



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНА КОМІСІЯ ЗІ СТАНДАРТІВ ДЕРЖАВНОЇ МОВИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАУКОВА БІБЛІОТЕКА
ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «ГЕЛЬВЕТІКА»
ОДЕСЬКА РЕГІОНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СПІЛКИ
ЖУРНАЛІСТІВ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ОСЕРЕДОК НАУКОВОГО ТОВАРИСТВА ІМЕНІ ШЕВЧЕНКА
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІЖНАРОДНИЙ КЛАСИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПИЛИПА ОРЛИКА

За інформаційної підтримки
Філії акціонерного товариства
«Національна суспільна телерадіокомпанія України»
«Одеська регіональна дирекція»

Збірник матеріалів

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
27-29 травня 2026 року

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ
В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО ДІАЛОГУ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ

Одеса - 2026

Друкується за рішенням Вченої ради Одеського національного морського університету (*протокол № 15 від 27 травня 2026 року*)

Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (27-29 травня 2026 року) / за заг. ред. В. Ю. Сікорської; ред. колег.: І. В. Савельєва, О. М. Шумило [та ін.]; відп. за вип. Л. С. Дідур, Т. О. Коробко. Одеса, 2026. 230 с.

Збірник містить матеріали учасників V Міжнародної науково-практичної конференції «Міжкультурні комунікації в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку», що об'єднала науковців, аспірантів, студентів і представників громадських організацій із різних міст України (Київ, Одеса, Тернопіль, Дніпро, Харків, Херсон, Запоріжжя, Вінниця, Ізмаїл, Крижопіль, Львів, Миколаїв, Ужгород, Умань) та закордону (Республіка Болгарія, Республіка Польща, Китайська Народна Республіка, Нігерія, Іспанія, Австрія).

У збірнику представлено результати теоретичних і прикладних досліджень у галузі міжкультурної комунікації, журналістики, дискурсології, соціолінгвістики, культурології та суміжних гуманітарних дисциплін. Основну увагу зосереджено на проблемах комунікативної взаємодії в глобалізованому суспільстві, трансформації культурних кодів, мовній толерантності, стратегіях міжетнічного порозуміння та гуманітарних вимірах міжнародного діалогу.

Видання призначене для науковців, викладачів, студентів, працівників медіасфери, культурної дипломатії та всіх, хто досліджує сучасні гуманітарні процеси в контексті глобалізації.

*Матеріали конференції публікуються в авторській редакції.
Відповідальність за зміст матеріалів покладається на авторів.*

ШАНОВНІ УЧАСНИКИ
V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО ДІАЛОГУ:
СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ»!

Щиро вітаємо вас на науковому форумі, який об'єднав представників академічної спільноти, молодих дослідників, практиків та представників громадянського суспільства з різних куточків України та світу.

Цьогоріч наша конференція зібрала понад 140 учасників із Республіки Болгарія, Республіки Польща, Китайської Народної Республіки, Нігерії, Іспанії, Австрії, а також із багатьох міст України – Києва, Одеси, Тернополя, Дніпра, Харкова, Херсона, Запоріжжя, Вінниці, Ізмаїла, Крижополя, Миколаєва, Ужгорода, Умані та ін. Така широка географія учасників є яскравим свідченням актуальності тематики конференції та готовності наукової спільноти до міжкультурного діалогу.

У складний для світу час – з огляду на політичні, соціальні, гуманітарні виклики – надзвичайно важливо не лише підтримувати академічну комунікацію, а й формувати стратегії взаєморозуміння, відкритості та взаємоповаги. Саме міжкультурні комунікації відіграють ключову роль у збереженні миру, формуванні толерантного суспільства та розвитку міжнародного партнерства. Ми раді вітати на конференції науковців, аспірантів, студентів, журналістів і представників громадських організацій. До участі долучилися:

- Національна комісія зі стандартів державної мови,
- Одеська національна наукова бібліотека,
- Видавничий дім «Гельветика»,
- Одеська регіональна організація Національної спілки журналістів України,
- Одеський осередок Наукового товариства імені Шевченка,
- Одеський державний аграрний університет,
- Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика.

Сподіваємося, що представлений у цьому збірнику науково-практичний доробок стане вагомим внеском у розвиток сучасної гуманітаристики, зокрема у сфері міжкультурної комунікації, соціолінгвістики, дискурсології, культурології та прикладної комунікації. Публікації, що увійшли до збірника, репрезентують широкий спектр тем, наукових підходів і методологічних стратегій, які відображають актуальні виклики глобалізованого світу.

Для нас особливо цінним є те, що конференція об'єднала представників академічної науки, молодих дослідників, аспірантів, студентів, а також представників громадських організацій і культурно-просвітницьких інституцій. Такий міждисциплінарний формат дозволяє не лише збагачувати науковий діалог, а й формувати нові моделі співпраці в галузі освіти, медіакомунікацій і міжкультурного порозуміння.

Віriamo, що цей збірник стане корисним джерелом для подальших досліджень, академічного викладання, розвитку міжнародних наукових контактів та практичної реалізації ідей, сформованих у ході конференції. Щиро дякуємо всім учасникам за активність, наукову ініціативність і щире прагнення до діалогу, який сьогодні є особливо потрібним і цінним.

З повагою – організаційний комітет Конференції

Вельмишановні учасники конференції!



Шановні колеги, науковці, партнери, студенти та молоді дослідники!

Сьогодні університет – це значно більше, ніж освітня установа. Це середовище, у якому формується не лише професійна компетентність, а й світогляд, система цінностей, культура мислення та відповідальність перед суспільством. І саме тому для нас надзвичайно важливо, що вже вп'яте Міжнародна науково-практична конференція об'єднує академічну спільноту навколо тем, які визначають гуманітарний вектор розвитку сучасної освіти та науки.

Для Одеського національного морського університету, який традиційно асоціюється з морською, транспортною та інженерною освітою, питання гуманізації освітнього простору сьогодні набуває особливого значення. Сучасний світ потребує

не лише висококваліфікованих фахівців, здатних працювати з технологіями та складними логістичними системами. Він потребує людей, які вміють комунікувати, працювати в міжнародному середовищі, розуміти культурні особливості, поважати людську гідність і нести відповідальність за свої професійні рішення.

Саме тому ми свідомо посилюємо гуманітарну складову університетської освіти, інтегруючи міжкультурну комунікацію, соціальний діалог, мовну підготовку, етичні та комунікативні компетентності майбутнього сучасного фахівця морської галузі. Адже сьогодні морська індустрія – це глобальний простір взаємодії культур, мов і професійних традицій, де успішність визначається не лише технічними знаннями, а й умінням працювати в мультикультурному середовищі.

Особливо важливо, що навіть у складних умовах війни наш університет не зупиняється у своєму поступі. Ми продовжуємо підтримувати науку, розширювати міжнародне партнерство, розвивати академічну мобільність, залучати студентів до наукової діяльності та створювати сучасний інтелектуальний простір, відкритий до нових ідей та світового досвіду.

Для нас принципово, щоб університет залишався місцем свободи думки, академічної добросовісності та поваги до особистості. Саме в такому середовищі формується нове покоління молоді – професійної, відкритої до світу, здатної до критичного мислення й конструктивного діалогу.

Сьогодні міжкультурна комунікація є не лише темою наукових досліджень – вона

стала необхідною умовою глобальної взаємодії. У світі, де людство щодня стикається з викликами війни, інформаційного тиску, суспільної поляризації та кризою довіри, саме гуманітарний вимір освіти допомагає зберігати людяність, культуру діалогу та здатність чути одне одного.

Особливо цінно бачити активність нашої академічної спільноти – викладачів, науковців, аспірантів і студентів, які попри всі труднощі продовжують досліджувати, навчати, навчатися та представляти українську науку у міжнародному просторі. Саме в людях, у їхній відданості своїй справі, у готовності розвиватися й змінювати світ навколо себе я бачу справжню силу ОНМУ.

Я переконана, що ця конференція стане платформою для народження нових наукових ідей, міждисциплінарних рішень і гуманітарних ініціатив, які сприятимуть розвитку сучасної освіти, міжнародної співпраці та зміцненню ролі науки у формуванні майбутнього.

Слава Україні!

***В. о. ректора ОНМУ,
доктор економічних наук, професор
Ірина САВЕЛЬЄВА***

Вельмишановні учасники конференції!



Шановні науковці, викладачі, молоді дослідники, аспіранти та студенти!

Від імені адміністрації Одеського національного морського університету та від себе особисто щиро вітаю вас із відкриттям V Міжнародної науково-практичної конференції «Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку».

Сьогодні українська освіта проходить через безпрецедентні випробування. Війна змінила не лише умови нашого життя – вона змінила саму філософію освітнього процесу. Ми навчилися працювати в умовах постійної небезпеки, повітряних тривог, емоційного виснаження та невизначеності. Але водночас саме ці виклики стали каталізатором глибоких змін, внутрішньої мобілізації та

переосмислення ролі університету в сучасному суспільстві.

Сьогодні університет – це не лише місце отримання знань. Це простір стійкості, відповідальності, національної свідомості та формування майбутнього держави. І я з гордістю можу сказати, що науково-педагогічний колектив Одеського національного морського університету демонструє надзвичайну активність, професіоналізм і відданість своїй справі.

Попри складні обставини наші науковці продовжують брати участь у міжнародних проєктах, публікувати результати досліджень у фахових виданнях, розширювати партнерські зв'язки та представляти українську науку у світовому академічному просторі. Особливо важливо, що до цієї діяльності активно долучається молодь – студенти, магістранти, аспіранти, які вже сьогодні формують нове покоління української інтелектуальної еліти.

Ми переконані: сучасна освіта неможлива без інтеграції студентів у наукове середовище. Саме тому в університеті особлива увага приділяється розвитку студентської науки, участі молоді у конференціях, грантових програмах, міжнародних дослідницьких ініціативах та академічній мобільності.

Академічна мобільність сьогодні є не лише інструментом професійного розвитку – це шлях до формування відкритого світогляду, міжкультурного діалогу та інтеграції української освіти до європейського і світового освітнього простору. Наші студенти та викладачі отримують можливість обмінюватися досвідом із закордонними партнерами, переймати сучасні освітні практики та водночас гідно представляти Україну у світі.

Однак ми маємо чесно говорити і про проблеми. Освітня сфера сьогодні стикається з дефіцитом ресурсів, питаннями цифрової трансформації, необхідністю адаптації навчальних програм до нових реалій, викликами збереження якості освіти в умовах дистанційного та змішаного навчання. Перед університетами стоїть відповідальне завдання – не лише зберегти освітній потенціал країни, а й створити нову модель університету майбутнього: гнучкого, інноваційного, відкритого до світу та водночас глибоко вкоріненого в українські цінності.

Саме тому проведення таких конференцій має надзвичайно важливе значення. Вони створюють середовище для народження нових ідей, міждисциплінарних рішень та міжнародного партнерства. Адже лише у відкритому науковому діалозі народжуються зміни, здатні впливати на розвиток суспільства.

Щиро дякую всім, хто продовжує працювати заради науки й освіти України. Дякую нашим викладачам за відданість професії, студентам – за прагнення до знань, а міжнародним партнерам – за підтримку та солідарність з Україною.

Бажаю всім учасникам конференції натхненних дискусій, нових професійних контактів, наукових відкриттів та віри у нашу спільну перемогу – інтелектуальну, духовну й державну.

Слава Україні!

***Проректор з науково-педагогічної роботи,
доктор технічних наук, професор
Олександр ШУМИЛО***

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Савельєва І. В. – голова організаційного комітету, в.о. ректора, доктор економічних наук, професор, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Шумило О. М. – співголова організаційного комітету, проректор із науково-педагогічної роботи, доктор технічних наук, професор, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Главацька С. М. – член організаційного комітету, декан факультету по роботі з іноземними студентами, кандидат технічних наук, доцент, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Сікорська В. Ю. – заступник голови організаційного комітету, завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації, кандидат філологічних наук, доцент, член НСЖУ, член НТШ, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Конрад Казимеж Шамрик – член організаційного комітету, доктор наук, професор кафедри лексикології та прагмалінгвології кафедри польської мови та компаративістики, Білостоцький університет, Білосток, Республіка Польща.

Манджукова Райна – член організаційного комітету, директор Виконавчого агентства у справах болгар за кордоном, Софія, Болгарія.

Ефтімова Андреана – член організаційного комітету, професор, доктор філософії, доктор наук із загальної та порівняльної лінгвістики (психолінгвістика), доктор наук у професійній галузі «Публічні комунікації та інформаційні науки (мова та стиль медіа)», Софійський університет імені Святого Климента Охридського, Софія, Болгарія.

Бірюкова І. О. – член організаційного комітету, генеральний директор Одеської національної наукової бібліотеки, Одеса, Україна.

Кваша О. Ю. – член організаційного комітету продюсер філії акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» «Одеська регіональна дирекція», Одеса, Україна.

Работін Ю. А. – член організаційного комітету, голова Одеської регіональної організації Національної спілки журналістів України, кандидат економічних наук, Одеса, Україна.

Різникова Я. О. – член організаційного комітету, заступник директора департаменту культури, національностей, релігій та охорони об'єктів культурної спадщини, Одеська обласна державна адміністрація, Одеса, Україна.

Саєнко Л. І. – член організаційного комітету, завідувач науково-педагогічної бібліотеки КЗВО «Одеська академія неперервної освіти Одеської обласної ради»,

голова Одеського осередку наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка, кандидат історичних наук, Одеса, Україна.

Нєнов І. Г. – член організаційного комітету, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, кандидат політичних наук, доцент, заслужений журналіст України, член НСЖУ, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Коваленко А. Ф. – член організаційного комітету, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, доцент, кандидат філологічних наук, член НСЖУ, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Кулачинський М. М. – член організаційного комітету, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, кандидат політичних наук, доцент, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Стоянова Д. Ф. – член організаційного комітету, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, кандидат філологічних наук, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Богданович А. Р. – член організаційного комітету, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Коробко Т. О. – член організаційного комітету, доцент ОНМУ, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Дідур Л. С. – член організаційного комітету, старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Курасова Н. І. – член організаційного комітету, старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

Ногай В. П. – член організаційного комітету, старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації, Одеський національний морський університет, Одеса, Україна.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

МОВНА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Марія Дружинець

**НІМЕЦЬКІ ЛЕКСИЧНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ
СЛОВНИКОВОМУ ДИСКУРСІ: СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПОНЯТТЯ** 17

Мацей Сокаль

**ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ПРОЧИТАННЯ ЕТНОНІМІВ У СУЧАСНІЙ
МІЖМОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ** 19

Євгеній Степанов

**СЕМАНТИЧНА КАТЕГОРИЗАЦІЯ АРТЕФАКТНОГО ПРОСТОРУ В РІЗНИХ
МОВАХ: УНІВЕРСАЛЬНЕ Й ОСОБЛИВЕ**..... 21

Алла Варинська

**ЛІНГВІСТИЧНІ ТА КОГНІТИВНІ ВИМІРИ
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ** 24

Вікторія Любецька

**МОВНІ СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ
У МІЖКУЛЬТУРНОМУ СПІЛКУВАННІ** 27

Вікторія Сікорська

**ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ**..... 29

Надія Денисюк, Софія Федак

**РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ПЕРЕКЛАДУ В
УМОВАХ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ** 33

Марія Якубовська

**ЦИФРОВІ ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ
МОВЛЕННЕВО-РИТОРИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕДІАДИСКУРСУ** 35

Ольга Новак

**МОВНА БІОГРАФІЯ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ
ОСОБЛИВОСТІ БІЛІНГВІВ** 37

Дарина Стоянова

**УКРАЇНСЬКО-ПІВДЕННОСЛОВ'ЯНСЬКІ КУЛЬТУРНІ ЗВ'ЯЗКИ XVII СТ.:
СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ТА АДАПТАЦІЇ ТЕКСТІВ** 40

*Nataliya Kurasova***CODE-SWITCHING IN BILINGUAL LANGUAGE PRODUCTION:
NEUROLINGUISTIC AND COGNITIVE ASPECTS**42*Ксенія Шнурко, Арина Фрумкіна***ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР У МЕДІА: МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ**45*Поліна Брюквя, Ганна Адамова***ВИКОРИСТАННЯ РОЗМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНИХ МЕДІА** 49*Ганна Адамова, Валерія Ярова***МОВНІ ЗАСОБИ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТАХ**52*Дарина Маргарид, Ганна Адамова***УКРАЇНСЬКА МОВА МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ**56*Варвара Стехова, Арина Фрумкіна***ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ НОВИНИХ МАТЕРІАЛІВ**.....58*Yulia Chaban, Nataliya Kurasova***THE POETICS OF THE TITLE IN THE CONTEXT OF THE GENRE AND
COMPOSITIONAL STRUCTURE OF ISAAC ASIMOV'S SCIENCE FICTION
NOVELLA «PROFESSION»**61

РОЗДІЛ 2

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР, МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ, МЕДІА ТА
ГРОМАДСЬКА АКТИВНІСТЬ***Тетяна Шевченко***ІНТЕРВ'Ю-РІКА ПЕРФОРМАТИВНИЙ ЖАНР**.....66*Тетяна Громко***ГІБРИДИЗАЦІЯ МЕДІАПРОСТОРУ ЯК ВИКЛИК ЯКОСТІ
ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ**.....68*Oseni Azeez***FOREIGN MEDIA AS A FACTOR IN EXTERNAL POLITICAL PRESSURE ON
NIGERIA DURING THE CIVIL WAR**71*Людмила Саєнко***ГОЛОСИ ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ: МІЖКУЛЬТУРНИЙ
ВИМІР КОМУНІКАЦІЇ**.....74*Галина Жолтікова***ВИСВІТЛЕННЯ ГРОМАДСЬКИХ МІЛІТАРНИХ ІНІЦІАТИВ У МЕДІА
КРИМУ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ «СТРІЧКА НОВИН КРИМУ»)** 77

Алла Коваленко

**МЕДІЙНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ШКОЛАХ ЄВРОПИ
В ОПТИЦІ МАТЕРІАЛІВ АГЕНЦІЇ «УКРІНФОРМ»81**

Дар'я Булишева, Андрій Маєв

**МІЖНАРОДНИЙ ПРОЄКТ MOREADAPTBSV ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОЛОГІЧНОЇ
ОСВІТИ ТА КЛІМАТИЧНОЇ ПРОСВІТИ МОЛОДІ.....83**

Катерина Мелешенко

**VIAS У ВЕЛИКИХ МОВНИХ МОДЕЛЯХ ЯК ВИКЛИК
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ87**

Анна Руцінська, Арина Фрумкіна

ЗАГОЛОВОК У СУЧАСНИХ МЕДІА: ФУНКЦІЇ ТА МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ88

Valeriya Kurasova, Nataliya Kurasova

**L'HUMOUR COMME OUTIL DE POPULARISATION DE LA
BIOLOGIE COMME LE SCIENCE90**

Ольга Саєнко, Ганна Адамова

МОВА TELEGRAM-КАНАЛІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ93

Anastasia Boyko-Isakova, Nataliya Kurasova

COMMUNICATIVE PARAMETERIZATION OF BOOKTUBE96

Світлана Кравчук, Арина Фрумкіна

МЕДІАМОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ98

Софія Гахарія, Тетяна Громко

**МЕДІАДИСКУРС ВІНТАЖНОЇ МОДИ: ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ
З МОЛОДІЖНОЮ АУДИТОРІЄЮ101**

Sofia Tumachek, Nataliya Kurasova

**THEATRE BLOGGING AS A CONTEMPORARY FORM OF
CULTURAL JOURNALISM.....106**

Вікторія Хаджи, Олег Пархітько

**ФЕНОМЕН КОРЕЙСЬКОЇ МЕДІАІНДУСТРІЇ: РОЗВИТОК ТА
ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПЛАТФОРМИ108**

Alla Kovalenko, Kateryna Kuramshyna

**BESONDERHEITEN DER DARSTELLUNG UKRAINISCHER THEMEN IN DEN
DEUTSCHEN MEDIEN IN DEN JAHREN 2021-2025 (AM BEISPIEL DER ZEITSCHRIFT
DER SPIEGEL)111**

Вікторія Сікорська, Раїса Канська

**МОВНІ МАРКЕРИ НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ** 115

Алла Коваленко, Поліна Бойченко

**МЕДІАДИСКУРС НАВКОЛО РОЗШИРЕННЯ СПІВПРАЦІ
УКРАЇНА-НАТО ЧЕРЕЗ РУМУНІЮ** 118

Yevhenii Nechaiev, Alla Kovalenko

**THE IMPACT OF THE RUSSO-UKRAINIAN WAR ON CONTENT MODERATION
POLICIES OF DIGITAL PLATFORMS** 121

Марк Лунін, Ганна Адамова

**ПРОПАГАНДА В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ ПІД ЧАС
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ** 123

Валерія Бобриченко, Олег Пархітько

**ІНОТЕЙМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСВІТНИЦЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ В
СУЧАСНОМУ РАДІОМОВЛЕННІ: ПРОГРАМА «КОРИСНІ ПОРАДИ.
ІНТЕРНЕТ БЕЗ ПАСТОК»** 126

Софія Орлова, Алла Коваленко

**МІЖКУЛЬТУРНИЙ КОНФЛІКТ НАРАТИВІВ ЩОДО УЧАСТІ РОСІЙСЬКИХ
СПОРТСМЕНІВ У WINTER OLYMPICS: KEY POSITIONS OF VLADYSLAV
HERASKEVYCH IN COMMUNICATION BETWEEN UKRAINIAN AND ITALIAN
MEDIA (за матеріалами 2025-2026 років)** 128

Валентина Стекольщикова, Андрій Кукін

**ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В
ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ВИКЛИКИ ТА РЕГУЛЯТОРНІ ПІДХОДИ** 132

Кристина Бянова, Вікторія Ногай

**СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ
СТИМУЛЮВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ В ЦИФРОВИХ МЕДІА** 134

Алла Коваленко, Влад Котік

**ФРЕЙМІНГ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ НОВИН ІНФОРМАЦІЙНИХ
АГЕНЦІЙ ІНТЕРФАКС-УКРАЇНА ТА ASSOCIATED PRESS** 136

Вікторія Ногай, Вікторія Соколова

**МОВА ТРЕВЕЛ-БЛОГІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО БРЕНДУ
УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ** 139

Rosh Roy Mathews, Nataliya Kurasova

**THE IMPACT OF A MULTINATIONAL CREW ON SAFETY
ONBOARD A VESSEL** 141

Алла Коваленко, Анна Мільковська

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ТА ПРОКСИ-КОНФЛІКТУ МІЖ ІЗРАЇЛЕМ ТА ІРАНОМ У МАТЕРІАЛАХ УКРІНФОРМ, REUTERS TA ASSOCIATED PRESS 144

Станіслав Гладкий, Дарина Стоянова

ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЦИФРОВИХ МЕДІА 147

Artem Melnyk, Nataliya Kurasova, Ivan Nenov

GAME JOURNALISM IN CONTEMPORARY DIGITAL MEDIA: THE CASE OF IGN, GAMESPOT AND KOTAKU 149

РОЗДІЛ 3

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ У ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Олександр Шумило, Людмила Дідур

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ МОРСЬКИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ 153

Андрій Іванов

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТРК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ 156

Любов Степченко

УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ЧИННИК МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 159

Вікторія Однолько

АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО СЕРВІСУ ПІД КУЛЬТУРНІ ОЧІКУВАННЯ ГОСТЕЙ 162

Інна Малецька

МІЖНАРОДНЕ СТАЖУВАННЯ ЯК ЧИННИК УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ, ІННОВАЦІЇ ТА МІЖІНСТИТУЦІЙНА СПІВПРАЦЯ 164

Вадим Цапенко

ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ РЕКРАЦІЙНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ ВІДПОВІДНО ДО КУЛЬТУРНИХ ОЧІКУВАНЬ КЛІЄНТІВ 166

РОЗДІЛ 4

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

Варвара Ситнікова, Марина Мельниченко

РОЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ СТУДЕНТІВ МЕДИЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ 169

*Валентин Терновський***РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ
У ПЕДАГОГІЧНОМУ СПІЛКУВАННІ** 173*Оксана Чебан***ВПЛИВ СОЦІУМУ НА СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ В СУСПІЛЬСТВІ**175*Валентин Терновський***СТРОЙОВА ПІСНЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ ВІЙСЬКОВИХ ФАХІВЦІВ** 178*Світлана Насакіна***ВПЛИВ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ НАУКОВОЇ
СПІВПРАЦІ ЗДОБУВАЧІВ ТРЕТЬОГО РІВНЯ ОСВІТИ** 182*Дарина Стоянова***МЕДІАТЕКСТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ** 184*Вікторія Сікорська, Вікторія Ногай***ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АВТЕНТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ У ФОРМУВАННІ
ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ** 186*Тетяна Войтік, Тетяна Копейкіна***ЗАЛЕЖНІСТЬ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-ІНОЗЕМЦІВ ВІД
ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ** 187*Оксана Стеніна, Анастасія Горлова***ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕДАГОГІКИ ПАРТНЕРСТВА ЯК ПІДҐРУНТЯ
АНТИБУЛІНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ** 190

РОЗДІЛ 5

МІЖКУЛЬТУРНІ ІСТОРИЧНІ ЗВ'ЯЗКИ

*Росица Арнаудова***МЕЖДУКУЛЬТУРНИ ИСТОРИЧЕСКИ ВРЪЗКИ (БЪЛГАРИЯ - УКРАИНА)** 193*Stanislav Berezovskyi, Olena Harber, Tetiana Koliada-Berezovska***INFORMATION AND COMMUNICATION PARADIGM
OF CULTURAL INTERACTION IN RETROSPECTIVE** 196*Ольга Бикова***ОБРАЗ КАЗАХСТАНА В МЕМУАРАХ У.ЛЮБОВИЧ «РОЗКАЖУ ВАМ
ПРО КАЗАХСТАН»** 199*Євгеній Годований***АКАДЕМІК ДАНИЛО ЗАБОЛОТНИЙ В ПЕДАГОГІЧНОМУ ПРОСТОРІ
ПЕРШОЇ ЧЕТВЕРТІ ХХ СТОЛІТТЯ** 201

*Андрій Фомін***МІЖ ПЛАНОМ І ФАКТОМ: КРИЗА РАДЯНСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ НА ОДЕЩИНІ В ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ 1950-Х РОКІВ**203*Тетяна Сіньковська***НАЦІОНАЛЬНЕ В КУЛЬТУРІ ЯК ЦІННІСНЕ СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ**206*Анна Дем'янчук, Галина Олейникова***ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КОЛЬОРОВОЇ СИМВОЛІКИ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ Ф. С. ФІТЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЕТСБІ»)**210*Мар'ян Бачинський, Леся Назаревич***ПРИВЛАСНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПІСНІ - МЕХАНІЗМ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ**212

РОЗДІЛ 6

**УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ГЛОБАЛЬНОМУ МОРСЬКОМУ ДИСКУРСІ:
ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ***Олександр Каніфольський***УКРАЇНСЬКА МОРСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ ПРИ ПІДГОТОВЦІ МОРСЬКИХ ІНЖЕНЕРІВ**217*Людмила Дідур***МОРСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТ МІЖМОВНИХ КОНТАКТІВ: ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ**219*Михайло Філонов***ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНШОМОВНИХ ТЕРМІНІВ БОКСУ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ**224*Софія Кузьмук, Людмила Дідур, Іван Ненюв***ТЕРМІНОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З АУДИТОРІЄЮ**226

РОЗДІЛ 1

МОВНА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-1

НІМЕЦЬКІ ЛЕКСИЧНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ СЛОВНИКОВОМУ ДИСКУРСІ:
СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПОНЯТТЯ

Марія Дружинець

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри української мови та мовної підготовки іноземців
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
ORCID: 0000-0001-8232-0216

***Анотація.** Розвідка присвячена німецьким запозиченням, вивчення яких дозволяє розкрити важливі аспекти мовної контактності та взаємодії мовних систем. Німецька мова була джерелом запозичень у таких сферах, як техніка, наука, торгівля, культура та побут, що зумовило формування значної кількості термінів, які на сьогодні стали звичними в українському мовному середовищі. Найбільшу кількість слів складають терміни, пов'язані з суспільними та політичними поняттями, що підкреслює важливість міжнародної взаємодії та впливу глобальних процесів на мовну практику.*

***Ключові слова:** німецькі запозичення, словниковий дискурс, терміни, лексико-тематичні групи.*

Німецькі запозичення займають важливе місце в лексичному фонді української мови. Перший вагомий вплив німецької мови на українську простежується ще в середньовічні часи, коли українські землі стали частиною європейського торгового та культурного простору [1, с. 15]. Сьогодні німецькі запозичення продовжують зберігатися в українській мові, особливо в сферах науки, техніки та культури, медицини [2, с. 24].

