неформальних навчальних платформах іноді фіксується навіть використання емодзі як способу вираження оцінки чи модальності, що засвідчує візуалізацію комунікативних намірів.

По-третє, вагомим чинником трансформації є посередництво алгоритмів. Автокорекція, підказки текстових редакторів, використання

генеративних систем штучного інтелекту сприяють уніфікації мовлення та шаблонізації аргументації, формуючи стандартизовані мовні моделі. Так, тексти, створені або відредаговані за допомогою алгоритмів, часто мають подібну композиційну побудову: вступ із окресленням проблеми, перелік аргументів, узагальнювальний висновок. Це забезпечує формальну впорядкованість викладу, проте водночас може нівелювати індивідуальну стилістичну специфіку студентського мовлення.

У комунікативному вимірі це означає, що норма перестає бути виключно кодифікованою системою правил і постає як результат взаємодії кількох чинників: мовної традиції, цифрових інструментів, освітніх стратегій та комунікативних очікувань учасників освітнього процесу. Викладач у такій ситуації виступає не лише носієм нормативної компетентности, а й упорядником цифрового дискурсу, який має навчити студентів свідомого вибору мовних засобів залежно від комунікативної мети. Особливо це актуально для студентської аудиторії нефілологічних спеціальностей, для якої академічне письмо часто стає першим досвідом системної роботи з кодифікованою мовною нормою.

Викладання української мови в умовах цифрової трансформації потребує переорієнтації з формального контролю помилок на формування метамовної рефлексії. Йдеться не про механічне протиставлення «правильного» і «неправильного», а про усвідомлення варіативности, функціональної доречности та відповідальности за мовний вибір.

Отже, цифрова трансформація не руйнує мовну норму, а переводить її в площину динамічної комунікативної регуляції. У цьому контексті постає питання формування цифрової нормативности – системи принципів, що поєднує кодифіковані стандарти з вимогами новітнього медійного середовища як нової форми комунікативної регуляції [2]. З цієї точки зору мовна норма в цифрову епоху постає не як жорстка система заборон, а як простір відповідального вибору, що поєднує традицію, технологію й комунікативну доцільність. Подальші дослідження можуть бути спрямовані

на емпіричний аналіз студентських текстів та розроблення моделей інтеграції цифрових інструментів у процес формування комунікативної компетентности.

Література

1. Baron N. Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World. Oxford : Oxford University Press, 2015
2. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2006.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004.
4. Мацько Л. І. Культура української фахової мови. Київ : ВЦ «Академія», 2007.

ХВІСТ Вікторія,
*кандидат історичних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ДІЯЛЬНІСТЬ НАУКОВОГО ТОВАРИСТВА ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ЯК ІНСТРУМЕНТ НАУКОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД ТА СУЧАСНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ

В умовах сучасного розвитку світового співтовариства особливого значення набуває наукова дипломатія, яка тісно пов'язана з практикою, і яка є важливим інструментом формування міждержавного діалогу, провадження політики розвитку співпраці у сфері науки та техніки, а також зміцнення наукових контактів між країнами. Наукові інститути також мають значення в якості середовища, що надає умови для академічного діалогу, обміну знаннями та сприяння реалізації спільних наукових проєктів. У цьому плані викликає неабиякий інтерес історичний досвід діяльності Наукового товариства імені Тараса Шевченка (НТШ), що втілюється від початку свого існування у ролі одного з вагомих центрів розвитку української наукової

спільноти та міжнародного академічного співробітництва. За більш ніж столітню історію НТШ було не лише науковим закладом, але і певною мірою майданчиком для наукової дипломатії, що сприяла виходу української наукової спільноти на світову наукову арену.

Наукове товариство імені Тараса Шевченка було створене як культурно-наукова організація, що мала за ціль сприяння розвитку української науки і культури, у м. Львові у 1873 році. У 1892 товариства було реорганізоване в наукову академічну установу, яка фактично виконувала функції української академії наук в період відсутності державності власної.

НТШ діяло у надзвичайно складних політичних умовах, коли українські науковці не мали, більш ніж 70 років, можливості повноцінно будувати національні наукові інституції у межах державних структур. І саме цим НТШ і стало центральною платформою для консолідації наукового потенціалу українського інтелекту та встановлення міжнародних академічних контактів. У товариство входили і видатні вчені, найбільше місце серед яких посіли такі діячі, як Михайло Грушевський, Іван Франко, Володимир Гнатюк. Вони допомогли завоювати українській науці міжнародний авторитет і налагодити зв'язки з науковими інститутами Європи.

Одним з головних напрямків діяльності НТШ була робота з організації наукових досліджень і публікацій, що виконувалися в європейському академічному середовищі. Видання товариства, зокрема «Записки НТШ», стало одним із важливих каналів підтримки зв'язків між українськими і зарубіжними вченими. Тому можна стверджувати, це було своєрідне «наукове посольство» української науки, яке просувало її досягнення на міжнародному рівні та сприяло поширенню інформації про українську історію, культуру і наукові прориви.