Проблему збагачення української мови іншомовними словами розглядали В. Акуленко, Л. Булаховський, М. Кочерган, І. Білодід, О. Волох. Дослідженням запозичених лексичних елементів з німецької мови в сучасній українській займалися такі лінгвісти, як І. Шаровольський, Д. Шелудько, Р. Смаль-Стоцький, В. Акуленко, В. Височин, О. Лисенко, О. Пророченко та ін.

Мета дослідження: обґрунтувати особливості функціонування німецьких лексичних запозичень в українській мові, визначити їхню роль у словниковому дискурсі, окресливши їхні семантичні параметри. **Об'єктом дослідження** є німецькі лексичні запозичення в українській мові. **Предмет дослідження** - функціонування різногалузевих лексико-тематичних груп (ЛТГ) німецьких запозичень у словниковому дискурсі. **Джерельною базою дослідження** є «Словник іншомовних слів» за редакцією О. Мельничука (1974).

Аналіз лексичних особливостей германізмів у «Словнику іншомовних слів» за редакцією О. Мельничука (1974) свідчить про глибокий вплив німецької лексики на розвиток української мови, особливо в технічних, економічних і соціальних сферах. У зазначеному словнику можна виділити лексико-тематичні групи за такими галузями,

як *будівництво, ковальство, столярство, лісорубство, млинарство, кравецтво, сільське господарство, речі домашнього вжитку, одяг, взуття, аксесуари, кулінарія, флора та фауна, торгівля, культура, а також суспільні та політичні поняття.*

Найбільшу кількість слів (21%) складають терміни, пов'язані з суспільними та політичними поняттями, що свідчить про наявність іншомовних слів у сфері соціально-політичної діяльності та організації суспільства. Зокрема це такі лексеми, як: *авторитет - впливовість [3, с. 40], агентура - група агентів (43), аншлаг - велика публічність події (89), аншлюс - політичне приєднання (89), бліцкріг - блискавична війна (134), бундесвер - збройні сили Німеччини (144), Бундесрат - верхня палата парламенту ФРН (144), Бундестаг - нижня палата парламенту ФРН (144), бургомістр - голова міського самоврядування (144), бургграф - управитель міста у середньовічній Німеччині (144), культуртрегер - колонізатори, що прикривають пригноблення народів «насадженням культури» (438), курфюрст - великий феодал, князь (448), лейтмотив - основна тема або думка (451).*

Вплив політичних реалій на лексичний склад мови простежується не лише у використанні запозичень, а й у формуванні нових словотворчих моделей. Залучення іншомовних термінів сприяє уточненню понять і відображенню змін, що відбуваються в суспільстві. Крім того, іншомовні терміни сприяють встановленню єдиної термінологічної бази, що є необхідним для ефективної міждержавної співпраці у сфері права, економіки та науки.

Однак, попри домінування термінів у політичній сфері, інші тематичні групи, такі як *будівництво, ковальство, столярство, кулінарія, флора та фауна*, мають достатньо рівномірне представлення, що свідчить про важливість іншомовних слів і в технічних, а також природничих галузях, що підтверджує необхідність використання спеціалізованої лексики в різноманітних сферах діяльності, що відображають сучасні технології та наукові досягнення. Такі слова можуть адаптуватися до української мовної системи, зберігаючи при цьому свою початкову семантику. Саме тому процес запозичення є динамічним і залежить від актуальних суспільних потреб.

Отже, німецькі запозичення, органічно інтегруючись в мовну систему, стали невід'ємною частиною лексичного ресурсу української мови. Вони збагачують українську мову новими термінами та сприяють її адаптації до новітніх реалій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акуленко В. В. Німецький вплив на розвиток української мови: проблеми методології. Мовознавство. № 1. Київ: Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні, 1997. С. 12-19.
2. Горбач О. Т. Німецькі позичені слова в українській мові : текст доповіді. Окремий відбиток. Наукові записки. Серія "Філологічна". Київ, 1995. 24 с.
3. Мельничук О. С. Словник іншомовних слів. 1-е видання. Київ: Українська радянська енциклопедія, 1974. 865 с.

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ПРОЧИТАННЯ ЕТНОНІМІВ У СУЧАСНІЙ МІЖМОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Мацей Сокаль

доктор гуманітарних наук в галузі українського літературознавства,
Університет Марії Кюрі-Склодовської, м. Люблін (Польща)
ORCID:0000-0003-2830-0032

***Анотація.** Ця доповідь є спробою створити вихідну точку, чи то пак вступ до аналізу деяких, особливо проблематичних культурних явищ, що є пов'язані з конотаціями етніонімів на межі мов, культур і соціальних середовищ. Непорозуміння та наукові, а навіть політичні суперечки, викликані різними способами прочитання етніонімів, а також конотаційною і риторичною багатшаровістю останніх, вочевидь загострюються внаслідок глобалізаційних процесів і - парадоксально - внаслідок саме запропонованого ще творцем поняття міжкультурної комунікації, Едвардом Твітчеллом Голлом, пристосування мовної поведінки до культурної специфіки іншої сторони діалогу. В цій доповіді дається безсумнівно спрощена і мабуть дещо поверхнева, але ж, попри це, відповідаюча дійсності йб як чподівається автор, корисна для більш детальних і глибоких досліджень, характеристика пропонованих культурологами підходів і вирішень вказаної проблеми, що може бути важливим зокрема для сучасної журналістики.*

***Ключові слова:** міжкультурна комунікація, міжмовна комунікація, мовні культури, мовний дискурс, етніонім, етніонім, етнофолізм, антономазія.*

Перша частина доповіді є спробою описати причини загострення проблем, викликаних суперечливими конотаціями етніонімів у сучасному світі. Надто часто це явище пояснюється (меншою мірою в наукових дослідженнях, але дуже часто в журналістиці) спрощеним посиланням на дещо застарілу маклуенівську концепцію «глобального села». Не відкидаючи, звісно, усіх досягнень і позитивних рис цієї концепції (як-от очевидно проникливого опису процесів прискорення інформаційного обміну та скорочення міжкультурної дистанції в суспільстві), на відміну від такого підходу пропоную розглянути конфлікт, або ж напругу, між не менш – на мою оцінку – застарілим, але досі «впливовим» поняттям міжкультурної комунікації (яке доволі влучно, хоча, мабуть, і надто радикально, критикував, серед інших, Хонбін Ю, вказуючи на есенціалістське спрямування концепції Едварда Т. Голла) та постійно зростаючим бар'єром культурних і мовних непорозумінь довкола риторики етніонімів.

У другій частині доповіді подаю короткий нарис історичних змін значення деяких етніонімів, з особливим урахуванням етнофолізмів, етніонімів, екзонімів, ustalених антономазій, а також їхніх взаємодій. Як виразним, хоча й винятковим прикладам, що дають надзвичайно широкий огляд різних аспектів семантичних перетворень, особливу увагу присвячую таким опозиціям: циган – ром, жид – єврей, nigger – Afro-American, поляк – Polak (нім.). Зазначаю, що в цій ділянці моїх – ще раз визнаю – дещо поверхових досліджень великою допомогою для мене була безпосередня консультація з відомою польською культурологінею ромського походження Агнешкою Цабан. Тут наголошую на історичних процесах, у яких етніоніми

«замінювалися ролями»: етнофолізм «циган» протягом століть став «нейтральним» екзонімом, щоб зрештою знову стати етнофолізмом, але вже за зовсім інших суспільно-культурних і мовних обставин; нейтральний у польській мові екзонім «жид» є етнофолізмом у сучасній українській; етнофолізм «nigger» став своєрідним «напівендонімом» у сучасній англійській; ендонім «поляк» є етнофолізмом у сучасній німецькій, стаючи водночас (щоправда, при зміні наголосу) варваризмом, що також має суттєві риторичні аспекти, оскільки вживання слова як варваризму саме по собі означає певну мовну «денатуралізацію» тощо.

Третю частину доповіді складає стисла характеристика двох основних культурологічних позицій щодо вживання ендонімів та екзонімів.

1. Пропонована одним із найвидатніших антропологів Францом Боасом (а також багатьма вченими, наприклад відомим австрійським географом Петером Йорданом) перевага, що надається ендонімам (із деякими суто прагматичними застереженнями). Основним аргументом на користь такого підходу є, звичайно, тягар колоніального досвіду та – особливо в тих випадках, які не мають безпосереднього стосунку до колоніалізму – змога уникнути продовження необґрунтованих упереджень і, мабуть передусім, культурного тиску одного етносу чи етносів на інші. Ця ідея, зумовлена концепцією культурного партикуляризму, здається, і далі залишається домінантною, якщо не серед дослідників (тут важко це однозначно підтвердити або заперечити), то принаймні в соціальному житті, зокрема в журналістській практиці багатьох країн (у тому числі країн ЄС та України).

2. Протилежну позицію обстоював географ Йозеф Брой, на думку якого вживання екзонімів (хоча він висловлювався радше про топоніми, ніж про етноніми) є виправданим з огляду на комунікативну прагматику та послідовність наукової парадигми, що, безперечно, також є вагомим аргументом.

Як істотне доповнення слід згадати також про успішні й не зовсім успішні спроби знайти третій вихід, а саме про такі терміни, як «афроамериканці» чи «корінні американці». Якщо перший етнонім цілком виправдав себе й прижився, будучи набагато відповіднішим, ніж, наприклад, «чорний американець», оскільки стосується етносу, а не лише зовнішності, то другий із різних причин (серед яких – узагальнення, що створює враження зневаги до різноманітності корінних націй, на що вказували такі американські дослідники корінного походження, як Греґ Юнгінґ і Стефані Фрайберг, а також посилання на «колоніальну» назву «Америка») не здобув повного визнання.

В останній частині наважуюся запропонувати, мабуть, навіть надто простий вихід, а саме – утримання від однозначних і закріплених підходів, оскільки міжмовні взаємини, так би мовити, «за визначенням» завжди залежать від конкретного історичного й культурного контексту. Наприклад, роми з різних причин і цілком слушно вимагають уживання ендонімів у міжмовній комунікації, тоді як вищезгаданий ендонім «поляк» у німецькій мові є прямим і однозначним етнофолізмом.

На мою думку, журналістам особливо слід враховувати неповторний контекст міжмовної комунікації з кожним етносом, оскільки нехтування уважним підходом до таких питань має, хоч інколи спершу майже непомітні, але зрештою плачевні наслідки для взаємин між культурами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Agnieszka Caban "Cyganie czy Romowie. Hindusi na drogach Europy" - Gadki z Chatki, nr 71-72, <https://pismofolkowe.pl/artukul/cyganie-czy-romowie-hindusi-na-drogach-europy-3504>.
2. Franz Boas "The Central Eskimo", wyd. Bureau of American Ethnology, 1889, w: <https://repository.si.edu/items/f9426c62-fd82-40bd-8232-63d9dd8992b2>.
3. Marshall McLuhan «Understanding media», wyd. Taylor & Franics Ltd., 2001.
4. "A skeptic's guide to "intercultural communication" – debunking the "intercultural" and rethinking "culture" <https://doi.org/10.1515/lass-2023-0014>
5. Edward T. Hall «The silent language», wyd. Bantam Doubleday Dell Publishing Group 1, 1973.
6. Greg Younging "Elements of Indigenous Style: A Guide for Writing by and about Indigenous Peoples", wyd. Brush Education, 2018.
7. Maria Gołębiewska «Czy uniwersum derridiańskie jest systemem?», «Sztuka i filozofia» Nr. 7, 1993, ss. 115-130.
8. Holliday, A. (2011). Intercultural Communication and Ideology. Sage. - References - Scientific Research Publishing <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3699346>.
9. Holliday, A., Hyde, M., & Kullman, J. (2021). Intercultural Communication An Advanced Resource Book for Students. Routledge. - References - Scientific Research Publishing <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3507480>.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-3

СЕМАНТИЧНА КАТЕГОРИЗАЦІЯ АРТЕФАКТНОГО ПРОСТОРУ В РІЗНИХ МОВАХ:
УНІВЕРСАЛЬНЕ Й ОСОБЛИВЕ

Євгеній Степанов

доктор філологічних наук, професор,
професор Інституту іноземних мов
Хунаньський педагогічний університет, Китай, м. Чанша
ORCID: 0000-0002-5441-9822

***Анотація.** Дослідження присвячене деяким питанням міжмовної асиметрії у визначенні та вербальному уявленні деяких семантичних категорій артефактного простору. Розглянуто категорії скляного посуду для пиття та механічних транспортних засобів, здатних рухатися суходолом, українською, китайською та англійською мовами.*

***Ключові слова:** категоризація; семантична категорія; артефакт; класифікаційна ознака; когнітивний; універсальне й особливе; архісема; міжмовна асиметрія.*

Сьогодні *категорію* в когнітивній лінгвістиці розглядають як одну з пізнавальних форм мислення людини, що дає змогу узагальнити досвід та здійснювати класифікацію цього досвіду; найбільш загальний тип висловлювання; групи концептів, довкола яких вибудовується категорія. Зазвичай, категорія в науці виступає як

головний формат знання. Формування категорій відбувається завдяки процесу *категоризації* - класифікаційної діяльності, яка, на відміну від концептуалізації (виділення мінімальних когнітивних одиниць - концептів), спрямована на *об'єднання* одиниць, що мають хоча б якусь однакову ознаку, у більші класи - категорії - з урахуванням цієї категоріальної ознаки [5, с. 81].

І процес категоризації, і категорія як наслідок цього процесу є загальнонауковими універсалами. Універсальні риси визначають завдяки тому, що кожний предмет або явище мають універсальні когнітивні ознаки. Між іншим, кожна категорія проявляє в різних мовах особливості, зумовлені особливостями картин світу носіїв цих мов. Зіставне вивчення процесів категоризації понять і сформованих цими процесами вербально виражених категорій у різних мовах свідчить про наявність *міжмовної асиметрії семантичних просторів різних категорій*. Зазвичай, причинами такої асиметрії бувають типологічні відмінності мов: вони виявляють власне лінгвістичні чинники асиметрії; - та історичні, географічні умови життя, народні традиції у сфері релігії, ціннісна зорієнтованість мовців - усе це виявляє екстралінгвістичні чинники асиметрії багатьох категоріальних просторів.

У пропонованому фрагменті дослідження ми торкаємося семантичних категорій лексичного рівня. Тут, як свідчать результати спостережень, асиметрію спостерігаємо найчастіше тоді, коли класифікаційними когнітивними ознаками є характеристики артефактів як рукотвірних предметів, натурфакти як результати сприйняття природних явищ і процесів та ментефакти як результати розумових дій людини. Слід зазначити, що типологічні особливості мов, що зіставляються, не проявляють себе домінуючим фактором збільшення частоти виявів міжмовної асиметрії категоріальних просторів.

Покажемо це на прикладі невеликої ділянки семантичного категоріального простору української, англійської та китайської мов, що відображає найменування скляного посуду для пиття. Загалом, у побуті українців, англійців та китайців сучасний посуд для пиття однаковий. Проте українська мова з одного боку й англійська та китайська з іншого свідчать про різні принципи класифікації образів такого посуду у свідомості тих, хто розмовляє українською, англійською та китайською.

Усе вироблене зі скла (*glass*) поєднують в англійському семантичному просторі саме за ознакою матеріалу і, незалежно від форми, має в назві кореневий компонент *glass* (букв. *скло*), що є архісемою, класифікаційною ознакою посуду для пиття. Порівняймо: *склянка - glass, чарка - glass* (це посуд різної форми та розмірів, в українській картині світу ці предмети не ототожують, кожне зі слів є об'єктиватором споріднених, але все ж таки різних концептів, а в англійській картині світу ці поняття усвідомлюються як один концепт); *фужер - tall wine glass, пивний келих - beerglass*. У українців різні за формою та конкретизованою функцією (для різних напоїв) предмети диференціюють, передусім, концептуально, а в англійській мовній картині світу їх відрізняють лише за допомогою атрибутів. Коли англомовній людині потрібно конкретизувати призначення, розмір, форму «скла», вона визначає так: *white wine glass* - «скло» (*фужер або келих для білого вина*); *red wine glass* - «скло» (*фужер або келих для червоного вина*); *sherry glass* - «скло» (*чарка для шеррі*); *champagne glass* - «скло» (*келих для шампанського*); *tapered glass* - конусоподібне «скло» (*келих конічної форми*); *a crystal glass* - кришталеве «скло» (*кришталевий келих*); *brandy glass*

- «скло» для бренді (чарка для бренді); *liqueur glass* - лікерне «скло» (чарка для лікеру); *spirit glass* - «скло» для спирту (стопка для спирту); *beer glass* - пивне «скло» (пивний келих) тощо. Ситуація в китайській мові є аналогічною англійській: по-перше, мовці використовують формант 杯[bēi] - лексему, яку відносять у китайській морфології до лічильних слів (самостійної частини мови), серед яких 杯 називає ємності для пиття, і вживають після числівника перед назвою напою; по-друге, - атрибутивні слова, що вказують на призначення скляного посуду: 香槟杯 [xiāng bīn bēi] - «скло» (келих) для шампанського; 白酒杯 [bái jiǔ bēi] «скло» (фужер або келих) для білого вина; 红酒杯 [hóng jiǔ bēi] - «скло» (фужер або келих) для червоного вина.

Процес категоризації та супутня йому **класифікація** в китайській мові подібні до «систематизованого поєднання модулів»: потужний відповідний концепт служить центральним модулем, а різні атрибутивні модулі конкретних характеристик (аналогічні українським «авто-», «вогне-», «VELO-», «мото-») виступають у комбінаціях, створюючи конкретні поняття.

Класифікаційною ознакою парцели **транспортний засіб** у китайській мові є класифікаційна ознака 车 [chē]. Це слово в давній період називало легку двоколісну тачанку, яку використовували піхотинці як засіб пересування на полі бою. Нині це слово відповідає українському гіпероніму *машина* та англійському car як загальному найменуванню більшості гіпонімів, що функціонують як механічний транспортний засіб. У сучасній китайській мові формант 车 [chē] присутній у словах, що називають різні транспортні засоби, які пересуваються суходолом і є артефактами (виготовленими людиною). Наприклад: 汽车 [qìchē] - *автомобіль, авто / car, automobile, auto*; 卡车 [kǎchē] - *вантажівка / truck, lorry, van*; 货车 [huòchē] - *вантажівка, фура / truck, lorry, van, freight train, freight wagon, goods train*; 乘用车 [chéng yòng chē] - *легковик / passenger car*; 公共汽车 [gōnggòng qìchē] - *автобус / bus*; 出租车 [chūzū chē] - *таксі / taxi*; 火车 [huǒchē] - *поїзд / train*; 手推车 [shǒutuīchē] - *ручний візок / handcart*; 翻斗车 [fāndǒu chē] - *самоскид / dump truck*; 摩托车 [mótuō chē] - *мотоцикл, моторолер / motorcycle, scooter, auticycle, autobike*; 轻便摩托车 [qīngbiàn mótuō chē] - *мопед / moped*; 电动汽车 [diàndòng qìchē] - *електромобіль (електрокар) / electric vehicle*; 自行车 [zìxíngchē] - *велосипед / bike, bicycle*; 踏板车 [tàbǎn chē] - *самокат (скутер) / scooter*; 步兵战车 [bùbīng zhàn chē] - *бойова машина піхоти (БМП) / infantry fighting vehicle (IFV)*; 厢式货车 [xiāng shì huòchē] - *фургон / van*; 半挂车 [bàn guàchē] - *напівпричіп / semi-trailer*; 两栖车辆 [liǎngqī chēliàng] - *амфібія / amphibious vehicle* та деякі інші. Легко помітити, що в українських та англійських лексемах, що відповідають представленим китайським, немає єдиної вербально вираженої архісеми, аналогічної китайській архісемі 车 [chē]. Це послідовно вказує на складну класифікуючу ознаку «рукотворний транспортний засіб, здатний пересуватися суходолом».

Таким чином, на прикладі двох семантичних категорій, підґрунтям виокремлення яких є класифікаційні когнітивні ознаки, що характеризують артефакти: вироби зі скла, призначені для пиття, та механічні транспортні засоби, здатні пересуватися суходолом, - ми показали, з одного боку, універсальний характер процесу категоризації та визначення категорій за класифікуючими ознаками в різних мовах. З узятих для аналізу мов китайська має найбільш відкритий характер архісем і їх послідовне використання у ролі головної когнітивної ознаки семантичної категорії. В англійській мові одна із розглянутих категорій виокремлена, подібно до китайської, яскравою архісемою, вербально унявленою гіперонімічним формантом; а друга, подібно до української, не виявляє архісеми-гіпероніму вербально, бо класифікаційна ознака мислиться, на нашу думку, не однією, а кількома значущими семами, саме так, як ми спостерігаємо в обох прикладах в українській мові. Складається враження, що об'єднуюча архісема є прихованою, а вербальне її унявлення відбувається кількома атрибутивними семами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Hopper P. J., Thompson S. A. The Discourse Basis for Lexical Categories in Universal Grammar. Language. 1984. Vol. 60. № 4. P. 703-752.
2. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind. Chicago : Univ. of Chicago Press, 1987. 614 p. URL : <https://emilkirkegaard.dk/en/wp-content/uploads/George-Lakoff-Women-Fire-and-Dangerous-Things.pdf>
3. Mervis C. B., Rosch E. Categorization of Natural Objects. Annual Review of Psychology. 1981. Vol. 32. P. 89-113. DOI: 10.1146/annurev.ps.32.020181.000513.
4. Rosch E. H. Cognitive representation of semantic categories. Journal of Experimental Psychology. 1975. Vol. 104. No. 3. P. 192-233. URL : https://www.academia.edu/24474401/Cognitive_representations_of_semantic_categories/; <https://doi.org/10.1037//0096-3445.104.3.192>.
5. 斯捷潘诺夫 叶. 尼. (Stepanov Ie. N.), 何冰琦 (He Bingqi). 认知语言学与认知文学研究基础 (Cognitive linguistics and the foundations of cognitive literary criticism). 敖德萨 (Odesa) : Astroprint 出版社 (Publishing house), 2025年. 332页。

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-4

ЛІНГВІСТИЧНІ ТА КОГНІТИВНІ ВИМІРИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Алла Варинська

кандидат філологічних наук, професор,
професор кафедри філософії та україністики
Національний університет «Одеська морська академія»
ORCID: 0000-0002-8813-2643

***Анотація.** У тезах досліджено лінгвістичні та когнітивні виміри міжкультурної комунікації в умовах сучасної глобалізації. На основі зіставлення вербальних одиниць*

і моделей різних мов виявлено етноспецифіку осмислення категорій часу, простору й безпеки, а також повсякденних соціокультурних практик. Проаналізовано феномен міжмовних омонімів, що створюють ілюзію смислової прозорості та ускладнюють процес взаєморозуміння. Наголошено на нерозривному взаємозв'язку мови, мислення й комунікативної поведінки суб'єктів у відкритому геополітичному просторі.

Ключові слова: міжкультурна комунікація; глобалізація; лінгвістичні виміри, когнітивні моделі, міжмовна омонімія.

Глобалізація сучасного суспільства суттєво розширила можливості міжкультурної комунікації, зробивши світ значно відкритішим для професійної, освітньої та повсякденної взаємодії. Водночас не тільки міжнародна ділова та академічна інтеграція, а й сучасні міграційні процеси, спричинені, зокрема, повномасштабною війною в Україні, зумовили активне включення мільйонів українців у нові мовні та культурні середовища. За таких умов міжкультурна комунікація набуває не лише професійного, а й глибокого соціокультурного значення. Разом із тим, інтенсифікація міжнародних контактів не усуває культурних відмінностей, а нерідко лише актуалізує їх, загострюючи проблему нерівності та мовних бар'єрів [4, с. 1]. Саме тому «виникає потреба порозуміння між представниками різних культур, пошуку певних спільних символів, загальних принципів розкодування їхніх значень, тобто ефективної міжкультурної комунікації» [1, с. 206].

Реальна відкритість світу виявляється у безпосередньому спілкуванні представників різних культур у спільному соціальному, освітньому та професійному просторі. Проте, попри активний розвиток міжнародних зв'язків, такі контакти часто супроводжуються труднощами інтерпретації мовленнєвої поведінки, зумовленими необізнаністю з етноспецифічними традиціями. Навіть високий рівень володіння іноземною мовою не завжди гарантує успішну рецепцію смислів, оскільки вони формуються не лише лексико-граматичною системою, а й унікальним досвідом конкретної спільноти. Це зумовлено тим, що «в центрі уваги міжкультурної комунікації завжди перебуває мова, у якій віддзеркалюються ключові особливості людської особистості та всієї національно-культурної спільноти» [2, с. 248]. Саме тому подальший аналіз специфіки іншомовного дискурсу в порівнянні з українським дозволяє глибше зрозуміти природу цих бар'єрів.

Найвиразніше культурна дистанція у міжкультурній комунікації простежується на смисловому рівні, зокрема через явище оманливої мовної близькості, коли зовнішня схожість лексем створює ілюзію зрозумілості попри суттєві розбіжності їхньої семантики. Так, слово «позор» в українській мові має експресивно-негативне забарвлення (ганьба), тоді як у чеській та словацькій мовах (*pozor*) слугує закликом до уваги. Натомість прикметник «черствий» в українському контексті маркує несвіжість продукту, тоді як чеське *čerstvý* має прямо протилежне значення - «свіжий». Подібним чином українське дієслово «запам'ятати» та польське *zapomnieć* (забути) демонструють антонімічну полярність. Показовими міжмовними омонімами є також лексичні паралелі з польською: «склеп» і *sklep* (гробниця /магазин), «диван» і *dywan* (меблі / килим), «чашка» - *czaszka* (посуд для напоїв / череп) тощо. Аналогічні розбіжності простежуються і в інших слов'янських мовах. Наприклад, в українській та болгарській мовах лексеми «гора» (гірська вершина / ліс) та «маса» (велика кількість

або фізична величина / стіл). Понад те, навіть у неспоріднених мовах зовнішня подібність слів може формувати хибні асоціації, що яскраво ілюструє пара українського «міст» та англійського *mist* (інженерна споруда / легкий туман).