Важливим етапом розвитку НТШ стала діяльність його осередків за кордоном. Після подій Другої світової війни більшість українських науковців опинилася в еміграції. У цей час були засновані відділення товариства у ряді іноземних держав, а саме: у США, Канаді та державах Західної Європи. Ці

осередки сприяли збереженню і розвитку української науки, підтримці наукової праці й пропаганди української культури на світових теренах. За цих обставин НТШ засвідчило свій статус одного із домінуючих інституційних осередків української наукової діаспори, що ставало запорукою безперервності наукової традиції.

З огляду на сучасний розвиток науки і міжнародної співпраці досвід НТШ набуває особливої актуальності. Дослідники розглядають наукову дипломатію як суттєвий інструмент формування міжнародного партнерства, уникнення міжкультурних конфліктів та опрацювання глобальних викликів. Сьогодні діяльність Наукового товариства імені Шевченка і надалі слугує сприятливим підґрунтям для подальшого дослідження, проведення міжнародних конференцій, опублікування наукових праць і розвитку співробітництва між українськими і зарубіжними науковцями. Зважаючи на сучасні геополітичні виклики, що є наслідком вторгнення Росії в Україну 2022 року, значення наукової дипломатії значно зростає. Наукові установи такі як НТШ є важливими платформами для надання світової підтримки українській науці та культурі.

Отже, діяльність Наукового товариства імені Тараса Шевченка стала яскравим прикладом використання наукового потенціалу як вагомого інструменту міжнародної комунікації та дипломатії. Протягом всієї своєї історії товариство виконувало функції наукового центру, який об'єднував українських учених, сприяв розвитку наукових досліджень та формував міжнародні академічні мережі.

Історія НТШ яскраво демонструє, що наукова установа може мати значний вагомий вплив на побудову міжнародного діалогу, поширення науки, а також формування позитивного іміджу країни у світовому науковому просторі. Сьогодні ці досягнення можуть стати основою розвитку нових форм наукової дипломатії, сприяти у міжнародному співробітництві, а також інтеграції української науки в глобальну академічну систему.

ЧИЖ Іван,
*кандидат юридичних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ БЛОКПОСТ: ВИМІР КАТЕГОРІЯМИ ВІЙНИ

Право сили наразі домінує над силою права. Трампут знецінює, руйнує світовий порядок, сіє хаос і руїну, несе горе і біду, кров і сльози. Однопорядковими можна вважати що претензії на землі України («Отдайте нам Донбасс, а там посмотрім...»), що претензії на Гренландію («Цей шматок льоду ми готові купити, а ні, то буде гірше...»). Різниця поки що в ціні: Україна вмивається кров'ю, п'ятий рік відбиваючи навалу московитів з часу повномасштабної війни і другий десяток літ, відліком від «зельоних человечков» та донбасівських сепарюг. Що затіє «друг владіміра» щодо північної території Данії, побачимо. Побачимо після чергової СВО, на цей раз Близькосхідної. Мастадонти світової політики, схоже, «де-факто» створили Трампут на заміну ООН і міжнародному праву. Тож «флагман демократії» не соромиться навіть за 15 хвилин до засідання її Генеральної Асамблеї, як це було нещодавно, змінити свої оцінки щодо загарбницької політики росії, створивши альянс з нею, з лукашенківською білоруссю та деякими кремлівськими приспінниками. ООН того дня удесятеро більшою кількістю держав підтримала Україну аніж новий альянс Трампуту.

Одначе зневагу до базових принципів міжнародного співжиття, включно із пріоритетом прав людини та непорушністю кордонів, продемонстровано зухвало, цинічно вказуючи «хто на чиєму боці». Ось така позірна «рівновіддаленість» «миротворця всіх часів і народів» – неприхований інформаційний «вкид» з «настрашувальним» наміром. У тому ж ряду – погрози на адресу Іспанії, яка вустаами прем'єр-міністра П. Санчеса заявила: «Ні війні! Так дипломатії!», не дозволивши Трампу використовувати свої бази для нанесення ударів по суверенній території Ірану. При цьому голова уряду

європейської країни нагадав про те, що 23 роки тому уже була така ж військова авантюра, але проти Іраку. Це призвело до гуманітарної катастрофи, яку не тільки близькосхідні країни, але і Європа та світ загалом відчувають ще й досі через мільйони біженців.

Звісно, режими у країнах, де нехтуються права людини, і які несуть загрозу тероризму і насильства, котрі прямо допомагають, підживлюють агресію росії проти України, як це робив Іранський режим аятолл, не можна жодним чином ні толерувати, ні затуляти очі на їхні дії і наміри. Проте для цього й існує міжнародне право, для цього і створено ООН та інші механізми аби дипломатія розв'язувала протиріччя. «Войнушка» не вирішує проблеми. Вона лише загострює їх і породжує нові, незрівнянно більші і з масштабуванням збитків для усього світу. «Подякуймо» Трампу хоча б за світову паливну кризу із непередбачуваним фіналом. Не кажучи уже за неймовірні страждання і жертви тисяч і мільйонів людей. А він, цей фундатор «Трампуту», знову почав просторікувати про те, що «в Україні нема карт...» і мало не прямим текстом вимагає від нас здатися. Щось до «друга владіміра» така риторика не застосовується...