Водночас лінгвістичний аспект міжкультурної взаємодії, як слушно зауважує В. М. Манакін, не обмежується виявленням семантичних особливостей слів різних мов, а «охоплює зіставлення різних комунікативних ситуацій, способи членування світу мовними засобами, порівняння мовної поведінки представників різних культур» [3, с. 13]. У межах такого розгалуженого членування світу розбіжності виявляються не лише на прикладі окремих лексичних одиниць, а й у специфіці концептуалізації фундаментальних категорій - часу, простору та безпеки. Зокрема, якщо у більшості європейських мов майбутнє традиційно асоціюється з рухом уперед, а минуле - з тим, що залишається позаду, то у китайській лінгвокультурній традиції цей вектор є протилежним. Китайська модель осмислює минуле як дещо «переднє», оскільки воно вже відоме й доступне для рефлексії, тоді як майбутнє позиціонується «позаду» через неможливість його побачити. Такі когнітивні моделі яскраво демонструють, як саме представники різних соціумів структурують часо-просторовий континуум.

Лінгвокультурний підхід до осмислення безпеки виявляється у специфіці вербальних моделей, пов'язаних із номінацією загрози та способів реагування на неї. Зокрема, українське та англійське маркування типу «Вихід» / *Exit* фокусує увагу передусім на векторі руху, тоді як німецьке *Notausgang* («аварійний вихід» або дослівно «вихід у скруті») чи японське 非常口 (*hijōguchi* – «ворота надзвичайної ситуації») акцентують саме на стані небезпеки та функції захисту. Етноспецифічні розбіжності фіксуються і в архітектоніці повсякденного спілкування. Так, у німецькій лінгвокультурі значна частина усталених виразів прив'язана до часової структури дня та побутових ритуалів. Наприклад, слово *Mahlzeit* (дослівно «час трапези») у сучасному професійному середовищі функціонує одночасно як специфічне денне вітання та прагматичний аналог побажання «смачного». Водночас лексема *Abendbrot* («вечірній хліб») відображає традиційну прив'язаність вечері до конкретної пори доби. Окреслені дискурсивні практики унаочнюють нерозривний зв'язок між мовленнєвою поведінкою та ментальними способами структурування щоденного буття. У цьому контексті стає очевидним, чому «носії мови часто не бачить проблеми міжкультурної комунікації, оскільки його власна картина світу пропонує підібрати власні значення до відомих словосполучень» [2, с. 251]. Це ілюзія смислової прозорості зазвичай і стає головним джерелом комунікативних девіацій, оскільки мовці підсвідомо проєктують автохтонні соціокультурні коди на іншомовне середовище.

Отже, міжкультурна комунікація у глобалізованому суспільстві передбачає не лише високий рівень іншомовної компетентності, а й здатність декодувати культурно зумовлені смисли, закладені у вербальній поведінці та повсякденних дискурсивних практиках. Оскільки мова акумулює історичний досвід, систему цінностей та етноспецифічні моделі концептуалізації світу, навіть за умов відкритого геополітичного простору культурна дистанція залишається визначальним чинником, який впливає на якість взаєморозуміння між різними спільнотами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гутиряк О. Міжкультурна комунікація: до визначення поняття // Актуальні питання гуманітарних наук. № 47 (2). 2022. С. 205-208
2. Лебедева Л. Е. Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. № 9. 2013. С. 246-252.
3. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
4. Enny F. S., Mannan M., Maruf T. I. The Impact of Globalization on Intercultural Communication and Education: A Qualitative Study // ABC Journal of Advanced Research. 2025. Vol. 14, No. 1. P. 1-14. URL: <https://i-proclaim.my/journals/index.php/abcjar/article/view/793>.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-5

МОВНІ СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ У
МІЖКУЛЬТУРНОМУ СПІЛКУВАННІ

Вікторія Любецька

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри гуманітарних та соціально-економічних дисциплін
Київська академія прикладних мистецтв
ORCID: 0000-0003-3774-8883

***Анотація.** У статті досліджуються мовні стратегії, що сприяють подоланню комунікативних бар'єрів у міжкультурному спілкуванні. Проаналізовано різні види бар'єрів, зокрема лінгвістичні, семантичні, прагматичні та культурні, а також способи їх мінімізації у процесі міжкультурної комунікації. Особлива увага приділяється ролі адаптаційних мовних тактик, використанню перекладу, контекстуалізації повідомлень та невербальних засобів комунікації. Результати дослідження демонструють ефективність комплексного підходу до подолання непорозумінь між носіями різних культур і підкреслюють значення міжкультурної компетентності у сучасному глобалізованому світі.*

***Ключові слова:** мовні стратегії, міжкультурна комунікація, комунікативні бар'єри, адаптаційні тактики, культурні відмінності, міжкультурна компетентність.*

Успішність міжкультурної взаємодії визначається не лише рівнем володіння мовами чи обізнаністю з національними особливостями. Мова виступає лише базовою умовою комунікації, тоді як значну роль відіграють відчуття стилю спілкування, його тональність і загальна атмосфера, характерні для певної культури. Особливо важливим є розуміння саме комунікативного стилю, який суттєво відрізняється залежно від культурного середовища. Опанування цих особливостей і моделей взаємодії є необхідним насамперед для фахівців у сфері соціальних комунікацій, журналістики, реклами, зв'язків з громадськістю, бізнесу, перекладу та туризму. Усвідомлення того, що представники різних культур по-різному інтерпретують цілі

спілкування і по-своєму сприймають та декодують інформацію, дає змогу уникати численних комунікативних труднощів і непорозумінь, зумовлених міжкультурними відмінностями.

Проблематика міжкультурної комунікації привертає увагу науковців у різних країнах і розглядається з позицій кількох наукових традицій. У США її активно досліджували такі вчені, як Едвард Холл, Джордж Трагер, Клайд Клакхон, Флоренс Строрбек та інші; у німецькій науковій думці важливими є праці Карла Ясперса, Юргена Габермаса, Карла-Отто Апеля. Вагомий внесок у розвиток досліджень міжкультурної комунікації зробили й українські вчені, зокрема Л. Аза, О. Вишняк, Н. Костенко, М. Наумова тощо. Попри значну кількість наукових праць і різноплановість підходів до вивчення цього явища, міжкультурна комунікація залишається динамічною сферою, що постійно трансформується. Саме тому низка її аспектів і нині викликає дискусії в науковому середовищі. Зокрема, у фахових дослідженнях недостатньо опрацьовано методологічні засади, які могли б слугувати основою для формування цілісного теоретичного інструментарію, необхідного для аналізу специфіки міжкультурних комунікативних процесів у сучасних умовах.

Міжкультурна комунікація в сучасному глобалізованому світі набуває особливої актуальності, оскільки процеси інтеграції, мобільності та цифровізації сприяють активній взаємодії представників різних культур. Водночас ефективність такого спілкування залежить не лише від мовної компетентності, але й від розуміння культурно зумовлених моделей поведінки та комунікативних стратегій. Міжкультурна комунікація передбачає взаємодію носіїв різних культур, що мають відмінні системи цінностей, норм і комунікативних моделей. Це свідчить про те, що навіть за наявності спільної мови комуніканти можуть зазнавати труднощів у процесі взаєморозуміння. Однією з ключових проблем міжкультурного спілкування є комунікативні бар'єри, які виникають унаслідок розбіжностей у мовних, психологічних та культурних особливостях співрозмовників [1]. До них належать мовні, семантичні, прагматичні та соціокультурні чинники, що ускладнюють процес передачі інформації. Важливу роль у подоланні цих бар'єрів відіграють мовні стратегії, які передбачають свідомий добір мовних засобів відповідно до комунікативної ситуації. В. М. Щербина наголошує, що «міжкультурна комунікація - поняття багатопланове, охоплює дві головні складові - «комунікацію» і «культуру» [3, с. 71].

Таким чином, мовні стратегії подолання комунікативних бар'єрів у міжкультурному спілкуванні є важливим інструментом ефективної взаємодії. Вони передбачають не лише знання мов, але й розвиток міжкультурної компетентності, гнучкість мислення та здатність адаптуватися до різних культурних середовищ. Отже, «міжкультурна комунікація - це процес обміну інформацією та взаєморозуміння між особами з різних культур, що включає в себе сприйняття, інтерпретацію та реакцію на поведінку інших. Цей процес виникає, коли існують культурні різниці у мові, значеннях, способах вираження та взаємодії» [2, с. 12].

Ефективність міжкультурного спілкування значною мірою залежить від здатності комунікантів долати мовні та культурні бар'єри, що виникають у процесі взаємодії. Такі бар'єри зумовлені відмінностями у мовних системах, культурних кодах, ціннісних орієнтаціях і способах інтерпретації інформації. Їх ігнорування призводить до непорозумінь, спотворення змісту повідомлень і зниження результативності

комунікації. Подолання комунікативних бар'єрів можливе за умови використання комплексу мовних стратегій. Насамперед важливо адаптувати мовлення до рівня підготовки та культурного досвіду співрозмовника: використовувати зрозумілу лексику, уникати надмірно специфічних або культурно маркованих одиниць, чітко структурувати висловлювання. Ефективною є також стратегія перефразування, уточнення та перевірки розуміння. Не менш важливим є врахування контексту спілкування та використання невербальних засобів - інтонації, жестів, міміки, які допомагають точніше передати зміст повідомлення. Значну роль відіграє розвиток міжкультурної компетентності, що включає знання культурних норм, толерантність, відкритість до іншого способу мислення та готовність до комунікативної адаптації.

Таким чином, подолання комунікативних бар'єрів у міжкультурному спілкуванні потребує не лише мовної підготовки, а й комплексного підходу, що поєднує мовні, когнітивні та культурні чинники. Саме інтеграція цих елементів забезпечує ефективну взаємодію в умовах сучасного багатокультурного середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сабадаш Ю. С. Міжкультурна комунікація у культурологічному вимірі. Міжкультурна комунікація і глокалізаційні процеси у соціологічному вимірі: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 12 квіт. 2019 р. Маріуполь, 2019. С. 85-87.
2. Стратегії міжкультурної та іншомовної комунікації крізь призму лінгводидактичної парадигми: колективна монографія / за наук. ред. М. Сокол. Тернопіль: ТНПУ, 2024. 339 с.
3. Щербина В. М. Міжкультурна комунікація у сучасному соціокультурному просторі. Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право. Київ, 2013. № 2. С. 70-75.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-6

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Вікторія Сікорська

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-7278-8464

***Анотація.** Досліджено лінгвопрагматичні особливості українського національного дискурсу в умовах російсько-української війни. Проаналізовано мовні засоби репрезентації національної ідентичності, колективного досвіду та суспільних настроїв у сучасному медіапросторі. Особливу увагу приділено функціонуванню неологізмів, емоційно-експресивної лексики, патріотичних мовних конструкцій і мультимодальних елементів цифрової комунікації. Визначено роль соціальних мереж у трансформації сучасного українського дискурсу та формуванні нових комунікативних практик.*

Ключові слова: національний дискурс, лінгвопрагматика, воєнний дискурс, медіадискурс, мовні маркери, цифрова комунікація, соціальні мережі.

Сучасний український комунікативний простір зазнає значних трансформацій під впливом соціально-політичних процесів, зокрема російсько-української війни. У таких умовах мова виступає не лише засобом передавання інформації, а й важливим інструментом формування національної ідентичності та самосвідомості, суспільної консолідації та репрезентації колективного досвіду. Національний дискурс відображає актуальні суспільні процеси, формує спільні смисли та сприяє конструюванню інформаційного простору, у межах якого відбувається взаємодія між суспільством, медіа, державою та особистістю.

На думку сучасних дослідників, медіадискурс характеризується високим рівнем динамічності та прагматичної спрямованості. Як зазначають Дуцик Д., Орлова Д., Будівська Г.: «Російське повномасштабне вторгнення в Україну у лютому 2022 р. прискорило усвідомлення ...як державного, так і недержавного сектору необхідності інтеграції медіаграмотності в систему національної безпеки. Медіаграмотність має залишитися частиною безпекової політики і після війни» [1]. Тому «соціальні мережі формують нові мовні практики, змінюють способи вираження думок і сприяють появі нових комунікативних норм» [2]. Це свідчить про те, що цифрове середовище стає ключовим чинником трансформації мовної системи та формування національного ества серед українців.

В умовах російсько-української війни особливого значення набувають мовні маркери як засоби вербалізації колективного досвіду, суспільних настроїв та національної самоідентифікації. Сучасний український медіапростір характеризується активним продукуванням нових лексичних одиниць, семантичним переосмисленням уже наявної лексики та формуванням специфічних мовних кодів воєнного часу. Такі мовні одиниці, як «*паляниця*», «*тракторні війська*», «*руській воєнний корабель*», «*нульовий*», «*бавовна*», «*донати*», «*двохсоті*», «*ждуни*» у сучасному українському медіадискурсі набувають статусу прецедентних феноменів і функціонують як елементи колективної семіотичної пам'яті. Їхня прагматична цінність виходить за межі безпосередньої номінації, оскільки вони акумулюють емоційно-оцінні, ідеологічні та культурно-символічні змісти. Такі мовні конструкції стають маркерами групової ідентичності, засобами вербалізації суспільного спротиву та інструментами формування спільного інтерпретаційного поля.

У контексті сьогоденної комунікації подібні лексеми виконують функцію дискурсивної конденсації соціального досвіду: вони репрезентують колективні емоції, актуалізують механізми національної солідарності та сприяють формуванню стійких когнітивних моделей сприйняття реальності. Їхнє активне функціонування у публічному просторі засвідчує здатність українського медіадискурсу оперативню продукувати нові символічні коди, які інтегруються в систему національного наративу та стають складником сучасної мовної картини світу.

У межах воєнного дискурсу ці мовні конструкції набувають символічного значення, репрезентуючи колективну пам'ять, суспільний спротив та механізми емоційної адаптації до кризових умов. Їх активне використання сприяє формуванню спільного семантичного поля, у межах якого конструюються національні наративи,

актуалізуються патріотичні смисли та закріплюються моделі суспільної солідарності. Водночас такі мовні трансформації засвідчують високий рівень динамічності українського медіадискурсу та його здатність оперативно реагувати на суспільно-політичні виклики.

Лінгвопрагматичний аспект українського національного дискурсу проявляється у використанні емоційно маркованої лексики, метафоричних конструкцій та патріотичних гасел. Такі мовні одиниці мають високий рівень прагматичного впливу, оскільки спрямовані на формування суспільних настроїв і консолідацію аудиторії. Наприклад, вислови «*Слава Україні*», «*Разом до перемоги*», «*Доброго вечора, ми з України*» стали не лише елементами комунікації, а й символами національної єдності та спротиву.

Особливу роль у поширенні таких мовних практик відіграють соціальні мережі, зокрема Telegram, Instagram та TikTok. Саме цифровий медіапростір забезпечує швидке поширення нових мовних конструкцій і сприяє їхньому закріпленню у повсякденному мовленні користувачів. За спостереженнями дослідників, у цифровому середовищі відбувається поєднання офіційного, публіцистичного та розмовного стилів, що формує новий тип медіамови [3].

Важливим складником сучасного медіадискурсу є мультимодальність, що передбачає інтеграцію різнорівневих семіотичних ресурсів у межах єдиного комунікативного повідомлення. У цифровому середовищі вербальні компоненти взаємодіють із графічними, візуальними та аудіовізуальними елементами, формуючи комплексну систему смислотворення. Така синкретичність комунікації зумовлює трансформацію традиційних механізмів сприйняття інформації та посилює прагматичний потенціал медіатексту. Як зазначає Сергій Чемеркін, «цифровий дискурс поєднує текстові та візуальні елементи, створюючи нові форми комунікативного впливу» [4]. Це свідчить про те, що сучасний медіапростір функціонує як багаторівнева система взаємодії різних знакових кодів, у межах якої невербальні компоненти набувають самостійної смислотворчої значущості.

Емодзі, меми, графічні маркери та хештеги в сучасному комунікативному просторі виконують функцію вторинного кодування змісту, забезпечуючи емоційне моделювання повідомлення та його інтерпретаційну багатозначність. Вони не лише структурують інформаційний потік, а й виступають засобами акцентуації ключових смислів, регуляції уваги аудиторії та формування певної комунікативної тональності. Унаслідок цього невербальні компоненти дедалі частіше функціонують як самостійні носії смислу, здатні заміщувати або доповнювати текстові елементи [3].

Такі конструкції, як *#StandWithUkraine*, *#добрийвечірмизукраїни*, *#FreeAzovstalDefenders*, стають елементами символічної репрезентації суспільних процесів та інструментами консолідації користувачів навколо спільних ціннісних орієнтирів. Їх активне функціонування в інформаційному просторі сприяє формуванню мережових спільнот, об'єднаних спільними комунікативними практиками та колективними моделями інтерпретації подій.

Крім того, мультимодальність сучасного дискурсу зумовлює посилення інтертекстуальності та прецедентності цифрової комунікації. Меметичні конструкції, візуальні алюзії та символічні образи функціонують як механізми швидкого відтворення соціально значущих смислів і культурних асоціацій. У такий спосіб

цифровий медіапростір формує новий тип комунікативної взаємодії, у межах якого поєднання різних знакових систем забезпечує високий рівень емоційного впливу та ефективність суспільної комунікації.

Водночас цифровий простір є середовищем активного інформаційного протистояння. У межах інформаційної війни мовні засоби використовуються як інструмент маніпулятивного впливу на суспільну свідомість. Пропагандистські тексти характеризуються використанням емоційно забарвленої лексики, стереотипних конструкцій, евфемізмів та мовних маніпуляцій. Такі комунікативні стратегії спрямовані на формування певного сприйняття подій та корекцію суспільних настроїв.

Отже, український національний дискурс в умовах російсько-української війни постає як складна динамічна система, у межах якої мова виконує не лише комунікативну, а й ідеологічну, консолідуючу та культурно-символічну функції. Сучасний медіапростір демонструє активну трансформацію мовних практик, що виявляється у формуванні нових лексико-семантичних моделей, появі прецедентних феноменів та посиленні прагматичного потенціалу мовних одиниць. У цьому контексті мова стає важливим інструментом репрезентації колективного досвіду, суспільних настроїв і механізмів національної самоідентифікації.

Дослідження засвідчило, що особливого значення в сучасному українському дискурсі набувають мовні маркери воєнного часу, які акумулюють емоційно-оцінні, культурні та ідеологічні смисли. Їх функціонування у публічному комунікативному просторі сприяє формуванню спільного символічного поля, актуалізації патріотичних наративів та консолідації суспільства в умовах кризової реальності. Водночас активне використання емоційно маркованої лексики, метафоричних конструкцій і патріотичних мовних формул свідчить про посилення експресивності сучасного медіадискурсу та його орієнтацію на емоційно-прагматичний вплив.

Визначено, що соціальні мережі відіграють ключову роль у поширенні мовних інновацій і трансформації комунікативних практик. Цифрове середовище забезпечує швидке продукування та закріплення нових мовних моделей, а також формує мультимодальний тип комунікації, у межах якого вербальні, графічні та візуальні компоненти функціонують як єдина система смислотворення. Це зумовлює зміну традиційних механізмів сприйняття інформації та посилення прагматичного потенціалу медіатексту.

Водночас сучасний інформаційний простір залишається середовищем активного інформаційного протистояння, де мовні засоби використовуються як інструменти впливу на суспільну свідомість. У зв'язку з цим актуалізується проблема медіаграмотності та критичного сприйняття інформації як важливих чинників інформаційної безпеки суспільства.

Таким чином, український національний дискурс періоду російсько-української війни репрезентує складний процес взаємодії мови, суспільства та цифрових технологій. Його лінгвопрагматичні особливості відображають не лише актуальні суспільно-політичні процеси, а й глибші трансформації сучасної мовної картини світу, що формуються під впливом воєнної реальності та розвитку цифрової комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дуцик, Д., Орлова Д., Будівська Г. Трансформація сфери медіаграмотності

в умовах повномасштабної війни в Україні. Аналітичний звіт. 2022. - Київ: ГО «Український інститут медіа та комунікації». - URL: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2022/07/Transformation-medialiteracy-UA-1.pdf>

2. Сікорська В., Стоянова Д. Езикът на социалните мрежи по време на военната агресия на Русия срещу Украйна: лексикални и структурно-семантични особениости // Communication in Times of Global Crises. Софія: St. Kliment Ohridski University Press, 2025.

3. Сікорська В., Ногай В. Мовні маркери українського національного дискурсу в публічному комунікативному просторі під час російсько-української війни // Мовна параметрія українського національного дискурсу. Вінниця, 2026. <https://dspace.vspu.edu.ua/handle/123456789/17385>

4. Чемеркін С. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. - К., 2009. - 240 с. <https://share.google/NqZJ9mReTCxQPEDXA>

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-7

РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ПЕРЕКЛАДУ В УМОВАХ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Надія Денисюк

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української та іноземних мов,

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ORCID: 0000-0001-8197-2183

Софія Федак

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української та іноземних мов,

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ORCID: 0000-0001-5378-4572

***Анотація.** Розглянуто еволюцію перекладацької діяльності від її зародження у давніх цивілізаціях до сучасного етапу, що характеризується глобалізаційними процесами та зростанням ролі міжкультурної комунікації. На основі праць низки науковців описана поступова трансформація перекладу з практичної діяльності у складну міждисциплінарну галузь знань, тісно пов'язану з мовознавством, семантикою, соціолінгвістикою, семіотикою та філософією мови.*

***Ключові слова:** теорія перекладу, мистецтво перекладу, семантика, філософія мови, компонентний аналіз, комунікативні функції тексту.*

У сучасних умовах глобалізації та інтенсифікації міжкультурних контактів переклад відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні ефективної комунікації між народами. Теорія перекладу як наукова дисципліна формувалася протягом тривалого історичного періоду, проходячи шлях від практичної діяльності до складної міждисциплінарної галузі знань.

Перші прояви перекладацької діяльності відносяться до давніх цивілізацій,

зокрема Давнього Єгипту, де було зафіксовано тексти двома мовами. У подальшому переклад набув значного розвитку в античному світі, зокрема в Римській імперії, де активно запозичувалися культурні та наукові досягнення грецької цивілізації. Важливим етапом стала діяльність Толедської школи перекладачів у середньовічній Іспанії, яка сприяла поширенню наукових знань арабського світу в Європі.

У період Відродження та Нового часу переклад відіграв ключову роль у формуванні національних мов і культур. Зокрема, переклад Біблії Мартіном Лютером мав значний вплив на становлення німецької літературної мови, а англійський переклад Біблії короля Якова визначив розвиток англійської мовної традиції. У цей період також формуються перші теоретичні підходи до перекладу, пов'язані з проблемою співвідношення буквального та вільного перекладу.

Особливо інтенсивного розвитку переклад набув у XX столітті, яке часто називають «епохою перекладу». Це пов'язано з розширенням міжнародних контактів, розвитком науки і техніки, появою міжнародних організацій та зростанням обсягів інформації. Переклад набуває не лише культурного, а й політичного та економічного значення, стаючи невід'ємною складовою міжнародного співробітництва.

Сучасна теорія перекладу формується під впливом різних наукових напрямів, зокрема мовознавства, семантики, соціолінгвістики, семіотики та філософії мови. Важливу роль відіграє концепція значення як контекстуального явища, що залежить від ситуації спілкування та інтерпретатора. Це зумовлює необхідність врахування не лише мовних, а й культурних та прагматичних аспектів перекладу.

Значний внесок у розвиток теорії перекладу зробили провідні науковці, серед яких Юджин Найда, Джон Кетфорд, Ігор Федоров та представники Лейпцизької школи. Ю. Найда розробив концепцію динамічної еквівалентності, яка передбачає досягнення максимально близького впливу перекладу на читача порівняно з оригіналом. Дж. Кетфорд запропонував системний підхід до аналізу перекладацьких трансформацій, а І. Федоров обґрунтував самостійність теорії перекладу як лінгвістичної дисципліни.

Однією з ключових проблем теорії перекладу є вибір між орієнтацією на форму чи зміст, а також на мову оригіналу чи мову перекладу. Сучасні підходи прагнуть подолати ці протиставлення шляхом використання концепції еквівалентності, яка передбачає досягнення функціональної відповідності між текстами. Центральним принципом є забезпечення еквівалентного комунікативного ефекту, тобто такого впливу на читача перекладу, який відповідає впливу оригіналу.

Водночас реалізація цього принципу залежить від типу тексту, культурних особливостей та комунікативної мети. Наприклад, у художньому перекладі важливим є збереження стилістичних особливостей і емоційного забарвлення, тоді як у науково-технічному перекладі пріоритетом є точність і однозначність інформації. Це зумовлює необхідність використання різних перекладацьких стратегій і методів залежно від конкретних умов.

Таким чином, теорія перекладу є складною, динамічною та багатогранною системою знань, що постійно розвивається під впливом нових технологій і суспільних потреб. Її подальший розвиток пов'язаний із удосконаленням методів перекладу, підвищенням якості перекладацької діяльності та інтеграцією сучасних наукових підходів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Peter Newmark. Approaches to translation. Oxford : Pergamon Institute of English, 1988. 200 p.
2. Ludwig Wittgenstein. Philosophical investigations / trans. by G. E. M. Anscombe. Oxford : Blackwell, 1958.
3. Eugene A. Nida. Exploring semantic structures. Munich : Fink, 1973.
4. Н. Р. Денисюк, Л. Т. Назаревич. Переклад: слово і смисл у процесі вивчення іноземної мови // Франкофонія в умовах глобалізації і полікультурності світу: зб. тез II Міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет, 2020. С. 224. URL: https://tnpu.edu.ua/naukova-robota/konference/frankofonija_2020.pdf.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-8

ЦИФРОВІ ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ
МОВЛЕННЄВО-РИТОРИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕДІАДИСКУРСУ

Марія Якубовська

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри інформаційної діяльності та медіакомунікацій
Національний університет «Одеська політехніка»
ORCID: 0000-0003-0787-3827

***Анотація.** У тезах обґрунтовано роль цифрових освітніх технологій у формуванні мовленнєво-риторичної компетентності. Розкрито вплив медіадиалогів на трансформацію мовленнєвих практик і окреслено лінгводидактичні механізми інтеграції інтернет-технологій у навчальний процес.*

***Ключові слова:** мовленнєва культура, інтеркультурна комунікативна компетентність, риторична компетентність, цифрова риторика, медіадиалог, лінгводидактика.*

Цифровізація сучасного освітнього простору актуалізує потребу в оновленні методологічних підходів до викладання гуманітарних дисциплін, зокрема культури мовлення та риторики. У межах компетентнісної парадигми мовленнєво-риторична компетентність розглядається як інтегративна характеристика особистості, що охоплює мовні знання, комунікативно-прагматичні вміння, інтеркультурну комунікацію та аксіологічні орієнтації, необхідні для ефективного взаємодії в різних типах дискурсу.

Формування зазначеної компетентності відбувається в умовах інтенсивної трансформації медіадиалогів, що зумовлюється розвитком інтернет-технологій. Цифрове середовище формує нові моделі комунікації, для яких характерні мультимодальність, інтерактивність, гіпертекстуальність і фрагментарність. Такі особливості суттєво впливають на когнітивні процеси сприйняття інформації, зокрема сприяють кліповому мисленню та зниженню глибини аналітичного опрацювання

тексту [1; 6]. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває розвиток критичного мислення та медіаграмотності як ключових компонентів риторичної компетентності.

У сучасній лінгводидактиці цифрові освітні технології розглядаються як ефективний інструмент формування мовленнєвих умінь. Їх використання дозволяє реалізувати принципи інтерактивності, індивідуалізації та практичної спрямованості навчання. Зокрема, технологія змішаного навчання забезпечує поєднання традиційних і дистанційних форм роботи, що сприяє оптимізації освітнього процесу та підвищенню його гнучкості. Інтерактивні методи, зокрема дискусії, дебати, кейс-аналіз, сприяють розвитку аргументативних умінь і формуванню навичок публічного мовлення.

Важливу роль відіграє проєктно-орієнтований підхід, який передбачає створення здобувачами освіти власних медіапродуктів (подкастів, відеоконтенту), сприяє формуванню риторичних умінь у контексті реальних комунікативних ситуацій. Така діяльність забезпечує практичне застосування мовних норм і сприяє розвитку креативності, комунікативної автономії та відповідальності за мовленнєвий результат. У цьому контексті цифрове середовище виступає не лише як засіб навчання, а й як повноцінний простір реалізації мовленнєвої діяльності.

Разом із тим цифровізація комунікації супроводжується певними викликами, зокрема тенденціями до спрощення мовлення, зниження рівня нормативності та гібридизації стилів. Як зазначає О. Клещова, мовна система є динамічною, що зумовлює постійне оновлення мовних норм [3, с. 55]. У цифровому середовищі ці процеси інтенсифікуються, що потребує формування у здобувачів освіти навичок стилістичної доцільності та мовленнєвого самоконтролю.

Особливої уваги потребує аналіз медіатекстів як засобу впливу на свідомість адресата. Мова у медіа виконує важливу соціорегулятивну функцію, формуючи мовленнєві стандарти суспільства [4, с. 34]. Тим паче, що рівень культури мовлення визначає якість публічної комунікації, сприяючи формуванню довіри між комунікантами [7, с. 41]. Так і заголовкові комплекси, виступаючи ключовими елементами медіатексту, визначають його сприйняття та реалізують прагматичний потенціал повідомлення, «адже від «правильного» номінування тексту залежатимуть погляди, емоції, зацікавлення, вподобання, ціннісні орієнтири адресата» [5, с. 163].

У сучасних соціокультурних умовах, зокрема в період воєнного часу, цифрова комунікація набуває особливої ваги як інструмент впливу на суспільну свідомість. Дослідження свідчать, що медіадискурс характеризується підвищеною емоційністю та аксіологічною насиченістю, що зумовлює підвищення відповідальності за мовленнєві практики [8; 2].

Також особливою значення набуває розвиток інтеркультурної комунікативної компетентності, яка охоплює знання культурних кодів, мовленнєвого етикету, стратегій ввічливості та здатність до адаптації мовлення відповідно до соціокультурного контексту.

Таким чином, цифрові лінгводидактичні стратегії створюють сприятливі умови для формування мовленнєво-риторичної компетентності, однак їх ефективність залежить від поєднання інноваційних підходів із дотриманням нормативних і етичних засад мовлення. Міжкультурна мовленнєва комунікація в умовах цифрового дискурсу виступає ключовим чинником ефективної професійної та соціальної взаємодії. Її

успішна реалізація передбачає інтеграцію лінгвістичних, прагматичних і соціокультурних знань, що забезпечує адекватність і результативність комунікативних процесів у глобалізованому інформаційному середовищі. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробленням інтегрованих моделей цифрової лінгводидактики, що враховують специфіку сучасного медіадискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гудзенко, О. Г. Вплив мовленнєвої репрезентації у медіа на формування когнітивних стереотипів: аспекти психолінгвістики та сучасні виклики медіа-комунікації. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*, Вип. 4, 2023. С. 40-47. URL : <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2023.4.6>
2. Зражевська Н., Заїка В. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1(15). С. 68-77. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.159>
3. Клещова О. Є. Культура мови, культура мовлення та правописні норми: лінгвістична вікторина. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. № 51. С. 54-59. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.51-1.13>
4. Лисинюк М. В. Мова ЗМІ як показник мовної культури сучасного суспільства. *Культура і сучасність*. 2020. № 2. С. 33-38. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2020.222243>
5. Савчук Р. Л. Стилістичні засоби у заголовках сучасних медіатекстів: психолінгвістичний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика». Вип. 34. Том 4., 2020. С. 161-170. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/34_2020/part_4/26.pdf
6. Сизонов Д. Ю. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів. *Наука і освіта*. № 7, 2017. С. 82-88. URL: https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2017/7_2017/13.pdf
7. Шестакова С. О. Культура мовлення як складник сучасної української риторики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 36 (75) № 5 2025. Частина 1. С. 36-44 DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.1/07>
8. Glinka N., Voloshchuk I., Usyk G. Digital communication in the wartime. *Львівський філологічний часопис*. 2023. № 13. С. 38-44. URL: <https://journal.lidubgd.edu.ua/index.php/philology/article/view/2590>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-9

МОВНА БІОГРАФІЯ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ БІЛІНГВІВ

Ольга Новак,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри прикладної лінгвістики

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,

ORCID 0000-0001-6793-6012

Анотація. В роботі розглядається вплив мовної біографії білінгвів на формування особливого типу мовної особистості. Формування мовної особистості - це складний процес, який відображає взаємодію індивідуального досвіду, культурного середовища та соціальних умов. Мета дослідження - виявити особливості впливу мовної та мовленнєвої біографії на становлення мовної особистості білінгвів в умовах двомовного або багатомовного спілкування. Автор наголошує на тому, що мовна біографія білінгвів не лише визначає рівень володіння мовами, а й впливає на комунікативні стратегії, мовну ідентичність та культурну інтеграцію. В умовах глобалізації та міграційних процесів бі-/полілінгвізм стає масовим явищем, а вивчення мовної біографії дозволяє глибше зрозуміти механізми формування мовної особистості у багатомовному середовищі.

Ключові слова: мовна особистість, мовленнєва особистість, мовна біографія, білінгвізм, полілінгвізм.

В лінгвістиці і, ширше, гуманітаристиці останні десятиліття в межах антропоцентричної парадигми активно досліджується мовна особистість, проте деякі аспекти все ще залишаються недостатньо вивченими, зокрема один з ключових, на наш погляд, факторів, що впливають на мовну продукцію індивіда (його мовну особистість), на структуру та зміст його ментального лексикону - мовленнєва та мовна біографія, тобто сукупність життєвих етапів, пов'язаних із засвоєнням та використанням мов у різних сферах та періодах життя.

У дослідженні спираємося на теоретично-практичні розробки Б. Корт, що представлені в роботі «Analyzing Language Biographies: Concepts of Language and Language Learning». Авторка зазначає, що мовна біографія відображає соціальні та освітні умови, а мовленнєва біографія - комунікативні практики та настанови [3].

Мовна біографія - це історія становлення особистості (білінгвальної чи полілінгвальної) від етапу зародження індивідуального життя-комунікації і до кінця - у взаємодії з процесами набуття, становлення та еволюції когнітивного досвіду, зі світоглядом, системою цінностей людини. Дане поняття дозволяє описати, якими мовами та у якому віці опанувала людина, роль мов у її когнітивному та емоційному досвіді та специфіку етапів засвоєння рідної (першої) та нерідної (другої, третьої) мов в аспекті онтогенезу (рання соціалізація, сім'я, школа, професійне становлення). Мовленнєва біографія - це зміни мовленнєвих характеристик, звичок людини під впливом соціальних та професійних факторів протягом її активного свідомого життя, вона містить у собі факти зміни домінуючого мовленнєвого регістру, зміни просодичних, фонетичних та інших характеристик мовлення у зв'язку зі зміною соціального статусу, віку, професії, колективу. Незважаючи на відмінності, що існують між мовленнєвою та мовною біографіями індивідів, слід зазначити, що обидва ці поняття взаємопов'язані, оскільки факти мовної біографії людини впливають на її мовленнєву діяльність.

Вважаємо доцільним та надзвичайно корисним для вивчення мовної біографії використовувати шаблони, питальники та дескриптори, оприлюднені та рекомендовані Радою Європи - Європейське мовне портфоліо (European Language Portfolio) для фіксації мовного досвіду індивіда, використання різних мов у різноманітних сферах життя, особисті цілі та мотивація для вивчення певної мови [4].

Зокрема у розділі «Мовна біографія» (Language Biography) з'ясовується, які мови знає опитуваний, де і як їх вивчав (у школі, на курсах, самостійно, тощо), в яких ситуаціях використовує ту чи іншу мову (навчання, робота, громадська діяльність, подорожі, читання, телебачення, спілкування у соціальних мережах), а також досвід посередництва та допомога іншим людям у спілкуванні різними мовами, перекладі повідомлень, поясненні культурних особливостей, тощо. Цей документ має велике практичне значення, оскільки допомагає особистості усвідомити власний мовний досвід, підтримує плюрилінгвізм, заохочує використовувати кілька мов у різних сферах життя для успішної взаємодії в умовах глобалізованого світу. Таким чином, «Мовна біографія» у складі Європейського мовного портфоліо - це спосіб документувати і розвивати багатомовність, формувати комунікативну компетентність через усвідомлене навчання та засвоєння мов.

Опрацювавши низку наукових джерел з цієї проблематики та проаналізувавши значний корпус нарративних інтерв'ю болгар-білінгвів, стверджуємо, що мовна біографія є не лише описом індивідуального досвіду, а й важливим фактором формування мовної ідентичності, комунікативної компетенції та культурної інтеграції особистості.

Існують стійкі кореляції між мовною/мовленнєвою біографією особистості та її життєвою успішністю, професійною актуалізацією, конкурентозадністю, а також ставленням суспільства/громади/близького оточування до певної мови, її статусу, престижності, популярності, що відображається у мовних установках, аттітудах (докладніше про це див. [2]).

Бі-/полі-/плюролінгвальна реальність сучасного світу, зокрема нашої країни, є об'єктивним складником лінгвістичної біографії особистості, оскільки рідна, перша, мова (болгарська, молдавська, гагаузька та ін.) і фонові комунікації з державною українською мовою формують матеріал для теоретичного дослідження проблем мовної особистості. Для дослідження міжкультурної комунікації знання мовної біографії білінгва розкриває механізми його адаптації у багатомовному середовищі, сприяє розумінню культурних відмінностей та формуванню толерантності. Це посилює здатність до діалогу між культурами та знижує ризик комунікативних бар'єрів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балиева В. Билингвалната езикова личност в контекста на антропоцентричната парадигма и на когнитивния подход в съвременните лингвистични изследвания. Българският език- история и съвременност. 2016. С. 106 - 117.
2. Коляда-Березовська Т., Новак О. Лінгвістична біографія особистості як фактор професійної мовної підготовки. Scientific research: current issues, achievements, and innovations in the modern world : scientific multidisciplinary monograph. International Center for Science and Social Transformation, 2026. P.111-119.
3. Korth Britta. Language biographies - approaches to multilingualism in education and linguistic research. Language biographies for multilingual learning. RAESA - Occasional Papers No. 24. P. 5-17.
4. European Language Portfolio (ELP). <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016804932c5>

**УКРАЇНСЬКО-ПІВДЕННОСЛОВ'ЯНСЬКІ КУЛЬТУРНІ ЗВ'ЯЗКИ XVII СТ.:
СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ТА АДАПТАЦІЇ ТЕКСТІВ****Дарина Стоянова**

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної лінгвістики
Одеський національний університет імені І.І.Мечникова
ORCID: 0000-0001-9741-2519

Анотація. У дослідженні проаналізовано механізми лінгвокультурної адаптації барокових текстів Іоанікія Ґалятовського у перекладах афонського книжника Самуїла Бакачича. На прикладі циклу «Чудеса Богородиці» виявлено комплекс лексичних, синтаксичних та стилістичних трансформацій, спрямованих на універсалізацію змісту для південнослов'янського читача.

Ключові слова: І.Ґалятовський, С.Бакачич, лінгвокультурна адаптація, українське бароко, «Чудеса Богородиці».

Постановка проблеми. Творчість Іоанікія Ґалятовського - видатного українського письменника, богослова та ректора Києво-Могилянського колегіуму (1657-1669) - є одним із найяскравіших прикладів впливу українського бароко на культуру православного слов'янського світу, південного слов'янства зокрема [2; 3; 11]. Його праці стали фундаментом не лише для української гомілетики, а й для літературного розвитку сусідніх народів [8; 9].

Найбільша заслуга в ознайомленні південнослов'янської аудиторії з творчістю Ґалятовського належить афонському ієромонаху Самуїлу Бакачичу. Бакачич був українцем за походженням, про що свідчать його власні приписки у рукописах. Більшу частину життя він провів на Святій горі Афон (монастир Св. Павла, скит Св. Анни) [1; 4; 5; 6;]. Його перекладацька вправність та глибока ерудиція дозволяють припустити, що він здобув освіту в Києво-Могилянській академії [10]. Бакачич працював переважно з грецькою мовою, проте активно перекладав і з української. Найбільшої популярності серед південних слов'ян здобув цикл «Чудеса Богородиці» в адаптації Самуїла Бакачича. В основу цієї антології ліг переклад третьої частини праці грецького автора Аґапія Ландоса «Грішників спасіння» (Венеція, 1641). Оскільки цей розділ книги Ландоса також присвячений чудесам Божої Матері, Бакачич використав його як структурну базу, яку суттєво розширив і доповнив тематично близькими та ідейно співзвучними оповіданнями І. Ґалятовського з його однойменного циклу, що входив до складу видання „Казаня приданья до книги „Ключ разумьїна“ названої“ (Київ, 1660) [10].

Метою дослідження є аналіз механізмів лінгвокультурної адаптації українського барокового тексту до південнослов'янської православної традиції XVII ст. на прикладі перекладацьких трансформацій Самуїла Бакачича.

Виклад основного матеріалу. Дослідження ґрунтується на зіставленні тексту київського видання І. Ґалятовського 1660 року з його перекладом-адаптацією, здійсненим Самуїлом Бакачичем. Останній представлений у так званому

«Венеціанському автографі» (Національна бібліотека Св. Марка, Венеція) [12]. У своїй перекладацькій практиці Самуїл Бакачич спирається на традиційну мову церкви православних слов'ян з без'юсовим південнослов'янським правописом. Нижче наведено порівняння тексту оригіналу староукраїнською мовою та перекладу Бакачича: **ЧУДО НА**. *Едѣн' вои́нь на има Іwа́нь Риззѣлма(н) блюзни(п) прѣую Бѣу Галле(н)скую оу́стами, вбѣ́цуючи са образъ ей до Бружѣлпѣ запровадити, и на рынку спалити, але затѣе здѣла вы́стреленаа кула, оу́ста блюзнѣрскіи и живо(т) ѿннала е́му - ЧЮДО МГ*. *Вои́нь е́ди́нь и́менемъ Іwа́нь Риззелма́нь хуле́ше Прѣую Бѣу оу́сты сво́ими нечи́стыми е́жеже ико́на бѣ въ гра́дѣ Га́лленско(м), вбѣ́ца се ико́ну ѿи́у (егда въ́зму(т) град Га́лле) въэ́ти и ѿ́нести въ Бружѣллю, и та́мо посре́дѣ гра́да ѿгне́мь съжещи ю. Нь за сію хулу зрѣ́но то́повное, не тѣ́ію оу́ста ими́же хуля́ше, нь и живо́тъ ѿи́еть е́му. Е́ще же и дѣшу погуби́ въ ге́еннѣ.'*

Аналіз показує, що Бакачич не просто копіює текст, а здійснює свідому лінгвокультурну адаптацію, використовуючи комплекс трансформацій.

Найяскравішою ознакою втручання Бакачича є «дописування» фіналу. Він робить розв'язку драматичнішою: нечестивий воїн втрачає не лише життя, а й душу, яка гине «*въ ге́еннѣ*». Це переносить розповідь із фізичного рівня на есхатологічний, що відповідає дидактичній меті твору. Також додавання епітета «*сво́ими нечи́стыми*» до слова «*оу́сть*» підсилює емоційно-стилістичну напругу та маркує моральну позицію автора.

Лексичні та синтаксичні трансформації. Українське дієслово «*запровадити*» ('доставити, відвезти, відправити') [7, с. 162] Бакачич замінює дієслівною парою «*възети и ѿ́нести*», що конкретизує процес і робить вислів прозорішим. Бакачич уникає довгих складних речень, характерних для українського бароко. Він ділить одне велике речення оригіналу на три коротких самостійних, що значно підвищує читабельність тексту.

Граматична заміна: дієприкметникова форма «*вбѣ́цуючи са*» замінена на особову форму аориста «*вбѣ́ца се*», що робить предикацію чіткішою.

Культурна універсалізація: вираз «*на рынку спалити*» замінено на «*посре́дѣ гра́да ѿгне́мь съжещи*». В українському контексті XVII ст. «ринок» був центральною площею, місцем суду та публічних страт. Для південнослов'янського читача Бакачич обирає універсальний еквівалент - «*посре́дѣ гра́да*», який підсилює прагматичний ефект святотатства, разом з тим підвищуючи стилістичну тональність оповіді. Українське слово «*кула*» замінено на сполучення «*зрѣ́но то́повное*». Згідно зі сербськими тлумачними словниками, слово «зрно» позначає як малу сферичну частку, так і снаряд чи кулю (зокрема артилерійську), тоді як «*тол*» означає важку вогнепальну зброю - гармату. Аналогічно і в болгарській лексичній традиції цей образ сприймається як символ могутності, руйнівної сили та невідворотного удару. Така заміна не продикувана браком еквівалента, а є свідомим вибором, спрямованим на стилістичне посилення, підкреслення акту покарання та вписування тексту в православну південнослов'янську культурну традицію.

Висновки. Переклади Самуїла Бакачича демонструють високий рівень інтелектуальної взаємодії між тогочасною Україною та Балканами. Його стратегія адаптації будується на широкому спектрі лексичних, лексико-граматичних, морфологічних, синтаксичних, стилістичних трансформацій, завдяки яким

досягається універсалізація культурно маркованих реалій, підвищення стилістичного реєстру та більша чіткість викладу. У результаті барокова проповідницька проза Ґалятівського адаптується до очікувань широкої слов'янської православної аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ангелов Б. Ст. Самуил Бакачич в южнославянских літературах. ТОДЛ. 1968. Т. 23. С. 293-299.
2. Біда, К. *Іонікій Ґалятівський і його „Ключ разумьня“*. Рим: Esse-i-Esse-Roma, 1975. 527 с.
3. Кочубей, Т. Бібліографічний огляд життєвого і творчого шляху І. Ґалятівського. *Історико-педагогічний альманах*. 2006. Вип. 2, с. 157-168.
4. Пащенко, Є. *Українсько-сербські зв'язки доби бароко*. Київ: Освіта України, 2017, 308 с.
5. Петканова-Тотева Д. Из гръцко-българските книжовни отношения през XVII-XVIII в. *Годишник на Софийския университет. Факултет по славянски филологии, за 1968 г.* 1969. Т. 62. С. 51-153.
6. Радойчић, Ђ. Сп. Стари српски писци руске народности од краја XV до краја XVII века. *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду*. 1960. Т. 5. С. 199-218.
7. Словник української мови XVI - першої половини XVII ст. / відп. ред. Д.Гринчишин; Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України Львів, 2003. Вип. 10 (3). 255 с.
8. Стоянова Д.Ф. Іоанікій Ґалятівський у перекладі Самуїла Бакачича: рецепція і трансформація. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія». Вип. 96. 2025. С. 124-131.
9. Стоянова Д.Ф. Поширення творів Іоанікія Ґалятівського серед південних слов'ян: мовні особливості перекладу Самуїла Бакачича. Одеська лінгвістична школа: пріоритетні напрями: колект. моногр. / за заг. ред. Ковалевської Т. Ю. Одеса: Видавець С.Л. Назарчук, 2024. С. 159-174.
10. Узунова Д. Петият автограф на преводача Самуил Бакачич (Marc. Ms.or.297) и преводът на цикъла «Чудеса Богородични». *Paleobulgarica*. 2022. Кн. 3. с. 53-74.
11. Яковенко, Н. У пошуках Нового неба: Життя і тексти Йоанікія Ґалятівського. Київ: Laurus, 2017. 704 с.
12. Catalogo Camanzi, D. Venezia, Biblioteca nazionale Marciana.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-11

CODE-SWITCHING IN BILINGUAL LANGUAGE PRODUCTION: NEUROLINGUISTIC AND COGNITIVE ASPECTS

Nataliya Kurasova

Senior Lecturer at the Department of Journalism and Communication
Odesa National Maritime University
ORCID: 0000-0001-8672-0110

Abstract. *The paper examines code-switching as a key phenomenon of bilingualism*

with regard to the neurolinguistic and cognitive mechanisms in underlying its realization. The study substantiates the systematic nature of code-switching, analyses the role of neural structures and executive functions in language control, and outlines the significance of this phenomenon for understanding the organization of bilingual cognition.

Keywords: *bilingualism, code-switching, cognitive control, inhibitory control.*

In modern linguistics, bilingualism is regarded as a complex multidimensional phenomenon encompassing linguistic, cognitive, and neurophysiological aspects of language functioning. In the context of globalization and the intensification of intercultural communication, the study of bilingual mechanisms has become increasingly relevant. One of the key phenomena of bilingual speech production is code-switching, that is the ability of an individual to alternate between language systems depending on communicative, social, or cognitive factors [2].

Within contemporary scientific approaches, code-switching is interpreted not as a violation of language norms, but as a natural result of the interaction between two languages in the bilingual mind [8]. Of particular interest is the analysis of this phenomenon from the perspectives of neurolinguistics and cognitive science, as it makes it possible to identify the process of language control and the principles underlying the organization of language systems in the human brain [6].

The aim of this paper is to provide a comprehensive analysis of code-switching in bilingualism with regard to the neurolinguistic and cognitive factors underlying its realization.

Code-switching is defined as the alternation of two or more languages within a single speech act, discourse, or syntactic structure. Unlike language interference, which involves the unintentional transfer of elements from one language into another, code-switching is a functionally conditioned and communicatively motivated process [1; 8].

Studies of bilingual language behaviour demonstrate that both language systems remain constantly activated even when only one of them is being used [2; 5]. This creates the need for an effective system of control and selection of the relevant language system. In this context, code-switching appears as the result of a dynamic interaction between language codes regulated by both external (social and pragmatic) and internal (cognitive and neural) factors.

One of the examples of the intensification of code-switching is digital discourse in social media, which creates favourable conditions for code-switching due to the high speed of communicative interaction. As a result, language hybridization and the emergence of so-called Internet slang can be observed. The use of English as a lingua franca leads to active borrowing and switching between language codes to express emotions, functions, or phenomena, for example, *check in, crush, follow, vibe, hype, etc. are frequently used in different languages.*

In addition, English as a global lingua franca has facilitated mutual understanding among professionals from different countries, helping to avoid translation inaccuracies or overly cumbersome renderings of specialized terminology. Consequently, professional discourse increasingly incorporates such lexical units as *stakeholder, deadline, compliance, insights, monitoring, feedback, startup, soft skills, brainstorming*, and others.

Neurolinguistic studies demonstrate that code-switching is based on the functioning of complex neural networks associated with language and executive control. In particular, the

process of switching between languages activates the prefrontal cortex, anterior cingulate cortex, and basal ganglia – structures responsible for attention regulation, inhibitory processes, and cognitive control [6].

An important theoretical framework for explaining these processes is the inhibitory control model proposed by D. Green [3]. According to this model, the use of one language requires the suppression of the alternative language system. Consequently, code-switching involves the de-inhibition of a previously inactive language, which is accompanied by increased cognitive load. This assumption is supported by experimental findings demonstrating the *switch cost* effect in bilinguals [3].

From a cognitive perspective, code-switching is closely associated with the functioning of executive mechanisms, particularly cognitive flexibility, attentional control, and working memory. The constant need to monitor the linguistic context and suppress irrelevant language units contributes to the development of general cognitive control strategies that extend beyond language activity itself [4; 7].

At the same time, the cognitive characteristics of code-switching depend on the type of bilingualism, the level of language proficiency, and the age of language acquisition. As noted by A. Hernández and P. Li, early bilingualism is characterized by more automated operation of language control, whereas late bilingualism requires significantly greater involvement of conscious cognitive resources [4].

Thus, code-switching in bilingualism represents a complex neurocognitive phenomenon reflecting the interaction of language systems within a unified cognitive space. The analysis of this phenomenon from neurolinguistic and cognitive perspectives makes it possible to gain a deeper understanding of language control mechanisms and the principles underlying the organization of multilingual cognition [2; 6].

Further interdisciplinary research on code-switching will contribute to the refinement of theoretical models of bilingual language processing and expand current understanding of the cognitive consequences of bilingualism.

REFERENCES

1. Chung-Fat-Yim A., Kubota M., Rocha-Hidalgo J., Marian V. Translational approaches to bilingualism and multilingualism research. *Translational Issues in Psychological Science*. 2023. Vol. 9, No. 4. P. 317-322. DOI: <https://doi.org/10.1037/tps0000380>
2. Grosjean F. *Bilingual: Life and Reality*. Cambridge : Harvard University Press, 2010. 276 p.
3. Green D. W. Mental control of the bilingual lexico-semantic system. *Bilingualism: Language and Cognition*. 1998. Vol. 1, No. 2. P. 67-81.
4. Hernández A. E., Li P. Age of acquisition: Its neural and cognitive mechanisms. *Psychological Bulletin*. 2007. Vol. 133, No. 4. P. 638-650.
5. Özkara B., Schneider R., Cedden G., von Stutterheim C., Meyer P. The impact of bilingualism and code-switching on executive function performance. *Frontiers in Psychology*. 2025. Vol. 16. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1583441>
6. Paradis M. *A Neurolinguistic Theory of Bilingualism*. Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. 294 p.
7. Phillips S. F., Courneau A. Bilinguals process incoming words using distributions

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-12

ІНФОТЕЙНМЕНТ У МЕДІА: МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ

Ксенія Шнурко

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти 2 курсу

спеціальності С7 Журналістика

Міжнародний університет, м. Одеса,

науковий керівник **Арина Фрумкіна**

кандидат філологічних наук, доктор педагогічних наук,

завідувач кафедри германських та східних мов і перекладу,

ORCID: 0000-0003-2635-685X

***Анотація.** Досліджено інфотейнмент як ключову тенденцію розвитку сучасних медіа та проаналізовано його мовні особливості у контексті подачі інформації. Визначено, що інфотейнмент є поліжанровим феноменом, який поєднує інформаційну та розважальну складові, трансформуючи традиційні журналістські стандарти під впливом цифровізації та комерціалізації медіапростору. Особливу увагу приділено мовним засобам інфотейнменту, зокрема використанню експресивної та оцінної лексики, метафор, іронії, елементів розмовного стилю та діалогізації мовлення, що забезпечують емоційне залучення аудиторії та підвищують ефективність сприйняття контенту.*

На основі аналізу публікацій українських телевізійних новинних програм виявлено специфіку реалізації інфотейнментних підходів у медійному дискурсі. З'ясовано, що сучасні ЗМІ активно використовують драматизацію, персоналізацію та спрощення інформації через яскраві заголовки й короткі синтаксичні конструкції, що сприяє зростанню уваги аудиторії. Водночас підкреслено, що така мовна трансформація супроводжується ризиком зміщення акценту з глибини змісту на форму подачі, що потребує критичного осмислення в умовах інформаційного суспільства.