Аналіз світових процесів, як бачимо, свідчить про зростаючі загрози і виклики. У тому числі й пов'язані із глобальним інформаційним протистоянням, здатним зруйнувати існуючий міжнародний правовий порядок. Ці явища захоплюють і національний інформаційний простір, надто ж коли йдеться про інтернет-платформи, зокрема, Телеграм-канали комунікації, які ворог нерідко використовує інструментом вчинення терористичних актів. Потрібно невідкладно законодавчо врегулювати цю проблему, забезпечивши верифікацію належності цих платформ із невідворотною відповідальністю за наслідки. Адже людина виявилася незахищеною перед інформаційною навалою з переважаючим пропагандистським умислом, а фейкагресія та маніпулювання свідомістю посередництвом потужної системи засобів масової комунікації чим далі стають усе більш витонченими та цинічними.

У цих умовах особливо відповідальна місія журналістики. Пропонуючи чітку послідовність дій, своєрідний алгоритм, орієнтований на досягнення позитивного результату, вбачаю у цьому своєрідну інструкцію як для досвідченого медійника, так і для журналіста-початківця в особливих умовах.

Наш рубіж. Блокпост. Алгоритм Івана Чижа категоріями війни.

БЛОК – це передній край, на якому стоїть журналіст, оглядаючи загальну інформаційну картину та пропускаючи до перетину меж інформаційного простору ту інформацію, котра на користь людині, суспільству, Україні. Таким чином журналіст оберігає від вторгнення до свідомості і душ людських інформаційного мотлоху, різної шкідливої для нашої єдності, спеціально запущеної, як ДРГ (диверсійно-розвідувальні групи), інформації що виконує роль стратегічної ударної сили ворожих ПСО(інформаційно-психологічних операцій).

ПОСТ. Це та інформація, яку ми відбираємо для можливого майбутнього поширення і оприлюднення. Вона пройшла наш БЛОК, одначе, журналіст-професіонал-патріот починає ретельну роботу з конкретною інформацією і масивом інформації.

П: – Першою літерою в означенні «ПОСТ» ми усвідомлено фіксуємо потребу ретельної **перевірки**, верифікації (мінімально з двох трьох джерел та із застосуванням експертної оцінки) того меседжу чи інформаційного масиву, який маємо допустити в інформаційний простір нашої громади, території чи України загалом.

О: – Літера ця у алгоритмі «**БЛОКПОСТ**» означає саме **оприлюднення**(коли ми не допустили через **БЛОК** шкідливу інформацію, коли ми ретельно перевірили обрану інформацію) і **оприлюднюємо** з усвідомленням того, що ми у підсумку хочемо **отримати** та чого досягнути. Нашою метою є сприяти позитивній дії на єдність українців, на здатність противитися і протистояти злу, на відсівання останніх сумнівів у громаді, де є люди, які все ще можуть сумніватися у справедливості нашої справи.

Оприлюднивши інформацію, журналіст має творити віру у нашу здатність до спротиву і перемоги. Таким чином оприлюднена інформація має слугувати мотивуючим чинником у боротьбі за наші цінності, за нашу єдність, за нашу свободу.

С: – далі у алгоритмі «БЛОКПОСТ» – це **скринінг співмірності, системності** нашого впливу із поширеної нами інформації і наслідків, які вона несе, як суспільна функція журналістики, функція, орієнтована на суспільно перетворюючу, системо моделюючу силу, здатну оздоровити, озброїти, підняти, мобілізувати на патріотичні дії окремих людей, суспільство загалом та інститути влади задля досягнення нашої перемоги, справедливого сталого миру, повоєнної відбудови, відновлення та потужного розвитку України.

Т. – літера ця у цьому алгоритмі означає **толерувати**. Толерувати з точки зору впливу через механізми, через систему ефективних інструментів, випробуваних журналістами. Йдеться про ті якості, дії, вчинки, ті рішення, наслідки, які належить масштабувати, поширювати. **Толерувати** усе позитивне, що робить нас сильнішими, здатними витримати цей неймовірний тягар війни, підтримати один одного, допомогти кожному, хто цього потребує, помноживши наші спільні можливості. Загалом таке **толерування** і таке **масштабування** взаєморозуміння, взаємної емпатії здатне зробити потужнішою нашу державу і щасливішими наших людей. Це у загальному контексті.

Якщо ж брати конкретно людей певних особливостей, людей з інвалідністю, вчорашніх воїнів-ветеранів, – **толерування** щодо них означає особливе ставлення. Аби ці люди не відчували себе травмованими, не відчували себе поза соціумом. Водночас це стосується людей, котрі переживають цю війну через особисті втрати, через особистий біль. Таких десятки, сотні тисяч! Журналісти зобов'язані **толерувати** будь-яку дію, пов'язану із лікуванням душ людських. Мовиться саме і про це **толерування**.