***Ключові слова:** інфотейнмент, медіа, медійний дискурс, мовні особливості, цифровізація, журналістика.*

Метою роботи є дослідження інфотейнменту як сучасного медійного феномену та визначення мовних особливостей подачі інформації в умовах поєднання інформаційної й розважальної складових.

Інфотейнмент у сучасних медіа розглядається як складний поліжанровий феномен, що поєднує інформаційну та розважальну складові з метою підвищення зацікавленості аудиторії та ефективності сприйняття контенту. У наукових дослідженнях він трактується як результат трансформації традиційної журналістики

під впливом комерціалізації, цифровізації та зміни запитів аудиторії, яка прагне не лише отримувати факти, а й емоційно переживати інформацію [5, с. 215]. Інфотейнмент характеризується домінуванням форми над змістом, емоційністю, видовищністю та орієнтацією на рейтинги, що визначає специфіку мовної організації повідомлень [5, с. 216].

Мовні особливості інфотейнменту проявляються насамперед у поєднанні різних стилістичних рівнів - від розмовного до публіцистичного, що створює ефект невимушеності та доступності інформації. Дослідники підкреслюють активне використання експресивної лексики, оцінних суджень, метафор, іронії та елементів гри, які сприяють емоційному залученню аудиторії [1]. Такий підхід дозволяє зробити повідомлення більш запам'ятовуваними, оскільки емоційна складова посилює когнітивне сприйняття інформації.

Важливою рисою мовної подачі інформації в інфотейнменті є її персоналізація та діалогізація. Тексти часто будуються у формі звернення до глядача, містять риторичні запитання, інтерактивні елементи та імітацію живого спілкування. Загалом це створює ефект близькості між журналістом і аудиторією, підсилює довіру та формує відчуття співучасті. Інфотейнмент формує новий тип медійного дискурсу, у якому поєднуються інформування, розвага та комунікативний вплив. У дослідженні про мову соціальних мереж під час військової агресії дослідниця Вікторія Сікорська зазначає: «Мова соціальних мереж має свої унікальні особливості, які значно відрізняють її від традиційних форм письмового та усного мовлення. Специфічні умови цифрової комунікації зумовлюють формування особливого стилю мовлення, який відрізняється від традиційних форм як за структурою, так і за змістом» [2]. Цю думку ми можемо підтвердити і під час подавання новинного матеріалу на платформах

Ще однією мовною особливістю є спрощення складної інформації через використання коротких синтаксичних конструкцій, яскравих заголовків, клішованих виразів і навіть елементів сленгу. Це пов'язано з необхідністю швидкого сприйняття контенту в умовах інформаційного перевантаження. Крім того, широко застосовуються прийоми драматизації, гіперболізації та акцентування на деталях, що підсилює емоційний ефект і утримує увагу аудиторії, хоча іноді це призводить до зміщення акценту з суті події на її подачу [4, с. 35].

Для ілюстрації мовних особливостей інфотейнменту звернімося до контенту українських телевізійних новинних програм «ТСН» (телеканал «1+1»), «Вікна-новини» (СТБ) та «Факти» (ICTV), у яких, за спостереженнями дослідників, активно впроваджуються інфотейнментні підходи до подачі інформації [6, с. 2]. Ці програми демонструють трансформацію традиційного новинного мовлення у напрямі емоціонізації та видовищності, що безпосередньо впливає на мовну організацію текстів. Зокрема, у випусках «ТСН» простежується тенденція до використання експресивної та оцінної лексики, метафоричних заголовків і драматизованих формулювань, які не лише інформують, а й формують емоційне ставлення аудиторії до події [5, с. 215]. Такі мовні засоби відповідають загальній природі інфотейнменту як поєднання інформації та розваги з домінуванням емоційного компонента .

«Вікна-новини» демонструють інший аспект мовної реалізації інфотейнменту - розмовність і невимушеність викладу. У текстах сюжетів і підводках ведучих активно використовуються елементи розмовного стилю, іронія, мовна гра, що створює ефект

близькості до глядача. Такий підхід узгоджується з тим, що інфотейнмент характеризується використанням стилістичних тропів, іронічністю та емоційно-експресивним викладом матеріалу. Водночас подібна манера подачі сприяє легшому сприйняттю інформації, але може знижувати рівень її аналітичності.

У програмі «Факти» (ICTV) також спостерігається інтеграція інфотейнментних мовних прийомів, зокрема через акцентування на деталях, персоналізацію новин і використання яскравих синтаксичних конструкцій [3]. Часто інформація подається через історії конкретних людей, що супроводжується емоційно забарвленими коментарями та образними характеристиками. Така подача відповідає тенденції «олюднення» новин, коли увага аудиторії утримується не лише за рахунок фактів, а й через емоційний контекст і наративність.

Зіставлення цих програм дозволяє виокремити спільні мовні механізми інфотейнменту: активне використання оцінної лексики, метафоризації, розмовних елементів, риторичних прийомів і спрощених синтаксичних конструкцій. Важливу роль відіграє також драматизація подій і акцент на видовищності, що забезпечує сильніший психологічний вплив на аудиторію. Усе це підтверджує, що інфотейнмент функціонує як ефективний інструмент комунікативного впливу, який поєднує інформування з емоційним залученням.

Тому аналіз конкретних медійних продуктів засвідчує, що мовні особливості інфотейнменту в українських медіа формуються під впливом прагнення зробити інформацію більш доступною, цікавою та привабливою для аудиторії. Водночас така трансформація медійного дискурсу супроводжується зміщенням акценту з глибини змісту на форму подачі, що відповідає загальним тенденціям розвитку сучасних медіа.

Отже, інфотейнмент є характерним явищем сучасного медійного простору, яке формується на перетині інформаційної та розважальної функцій журналістики. Його мовна специфіка полягає у свідомому використанні експресивних, оцінних та стилістично змішаних засобів, що забезпечують емоційне залучення аудиторії та підвищують ефективність сприйняття інформації. Виявлено, що ключовими мовними механізмами інфотейнменту виступають поєднання різних стилістичних рівнів, метафоризація, іронізація, персоналізація та діалогізація мовлення, які формують новий тип медійного дискурсу, орієнтований не лише на інформування, а й на розважальність та вплив.

Аналіз українських телевізійних новинних програм засвідчив, що інфотейнмент активно реалізується через емоціоналізацію подачі матеріалу, спрощення мовних конструкцій, використання яскравих заголовків і наративних елементів. Це сприяє підвищенню уваги аудиторії, однак водночас призводить до зміщення акценту з аналітичної глибини змісту на форму його подання. Тому, інфотейнмент виступає як ефективний інструмент комунікації в умовах інформаційного суспільства, проте потребує критичного осмислення щодо його впливу на якість журналістського контенту та рівень об'єктивності медіаінформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лісневська А. Інфотейнмент та гра як складові технології створення телевізійних новин. Синопис: текст, контекст, медіа. 2014. № 3 (7). URL:

<https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/100/88> (дата звернення: 20.0.2026).

2. Сікорська В.Ю. Мова соціальних мереж під час військової агресії росії проти України: лексичні та структурно-семантичні особливості. Комуникація вв времена на глобални кризи: юбилеен сборник по случай 30-годишнината на специалността «Връзки с обществеността» и на катедра "Комуникация, връзки с обществеността и реклама" към Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет «Св. Климент Охридски» // <https://digital.libsu.uni-sofia.bg/en/v/67212>

3. Факти ICTV. URL: <https://fakty.com.ua/ua/> (дата звернення: 20.04.2026).

4. Цімох Н., Сорока А. Особливості прийомів інфотейнменту. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2018. № 2. С. 30-39. URL: <https://audiovisual-art.knukim.edu.ua/article/download/151788/155225/339030> (дата звернення: 20.04.2026)

5. Чорна К. Інфотейнмент на українському телебаченні. Мистецтвознавство. 2019. № 1. С. 213-217. URL: https://www.researchgate.net/publication/372013633_Infoteynment_na_telebacenni_ak_ob'ekt_naukovogo_analizu (дата звернення: 20.04.2026)

6. Putsyata I. Features of infotainment penetration into the news journalism of TV channels: «1+1», «STB», «ICTV». Bulletin of Lviv Polytechnic National University: journalism. 2021. Vol. 1 (1). P. 1-6. URL: https://www.researchgate.net/publication/352007536_FEATURES_OF_INFOTAINMENT_PENETRATION_INTO_THE_NEWS_JOURNALISM_OF_TV_CHANNELS_11_STB_ICTV (дата звернення: 20.04.2026).

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-13

ВИКОРИСТАННЯ РОЗМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНИХ МЕДІА

Поліна Брюква

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності С7 Журналістика,
Міжнародний університет, м. Одеса,

Ганна Адамова

декан факультету іноземних мов, медіа та психології,
кандидат педагогічних наук, доцент
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-4411-84

***Анотація.** Розглянуто явище використання розмовної лексики в сучасних медіа як важливий елемент мовної адаптації до умов цифрової комунікації. Проаналізовано причини активного проникнення розмовних елементів у журналістські тексти, зокрема вплив соціальних мереж, швидкого темпу споживання інформації та потреби в доступності й емоційності подачі. Визначено основні функції розмовної лексики -*

комунікативну та експресивну, які сприяють спрощенню сприйняття складної інформації та створенню ефекту «живої мови».

На основі прикладів із сучасних українських інтернет-видань (ТСН, УНІАН, РБК-Україна) показано особливості використання розмовної лексики, зокрема в заголовках, де вона виконує роль засобу привернення уваги та підвищення зацікавленості аудиторії. Водночас окреслено як позитивні аспекти цього явища (доступність, динамічність, емоційна виразність), так і потенційні ризики (зниження нейтральності, наближення до розважального стилю, ефект сенсаційності).

Зроблено висновок, що розмовна лексика є важливим інструментом сучасної медіакомунікації, який за умови помірною й доречного використання сприяє ефективності журналістських матеріалів і відображає тенденції розвитку сучасної української мови в медіапросторі.

Ключові слова: розмовна лексика, медіамова, сучасні медіа, інтернет-ЗМІ, журналістика, медіадискурс, комунікативна функція, експресивна функція, заголовки новин, цифрова комунікація, мовна адаптація, емоційність тексту, доступність інформації.

Сучасні медіа дедалі більше орієнтуються не лише на передачу інформації, а й на спосіб її подачі. У центрі уваги опиняється не тільки зміст повідомлення, а й те, наскільки воно є зрозумілим, живим і близьким до реального мовлення аудиторії. Саме тому в мові сучасних медіа все частіше використовуються елементи розмовної лексики, які раніше вважалися більш характерними для неофіційного повсякденного спілкування, ніж для публічного інформаційного простору [1]. У сучасних медіа розмовна лексика виявляється через використання спрощених слів, сленгу, аббревіатур, коротких синтаксичних конструкцій та емоційно-експресивних засобів, що сприяє наближенню комунікації до повсякденного мовлення й підвищує її доступність для аудиторії [7].

Розмовна лексика - це слова та вислови, притаманні невимушеному усному мовленню. Вона, зазвичай, відзначається простотою, емоційністю, ситуативністю та близькістю до реального спілкування. У сучасному медіадискурсі така лексика виконує важливу роль, оскільки допомагає зробити текст менш відстороненим і більш доступним для сприйняття. У багатьох випадках саме вона створює ефект «живої мови», який є дуже важливим для сучасної аудиторії, проте важливо дотримуватися норм літературної мови.

Причини активного поширення розмовної лексики в медіа пов'язані насамперед із цифровізацією комунікації. Якщо раніше основними джерелами інформації були друковані газети, журнали, телебачення й радіо, то сьогодні значна частина медіаспоживання відбувається через соціальні мережі, месенджери, стрічки новин, відеоплатформи та мобільні застосунки. У такому середовищі текст має бути коротким, зрозумілим, швидким для сприйняття та емоційно «читабельним». Саме це і сприяє проникненню розмовних елементів у мову сучасних медіа [4].

Однією з найважливіших функцій розмовної лексики є комунікативна. Вона дозволяє медіа говорити з аудиторією більш простою та зрозумілою мовою. Це особливо помітно в матеріалах, де потрібно пояснити складні суспільні, політичні, економічні чи правові процеси. Коли текст написаний надто формально або

перевантажений спеціальною термінологією, читачеві важче його сприймати. Натомість помірне використання розмовних мовних моделей робить подачу інформації легшою й доступнішою [2].

Важливою є також експресивна функція розмовної лексики. Вона допомагає зробити текст більш виразним, динамічним та емоційно насиченим. Саме завдяки розмовним елементам медійний матеріал може звучати не сухо, а природно. Це особливо помітно в заголовках, підводках, колонках, інтерв'ю, блогах, авторських текстах і відеоформатах, де велике значення має не лише інформація, а й інтонація.

Особливо виразно ця тенденція простежується в заголовках. Сучасний заголовок має не просто інформувати, а й привертати увагу. Це особливо помітно в новинних стрічках ТСН, УНІАН та РБК-Україна, де журналісти часто застосовують прості, наближені до усного мовлення формулювання.

Наприклад, у ТСН у матеріалі про Таїсію Пovalій використано емоційно забарвлений заголовок: «Михайло Ясинський розніс зрадницю Пovalій та розкрив логіку її вибору: «Курячі мізки»». У цьому випадку розмовна лексика («розніс», «курячі мізки») підсилює емоційність і створює ефект живої реакції [4].

У матеріалі УНІАН «Гокінг ошелешив прогнозом для людства: але є план “Б”» також простежується розмовний характер заголовка через слово «ошелешив», яке передає емоційне враження та наближує текст до розмовного стилю [5].

Подібна тенденція є і в РБК-Україна, наприклад у матеріалі «Юлік дасть перший “сольник” у Львові: чому варто піти на концерт». Тут слово «сольник» є розмовним скороченням, а конструкція «чому варто піти» створює ефект безпосереднього звернення до читача [8].

Такі формулювання сприймаються швидше та легше, ніж традиційні нейтрально-офіційні моделі.

Використання розмовної лексики в сучасних українських інтернет-виданнях має як позитивні, так і певні негативні аспекти. З одного боку, така мовна практика значно підвищує доступність інформації для широкої аудиторії. Заголовки на кшталт «розніс зрадницю», «ошелешив прогнозом» чи «чому варто піти» створюють ефект живого мовлення, привертають увагу читача та роблять новини більш емоційно виразними. Завдяки цьому матеріали легше сприймаються і швидше поширюються в медіапросторі.

З іншого боку, надмірне використання розмовних або емоційно забарвлених слів може знижувати рівень нейтральності журналістського тексту. Подібні мовні засоби іноді наближають новини до розважального контенту, що може впливати на об'єктивність сприйняття інформації та створювати ефект сенсаційності навіть там, де його немає.

Попри наявність певних недоліків, загальна роль розмовної лексики в сучасних інтернет-ЗМІ є переважно позитивною. В умовах цифрової комунікації, коли конкуренція за увагу читача є надзвичайно високою, саме мовна доступність і виразність часто визначають, чи буде матеріал прочитаний. Розмовні елементи в заголовках і текстах допомагають швидше встановити контакт з аудиторією, зробити інформацію більш зрозумілою та емоційно близькою. Це особливо важливо для новинних ресурсів, які орієнтуються на масового читача і прагнуть оперативного поширення інформації.

Крім того, розмовна лексика сприяє розвитку сучасного медіастилю, який поєднує елементи публіцистичного та розмовного мовлення. Така взаємодія стилів відображає реальні зміни в мові суспільства, де межа між офіційним і неофіційним спілкуванням поступово стає менш жорсткою. У цьому контексті розмовні конструкції виконують не лише естетичну або емоційну функцію, а й адаптаційну - вони наближають журналістський текст до природного мовлення людей.

Важливо також враховувати, що сучасні медіа значною мірою залежать від реакції аудиторії, зокрема переглядів, кліків і поширень. Саме тому використання елементів розмовної лексики можна розглядати як ефективний інструмент комунікаційної стратегії, а не лише як стилістичне відхилення. Вона дозволяє зробити складну або офіційну інформацію більш «живою» та доступною без втрати її основного змісту.

Отже, попри окремі ризики надмірної емоційності чи зниження нейтральності, розмовна лексика в інтернеті - виданнях загалом виконує важливу позитивну функцію. Вона сприяє розвитку сучасної медіамови, підвищує ефективність комунікації та робить журналістські матеріали більш наближеними до реального мовного середовища читачів. Саме тому її використання можна вважати виправданим і таким, що відповідає тенденціям розвитку сучасної журналістики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бирик С.П. Оновлена стильова норма засобів масової інформації. Українська мова. 2016. №2. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/uk/article/UJRN-0000522964>
2. Гокінг ошелешив прогнозом для людства, але є «план Б» // УНІАН. URL.: <https://www.unian.ua/science/goking-osheleshiv-prognozom-dlya-lyudstva-ale-ye-plan-b-13349850.html>.
3. Михайло Ясинський розніс Повалій та розкрив логіку її вибору: «курчячі мізки». ТСН. URL: <https://tsn.ua/glamur/mykhaylo-iasynskyy-roznis-zradnytsiu-povaliy-ta-rozkryu-lohiku-yiyi-vyboru-kuriachi-mizky-3062873.html>.
4. РБК-Україна. Юлік дасть перший сольний концерт у Львові: чому варто відвідати. 2026. URL: <https://www.rbc.ua/rus/entertainment/yulik-dast-pershiy-solnik-lvovichomu-varto-1775915360.html>
5. Русаченко Н.П. Українська мова в ЗМК: навчально-методичний посібник. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020. URL:https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33564/1/N_Rusachenko_UMZUMM.pdf
6. Сікорська В. Ненов І. Ногай В. Дідур Л. Мовний дискурс у соціальних мережах: Аналіз мовних засобів і комунікативних стратегій в онлайн-середовищі. № 5 (2024) Причорноморські філологічні студії. URL: <https://journals.onmu.in.ua/index.php/philology/article/view/368>
7. Стишов О.А. Сленгізми в сучасних українських масмедіа. Лінгвістичні студії. 2025. Вип. 49. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/52091/1/O_Styshov_FUFKiM_statia.pdf
8. Cotter C., Perrin D. (eds.). The Routledge Handbook of Language and Media. London; New York: Routledge, 2023. URL: https://www.academia.edu/70672612/The_Routledge_Handbook_of_Language_and_Media
9. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press,

2006. URL: http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4800/1/2004-Language_and_the_Internet.pdf

10. YULIK дасть перший сольник у Львові: чому варто піти // РБК-Україна. URL.: <https://www.rbc.ua/rus/entertainment/yulik-dast-pershiy-solnik-lvovi-chomu-varto-1775915360.html>.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-14

МОВНІ ЗАСОБИ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТАХ

Ганна Адамова

декан факультету іноземних мов, медіа та психології
кандидат педагогічних наук, доцент
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-4411-84

Валерія Ярова

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність 061 Журналістика
факультет іноземних мов, медіа та психології
Міжнародний університет, м. Одеса

***Анотація.** У статті досліджено основні мовні засоби емоційного впливу, що використовуються в сучасних журналістських текстах. Проаналізовано лексичні, стилістичні та синтаксичні інструменти формування емотивного фону медіаповідомлень. Наведено приклади з української та зарубіжної журналістики, що ілюструють механізми впливу на аудиторію. Окреслено етичні аспекти використання емоційно зарядженої мови в медіапросторі.*

***Ключові слова:** емоційний вплив, журналістський текст, емотивність, медіалінгвістика, стилістичні фігури, лексична експресія.*

Вступ. У сучасну епоху інформаційного перенасичення журналістика перестає бути лише джерелом сухих фактів. Головним завданням медіатексту стає не просто інформування, а залучення аудиторії, що неможливо без використання мовних засобів емоційного впливу. Емотивність у журналістиці – це здатність тексту викликати у читача певний психологічний стан, формувати ставлення до події та стимулювати до дії. Як зазначають дослідники, афективність стає фундаментальною рисою новинної журналістики, де емоційно заряджені слова допомагають контенту поширюватися швидше та глибше впливати на свідомість [3, с. 1460].

Трансформація медіапростору призвела до того, що «емоційна правда» часто сприймається аудиторією як більш переконлива, ніж статистичні дані. Це зумовлено психологічними особливостями сприйняття інформації: людина схильна швидше реагувати на повідомлення, що викликають емпатію, гнів, сум або радість. Відтак, журналісти змушені балансувати між об'єктивністю та необхідністю бути почутими, використовуючи широкий арсенал лінгвістичних засобів.

1. Лексичні засоби створення емоційного фону. Лексика є первинним інструментом емоційного впливу. Журналісти часто вдаються до використання слів із

вираженою конотацією, що дозволяє миттєво задати тональність матеріалу.

Емоційно забарвлена лексика та сленг. Використання розмовних елементів, жаргонізмів та молодіжного сленгу допомагає медіа стати «ближчими» до аудиторії, створюючи атмосферу довіри та неформального спілкування. Наприклад, у регіональних медіа (зокрема, видання «Глузд») часто зустрічаються такі лексеми, як «тусовка», «фішка», «фест», «отримувати кайф». Це дозволяє динамізувати повідомлення та підсилити інтерес до висвітленої інформації [1, с. 262].

Неологізми та окупаціоналізми. Створення нових слів або використання вузькоспеціалізованих термінів у переносному значенні також слугує засобом впливу. Наприклад, термін «карантинне божевілья» або «інтелектуальний наркотик» (щодо дебатів) створює яскравий образ, який легко запам'ятовується. Використання англіцизмів, таких як «хейт», «хайп», «фейк», також додає тексту сучасної емоційної гостроти.

Експресивна оцінна лексика. Журналісти часто використовують слова, що містять вбудовану оцінку: «катастрофічний», «ганебний», «тріумфальний», «зухвалий». Такі слова не просто описують подію, а диктують читачеві, як саме він має її сприймати. Наприклад, заголовок «Зухвалий напад на активіста» відразу налаштовує на обурення, тоді як «Інцидент за участю активіста» звучить нейтрально.

2. Стилістичні фігури та тропи як інструменти експресії. Тропи виконують не лише естетичну, а й прагматичну функцію, виступаючи емоційними маркерами впливу на адресата.

Метафоризація. Метафора дозволяє пояснити складні явища через зрозумілі образи, додаючи їм емоційної ваги. В українській журналістиці поширеними є моделі: «Формула музики зі смаком любові», «Під прицілом педагогіки», «3 кишені місцевого бюджету». Такі конструкції активізують уяву читача та змушують його співпереживати темі [1, с. 263]. Метафора «війна на виснаження» або «економічне піке» створює стійкий візуальний образ, який діє на підсвідомість сильніше за цифри.

Епітети та порівняння. Влучні епітети допомагають журналісту висловити авторську оцінку без прямого нав'язування думки. Наприклад: «затишна, спонтанна, різнопланова осінь». Порівняння ж підсилюють візуалізацію тексту: «стара жінка зі зморщеним, як сухе яблуко, лицем». Це створює ефект присутності та глибокого емоційного занурення. В американській журналістиці часто використовують порівняння з поп-культурою для швидкого встановлення емоційного контакту.

Персоніфікація та гіпербола. Надання неживим предметам людських рис («Коломії личить осінь», «Зима вперше не здається») робить текст більш живим та поетичним. Гіпербола ж використовується для акцентування уваги на масштабах проблеми: «океан несправедливості», «гори подарунків». Використання гіпербол характерне для сенсаційних матеріалів, де важливо викликати шок або сильне здивування.

Оксиморон та парадокс. Ці засоби створюють інтелектуальну напругу. Оксиморон «Гірка правда про цукор» або «Чесна брехня» привертає увагу своєю незвичністю та змушує зупинити погляд на заголовку. Парадоксальні твердження в лідах (вступях) статей стимулюють читача дочитати матеріал до кінця, щоб розгадати суперечність.

3. Синтаксичні та графічні засоби впливу. Структура речення та візуальне оформлення тексту відіграють не меншу роль у формуванні емоційного відгуку, ніж

вибір слів.

Риторичні запитання та звертання. Вони створюють ілюзію діалогу з читачем, змушуючи його замислитися над поставленою проблемою. Приклади: «Варто чи ні?», «Дискримінація чи вимушеність?». Використання звертань («Шановні, не наглійте») додає тексту експресивності та іноді навіть іронічного забарвлення [1, с. 264]. Риторичне запитання в кінці статті часто залишає «відкритий фінал», що змушує читача ще довго обмірковувати прочитане.

Парцеляція та інверсія. Навмисне розчленування речення на частини (парцеляція) створює ефект переривчастого дихання, хвилювання: «Він прийшов. Побачив. І переміг. Але якою ціною?». Інверсія (зміна звичного порядку слів) дозволяє виділити логічним наголосом найважливіше слово, підсилюючи його емоційну вагу.

Інтертекстуальність. Використання алюзій на відомі твори, пісні чи фільми створює спільне культурне поле з читачем. Приклади: «50 відтінків Івана Купала», «Місце щасливих людей», «Крізь терни до... дебатів». Це викликає у читача приємні асоціації або, навпаки, гостру іронію [1, с. 265]. Використання цитат відомих особистостей у несподіваному контексті також є потужним засобом емоційного впливу.

Графічні засоби. У сучасному цифровому середовищі емоції передаються і через графіку: використання великих літер (Caps Lock) для імітації крику, знаків оклику, емодзі (у соцмережевій журналістиці) та хештегів. Наприклад, заголовок «ШОК! Такого ви ще не бачили!!!» є класичним прикладом агресивного емоційного впливу.

4. Психологічні аспекти емоційного впливу (за англomовними джерелами).

Американські та англійські дослідники акцентують увагу на тому, що емоційна мова безпосередньо впливає на когнітивні процеси. Згідно з дослідженнями Розадо (2022), за останні два десятиліття в англomовних медіа спостерігається значне зростання використання «емоційно заряджених» заголовків, що корелює з рівнем клікабельності та віральності матеріалів [3, с. 1465].

Теорія фреймінгу. Американські медіазнавці активно досліджують «фреймінг» – подачу інформації під певним кутом зору через вибір конкретних слів. Наприклад, використання слова «борці за свободу» замість «повстанці» створює позитивний емоційний фрейм, що впливає на політичні симпатії аудиторії.

Емоційний сторітелінг. Психологія журналістики вказує на те, що слова формують не лише думки, а й ставлення та поведінку аудиторії. Використання наративних технік (storytelling) дозволяє журналістам транслювати «емоційну правду», яка часто сприймається аудиторією як більш переконлива, ніж статистичні дані [6]. У США цей підхід активно використовується в лонгрідах та документальній журналістиці для виклику глибокої емпатії до героїв. Як зазначають дослідники Софійського університету, емоційний вплив у медіа часто базується на створенні специфічних наративних структур, що апелюють до колективної пам'яті та ідентичності [11].

Сенсаційність та афект. Дослідження Texas State University показують, що сенсаційна мова активує амігдалу (центр емоцій у мозку), що знижує критичність сприйняття інформації [10]. Це пояснює популярність «жовтої преси» та клікбейту, які базуються на мовних засобах, що викликають страх або цікавість.

5. Етичні виклики емоційного впливу. Надмірне використання емоційних засобів ставить перед журналістикою серйозні етичні виклики. З одного боку, емоції

допомагають привернути увагу до важливих соціальних проблем (наприклад, волонтерські збори, допомога постраждалим). З іншого боку, вони можуть стати інструментом маніпуляції, пропаганди та розпалювання ворожнечі.

Журналістська етика вимагає, щоб емоційність не підміняла собою фактичну точність. Використання «мови ненависті» (hate speech) під виглядом емоційної експресії є неприпустимим. Сучасний читач має розвивати медіаграмотність, щоб розпізнавати мовні пастки та критично оцінювати емоційний тиск з боку медіа.

Висновки. Мовні засоби емоційного впливу є невід'ємною частиною сучасного журналістського інструментарію. Вони дозволяють не лише привернути увагу до тексту, а й сформуванню глибокий зв'язок між автором та аудиторією. Від лексичного вибору до синтаксичних конструкцій та графічного оформлення – кожен елемент тексту може працювати на створення певного емоційного ефекту. Проте журналістам важливо пам'ятати про відповідальність. Емоції мають бути засобом підсилення правди, а не способом її приховування. Баланс між раціональним та емоційним є запорукою якісної журналістики, яка поважає свого читача та прагне до об'єктивного висвітлення дійсності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Савчук, Р. Л. Лексико-стилістичне оформлення сучасного регіонального медіатексту (на прикладі інтернет-видання «Глузд»). Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. Т. 33 (72), № 2, Ч. 2. С. 260-265.
2. Тютюнник, Л. Л. Мовні засоби вираження емотивності у текстовому медіаконтенті. Вісник НУОУ. 2024.
3. Analyzing Emotional Language in 21 Million News Articles. Source, OpenNews. 2016. URL: <https://source.opennews.org/articles/analysis-emotional-language/>
4. Beckett, C. How journalism is turning emotional and what that means for the public sphere. Polis, LSE. 2015.
5. Emotional impact and narrative structures in media. Sofia University Digital Library. 2020. URL: <https://digital.libsu.uni-sofia.bg/en/v/67212>
6. Hoemann, K. The construction of emotional meaning in language. Nature Reviews Psychology. 2025.
7. Kwong, R. Journalism that Tells Emotional Truths. 2019. URL: <https://www.robinwong.com/power-of-storytelling/>
8. Rozado, D. Longitudinal analysis of sentiment and emotion in news media headlines. Nature Human Behaviour. 2022. Vol. 6. P. 1458-1470.
9. Selivanova, O. Stylistic means in headlines of modern media texts: psycholinguistic aspect. Philology. 2023.
10. The power of language: How words shape thoughts and emotions. Bonn Institute. 2023. URL: <https://www.bonn-institute.org/en/news/psychology-in-journalism-2>
11. The effects of sensational language in news. Texas State University Digital Repository. 2021.

DOI

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-15

УКРАЇНЬСЬКА МОВА МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Дарина Маргарид

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність С7 «Журналістика»
факультет іноземних мов, медіа та психології
Міжнародний університет, м. Одеса

Ганна Адамова

декан факультету іноземних мов, медіа та психології,
кандидат педагогічних наук, доцент
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-4411-84

***Анотація.** Досліджено роль української мови в житті медіапросторі під час війни. Проаналізовано функції медіа як інструменту інформування, психологічної підтримки та суспільної консолідації. Особливу увагу приділено мовним трансформаціям, зокрема появі неологізмів, мемної лексики та зміні значень слів. Розглянуто відповідальність журналістів за формування мовної картини світу та вплив інформації на суспільну свідомість.*

***Ключові слова:** медіа, війна, українська мова, інформаційний простір, журналістика, неологізми, мемна лексика, медіадискурс, інформаційна безпека.*

У XXI столітті війна відбувається не лише у фізичному просторі, а й у площині інформації, де медіа виконують роль повноцінного учасника протистояння. На нашу думку, саме інформаційний вимір війни сьогодні значною мірою визначає сприйняття подій як всередині країни, так і на міжнародному рівні.

Інформація в умовах війни стає стратегічним ресурсом, що формує поведінку людей, їхню здатність реагувати на небезпеку та приймати рішення. Водночас, як видається, надлишок інформації може створювати ефект перевантаження, тому особливо важливою є не лише її достовірність, а й якісна подача [1].

Медіа виконують ключову функцію інформування населення: повідомляють про небезпеки, дають інструкції, пояснюють дії влади. Наприклад, офіційні повідомлення типу: «Увага! Повітряна тривога в Одеській області. Просимо негайно пройти в укриття» - демонструють чіткість, лаконічність і функціональність мови. Журналісти виступають посередниками між реальністю та її інтерпретацією, що підсилює їхню відповідальність [2].

Окрім інформування, медіа відіграють важливу роль у підтриманні психологічної рівноваги суспільства. Наприклад, новини з позитивними акцентами: «Українські захисники успішно відбили атаку», «Волонтери доставили гуманітарну допомогу постраждалим» зменшують рівень тривожності та підтримують моральний стан населення.

Особливого значення набуває об'єднувача роль медіа. Як зазначає Вікторія Сікорська у дослідженні: «Війна посилює потребу у підтримці, тому користувачі активно висловлюють співчуття, солідарність та вдячність через пости, коментарі й символічні жести, наприклад, поширення національної символіки» [10]. Користувачі формують відчуття єдності, поширюють історії героїзму: «Незламні мешканці міста

продовжують працювати попри обстріли», «Лікарі рятують життя цілодобово». Такі повідомлення сприяють консолідації суспільства та зміцнюють віру в перемогу [3].

Важливим аспектом є мова медіа, яка під час війни стає інструментом впливу. Наприклад, використання слів:

- «захисники» замість «військові»;
- «окупанти» замість нейтрального «війська»

формує емоційне ставлення аудиторії до подій. Таким чином, мова не лише описує реальність, а й конструює її [4].

Війна стимулює активні мовні зміни. З'являються нові слова та значення:

Неологізми:

«байрактарити» (активно діяти, нищити ворога);

«волонтерити» (займатися допомогою).

Переосмислення:

- «прильот» – влучання ракети;
- «тривога» – сигнал небезпеки.

Мемна лексика:

- «Добрий вечір, ми з України»;
- «Чорнобаївка» (як символ постійних поразок ворога).

Наприклад, у медіа часто зустрічаються заголовки:

«ЗСУ знову “забайрактарили” техніку ворога»

або «Чорнобаївка вкотре стала символом спротиву».

Такі мовні явища виконують не лише комунікативну, а й психологічну функцію [5].

Медіа відіграють ключову роль у поширенні цих мовних змін. Саме через новини, телебачення та соціальні мережі нова лексика швидко входить у повсякденне вживання, що підтверджує їхню роль як активного чинника формування мовних норм [6].

Водночас зростає відповідальність журналістів. Непереверена інформація або маніпулятивна подача можуть мати серйозні наслідки, тому дотримання стандартів журналістики є елементом національної безпеки.

Отже, медіа під час війни виконують комплексну роль: вони інформують, об'єднують суспільство, впливають на емоційний стан людей і формують мовну реальність. На мою думку, українська мова в медіапросторі сьогодні є не лише засобом комунікації, а й символом спротиву, ідентичності та культурної стійкості. Її розвиток у воєнний період демонструє здатність суспільства адаптуватися, зберігаючи власну самобутність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Castells M. Communication, power and counter-power in the network society// International Journal of Communication. 2007. Vol.1. P. 238-266. URL:<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>
2. McQuail D. Mass communication theory: An introduction. 3rd ed. London: Sage Publications, 1994. URL:<https://archive.org/details/masscommunicati>
3. Norris P. Public Sentinel: News Media and Governance Reform. Washington: World Bank, 2010. 300 p. URL:<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2480>
4. Fairclough N. Language and Power. 2nd ed. London: Routledge, 2001. 270 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315838250>

5. Crystal D. Language and the Internet. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 304 p. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511487002>
6. Інститут масової інформації. Як медіа працюють під час війни: дослідження. URL: <https://imi.org.ua>
7. Детектор медіа. Медіа в умовах війни: стандарти та виклики. URL: <https://detector.media>
8. Сікорська В. Ю. Медіадискурс в умовах суспільних трансформацій: мовний аспект. URL: <https://scholar.google.com/scholar?q=Сікорська+медіадискурс+і>
9. Сікорська В. Ю. Українська мова в медіапросторі: динаміка та сучасні тенденції. URL: <https://scholar.google.com/scholar?q=Сікорська+українська+мова+медіапростір>
10. Сікорська В.Ю. Мова соціальних мереж під час військової агресії росії проти України: лексичні та структурно-семантичні особливості. Комуникація вв времена на глобални кризи : юбилеен сборник по случай 30-годишнината на специалността «Връзки с обществеността» и на катедра "Комуникация, връзки с обществеността и реклама" към Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет «Св. Климент Охридски» // <https://digital.libsu.uni-sofia.bg/en/v/67212>

♦ ♦ ♦

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-16

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ НОВИНИХ МАТЕРІАЛІВ

Варвара Стехова

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 1 курсу спеціальності С7 Журналістика
Міжнародний університет, м. Одеса,
науковий керівник **Арина Фрумкіна**
завідувач кафедри германських та східних мов і перекладу
доктор педагогічних наук, доцент
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-2635-685X

***Анотація.** У роботі здійснено комплексний аналіз лексичного складу сучасних новинних текстів. Досліджено функціонування суспільно-політичної термінології, механізми адаптації іншомовних запозичень та роль неологізмів у медійному дискурсі. Особливу увагу приділено засобам мовної компресії, зокрема абрєвіації, та використанню емоційно-експресивної лексики як інструменту формування громадської думки. Виявлено тенденції до демократизації мови новин та активного використання оцінних компонентів у межах інформаційного жанру.*

***Ключові слова:** журналістика, новинний дискурс, лексичні особливості, медіатекст, суспільно-політична лексика, запозичення, абрєвіація, мовна компресія.*

Сучасний інформаційний простір характеризується надзвичайно високою інтенсивністю оновлення даних, що безпосередньо впливає на мовну тканину журналістських матеріалів. Мова новин сьогодні це не просто засіб передачі фактів, а

складна система, що поєднує в собі інформативність, лаконічність та приховану або явну оцінність. Актуальність дослідження лексичних особливостей зумовлена постійною трансформацією медіа мови під впливом соціальних, політичних та технологічних чинників.

Як зазначає Вікторія Сікорська: «Як феномен публічної комунікації український національний дискурс характеризується підвищеним рівнем інтенційності, оскільки кожен публічний виступ є не лише актом інформування, а й актом символічної дії, спрямованої на консолідацію адресатів навколо спільних ідей, емоційних настанов і ціннісних орієнтирів» [1].

А. Пехник зазначає: «В інформаційному суспільстві сформувався особливий інформаційний тип культури, який, у свою чергу, дає поштовх до культурних перетворень. Специфіка інформаційного типу культури полягає в діалозі екранного тексту зі споживачем інформації. Інформаційно-комунікативний простір - це простір, який охоплює певний обсяг реального світу» [2, с. 166].

Основою лексики новин є суспільно-політична термінологія. Вона забезпечує точність, однозначність та офіційність повідомлення. До цієї групи належать слова, що описують державний устрій, міжнародні відносини та діяльність інституцій. Наприклад, у сучасних українських новинах неможливо уявити висвітлення подій без таких лексем, як «парламентська коаліція», «ратифікація», «імпічмент», «санкційна політика» або «євроінтеграційні процеси».

Економічна лексика також посідає чільне місце, особливо в аналітичних блоках новин. Використання термінів «волатильність валюти», «транш», «рецесія», «профіцит бюджету» дозволяє журналісту фахово описувати складні процеси, хоча це й вимагає від аудиторії певного рівня підготовки. Останнім часом спостерігається тенденція до пояснення складних термінів через контекст або безпосередні дефініції в тексті, що робить новини більше.

Однією з найяскравіших рис сучасної медіа мови є масове проникнення англіцизмів. Процес глобалізації призвів до того, що багато понять швидше запозичуються в готовому вигляді, ніж перекладаються. У новинах ми постійно зустрічаємо: «спірайтер», «хедлайнер», «кейс» (у значенні випадку або справи), «брифінг», «фейк», «локаут». Наприклад, замість «неправдива інформація» дедалі частіше вживається коротке та ємке «фейк», що вже стало повноцінною частиною професійного лексикону журналістів.

Окрім запозичень, новини генерують велику кількість неологізмів, зокрема окупаційних. Це слова, що виникають у відповідь на конкретні історичні події. Наприклад, терміни, пов'язані з цифровізацією суспільства: «кібербезпека», «діджиталізація», «е-декларування». Такі новотвори швидко переходять із розряду індивідуально-авторських у загальноновживані, формуючи актуальний лексичний фон епохи.

Жанр новини вимагає максимальної концентрації змісту в мінімальному обсязі тексту. Це зумовлює використання засобів мовної компресії. Найпоширенішим із них є аббревіація. У новинних стрічках ми бачимо назви організацій та структур у скороченому вигляді: «ЗСУ», «МВФ», «ООН», «РНБО», «ЦПД». Це не лише економить друкований простір, але й пришвидшує сприйняття інформації обізнаним читачем.

До компресії також можна віднести вживання складних слів-комполітів, які замінюють цілі словосполучення: «енергонезалежність» (замість «незалежність у енергетичній сфері»), «правовідносини», «державотворення». Такі структури роблять текст більш щільним та динамічним, що критично важливо для формату «блискавок» або стрічок новин.

Хоча стандарти журналістики вимагають відстороненості та об'єктивності, лексика новин часто містить оцінний компонент. Це досягається через використання стилістично забарвлених слів. Замість нейтрального «сказав» журналісти вживають «наголосив», «заявив», «запевнив» або «висловив переконання», що вже надає цитаті певної ваги.

Метафоризація - ще один потужний інструмент. У заголовках часто можна зустріти вирази типу «дипломатичний прорив», «газовий шантаж», «затишшя перед бурєю», «політичне фіаско». Такі метафори створюють візуальний образ у свідомості читача і змушують його емоційно реагувати на сухий факт. Епітети на кшталт «безпрецедентний», «історичний», «скандальний» також слугують маркерами важливості події, хоча їх надмірне використання може призводити до маніпуляцій.

Лексичний склад сучасних новин - це багаторівнева система, де офіційний стандарт взаємодіє з живою розмовною мовою та запозиченнями. Основними тенденціями є термінологізація, активна неологізація та прагнення до лаконічності через складні мовні конструкції. Розуміння цих особливостей є критично важливим для майбутнього журналіста, оскільки саме через вибір лексем здійснюється не лише інформування, а й інтерпретація дійсності.

Під час дослідження лексичних особливостей мови новинних матеріалів було встановлено, що сучасний медіадискурс є надзвичайно динамічною системою, яка миттєво адаптується до суспільних трансформацій. Лексика новин сьогодні виконує не лише інформативну, а й прагматичну функцію, безпосередньо впливаючи на сприйняття подій аудиторією.

Основними результатами аналізу стали такі положення:

Основою новинного тексту залишається суспільно-політична та економічна термінологія. Використання таких лексем, як «децентралізація», «волатильність» чи «ратифікація», забезпечує точність та офіційність повідомлення. Водночас спостерігається тенденція до детермінологізації – складні поняття стають частиною повсякденного мовлення завдяки частому вживанню в медіа.

Сучасна мова новин характеризується активним запозиченням англіцизмів (кейс, наратив, хайп, фейк). Ці запозичення часто є більш лаконічними за питомі українські відповідники, що відповідає вимогам медіамови до економії мовних ресурсів. Крім того, виникнення окупаційних неологізмів та термінів цифрової сфери свідчить про високу адаптивність лексичного складу.

Установлено, що абрєвіація (ЗСУ, МАГАТЕ, ЄС) та складні слова-комполіти є ключовими інструментами мовної компресії. Це дозволяє журналістам подавати великі масиви інформації у максимально стислому вигляді, що критично важливо для форматів стрічок новин та соціальних мереж.

Попри стандарти нейтральності, лексика новин дедалі частіше включає оцінні компоненти. Використання метафор («дипломатичний марафон», «енергетичний шантаж») та емоційно забарвлених дієслів («наголосив» замість «сказав») дозволяє

журналістам розставляти акценти та формувати певний емоційний фон повідомлення.

Отже, лексика новинних матеріалів перебуває у стані постійного оновлення. Вона поєднує в собі строгість офіційного стандарту з гнучкістю живої мови, що робить її унікальним об'єктом для лінгвістичних та журналістикознавчих досліджень. Розуміння цих механізмів є необхідним для фахової підготовки майбутніх медійників, здатних створювати якісний та впливовий інформаційний продукт.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сікорська В., Ногай В. Мовні маркери українського національного дискурсу в публічному комунікативному просторі під час російсько-української війни // <https://dspace.vspu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ffd007d5-67ea-4918-b172-7fd0d4c18f75/content>
2. Пехник А. Тренди інформаційно-комунікативного простору в аспекті сучасних соціально-політичних процесів. *Діалог: Медіастудії*, 30, 165-174. URL: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318430>

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-17

THE POETICS OF THE TITLE IN THE CONTEXT OF THE GENRE AND COMPOSITIONAL STRUCTURE OF ISAAC ASIMOV'S SCIENCE FICTION NOVELLA «PROFESSION»

Yulia Chaban

Third-year student

Faculty of History and Philology

South Ukrainian National Pedagogical University

named after K. D. Ushynsky

Nataliya Kurasova

Senior Lecturer at the Department of Journalism

and Communication

Odessa National Maritime University

ORCID: 0000-0001-8672-0110

Abstracts. *This article analyses the poetics of the title of Isaac Asimov's novella «The Profession» in terms of its genre and compositional characteristics. The title is examined not merely as a nominal unit, but as a heading that embodies the central conflicts of the science fiction work. Drawing on the theoretical work of L. P. Yuldasheva, the author traces the transformation of the title from a 'sign' to a 'compressed text', reflecting the evolution of the protagonist's consciousness. The lexeme 'profession' functions as a thematic leitmotif that structures the characters' internal monologues and dialogues, emphasising the primacy of individual choice over a mechanised education system. Particular attention is paid to the pragmatic and differentiating functions of the title, which allow the author to highlight the problem of identity formation as the central axis of the narrative.*

Key words: *the poetics of the title, literary text, science fiction, professional self-*

definition, genre structure, leitmotif.

Statement of the problem. Familiarization with a literary work begins with its title, as this is the first aspect that captures the reader's interest. The title performs not only a nominative function but also conceptual, interpretive, and predictive functions, outlining the main ideological and thematic emphases. It is particularly important to examine the relationship between the text's title and its genre-compositional structure, as it is precisely through this interaction that the work's integrity is revealed.

From the perspective of such an analysis, Isaac Asimov's novella «Profession» is of particular interest; its title is highly semantically rich and directly linked to the work's key themes - knowledge, education, social stratification, and intellectual freedom. At the same time, the work's poetic features, particularly the poetics of its title, remain insufficiently explored, which necessitates a more detailed examination of this aspect.

An analysis of recent studies and publications. In his work, Asimov explores timeless questions, such as the technological transformation of the future and the importance of education in the world; this is precisely why his literary texts have been studied by many scholars. In particular, Zh. Klymenko and V. Turyanytsia noted the writer's views on the future in their works; T. Kushnirova and A. Reva analyzed neologisms in the author's works; T. Besarab and Y. Pavlishcheva highlighted the innovative nature of his discourses; N. Mikhalskaya and B. Shchavursky published an encyclopedic reference book on foreign writers, in which O. Rokash wrote a separate article about A. Asimov.

The purpose of this study is to analyze the functional significance of the title of Isaac Asimov's novella «Profession» in the context of its genre and compositional structure.

Summary of the Main Content. The work «Profession» is classified as a novella. The novella belongs to the science fiction genre, which involves a combination of unrealistic motifs with technically grounded visions of the future. The main plot of the work focuses on the development of the protagonist, George Platen, who is on the path to professional self-discovery. This process combines personal growth and professional training, creating a plot characteristic of science fiction, in which the inner lives of the characters are closely intertwined with the technological and social aspects of the future. In this context, the title of the work, which contains a fantastical element, takes on special significance.

The title of a work is the key to understanding a literary text. The title of Isaac Asimov's short story «Profession» is multifunctional, as it combines semantic, emotional, and structural significance. V. Busel notes that a profession is a type of occupation or work that requires specific training and serves as the primary means of livelihood; a profession [2]. A single word, succinctly denoting a person's professional activity or calling, directs the reader's attention to the story's central theme - the choice of a life path and the formation of individual identity within the context of the world's social and technological organization. In the context of the work, «Profession» becomes a definition of one's occupation, a symbol of aspiration, personal development, and future responsibility.

L. Yuldasheva claims that a title is the name of a work, a special type of proper noun used to identify a text; the primary function of a title is to name the text [4]. Undoubtedly, any title primarily serves a nominative function, the main purpose of which is to distinguish a particular work from others. This function remains intact even if the title contains functional parts of speech. The scholar also emphasizes that traditionally, five types of relationship

between the title and the text are distinguished: the title as a sign, as part of the text, as condensed text, and as primary and secondary text [3].

Taking into account L. Yuldasheva's classification, we can assert that the title of the novella «Profession» incorporates all of the aforementioned types of connection to the text. As a sign, it serves as a semiotic marker of the entire depicted society of the future, symbolizing the caste system. At the same time, the title functions as an integral part of the text, since the word «profession» is an organic element of the work, constantly recurring in dialogues and serving as the main leitmotif. Furthermore, the title unfolds as a condensed text, as this single word encapsulates the entire plot of the work (from George Platen's childhood aspiration to become a programmer to the final realization that an educated person must think creatively). Finally, the title exhibits characteristics of both primary and secondary text, since in the first instance the title refers to the direct plot about young people pursuing a profession, and in the second - it takes on philosophical and metaphorical meaning, appealing to the work's subtext about the value of creative thinking beyond conventional frameworks.

The poetic quality of the title is evident in its semantic density. A single word conveys the complex concept of the character's training, knowledge, and social role. For George Platen, the title resonates with his life ambitions and personal development. *He said, "I was going to be a Computer Programmer and I can be one. I could be one today, regardless of what they say analysis shows." He pounded his mattress. "They're wrong. They must be."* [5, p. 11]. In a conversation in Room 15-C, Sam Ellenford explains to the boy that it is impossible for him to become a specialist in this field.

"Of course. To begin with, you can't be a Computer Programmer, George. You've guessed that, I think."

"Yes, I have," said George bitterly. "What will I be, then?"

"That's the hard part to explain, George." He paused, then said with careful distinctness, "Nothing."

"What!"

"Nothing!" [5, p. 25].

The protagonist feels lost and unsure of what to do next, but the incident in this room sparks a long quest for truth and a realization of his uniqueness.

In a literary context, the word «profession» reflects the character's inner motivation, his desire for mastery and a high level of competence in the field of computer science. It should be noted that this choice was a conscious one and not imposed by his parents; before making a final decision about his future profession, George searches for and finds books in which he studies new material and is once again convinced of the correctness of his choice. The dream of doing what he loves will fuel the fire in his eyes throughout the entire story. George Platen tells Dr. Antonelli *"Not at first. I got other books on mathematics and electronics. I made out all I could. I still don't know much, but I know enough to know I like it and to know I can make it."* [5, p. 22]. Thus, the protagonist's journey toward understanding his calling and his preferences is described. At the same time, the brevity of the title serves to focus attention on the central theme, with all the events and interactions between the characters centred on the challenge of charting one's own career path.

The functional significance of the title in the text manifests itself in several ways. It serves as a guide for the reader, signaling the central theme of the work and reflecting the

younger generation's choice of specialization and the development of their abilities. Through the constant repetition of the theme of vocation in George's dialogues and internal monologues, a thematic framework is created that supports the plot structure and underscores the protagonist's psychological state. For example, the scenes of preparation for Education Day and the arguments with Trevelyan reflect the social system of selection and clearly demonstrate the significance of vocation as a determining factor in future success. Travilyan's father and grandfather were both certified metallurgists, so the young man himself chose this profession without hesitation. Their family had an almost unquestionable claim to the profession of metallurgy. He was utterly convinced that other professions weren't all that respectable. However, George claims *"There'll be a million Metallurgists put out along with you."*

"Because it's good. A good profession. The best."

"But you get crowded out, Stubby. You can be way back in line. Any world can tape out its own Metallurgists, and the market for advanced Earth models isn't so big." [5, p. 13].

This is one of the factors explaining the protagonist's choice of a different profession: the limited number of graduates in the field of programming leads to high demand for specialists, which, in turn, creates the conditions for him to pursue his calling. In addition, the title serves a pragmatic function. It provides structural support to the text, creating expectations in the reader and setting the starting point for the unfolding of plot events. Given the context of the work, where education, specialization, and the development of abilities are central, the word "profession" becomes a key marker of the significance of these processes. It is precisely through the title that the connection between the character's individual training and the large-scale social systems regulating the selection of specialists for the colonization of other planets is emphasized.

The title also serves to distinguish the main plotline from secondary events and supporting characters. All of George's conversations, arguments, inner struggles, and interactions with Hayley, Trevelyan, and the other residents of the Boarding School are centered on the issue of choosing a career. In a literary text, this creates an effect of thematic focus. In other words, whether the text deals with a child's fears, conflicts, or the protagonist's inner reflections, the focus is always on the choice of a profession as the primary factor shaping one's personality and future destiny.

This multifaceted concept is brought to life in a meticulously crafted fictional world of the future, where the author employs a range of fantastical elements to underscore the central themes. Among these are modes of transportation that do not exist in the modern world, such as spaceships and flying skimmers. The mention of such modes of transportation stems from the fact that the world presented by the author is not limited to Earth alone, there are planets such as Diporia and Novia (an A-class planet), so these vehicles are necessary for traveling to other planets. Today, it is impossible to confirm the existence of these planets. Additionally, the process of learning to read is fictional. The author describes George's acquisition of skills through his physical sensations.

He didn't feel the wires at his temple. The buzz was a distant thing, and there was the sound of his own blood in his ears, ringing hollowly as though it and he were in a large cave... The doctor tore off pieces and put them into a slot in another machine... "You'll be reading in fifteen minutes". [5, p. 10]. It is also important to note the process of choosing a profession, since humanity has delegated this responsibility to a machine capable of reading brain

activity; after conducting an analysis, the machine suggests a profession that would be suitable for a particular individual. Thus, the story's science fiction setting serves as a contrast to the protagonist's genuine desire to find his own path outside the system.

Conclusions. Summarizing the study of the poetics of the title of Isaac Asimov's science fiction novella «Profession», it is worth noting that it functions not only as a means of naming but as a key semantic hub of the work, in which the central conflict and the protagonist's value system, as represented in the literary text, are concentrated. Through the lexeme "profession," the author skillfully reveals the image of George Platen, for whom the path to acquiring a profession becomes one that affirms the protagonist's determination and striving for intellectual freedom. The application of L. Yuldasheva's classification made it possible to demonstrate that the title functions as a complex component within the genre-compositional structure.

The compositional role of the title is revealed in its function as a key leitmotif that structures the characters' internal monologues and dialogues, creating a thematic framework for all plot lines, ranging from personal conflicts with peers to confrontation with the state education system.

Given the genre's specificities, the poetics of the title underscore the work's belonging to the science fiction genre, where the title becomes the intersection between the writer's technological forecast and his belief in the potential of the human mind.