Таким чином мовиться як про **толерування** інформації, котра нас єднає і робить сильнішими, так і про **толерування** тих, хто захищає Україну на полі бою. Мовиться також і про **толерантність** щодо певних національних чи суспільних груп, котрі за звичайних умов могли відчувати якусь упередженість, приміром, ромська громада чи інші невеликі громади в конкретних ситуаціях різні.

Таким чином цей алгоритм, ця формула «**БЛОКПОСТ**» узагальнено акцентовано моделює етичну, громадянську, професійну позицію журналіста. Звісно цією формулою ми не вичерпуємо увесь масив етичних засад і принципів журналістики. Цим ми акцентуємо на особливо актуальному на сьогодні: як зберегти журналістику наступальну і разом з тим журналістику етично відповідальну.

Ми маємо усвідомлювати, що інформаційна, комунікативна, просвітницька, культурологічна, соціальна, системотвірна та інші функції журналістики в основі мають базуватися на високих принципах гуманізму, передовсім на чітких етичних засадах і принципах журналістики об'єктивної, справедливої, непідкупної.

Історія дає нам приклади різних полюсів журналістики. Вони, ці полюси, особливо зриміють у складні часи вибору, коли нема права на компроміси із совістю і честю. Продажний писака кореспондент New York Times Уолтер Дуранті у своїх статтях із московського корпункту заперечував існування голоду в Україні, на всі заставки вихваляв Сталіна і його режим(хоча приватно припускав, що від голоду у нас загинуло десь близько 10 млн чоловік). І ось ця особа у 1932 році отримала пулітцерівську премію «За глибину, об'єктивність, тверезу оцінку і виняткову ясність репортажів із СРСР». Нам, українцям, аби не бруднити справжньої журналістики, вважаю необхідним таке і подібні діяння, означити як **ДУРАНТІСТИКА**. Аби той, хто дурить людей, кривить душею, обслуговує негідників(чи то режими, а чи носіїв «винятковості»), як, приміром, Карлсон, який облизував з усіх боків

путіна та є придворним писакою Трампа) отримали належний за діяннями їхніми знак. ДУРАНТИСТИКА – це їхнє!

Зате інша, світла сторона журналістики, – це Гарет Джонс, британський журналіст, який після поїздки до України вперше 1933 року опублікував у Берліні пресреліз про голод, що забрав мільйони життів. Ризикуючи життям, ввівши в оману ОГПУ, всі спецслужби сталінської доби, Гарет побував у Юзівці(теперішній Донецьк), відвідав інші території, де на власні очі бачив і фіксував убивства голодом українців, він бачив мертвих людей, мертвих дітей прямо на вулицях. Він просто був шокований і написав цілу низку статей про те, що насправді творилася тієї чорної доби в Україні.

Не зважаючи на підлі публікації-нападки Дуранті на нього зі звинуваченнями у неправді, начебто у спробі заробити собі ім'я на цій темі, Гарет Джонс, навіть залишившись без роботи, не відмовився від жодного свого слова, не відступився від правди. Він був убитий у 1935 році на Далекому Сході, куди поїхав у зону гострого конфлікту у цьому Тихоокеанському регіоні. Сталінські посіпаки, можна стверджувати напевне, помстилися мужньому журналістові.

Знак якості журналістики правдивої, об'єктивної, чесної, непідкупної означаю як **ГАРЕТИСТИКА**. Така журналістика – взірець справжньої свободи слова, такого професіоналізму, який **ГАРАНТУЄ**: тут у кожному слові, у кожному сюжеті, у кожному стрімі – **ПРАВДА!**

Як добре, що столиця України має вулицю, котра носить ім'я Гарета Джонса. Меморіальний постамент на честь валлійського журналіста Гарета Джонса, який вперше з преси у 1933 році оприлюднив свідчення про Голодомор, встановлять у Києві. Як повідомляє Національна Спілка Журналістів України(SPILKA News), Уряд Уельсу виділив £16 000 на створення тримовного знака – валлійською, англійською та українською – на вулиці, що вже носить ім'я медійника (у Шевченківському районі столиці). Відкриття запланували на листопад 2026 року – до Дня пам'яті жертв Голодомору.

Українські журналісти за неймовірних викликів війни звияжно і чесно несуть свою вахту на ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ БЛОКПОСТУ – у кожного своєму і, водночас, спільному! НСЖУ на четверту річницю розв’язаної росією повномасштабної війни проти України розмістила стисле та винятково важливе повідомлення. «Чотири роки війни – це чотири роки роботи під загрозою», – наголошує голова НСЖУ Сергій Томіленко. Від початку повномасштабного вторгнення окупанти вбили щонайменше 144 медійників і медійниць. Серед них – 21 журналіст і журналістка, які загинули, виконуючи свої професійні обов’язки. Десятеро стали жертвами як цивільні, тисячі колег вимушено покинули домівки, третина медіа припинили роботу. Понад сотня загинули, захищаючи Україну в лавах Сил оборони. Попри все це, українська журналістика не зупинилася.