REFERENCES

1. Азімов А. Фах. Кінець вічності. Київ: Дніпро, 1990. С. 460-516
2. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ, Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
3. Юлдашева Л. П. Заголовок як текстовий і метатекстовий компонент. *Science and Education a New Dimension*. Будапешт, 2016. № 21. С. 56-59
4. Юлдашева Л. П. Функції заголовків. *Science and Education a New Dimension*. Будапешт, 2018. № 5. С. 70-74
5. Asimov I. *Profession*. Astounding Science Fiction. Street & Smith Publications, Inc. 1957. P. 62

РОЗДІЛ 2

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР, МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ,
МЕДІА ТА ГРОМАДСЬКА АКТИВНІСТЬ

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-18

ІНТЕРВ'Ю-РІКА ЯК ПЕРФОРМАТИВНИЙ ЖАНР

Тетяна Шевченко

доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри української літератури та компаративістики
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
ORCID: 0000-0002-8118-966

***Анотація.** Доповідь присвячено специфіці жанру довгого інтерв'ю з перформатичного погляду. Закцентовано увагу на самоконструюванні суб'єкта, який у розгорнутій бесіді створює власну ідентичність, а не просто її описує.*

***Ключові слова:** інтерв'ю-ріка, перформатив, жанр, комунікація.*

Останнім часом доволі популярним став формат спілкування письменників із критиками, публіцистами, іншими митцями, названий «довге інтерв'ю» чи «інтерв'ю-ріка». Ідеться про тривале спілкування (інколи розтягнуте на декілька років), згодом оформлене у вигляді книги.

Другий компонент назви жанру «ріка», з нашого погляду, лише частково є метафорою: тривале спілкування двох учасників комунікації може, як ріка, поширитися на зовнішні контексти, а не лише торкатися, власне, заявленого предмета розмови, бути необмеженим у межах встановленого формату, як природний водний потік. Іншими словами, спілкування, як і ріка, може тривати, без різких зупинок, розгортається асоціативно, повертати до уже згаданих тем.

У таких творах митець розкривається по-новому, має можливість розгорнуто поміркувати про поточні проблеми буття, привідкрити завісу латентних аспектів власної творчості, поділитися власним розумінням тих чи тих аспектів минулого і сучасності. Книги такого формату цікаві саме діалогічною презентацією митця, його роздумами, народженими наживо. У цьому аспекті варто згадати, скажімо, польські зразки жанру «Так казав... Лем» С. Береса чи «Польські розмови» А. Міхніха з Ч. Мілошем. У сучасній українській літературі варто загадати проєкт «Інший формат» Т. Прохаська, «Ворохтаріум» Ю. Андруховича, О. Бойченка, О. Друля, «Summ'и» Ю. Іздрика і Є. Нестерович [1], «Український палімпсест» О. Забужко та І. Хруслінської, серію інтерв'ю Т. Марценюк тощо.

Очевидно, що письменницькі роздуми довкола важливих для суспільства питань, якби вони являли собою просто есеї чи були частиною інших жанрів, не були б такими жвавими, гострими, як у варіанті тривалих відповідей на питання ерудованого інтерв'юера чи як продовження запропонованих ним роздумів. Тож варіант інтерв'ю-ріки виявляється найбільш доречним для тривалого спілкування, адже в розлогій

бесіді можна торкнутися настільки широких тем, що укласти їх у формат традиційного інтерв'ю буде неможливо. Комунікативна стратегія такого проєкту - наближеність до усного невимушеного спілкування, саморозгортання тексту, взаємодоповнення, єднання двох позицій у єдиний потік мислення. Тож основні жанрові ознаки цього розлогого інтерв'ю такі: плинність комунікації, яка може повертати до сказаного раніше в новій редакції чи відходити трохи в бік від заданого напрямку розмови; розлогий тематичний діапазон бесіди, діалог не являє собою традиційне інтерв'ю як відповіді на поставлені питання: ідеться про бесіду однодумців, кожен із яких доповнює іншого, створюючи єдине полотно міркувань, роздумів, тож доцільно говорити про цей діалог як спільний ментатив, оформлений у діалогічний спосіб; гнучка композиція спілкування, нерідко самі питання опиняються за лаштунками проєкту, читач не знає, у якому порядку обговорювалися теми, адже хронологія спілкування залишається, так би мовити, поза кадром; відсутність конфліктності, лише обмін думками, спілкування в атмосфері довіри одне до одного, налаштування на обопільний пошук істини; непередбачуваність процесу бесіди, неочікувані повороти в обговоренні мистецьких та інших тем; створення ефекту присутності читача: спілкуються двоє, між тим обоє учасників комунікації апелюють до зовнішнього реципієнта, який потім постане споживачем прочитаного; чималий обсяг, який дозволяє охопити максимальну кількість питань. Сам текст бесіди, як правило, вирізняється метафоричністю та образністю, художністю, інтертекстуальністю. Він є динамічним, читабельним, енергійним, адже увага в ньому постійно фокусується то на позиції одного учасника комунікації, то на іншого, як це не парадоксально. Роль інтерв'юера може бути як рівноправною, так і мінімальною.

Якщо ознаки інтерв'ю-ріки як виняткового жанру, що межує між журналістикою і письменством, більш-менш описані, передусім, у польській гуманітаристиці (А. Міхнік, Р. Ніч, Є. Яжемський, М. Ружанський, П. Дзел, К. Якубовська-Кравчик, І. Новак), а також у працях Ч. Брігса, Е. Мішлера, А. Портеллі, то цей твір з погляду перформативних практик тільки-но стає об'єктом осмислення. Між тим аналізований твір постає гібридним утворенням публіцистики, мемуаристики, усної історії, самоінтерпретації автора як перформативного висловлювання, адже йдеться про мовлення письменника, який створює власний образ «я» в процесі говоріння. І йдеться, за Дж. Келлером, про ситуацію, у якій у процесі перформативних практик розкривається зв'язок між сенсом сказаного і наміром мовця, що визначається соціальними і лінгвістичним конвенціями. Вони забезпечують практикам характер створюваної (тут і зараз) ситуації [2]. На нашу думку, інтерв'ю-ріка має всі ознаки перформативного твору, адже: 1) йдеться не про запис життя, а подію мовлення, у якій життя набуває форми і сенсу; 2) у мовленні відбувається самоконструювання суб'єкта, який створює власну ідентичність, а не просто її описує, тож авторське «я» тут не передує тексту, а виникає в мовленні; 3) наратив митця як перформанс являє собою розповідь, організовану як вибір подій, їхнє впорядкування, акцентування. Іншими словами, відбуваються процеси самоідентифікації інтерв'юйованого у форматі процесу, а не стабільної сутності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шевченко Т. М. «Розмови про життя і мистецтво» Г. Пагутяк і О. Клименка:

жанр, засоби впливу. Вісник науки та освіти. Серії: Філологія; Педагогіка; Соціологія; Культура і мистецтво; історія та археологія. 2025. Вип. 11(4). С. 1387-1397.

2. Culler J. Philosophy and Literature. The Fortunes of The Performative. Poetics today. 2000. Т. 21. Вип. 3. С. 503-519.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-19

ГІБРИДИЗАЦІЯ МЕДІАПРОСТОРУ ЯК ВИКЛИК ЯКОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ

Тетяна Громко

доктор філологічних наук, доцент
професор кафедри германських і східних мов та перекладу
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0002-4661-4302

***Анотація.** У статті розглянуто гібридизацію медіапростору як чинник трансформації журналістики та журналістської освіти. Проаналізовано вплив медіаконвергенції, платформізації та алгоритмічного контролю на зміну функцій журналістики і критеріїв достовірності інформації. Обґрунтовано необхідність оновлення освітніх стандартів і формування критичних медіакомпетентностей здобувачів у цифровому середовищі.*

***Ключові слова:** гібридизація медіапростору, журналістська освіта, медіаконвергенція, платформізація, алгоритмічний контроль.*

Гібридизація сучасного медіапростору, зумовлена процесами медіаконвергенції, платформізації та алгоритмічного контролю, призводить до суттєвої трансформації функціональних меж журналістики як професійної діяльності. Взаємопроникнення журналістських практик із блогінгом, PR-комунікаціями, SMM, контент-менеджментом і цифровим сторітелінгом формує гібридні моделі медіавиробництва, у яких поєднуються інформаційні, комерційні та репрезентативні стратегії. У цих умовах традиційна журналістика втрачає статус домінантного інституційного виробника суспільно значущої інформації, поступаючись платформозалежним формам комунікації, де алгоритмічний відбір і ранжування контенту визначають його видимість, релевантність та вплив на аудиторію.

Платформізація медіасередовища змінює логіку функціонування журналістського контенту, підпорядковуючи його алгоритмічним механізмам розповсюдження, що зміщує акцент із суспільної значущості на показники залученості та охоплення. Водночас медіаконвергенція сприяє розмиванню меж між жанрами, форматами і професійними ролями, що ускладнює визначення нормативних орієнтирів журналістської діяльності. Унаслідок цього постає проблема забезпечення якості журналістської освіти, оскільки суміжні медіапрактики функціонують у ситуації нормативної невизначеності та не мають уніфікованих стандартів, співвідносних із класичними принципами журналістики.

Таким чином, гібридизація медіапростору не лише трансформує професійне поле

журналіста, але й актуалізує необхідність концептуального переосмислення змісту освітніх програм, орієнтованого на формування здатності здобувачів до критичного функціонування в умовах алгоритмічно керованого, платформозалежного та конвергентного медіасередовища [1; 4].

Метою виступу є теоретичне обґрунтування підходів до підготовки журналістів в умовах гібридизації медіапростору, з урахуванням впливу медіаконвергенції, платформізації та алгоритмічного контролю на трансформацію професійних стандартів, а також визначення принципів забезпечення якості освітньої діяльності в умовах розмиття меж між журналістикою та суміжними видами медіакомунікації.

Виклад основного матеріалу. Гібридизація медіапростору, що постає як результат взаємодії процесів медіаконвергенції, платформізації та алгоритмічного контролю, зумовлює не лише трансформацію структурних характеристик медіасистеми, але й радикальну зміну епістемологічного статусу журналістики як інституційної практики виробництва соціально значущого знання. У сучасному медіасередовищі журналістика перестає функціонувати як привілейований механізм верифікації та легітимації інформації, поступаючись місцем гібридним формам медіакомунікації, в яких поєднуються логіки інформування, впливу, саморепрезентації та комерційної оптимізації.

Медіаконвергенція, у цьому контексті, не обмежується технологічною інтеграцією каналів комунікації, а передбачає глибинне переплетення дискурсивних практик, унаслідок чого традиційні жанрові, функціональні та інституційні межі журналістики зазнають деконструкції. Блогінг, PR-комунікації, SMM, контент-менеджмент і цифровий сторітелінг формують поліфункціональне середовище, у якому інформаційні повідомлення набувають статусу гібридних знакових конструкцій, що одночасно виконують інформативну, репрезентативну, афективну та маркетингову функції. Унаслідок цього відбувається перехід від журналістики як автономного соціального інституту до медіадіяльності як розподіленої мережевої практики, де різні актори - індивідуальні, інституційні та алгоритмічні - спільно формують інформаційний порядок денний.

Платформізація медіапростору, своєю чергою, змінює не лише канали циркуляції інформації, але й самі принципи її виробництва та споживання. У межах платформних екосистем (соціальні мережі, агрегатори новин, відеохостинги) інформаційні потоки організовуються через алгоритмічні механізми ранжування, фільтрації та персоналізації, що формує новий тип медіареальності - алгоритмічно сконструйоване інформаційне середовище. Алгоритмічний контроль виступає тут як форма структурної влади, яка визначає не лише доступність контенту, але й умови його інтерпретації, оскільки алгоритми задають рамки видимості, релевантності та пріоритетності повідомлень.

Унаслідок цього змінюється онтологія медіаконтенту: він функціонує не як автономний носій інформації, а як елемент алгоритмічно регульованої системи обігу символічних ресурсів, інтегрованої в економіку уваги. Цінність контенту визначається не стільки його епістемічною валідністю, скільки здатністю генерувати взаємодію, утримувати увагу та забезпечувати алгоритмічну видимість. Це призводить до структурного конфлікту між журналістськими стандартами (достовірність, баланс, суспільна відповідальність) і платформною логікою комунікації, орієнтованою на

максимізацію залученості.

У цьому контексті блогінг постає як форма суб'єктивованої медіакомунікації, в якій авторська позиція не лише не нейтралізується, але й стає ключовим ресурсом довіри та впливу [4]. Водночас PR-комунікації реалізують інституційні стратегії символічного впливу, що передбачають селективне конструювання інформаційних повідомлень, їх фреймування та інтерпретацію відповідно до стратегічних комунікативних цілей [1]. Іншими словами, гібридизація медіапростору супроводжується не лише функціональною, але й аксіологічною трансформацією медіакомунікації, у якій змінюються критерії істинності, значущості та довіри].

У площині журналістської освіти це породжує комплекс системних викликів, які мають не лише прикладний, але й теоретико-методологічний характер. Передусім ідеться про проблему нормативної невизначеності суміжних медіапрактик, яка унеможливує однозначне визначення професійних стандартів і відповідних освітніх результатів. Якщо журналістика історично формувалася як нормативно регламентована діяльність із чітко окресленими етичними принципами, то гібридні форми медіадіяльності функціонують у режимі нормативної множинності, де відсутня єдина система критеріїв оцінювання якості контенту [2].

Це, своєю чергою, ускладнює імплементацію стандартів забезпечення якості освіти, зокрема вимог «Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area», які передбачають чіткість результатів навчання, внутрішню узгодженість освітніх програм та прозорість критеріїв оцінювання. У ситуації гібридного медіапростору виникає суперечність між нормативною стабільністю освітніх стандартів і динамічністю медіапрактик, що піддаються постійним технологічним і алгоритмічним змінам [3].

Додаткового ускладнення набуває епістемологічний вимір проблеми, який полягає у зміні механізмів виробництва і легітимації знання. У традиційній журналістиці істинність інформації забезпечувалася через процедури перевірки, редакційного контролю та професійної відповідальності. Натомість у гібридному медіапросторі ці функції частково делегуються алгоритмічним системам, що здійснюють відбір і пріоритизацію інформації на основі непрозорих критеріїв.

У цьому контексті особливого значення набуває проблема формування критичної медіакомпетентності здобувачів, яка має виходити за межі традиційного розуміння журналістських навичок і включати здатність до аналізу алгоритмічних механізмів, платформних структур та економіки уваги. Компетентність С7 «Журналістика» у цьому випадку постає як інтегративна, оскільки вона поєднує когнітивний, аналітичний і етичний виміри медіапрактики, забезпечуючи здатність до деконструкції маніпулятивних стратегій та критичного оцінювання інформаційних потоків.

Не менш важливою є проблема кадрового забезпечення освітніх програм, яка в умовах гібридизації медіапростору набуває системного характеру. Сучасні медіапрактики потребують викладачів, здатних інтегрувати теоретичні знання про медіасистему з практичним досвідом роботи в цифровому середовищі. Водночас відсутність такої інтеграції призводить до фрагментації освітнього процесу.

Концептуальне оновлення освітньо-професійних програм у цих умовах має ґрунтуватися на принципі структурної інтеграції різних типів медіадіяльності. Це передбачає не лише розширення змісту навчання, але й його системну організацію з

урахуванням взаємозв'язків між журналістикою, PR, SMM і платформними комунікаціями [2].

Окремої уваги потребує технологічний аспект забезпечення якості освіти, оскільки цифрове медіасередовище визначає нові вимоги до інструментальної бази навчання [3]. Використання аналітичних платформ, систем управління контентом, інструментів обробки даних, мультимедійного виробництва та OSINT-практик дозволяє інтегрувати освітній процес у реальний медіаконтекст.

Таким чином, гібридизація медіапростору постає не лише як емпіричний феномен, але й як теоретико-методологічний виклик, що вимагає переосмислення основ журналістської освіти. Системне оновлення освітніх стандартів має враховувати процеси медіаконвергенції, платформізації та алгоритмічного контролю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Основи медіаменеджменту. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с.
2. Пристай Г. В. Інноваційні методи формування компетентностей майбутніх журналістів // Український інформаційний простір. 2022. № 2 (10). С. 86-95.
3. Стратегія розвитку медіаграмотності до 2026 року : схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15.05.2024 № 449-р. Київ, 2024. 24 с.
4. Фрумкіна А. Л. Bundesdeutscher massenmedialer Diskurs aus phonostilistischer Sicht // Одеський лінгвістичний вісник : науково-практичний журнал. Одеса : Національний університет «Одеська юридична академія», 2017. № 10. Т. 1. С. 121-124.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-20

FOREIGN MEDIA AS A FACTOR IN EXTERNAL POLITICAL PRESSURE ON NIGERIA DURING THE CIVIL WAR

Oseni Azeez

Chairman of youth empowerment for peace and security

Abstracts. *This article analyses the role of the foreign media as a factor in shaping international public opinion and as a tool for exerting foreign policy pressure on the Nigerian government during the civil war of 1967-1970. It is argued that media coverage of the humanitarian crisis in Biafra significantly influenced the positions of Western states and international organisations, whilst simultaneously shaping a specific narrative of the conflict.*

Key words: *The Nigerian Civil War; Biafra; foreign media; international public opinion; foreign policy pressure.*

Presentation of the main material: The Nigerian Civil War (1967-1970), known in academic literature as the Biafran War, ranks among the most high-profile and, at the same time, revealing conflicts in post-colonial Africa. It arose at the intersection of deep-seated ethno-political and socio-economic contradictions and was accompanied by a massive humanitarian catastrophe. Under these circumstances, the foreign media acted not only as channels for transmitting information, but also as an important instrument for shaping

international public opinion, which, in turn, became a mechanism for exerting foreign policy influence on the Nigerian federal government. An analysis of the media's role in this conflict allows for a deeper understanding of the interconnection between the information space and decision-making processes in the field of international relations.

Following its independence in 1960, Nigeria faced a number of structural problems, caused primarily by the ethnic and religious fragmentation of society. The dominance of the three main ethnic groups—the Hausa-Fulani, the Yoruba and the Igbo—in the country's political life led to increased competition for power and resources. A series of military coups and outbreaks of inter-ethnic violence acted as catalysts for disintegration processes, which ultimately led to the declaration of independence by the Eastern region, known as Biafra, in 1967. In response, the central government launched a military operation that escalated into a protracted armed conflict [1].

As the fighting unfolded, there was extensive media coverage of the events. Thanks to the rapid development of television and photojournalism, the Nigerian conflict became one of the first to receive widespread international attention. Visual images, particularly photographs of children in Biafra emaciated by starvation, took on symbolic significance and provoked a powerful emotional response across the globe.

Leading European and American media outlets made a significant contribution to shaping the international perception of the conflict, focusing primarily on the humanitarian dimension of the war. Reports from the scene, documentary evidence of mass starvation and the suffering of the civilian population helped to shape the image of the conflict as a humanitarian tragedy, for which responsibility was largely attributed to the central government of Nigeria [2].

It is worth noting that the media performed not only an informational but also an interpretative function. Selectivity in the presentation of facts and an emphasis on certain aspects of the conflict led to the formation of a specific narrative that intensified the emotional perception of events. This, in turn, contributed to the mobilisation of civil society in Western countries, where large-scale campaigns of solidarity with Biafra unfolded, including the collection of humanitarian aid and calls for political intervention.

Public opinion, shaped by the media, became a significant factor influencing the foreign policy stances of individual states. In particular, some countries, such as France, demonstrated their sympathy for Biafra by providing it with indirect support. Despite the majority of states officially recognising Nigeria's territorial integrity, they were compelled to respond to the humanitarian dimension of the conflict under pressure from their own societies [3].

At the same time, media influence extended to the activities of international organisations. The intensification of humanitarian missions, in particular by the International Committee of the Red Cross, was largely driven by the extensive coverage of the crisis in the global media. Consequently, the Nigerian government found itself in a situation where its military and political actions were indirectly constrained by the need to take international reaction into account.

A key aspect of the conflict was the information war between the opposing sides. The Biafran authorities made active use of the international media, granting journalists access to the affected regions and thereby helping to spread a narrative that served their interests [4].

Instead, the Nigerian federal government sought to control the information landscape

by restricting access for foreign correspondents and promoting its own interpretation of events.

As a result, a certain asymmetry emerged in the coverage of the conflict, with the humanitarian aspect of Biafra dominating over an analysis of the complex political and historical causes of the war [5]. This highlights the need for a critical approach to media sources, particularly in the context of armed conflicts, where information often becomes a tool of political struggle.

Although the foreign media had no direct influence on the course of the fighting, their role in shaping the international context of the conflict was significant. Under their influence, the governments of Western states stepped up their humanitarian policies, leading to an increase in the volume of aid provided to the affected population [6].

Furthermore, the Biafran War set a precedent that demonstrated the media's potential as a factor influencing international relations. It showed that the information sphere can act as a catalyst for political decisions and the formulation of foreign policy strategies [7].

Conclusions: During the civil war in Nigeria, the foreign media served not only to inform but also to actively influence the international political arena. By shaping public opinion, they indirectly influenced state policies and the activities of international organisations, becoming an instrument of foreign policy pressure. At the same time, their activities were not neutral, as they participated in constructing the dominant narrative of the conflict.

The relevance of analysing this historical case remains valid in the present day, when the media play a key role in covering international conflicts. Understanding the mechanisms of their influence is a necessary prerequisite for a comprehensive study of global political processes in the age of the information society.

REFERENCES

1. Stremiau J. The international politics of the Nigerian civil war, 1967-1970. Princeton : Princeton University Press, 1977. 412 p.
2. de St. Jorre J. The Nigerian civil war. London : Hodder and Stoughton, 1972. 367 p.
3. Forsyth F. The Biafra story. London : Penguin Books, 1969. 256 p.
4. Heerten L. The Biafran war and postcolonial humanitarianism: Spectacles of suffering. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 343 p.
5. Uche L. U. Mass media, people, and politics in Nigeria. New Delhi : Concept Publishing, 1989. 276 p.
6. Peterson S. Me against my brother: At war in Somalia, Sudan and Rwanda. New York : Routledge, 2000. 368 p.
7. Hammond W. M. Reporting Vietnam: Media and military at war. Lawrence : University Press of Kansas, 1998. 395 p.

• • •

**ГОЛОСИ ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ:
МІЖКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР КОМУНІКАЦІЇ****Людмила Саєнко**

кандидат історичних наук
завідувач науково-педагогічної бібліотеки
КЗВО «Одеська академія
неперервної освіти Одеської обласної ради»,
голова Одеського осередку НТШ
ORCID: 0009-0007-7309-7367

***Анотація.** Стаття присвячена сучасній літературі війни та особливостям прози, поезії російсько-української війни як засіб міжкультурної комунікації.*

***Ключові слова:** комунікація, сучасна література, поезія, проза, війна.*

Літературна діяльність завжди відображає події, що відбуваються в суспільстві, впливаючи на вибір тем, образів і жанрів. Особливе значення така реакція має у складні періоди для народу, адже література слугує свого роду суспільним терапевтом: допомагає осмислити проблему, прийняти реальність, висловити біль і знайти шлях до змін.

Сучасні події в Україні, пов'язані з війною, відіграють важливу роль не лише у політичному та соціальному житті, але й значно впливають на культурну спадщину українського народу. Висвітлення цих подій стає особливо важливим для збереження культурної ідентичності, формування нових мистецьких і літературних напрямів, а також для підкреслення духовної цінності нації та її стійкості.

Сучасні українські письменники, які водночас є військовослужбовцями Збройних сил України, продовжують традицію воєнної літератури, збагачуючи світову культуру автентичним звучанням, що передає унікальні перспективи та досвід повномасштабної війни.

Їхні твори у формах щоденників, поетичних збірок, есеїв, романів і мемуарів не лише відображають події, але й виконують важливу роль у культурному осмисленні, укріпленні національної самосвідомості та сприянні глобальному міжкультурному діалогу.

У сучасному світі війна виходить далеко за межі поля бою, проникаючи в культуру, мову та способи спілкування. Сьогодні голоси війни знаходять відображення у сучасній літературі, служачи засобом міжкультурної комунікації. Поетичне слово стає своєрідним мостом між народами, через який травма, протест і надія долають кордони. Голос поезії йде з глибин - мови, яка пропонує особливий спосіб бачення світу, культурних особливостей, відчуття особистої гідності та поцінування свободи.

Серед авторів, які творять так звану «ветеранську прозу», можна знайти як професійних цивільних письменників, журналістів, волонтерів, так і чимало безпосередніх учасників бойових дій - військових, котрі розпочали писати вже під час війни. Таких авторів часто називають письменниками-комбатантами. Дослідниця М.

Рябченко виділяє особливий тип літератури – «комбатантську прозу», що являє собою одну з форм воєнної літератури, створеної виключно учасниками бойових дій. Це можуть бути як ті, хто зараз перебуває на службі, так і ветерани, що перебувають у резерві після демобілізації. На її думку, творам такого типу притаманні автобіографічність і фактологічна точність; вони часто поєднують елементи документалістики та мемуарного стилю. Такі літературні зразки охоплюють різноманітні прозові жанри – як художні, так і документальні. Основною темою їх є особистий воєнний досвід авторів. У сучасній Україні комбатантську прозу створюють письменники, які служили у Збройних силах України, брали участь у бойових діях у складі добровольчих батальйонів або, навіть не маючи до війни зв'язку з літературною сферою, наважилися поділитися своїм досвідом. Велика частка таких текстів належить до жанру літератури факту [1].

Творчість у часи війни являє собою складний процес, який має на меті збереження історичної пам'яті через мистецтво, а також пошук засобів для артикуляції суспільної травми та спільної надії. Особливо важливу роль у цьому контексті відіграють письменники, які через літературу осмислюють реалії війни. Їхнє завдання полягає не лише у фіксації подій, але й у певній мірі в самозціленні та допомозі читачам подолати колективні психологічні рани. Важливість розмови про пережиті травматичні події полягає у встановленні істини, протиставленні брехні та пропаганді, а також у збереженні пам'яті про трагедії. Говорити про це стає необхідністю, адже лише так можна протистояти забуттю, знайти сили для продовження життя та не дозволити внутрішнім потрясінням заволодіти нами. Творення в умовах війни водночас стає особистим і суспільним актом боротьби за людяність і стійкість [2, с. 55].

Воєнна література - це жанровий комплекс, який відображає військовий досвід, військовий дискурс, реалії бойових дій і стану військових та цивільних осіб у воєнних обставинах.

Сучасне розуміння воєнної літератури в Україні включає:

- прозу про війну,
- поезію фронту,
- щоденники, мемуари, короткі есе,
- сценарії фільмів, есеїстичні твори,
- літературні проекти військових-письменників та ветеранів.

Особливістю розгляду воєнної літератури є те, що тут цінності не абстрактні, а прив'язані до конкретних життєвих ситуацій: вибір між життям і смертю, зрадою й вірністю, втечею й відповідальністю.