У найважчі моменти поруч із нами була міжнародна журналістська спільнота: Міжнародна федерація журналістів, Європейська федерація журналістів, ЮНЕСКО, «Репортери без кордонів», Міжнародний прес-інститут, Комітет захисту журналістів та національні журналістські організації з усього світу. Ми щиро дякуємо за підтримку, пам’ятаємо кожного і кожну – і продовжуємо працювати». SPILKA News.

ШАНАЄВА-ЦИМБАЛ Людмила,
*кандидат наук з державного
управління, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR THE STUDY OF METAPHORS IN JOURNALISTIC DISCOURSE

Metaphor is one of the most important expressive and cognitive mechanisms of language. Since the time of Aristotle, metaphor has been regarded as a fundamental linguistic and philosophical concept that reflects the way people

perceive and interpret reality. In modern linguistics, metaphors are understood not only as stylistic devices but also as cognitive tools that help structure human thinking and communication [1].

Metaphors are widely used in everyday communication, academic discourse, and professional environments. They enable speakers and writers to explain complex ideas through more familiar concepts and create a strong emotional and persuasive effect. The American philosopher Philip Wheelwright distinguished two aspects of metaphorical meaning: epiphora, which refers to the transfer or expansion of meaning, and diaphora, which involves the creation of new semantic associations. According to M. Raisa, metaphor allows us to perceive one object through the image of another and can be described metaphorically as the “dream of language” [1].

Journalistic style represents one of the main functional styles of language and reflects various spheres of social life, including politics, culture, economics, and sports. It is characteristic of mass media such as newspapers, magazines, television, and digital media platforms. Journalistic discourse is typically concise, expressive, and aimed at influencing the audience. This effect is achieved through evaluative vocabulary, figurative language, colloquial elements, and other stylistic means, among which metaphor occupies a central position [3].

In contemporary linguistic research, the study of metaphors in journalistic discourse is increasingly supported by artificial intelligence technologies. Methods of natural language processing (NLP) allow researchers to automatically identify metaphorical expressions in large corpora of media texts, analyze their frequency, and detect patterns of metaphorical usage in different thematic contexts. AI-based tools make it possible to process vast amounts of journalistic material, which significantly expands the possibilities of discourse analysis [2].

Metaphors in journalistic texts often reflect the journalist’s interpretation of social and political reality. For instance, political discourse frequently employs metaphors related to war, theater, construction, or movement in order to simplify complex political processes and make them more understandable for the audience.

Such metaphorical models play an important role in shaping public perception and influencing readers' attitudes toward events and actors in the media space [3].

The integration of artificial intelligence into linguistic research opens new perspectives for studying metaphor in media discourse. Automated analysis helps identify hidden metaphorical structures and provides a more systematic understanding of how figurative language functions in journalism [2].

In recent years, the rapid development of artificial intelligence and machine learning has significantly influenced linguistic research methods. AI systems are capable of analyzing large datasets of journalistic texts, identifying metaphorical patterns, and classifying different types of figurative language. Such technological tools make it possible to conduct large-scale research that would be difficult to perform using traditional manual methods of linguistic analysis [2].

Another important direction of research is the use of corpus linguistics combined with AI technologies. Large digital corpora of media texts allow researchers to examine how metaphors function across different media platforms, genres, and cultural contexts. With the help of automated algorithms, scholars can trace the evolution of metaphorical models in journalism and determine how they reflect changes in public discourse [3].

Artificial intelligence also contributes to interdisciplinary studies at the intersection of linguistics, media studies, and communication research. By applying computational models, scholars can explore how metaphor influences the framing of news stories, shapes public narratives, and affects audience perception. This approach helps reveal the persuasive and ideological functions of metaphor in modern media communication [2].

Furthermore, the use of AI technologies in metaphor research opens new perspectives for the analysis of multilingual and cross-cultural media discourse. Automated systems can compare metaphorical expressions in different languages and media traditions, providing valuable insights into how metaphorical thinking reflects cultural and social differences in journalistic communication [2].

Thus, metaphor remains a key element of journalistic discourse that contributes to the informative, persuasive, and emotional impact of media texts, while artificial intelligence offers innovative tools for its comprehensive analysis in modern linguistic studies [1,2,3].

Literature

1. Steen G. J. *Metaphor in discourse: Conceptual and communicative perspectives*. Cambridge : Cambridge University Press, 2023. 278 p.

2. Shutova E., Kiela D. *Computational Approaches to Metaphor Identification and Interpretation*. San Rafael : Morgan & Claypool Publishers, 2021. 180 p.

3. Charteris-Black J. *Metaphor and Political Communication*. London : Routledge, 2021. 312 p.

ШВЕЦЬ Дар'я,

студентка,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

(м. Київ, Україна)

Науковий керівник – Риженко

Людмила, кандидат наук

із соціальних комунікацій,

*Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

ГОЛОС ЯК ЕМПАТІЙНИЙ КОД: СОЦІАЛЬНА ФУНКЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

Збройний конфлікт на території України, що набув характеру повномасштабного вторгнення у 2022 році, докорінно змінив медіасередовище країни. В умовах надзвичайної суспільної напруженості радіо як аудіальний медіум набуло особливого значення: воно не лише інформує, а й виконує функцію емоційного супроводу суспільства. У центрі цього процесу — голос, що постає як унікальний інструмент встановлення емпатійного зв'язку між журналістом і аудиторією.

Отже, через голосове мовлення виокремлюється соціальна функція українського радіо, а голос журналіста в ефірі став інструментом встановлення емпатійного зв'язку, що виходить за межі ретрансляції новин.

Дослідження базується на перетині кількох наукових парадигм. Згідно із соціальною теорією медіа Н. Лумана, радіо є системою, що відтворює сенси суспільства. Ми доповнюємо цей підхід концепцією емпатії К. Роджерса, де комунікація розглядається як процес глибокого розуміння іншої людини.

Чудовим доповненням до джерельної бази стали наукові розвідки українських учених у галузі радіожурналістики та аудіальної культури. Голос у контексті медіакомунікації розглядають не лише як фізіологічне явище, а як семіотичний ресурс, здатний кодувати й передавати емоційні стани.

Емпіричну базу дослідження сформували матеріали провідних українських радіостанцій («Українське радіо», «Радіо Свобода», «Громадське радіо») за 2022–2025 роки, зокрема програми підтримки населення, репортажі з місць бойових дій та прямі ефіри в умовах надзвичайних ситуацій.

У процесі дослідження виокремлено три ключові соціальні функції, які реалізує радіо в умовах війни :

- психологічна підтримка (голос ведучого як «присутність» у критичний момент),
- консолідувальна (формування відчуття спільноти через спільний аудіоальний досвід),
- ідентифікаційна (збереження та трансляція культурної і мовної ідентичності).

Голос у запропонованому функціональному різноманітті постає первинним кодом емпатії. Темп, тембр, інтонація і паузи в арсеналі ведучого аудіовізуального медіа формують довіру та емоційний резонанс із слухачем.

Особливо значущою є роль голосу в умовах обмеженого доступу до інших медіа (відключення електроенергії, обмеження мобільного зв'язку), коли радіо залишається єдиним доступним джерелом інформації. У таких обставинах аудіальне мовлення набуває характеру «живого присутнього», що знижує тривожність і забезпечує психологічну стабілізацію аудиторії.

Голос у цьому контексті виконує **навігаційну функцію**: він структурує хаос, надаючи чіткі інструкції спокійним, упевненим тоном, що є вирішальним чинником уникнення паніки.

Отже, українське радіо демонструє здатність виконувати терапевтичну, ідентифікаційну та консолідувальну функції, підтверджуючи свою роль як важливого соціального інституту в кризових умовах, а голос як складник ретрансляційного процесу стає не просто технічним засобом передачі інформації, а повноцінним соціокультурним кодом емпатії.

Література

1. Луман Н. Реальність мас-медіа / пер. з нім. О. Юдіна. Київ : ТОВ «Видавництво «Дух і Літера»», 2010. 196 с.
2. Роджерс К. Клієнтоцентрована терапія. Київ : Ваклер, 1997. 320 с.
3. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник. 2-ге вид., допов. і перероб. Київ : Веселка, 2004. 245 с.
4. Нагорняк М. В. Аудіальна культура та радіо в умовах збройного конфлікту. *Журналістика*. 2023. № 22. С. 45–58.
5. Єресько О. Українське радіо під час повномасштабного вторгнення: нові формати й соціальна місія. *Медіакритика*. 2024. № 3. С. 12–19.

ЩЕРБИНА Світлана,

*кандидат філологічних наук, доцент,
Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича
(м. Чернівці, Україна)*

ЗАЙЦЕВА Наталія,

*кандидат філологічних наук,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)*

ДЕКОРАТИВНЕ МИСТЕЦТВО ЯК ЗНАКОВА СИСТЕМА КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ЛІНГВОСЕМІОТИЧНИЙ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

Декоративне мистецтво є важливим елементом культурної спадщини, що поєднує у собі різноманітні художні образи, орнаменти та символи, які не лише виконують естетичну функцію, але й формують так звану мову декоративного мистецтва. У такому вимірі декоративне мистецтво можна розглядати як особливу знакову систему в якій візуальні елементи виконують роль знаків, подібно до мовних одиниць, і слугують засобом передачі символічних значень та культурних кодів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю подолання вузькодисциплінарних підходів до вивчення культурної спадщини та зростанням уваги сучасних гуманітарних досліджень до аналізу різних знакових систем, що функціонують у культурному просторі. Поєднання лінгвосеміотичного та лінгвокультурного підходів дозволяє розкрити механізми трансформації у символічні коди культури, де художній твір являє собою не лише предмет естетики, але й онтологічний феномен, що акумулює колективний досвід.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування доцільності інтеграції семіотичного та лінгвокультурного підходів до дослідження мови декоративного мистецтва, що передбачає виявлення специфіки семіозису візуальних знаків та визначення їхньої ролі у формуванні національно-культурної ідентичності.

Як відомо, дослідження знакових систем стало можливим завдяки семіотиці – науці про знаки та знакові системи, основи якої закладені у працях американського вченого Чарльза Пірса, який запропонував трикомпонентну модель знака на основі трьох видів відношень між планом вираження і його референтом (об'єктом позамовної дійсності), відповідно до якої ідентифікується три види знаків: 1) знаки ікони (іконічні знаки) – фактична подібність до позначуваного об'єкта; 2) знаки індекси – суміжність знака та позначуваного об'єкта; та 3) знаки символи – умовний зв'язок між знаком і позначуваним об'єктом, установлений за домовленістю [Пірс, 2001]. Застосувавши цю теорію знаків до декоративного мистецтва, можна пояснити як візуальні мотиви перетворюються на символічні образи культури, що передають культурну ідентичність.

Семіотичні ідеї Чарльза Пірса розвинув його співвітчизник американський філософ Чарльз Морріс. Спираючись на ідеї Чарльза Пірса, Чарльзу Моррісу вдалося розширити розуміння вимірів дії знака (семіозису) до трьох його вимірів: 1) семантичний (відношення знаків до об'єктів, які вони позначають; 2) прагматичний вимір (відношення знаків до

інтерпретаторів); 3) синтаксичний вимір (відношення знаків до інших знаків) [Морісс, 1938]. У своїй теорії Чарльз Морріс опирався на співвідношення семіозису у сукупності трьох складових (законосій, десигнат, інтерпретанта). Процес семіозису ґрунтується на відношенні 1) знака та десигната; знака та інтерпретатора; 3) знака та іншого знака. Якщо розглядати цю теорію у вимірі семіозису декоративного мистецтва, то законосій – це фізична форма декору (конкретні лінії, кольори тощо); десигнат – абстрактні ідеї чи міфологічні образи, а інтерпретанта – це когнітивна дія реципієнта, яка забезпечує розуміння знаку. Такий вимір семіозису, на думку Надії Андрійчук, потребує врахування трьох рівнів інтерпретанти, що поглиблює розуміння дії знака, а саме: перцептивний (кодовий вимір); референційний (інформаційний вимір) та оцінний (культурний вимір) [Андрійчук, 2019]. На першому (перцептивному) рівні відбувається ідентифікація матеріальної форми законосія. Цей етап відповідає рівню денотації – фіксованому значенню знака (у декоративному мистецтві – це можуть бути лінії чи кольори). Згідно позицій Бартівської семіотики, декоративний твір – це візуальний текст, у якому знаки організовані за структурним принципом, де орнамент виконує роль мовної структури, що формує систему значень і створює культурні наративи [Барт, 2003].

На референційному рівні встановлюється зв'язок між візуальним кодом та зовнішнім об'єктом референції, де знак починає функціонувати як поняття. Відома українська дослідниця Олена Селіванова звертає увагу на те, що семіотичний статус декоративного коду у вербальному тексті визначається його здатністю до трансформації з візуального артефакту на лінгвокультурему. Цей процес дослідниця трактує як складну когнітивно-семіотичну операцію, де мовний знак стає носієм вторинного значення, зумовленого культурним контекстом [Селіванова, 2012].

Найвищим рівнем семіозису є оцінний рівень, на якому культурна інтерпретанта розкриває духовну та антропологічну цінність знака. Це конотативний рівень значення. У своїй праці “Основи семіології Ролан Барт”

визначає конотацію як вторинний рівень знакової системи, що формується на основі первинного (денотативного) значення і відображає культурні та ідеологічні символи [Барт, 2003]. В образотворчому мистецтві переважають конотативні значення, що транслюють соціокультурну інформацію. Як зазначає Вікторія Головей, художнє зображення є трансляцією культурно-значимої інформації” [Головей, 2016]. Декоративне мистецтво являє собою процес конструювання досвіду, де форма виступає носієм культурних кодів, що резонують з ментальними моделями реципієнта.

Висновки

Отже, використання засад сучасної лінгвосеміотики дозволяє розглядати декоративне мистецтво як складну знакову систему, де візуальні елементи функціонують аналогічно до одиниць природньої мови. Процес функціонування мистецького знака (семіозис) має ієрархічну структуру: від перцептивного рівня (ідентифікація форми) через референційний (встановлення зв'язку з об'єктом) до оцінного (розкриття духовних цінностей)

Кожен художній елемент тексту культури (орнамент, колір, форма, композиція) виступає своєрідним носієм закодованої інформації, що передає певне символічне значення. Лінгвокультурний аспект аналізу дозволяє розглядати такі знаки як вузлові точки культурного коду, що забезпечують єдність людської сутності та світу через архітектоніку художнього твору.

Література

1. Андрейчук Н. І. Аспекти лінгвосеміотики на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2019. Вип. 70. С. 309–322.
2. Барт Р. Основи семіології / пер. з фр. Київ : Юніверс, 2003. 112 с.
3. Головей В. Ю. Семіотика візуального мистецтва: теоретико-методологічний аспект. *Fine Arts and Cultural Studies*. 2024. Вип. 3. С. 213–220. DOI: <http://doi.org/10.32782>.
4. Пірс Ч. С. Вибрані праці / пер. з англ. Київ : Юніверс, 2001. 608 с.
5. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові: термінологічна енциклопедія. Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. 488 с.
6. Morris Ch. Foundations of the Theory of Signs. *International Encyclopedia of Unified Science*. Chicago: University of Chicago Press, 1938. Vol. 1, P. 1–59.

ЯКУШКО Катерина,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(м. Київ, Україна)

РОЗРЯДИ МОВНИХ КОДІВ У СУЧАСНОМУ ЛИСТУВАННІ АНГЛІЙСЬКОЮ

У теперішньому ритмі існування українського суспільства спостерігається нестача часу на повноцінне оформлення кореспонденції у цілому та англійською мовою зокрема, повторювана заміна традиційних висловлювань та повноцінних листів на їх скорочену версію у звукових або буквенних кодах коротких повідомлень.

Нашою метою є уточнення базових англійських кодів-буквоформ, прийнятних та поширених у сучасному листуванні англійською (надалі позначимо як АКБЛ), поділивши їх умовно на кілька розрядів.

До першої підгрупи АКБЛ відносимо такі структури, які стосуються заклику до дії у цілому, представниками якого є, наприклад, вислів *DIY (do it yourself – зроби сам)*, *ASAP (as soon as possible – якомога швидше)* або *LMK (Let me know – Дай мені знати)*, а до наступної – АКБЛ на позначення закінчення розмови у таких проявах комунікативного наміру поговорити-вийти на зв'язок пізніше як *CWYL – Chat with you later*, *TTYL – Talk to you later* або *GBTY – Get back to you*.

До третьої когорти АКБЛ, на нашу думку, доречно долучити такі словосполучення, які стосуються побутового неофіційного листування у вигляді зашифрованого використання позначення емоцій-реакцій автора повідомлень, представниками якого є, скажімо, такі вислови як *I'm Y (I'm yellow – я боюся)*, *I'm B (I'm blue – мені сумно)*, *I'm P (I'm in the pink – у мене все гаразд)* чи *I'm R (I'm red – я сердитий)*, *I'm G (I'm green – я початківець, ще не в усьому розібрався)* або *LOL (loughing out loud – дуже смішно)* або *NP (No problem – Без проблем)*.

З наступним четвертим розрядом АКБЛ, на нашу думку, слід асоціювати ті вислови, що стосуються більш офіційного спілкування під час офісного листування, та мають прояв, наприклад, у такій варіації як *FYI (for your information – до відома)* або *EOB (end of day– до кінця робочого дня)* чи *FWD (forward – переслати)*.

Насамкінець, доречним вважаємо звернути увагу і на п'яту категорію АКБЛ, включивши до нього проміжні допоміжні сентенції оформлення думки на письмі у таких традиційних і часто вживаних різновидах як *etc. – et cetera– і так далі, e.g.– for example – наприклад, i.e.that is – тобто*) та інших.

Отже, існують підстави для вирізнення п'ятох основних розрядів мовних кодів у сучасному спілкуванні англійською, оскільки виявлено представників кожної з наступних когорт: 1) мовні коди на позначення заклику до дії у листуванні англійською; 2) мовні коди на позначення закінчення розмови у листуванні англійською; 3) мовні коди позначення емоцій-реакцій у неофіційному побутовому спілкуванні англійською через повідомлення; 4) мовні коди позначення більш офіційного офісного листування англійською; 5) мовні коди позначення проміжних допоміжних висловів у листуванні англійською.

Перспективою дослідження є пошук шляхів пропагування уникнення симпліфікації серед представників сучасного суспільства з метою збереження традиційного підходу до виваженого і повноцінного оформлення думок у листуванні англійською мовою.

Наукове видання

**СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ:
МЕДІА, МОВА, КОМУНІКАЦІЯ**

Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Київ, 19 березня 2026 року)

Упорядкування: Степаненко М. І., Кочукова Н. І.

Адреса оргкомітету конференції:
Кафедра журналістики та мовної комунікації, гуманітарно педагогічний факультет
Національного університету біоресурсів і природокористування України,
вул. Горіхуватський шлях, 19, навчальний корпус № 1, кім. 11 Київ, 03041
е-пошта: journalism_chair@nubip.edu.ua