На світовій арені ці твори дедалі більше інтегруються у глобальну культурну спадщину, впливаючи на розвиток мистецтва, освітні проекти та суспільні дискусії. Серед таких авторів особливу роль відіграють Іларіон Павлюк, відомий своїми бестселерами «Я бачу, вас цікавить п'ятьма», «Білий попіл», «Танець недоумка»; Артур Дронь, автор поетичних книг «Гуртожиток №6», «Тут були ми» і один з авторів антологій «Поміж сирен: нові вірші війни» та «Моє тихе Різдво»; Олександр Михед, письменник, культуролог, культурний менеджер і ведучий подкасту «Станція 451», лектор освітніх проектів та програм Києво-Могилянської бізнес-школи. Член українського ПЕН, автор статей, колонок і досліджень про

культуру, мистецтво і літературу в українських і закордонних ЗМІ, автор книг, серед яких «Позивний для Йова. Хроніки вторгнення», «Котик, Півник, Шафка», «Я змішаю твою кров із вугіллям. Зрозуміти український Схід»; Валерій Пузік, письменник, художник, режисер і журналіст, автор книг «Бездомні пси», «Моноліт», «Я бачив його живим, мертвим і знову живим», «Шахта. Ранкове зведення», «З любов'ю - тато!»; Богдан Коломійчук, письменник-белетрист, автор історико-авантюрних та детективних романів: «Таємниця Єви», «В'язниця душ», «Небо над Віднем», «Моцарт із Лемберга», «Готель Велика Пруссія», «Експрес до Галіції», «300 миль на схід»; Павло Вишебаба, письменник, музикант, екоактивіст, учасник Революції Гідності, автор поетичної збірки «Тільки не пиши мені про війну»; Станіслав Асєєв, письменник, журналіст і правозахисник, член Українського ПЕН-клубу, автор книг «"Світлий Шлях": історія одного концтабору» та «Шелест бамбукового гаю»; Дмитро Лазуткін, український поет, журналіст, телеведучий. Автор низки поетичних збірок, серед яких «Дахи», «Солодощі для плазунів», «Набиті травою священні корови», «Бензин», «Добрі пісні про поганих дівчат» та ін.; Артем Чех, український письменник, автор 12 прозових та нон-фікшн книжок. Головний редактор проєктів «94 дні. Євромайдан очима ТСН» та «Війна очима ТСН»; Олена Герасим'юк, українська письменниця, громадська діячка, волонтерка, авторка книжок «Глухота», «Розстрільний Календар», «Тюремна Пісня»; Артем Чапай, письменник, перекладач, репортер і мандрівник. Автор книг «Подорож із Мамайотою в пошуках України», «Червона зона», «Понаїхали», «The Ukraine»; Олександр Лисак, письменник, автор збірок «Творю свій день», «Синдром фантомного болю» та «Шрамована пам'ять» та ін. Автори не лише виражають особисті переживання, а й формують нову хвилю української літератури, яка резонує далеко за межами країни [2].

Найціннішими, хоча й не завжди найвишуканішими з погляду художньої майстерності, творами сучасної української літератури, присвяченими темі війни, стають ті, що написані самими Захисниками та Захисницями України. У післявоєнний період така воєнна література може стати не лише сховищем важких спогадів, але й джерелом важливої мудрості. З часом ці твори мають усі шанси залишитися невід'ємною частиною класичної літературної спадщини України, а також стати основою для майбутніх художніх переосмислень. Особливу цінність становить те, що вони зображують «живий» образ сучасного українського Героя - позбавленого зайвого пафосу, але наповненого правдивістю та щирістю [3].

Отже, велику роль у міжкультурній комунікації виконують військові письменники та ветерани, чії твори увійшли до міжнародних каталогів і стали невід'ємною частиною культурно-освітнього дискурсу. Війна в сучасній українській літературі постає складним і багатограним явищем, яке вимагає не тільки фіксації подій, а й глибокого аналізу та осмислення. Ця література ілюструє перехід від національного наративу до глобального: вона реконструює ідентичність через арт-терапію для бійців, експортує український голос (переклади) і пропонує моделі миру - від локальної стійкості до всесвітнього порозуміння.

ЛІТЕРАТУРА

1. Рябенко М. Комбатантська проза в сучасній українській літературі: жанрові

та художні особливості. Слово і час. 2019. № 6. С. 63.

2. Це війна. Українські письменники і письменниці про те, як пережити катастрофу / Упоряд. Ю. Бентя, О. Коцюба, Н. Федущак. Світлина А. Ільченко. Київ : Критика, 2024. 208 с.

3. Дронь А. Тут були ми : поезія. Львів : Видавництво Старого Лева, 2024. С. 9.

• • •

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-22

ВИСВІТЛЕННЯ ГРОМАДСЬКИХ МІЛІТАРНИХ ІНІЦІАТИВ У МЕДІА КРИМУ (НА ПРИКЛАДІ САЙТУ «СТРІЧКА НОВИН КРИМУ»)

Галина Жолтікова

викладач кафедри стратегічних комунікацій та прикладної лінгвістики
Національної академії Служби безпеки України
ORSID: 0009-0005-8594-3140

Анотація: *робота громадських організацій держави-агресора на території Кримського півострова яскраво представлена в місцевих медіа. Починаючи з 2014 року, окупаційні медіа Криму взяли вектор на тотальний контроль та розповсюдження пропаганди проти України. Інформаційно-медійна діяльність була перетворена на інструмент впливу та залякування проукраїнського населення. Крим опинився в ізоляції від правди. Переважна більшість інформаційних ресурсів почала формувати порядок денний, нав'язаний політикою кремля. Мілітарна складова стала набувати дедалі більшого значення та наразі висвітлюється через численні теми на патріотичну, культурну та історичну тематики.*

Ключові слова: *мілітаризація, медіа, Крим, пропаганда.*

Російська влада перетворила Крим фактично на медіапустелю. Опозиційні ресурси були закриті, їх місце посіли прокремлівські. «Позитивні» зміни з приходом російської окупаційної влади потрібно було висвітлювати опосередковано: через місцеве населення. Так формувалася довіра та стійке переконання щодо легітимності перебування російських політиків та військових на території півострова. Залучення «небайдужих людей» та лідерів думок, висвітлення громадських ініціатив - це той медійний інструментарій, що спонукає цільову аудиторію до переконання та повної довіри до отриманої інформації.

Кримський півострів швидкими темпами почав набувати ознак мілітаризму, а громадські організації та медіа почали створювати підтримку та інформаційний супровід російським мілітарним кампаніям. Впровадження в повсякденну діяльність військових вишкочів, зустрічей з ветеранами, святкувань із використанням радянської символіки та атрибутів «великої вітчизняної війни» стали невід'ємною складовою життя кримчан.

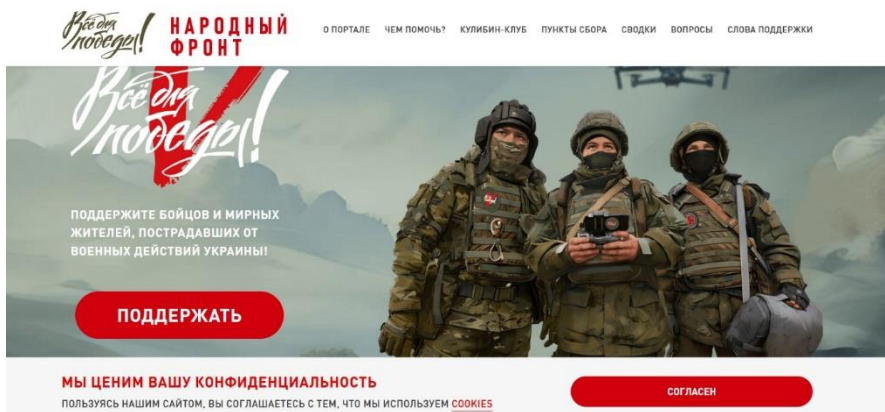
Серед найбільших онлайн-медіа - «Стрічка новин Криму». До щоденних зведень та відео, автори сайту обов'язково додають матеріали на військову, військово-патріотичну та мілітарну тематики.

Контент сайту пронизаний фактологічними маніпуляціями та

пропагандистськими кліше. Щодо військової тематики: превалюють теми війни в Україні, очікування перемоги та ментальне «повернення» українців в окупації до російських витоків.

Реклама під назвою «Повертаємо імена нашим містам» створена так, що пропагує назви українських населених пунктів за радянських часів вважати єдино правильними. Вербування та підписання контракту із російськими збройними силами також подається, як вірне рішення. *«Тобі казали, що граючись, ти марнуєш час. Але є місце, де твій досвід надто цінний. Тут реальність не віртуальна. Проте нагороди реальні. Війська беспілотних систем - кнопка старт твоєї ульотної кар'єри»* [1]. Волонтерська допомога, вишкіл молоді, військові гуртки, мілітарні акції об'єднані гаслом перемоги. Приклад такої реклами - сайт громадського об'єднання «Народний фронт». Він використовує гасло: «Все для перемоги!», наведений у рисунці 1.

Рисунок 1. Приклад використання гасла «Все для перемоги» на сайті «Народний фронт»



Радянський червоний стяг використовується як символ єднання і перемоги: «Делегація із Дагестану привезла копію прапора перемоги, яке передадуть на зберігання в меморіальний комплекс Сапун-Гора» [2], *«Співробітники ООО «Міськвітло-Керч» проводять роботи з розміщення патріотичних банерів на опорах зовнішнього освітлення...»* [3], *«В програмі - відвідування пам'ят'них міст, де учасники акції розвертають копію Стягу Перемоги»* [5].

Символізм Другої світової війни експлуатується через слогани: *«Перемога. День за днем»*, *«Я пам'ятаю, я пишаюся»* [4].

Всі громадські ініціативи незмінно висвітлюються через матеріали щодо використання георгієвської стрічки: *«Всього роздали 200 стрічок. Акція народилася в РІА Новості як продовження редакційного проекту "Наша Перемога. День за днем", в рамках якого був знайдений та оцифрований увесь ариів Радінформбюро...»* [4], *«Диктант Перемоги» провели на території меморіального комплексу «Концтабір «Червоний» у Сімферопольському районі»* [8], *««Рух перших»: вони пообіцяли носити їх гордо - пам'ятаючи про дідів та з вдячністю бійцям сво...»* [4], *«В Криму стартувала Міжнародна акція «Георгієвська стрічка»»* [13]. На рисунку 2 представлений приклад написання «Диктанту перемоги» на території концтабору «Червоної».

Рисунок 2. Обов'язковий атрибут «Диктанту перемоги» - георгіївська стрічка

Про те, що громадяни самі долучаються до мілітарних ініціатив свідчать такі матеріали сайту, як «В Криму, як і у всій країні триває відбір до всеросійської гри «Сімейна Зірниця»», «Дев'ять команд Батарейної школи вийшли на історичну гру «Вектор мужності»», «Бійці російських студентських ланок отримають професійне навчання в Севастополі», «Поліція Севастополя нагадує: до завершення першого етапу конкурсу дитячої творчості «Поліцейський дядя Стьопа» залишилося два дні», «В Севастополі пройшла щорічна зустріч поколінь», «Кримські стрільці - лідери кубку росії та всеросійських змагань».

Для легітимізації окупації та штучного створення «захищеного простору» росія використовує медіа. Моніторинги засвідчують, що біля 89 відсотків новин присвячені місцевій тематиці із «нормальним життям» в окупації, мілітаризація ж є наріжною темою.

На сайті «Стрічка новин Криму» прослідковуються основні напрямки легітимізації мілітаризму:

- **героїзація та підтримка учасників так званої сво.** Матеріали: «Денацифікацію України необхідно довести до кінця»; «У Севастополі запускають проєкт «Десант знань» для учасників СВО», «Соціальний фонд Росії з особливою увагою та турботою ставиться до учасників спеціальної військової операції та їхніх сімей», «Два майори: Крим. Захисники неба бажають шановним читачам доброї ночі, а тим, хто співпрацює з ними, – успішної роботи», «У центрі «Мій бізнес» розпочався четвертий модуль програми «Свій старт» для ветеранів спецоперації та їхніх рідних»;

- **героїзація подій Другої світової війни, де росіяни - головні учасники перемоги.** Матеріали: «Розпочато встановлення святкової символіки на вулицях Керчі в рамках підготовки до відзначення Дня Перемоги у Великій Вітчизняній війні», «Крим долучився до акції «Георгіївська стрічка»», «Герої Криму – символ мужності та патріотизму», «У ретрокінотеатрі «Україна» проходить «Диктант Перемоги»», «У Севастополі відбулася

щорічна «Зустріч поколінь», «Співробітники Белогорського аварійно-рятувального загону привели до ладу місце боїв партизанів на горі Караголь», «Понад 350 севастопольських школярів дослідили сімейні архіви та підготували розповіді про своїх родичів – учасників війни»;

- **мілітаризація дітей та молоді через залучення їх в гуртки, конкурси, зустрічі.**

Матеріали: «Твоя зброя - інтелект та технології», «Ігор Івін: У Криму, як і в усій країні, триває відбір на Всеросійську гру «Сімейна Зарниця», «Дев'ять команд Батарейної школи взяли участь в історичній грі «Вектор мужності», «Розпочався фінал огляду-конкурсу на звання «Кращий козацький кадетський корпус»».

ЛІТЕРАТУРА

1. Твоя зброя - інтелект та технології // Стрічка новин Криму. - 23 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/23/1939088.html>
2. До Севастополя передали копію прапора Перемоги // Стрічка новин Криму. - 23 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/other/2026/04/23/1939125.html>
3. Олег Каторгін: Розпочато встановлення святкової символіки на вулицях Керчі в рамках підготовки до відзначення Дня Перемоги у Великій Вітчизняній війні // Стрічка новин Криму. - 22 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/22/1938081.html>
4. Крим приєднався до акції «Георгієвська стрічка» // Стрічка новин Криму. - 22 квітня 2026 р. - URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/22/1938010.html>
5. До Керчі прибули учасники автопробігу «Прапор Перемоги» // Стрічка новин Криму. - 23 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/22/1937984.html>
6. Дев'ять команд Батарейної школи взяли участь в історичній грі «Вектор мужності» // Стрічка новин Криму. - 21 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/21/1937369.html>
7. Герої Криму – символ мужності та патріотизму // Стрічка новин Криму. - 21 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/21/1937309.html>
8. «Диктант Перемоги» провели на території меморіального комплексу «Концтабір «Червоний» у Сімферопольському районі // Стрічка новин Криму. - 24 квітня 2026 р. - URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/24/1939718.html>
9. Бійці Російських студентських загонів пройдуть професійне навчання в Севастополі // Стрічка новин Криму. - 24 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/24/1939603.html>
10. У Севастополі запустять проект «Десант Знання» для учасників сво // Стрічка новин Криму. - 24 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/society/2026/04/24/1939490.html>
11. У Севастополі відбулася щорічна «Зустріч поколінь» // Стрічка новин Криму. - 24 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/other/2026/04/24/1939451.html>
12. Поліція Севастополя нагадує: до завершення першого етапу конкурсу дитячої творчості «Поліцейський дядя Стьопа» залишилося два дні // Стрічка новин Криму. - 24 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/incident/2026/04/24/1939446.html>
13. В Криму стартувала Міжнародна акція «Георгієвська стрічка» // Стрічка новин Криму. - 22 квітня 2026 р. URL: <https://crimea-news.com/other/2026/04/22/1938304.html>

**МЕДИЙНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ШКОЛАХ ЄВРОПИ В ОПТИЦІ МАТЕРІАЛІВ
АГЕНЦІЇ «УКРІНФОРМ»****Алла Коваленко**

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-6750-9133

***Анотація.** У розвідці проаналізовано журналістський контент агенційної журналістики щодо способу представлення в медіа української мови як засобу збереження ідентичності та кроскультурної комунікації в Європі. Виокремлено основні наративи та засоби їх фреймування в комплексі з інформуванням про роботу української держави, посольств, представників діаспори щодо вивчення української мови як другої іноземної в контексті формування образу української освіти, євроінтеграційних процесів та вписування теми в дискурс європейських медіа.*

Еміграція українців протягом російсько-української війни поставила перед державою й мігрантами нові проблеми та виклики адаптації у нових культурних умовах, новому соціальному середовищі тощо. Водночас спротив у війні, прагнення до єднання, бажання зберегти свою етнічну пам'ять зумовлюють діяльність українців у напрямку формування культурної дипломатії: популяризації своєї мови, культури, її активне вивчення.

Проблема мультикультурної комунікації, роль української мови як чинника культурної дипломатії та інтеграції є предметом багатьох теоретичних досліджень науковців. О. Семенов, І. Кушнір, А. Козак, Л. Близнак [1] та інші аналізують міжкультурну комунікацію в контексті викладання іноземних мов, формування мовної та соціокультурної компетентності. А. Степаненко, О. Кучерук і Г. Путята [2] вивчають мовну інтеграцію українських біженців у Німеччині, викладання на уроках української мови інфомедійної грамотності та формування комунікативної компетентності українських дітей. Але дослідження на перетині теорії міжкультурної комунікації, медіадосліджень, соціолінгвістики, педагогіки та агенційної журналістики не мало комплексного вивчення.

«Укрінформ» [4] як одна з якісних державних агенцій безпосередньо популяризує українську освіту у власній державі та за кордоном, інформує про різні ініціативи МОН України щодо співробітництва в галузі освіти у світі, як-от проєкт Олени Зеленської щодо коаліції глобальних українських студій, академічної мобільності, відкриття шкіл, садочків за кордоном тощо.

У питанні вивчення української мови як другої іноземної для українців, поляків, німців тощо в багатьох країнах Європи агенція займається просуванням пілотного проєкту протягом 2025-2026 років, з одного боку, офіційно інформуючи і координуючи дії батьків українських дітей-біженців, з іншого - формує європейський академічний дискурс щодо ролі освіти й медіа у підтримці культурної ідентичності українських

школярів за кордоном. Специфіка агенційної журналістики, яка забезпечує інформацією інші медіа, дозволяє оперативно та якісно подавати новини, тому цій темі було присвячено ряд повідомлень про запровадження згаданого проєкту в Британії, Німеччині, Італії, Польщі, Франції, Румунії, Болгарії [4] тощо. Фактично, це медіа здійснює огляд європейських країн, де були відкриті програми. У різних рубриках «Суспільство», «Освіта», «Діаспора» вміщено ряд матеріалів щодо урядової ініціативи за підтримки української діаспори, діяльності посольств та сприяння урядів Німеччини, Польщі, Британії тощо.

Спостерігаємо наратив про українську мову як засіб збереження національної ідентичності. Новинні матеріали з цієї теми оформлені у відповідній стилістиці: супроводжуються повторювальним зображальним контентом - фото учня біля дошки, який записує актуальні для українських біженців слова: «роз'єднати», «кур'єр», «від'їзд», що є свідченням формування образу українського школяра в медіадискурсі [4]. У формуванні образу як і в цілому наративу використовуються елементи емоційного фреймінгу на кшталт заголовкових та підзаголовкових комплексів: «Українську в Польщі вивчають і поляки, і українці», «Майбутнє української мови у школах Франції...» [4]. Іншим засобом впливу стають думки експертів: «Якщо ми не оберемо українську мову як іноземну... ми власноруч *підпишемо вирок* ... Ми покажемо, що українська мова у Франції *не потрібна самим українцям*. Ми не маємо права на таку байдужість! Кожен ваш голос - *це цеглинка у фундамент нашої культурної дипломатії* на захист української мови у Франції» [4]. Загальній меті слугує фактаж: повідомлення про почергове приєднання до проєкту шкіл з різних країн, допомога дипломатичних служб підручниками, сприяння різних фондів тощо.

В аналітичних матеріалах простежуємо наратив про українську мову як інструмент інтеграції в полікультурний європейський простір: «це чіткий сигнал, що українська перетворюється на *міжнародну мову*. Російська мова...втрачає своє значення. Це не лише підтримка української громади, а й інструмент протидії російським наративам в Європі» [4]. У статті з елементами гуманітарного й емоційного фреймінгу «*Новий тренд у школах Європи - вивчення української мови*» [4] з послідовною аргументацією наголошується на популярності української як іноземної та спрямованості програми на інофонів: «вивчають *і поляки, і українці*» [4]; узгодженості програми викладання з європейськими стандартами CEFR, членстві України в Європейській асоціації екзаменаційних рад з іноземних мов (ALTE) тощо. На думку журналістів, на українську мову в Європі існує попит, підтверджений досвідом Польщі, Німеччини, і вона «*дедалі впевненіше займає своє місце в європейському освітньому просторі, стаючи мовою майбутнього...*» [4].

Актуалізацією вивчення української мови як іноземної, до прикладу в Німеччині, «Укрінформ» активно сприяє розвитку міжкультурного медійного дискурсу в аспекті посилення міжнародної співпраці у сфері освіти та сприяння україномовного контенту в європейських медіа. На думку Я. Остахової та А. Коваленко [3], у Німеччині освітніми проєктами щодо українців переймаються журналісти місцевих медіа «Deutsche Welle», «Deutsche Schulportal», публікації яких «орієнтовані як на німецьке суспільство, аби привернути увагу до проблеми й подати реальну картину сьогоденної ситуації, познайомити з українськими біженцями та проблемами... так і на українців, які можуть знайти відповіді на деякі питання» [3, 156]. Серед актуальних

проблем ці медіа називали функціонування Willkommensklassen, відсутність кадрів, які володіють українською мовою, перевантаженість, адаптацію до нових підходів тощо.

Таким чином, в агенційному контенті «Укрінформу» можемо виокремити декілька нарративів, які простежуються на рівні проблематики, моніторингу ініціатив з поширення програми вивчення української як іноземної, представлення української мови як засобу збереження національної ідентичності та міжкультурної комунікації із залучення інофонів. Цьому підпорядковані вербальні, візуальні та емоційні засоби репрезентації теми та специфіка подачі новин в агенційній журналістиці, що у свою чергу сприяє міжнародному діалогу, розвитку міжкультурного медійного дискурсу, посиленню міжнародної співпраці в освіті з допомогою поширення україномовного контенту в європейських медіа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Козак А., Близнюк Л. Міжкультурна комунікація у вивченні німецької мови. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2021. Вип. 12(80). С. 143-146.
2. Кучерук О., Пуятя Г. Формування інфомедійної грамотності дітей українців на уроках української мови в німецьких школах. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки. Вип. 2 (113). С. 245-272.
3. Остахова Я., Коваленко А. Випробування освітою для українських школярів у Європі (на матеріалах медіа). Актуальні питання інформаційної діяльності: теорії та інновації: зб. матеріалів IX Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса, 20-21 березня 2024 р. / під заг. ред. В. Г. Спрінсяна. Одеса : Одеська політехніка, 2024. С. 149-158. <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/15253>
4. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 05.05.2026).

• • •

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-24

МІЖНАРОДНИЙ ПРОЄКТ MOREADAPTBSB ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ ТА КЛІМАТИЧНОЇ ПРОСВІТИ МОЛОДІ

Дар'я Булишева

кандидат економічних наук, доцент,
Одеський державний аграрний університет
ORCID: 0000-0003-2907-9413

Андрій Маєв

кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук
Одеський державний аграрний університет
ORCID: 0000-0001-9333-2933

***Анотація.** У дослідженні висвітлено досвід дисемінації результатів міжнародного проєкту MoreAdaptBSB, що реалізується Одеським державним аграрним університетом у межах програми Interreg NEXT Black Sea Basin. Проаналізовано роль*

міжнародної проєктної діяльності у формуванні екологічної свідомості молоді, розвитку практичних компетентностей здобувачів вищої освіти в контексті підготовки сучасних креативно мислячих фахівців. Особливу увагу приділено проведенню двох інформаційно-просвітницьких заходів: візиту до Ботанічного саду Одеського національного університету імені І.І. Мечникова та екологічного майстер-класу із застосування технологій 3D-друку.

Ключові слова: міжнародний проєкт, дисемінація результатів, екологічна освіта, сталий розвиток, MoreAdaptBSB, молодь, природоорієнтовані рішення, екологічна свідомість.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується посиленням глобальних екологічних викликів, серед яких зміна клімату, деградація екосистем, урбанізаційний тиск та виснаження природних ресурсів. У цих умовах особливого значення набуває підготовка нового покоління фахівців, здатних мислити креативно, працювати в міждисциплінарному середовищі та впроваджувати інноваційні підходи до вирішення екологічних проблем. Саме тому міжнародні проєкти екологічного спрямування стають важливими платформами для поєднання науки, освіти, практики та міжнародної співпраці.

Одеський державний аграрний університет (ОДАУ) активно долучений до реалізації міжнародного проєкту «Менше вразливості, більше адаптивності - пілотне дистанційне зондування задля відновлення зелених зон у прибережних та міських територіях Чорноморського регіону» (MoreAdaptBSB), що фінансується Європейським Союзом у межах програми Interreg NEXT Black Sea Basin. Проєкт спрямований на розвиток адаптаційних механізмів до змін клімату, відновлення зелених зон та поширення сучасних екологічних практик у країнах Чорноморського регіону. Партнерами проєкту є заклади вищої освіти та установи Румунії, Болгарії, Греції та України [1].

Одним із важливих напрямів реалізації проєкту стала активна дисемінація його результатів серед студентської молоді, аспірантів, викладачів та представників громадськості. Університет регулярно проводить екологічно спрямовані заходи, що органічно поєднуються з загальною концепцією проєкту. Зокрема, це конкурс студентських есе на тему кліматичних змін і сталого розвитку, тематичні лекції та онлайн-заходи з екологічної проблематики, а також практичні ініціативи з озеленення території університету за участю здобувачів освіти та викладачів.

Особливість такої діяльності полягає у тому, що учасники не лише отримують теоретичну інформацію, а й залучаються до практичної взаємодії з сучасними екологічними технологіями та природоорієнтованими рішеннями. Це дозволяє формувати екологічне мислення, підвищувати рівень екологічної культури та стимулювати молодь до участі у міжнародних ініціативах.

Залучення університетської академічної спільноти до спільної роботи над екологічними ініціативами сприяє формуванню інтегрованого освітнього середовища, у межах якого поєднуються наукові дослідження, міжнародна комунікація, інноваційні технології та практична діяльність. Участь молоді у міжнародних екологічних проєктах дозволяє не лише підвищити рівень професійної підготовки, а й сформувати активну громадянську позицію щодо питань захисту довкілля та сталого розвитку.

В межах реалізації проєкту 18.03.2026 відбувся візит до Ботанічного саду Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Участь у заході взяли викладачі, студенти, аспіранти та молоді дослідники, які мали можливість ознайомитися з колекціями зелених насаджень, сучасними підходами до збереження біорізноманіття та практиками використання природоорієнтованих рішень для адаптації міського середовища до кліматичних змін.

Особливий інтерес учасників викликало ознайомлення з методами селекції рослин та формування стійких зелених зон у прибережних регіонах. Отримані знання мають важливе значення для подальшої реалізації екологічних ініціатив у межах проєкту MoreAdaptBSB, оскільки питання відновлення та підтримки зелених насаджень є одним із ключових інструментів адаптації до змін клімату. Учасники заходу також отримали можливість безпосередньо поспілкуватися з фахівцями ботанічного саду та обговорити перспективи розвитку природоорієнтованих рішень в умовах урбанізованих територій.

Значну увагу під час візиту було приділено ролі екологічної освіти у формуванні сучасного фахівця. Для студентів та аспірантів участь у подібних заходах є важливою складовою професійного становлення, оскільки дозволяє поєднувати академічні знання з практичним досвідом та міжнародними екологічними підходами. Саме такі форми взаємодії сприяють розвитку критичного мислення, творчого підходу до вирішення екологічних проблем та усвідомлення важливості міждисциплінарної співпраці.

Другим важливим заходом став екологічний майстер-клас із застосування технологій 3D-друку, проведений 23.03.2026 у R&D центрі студентських ініціатив ОДАУ. Захід об'єднав студентів, аспірантів, викладачів, представників громадських організацій та всіх зацікавлених осіб, які прагнуть долучитися до вирішення сучасних екологічних викликів.



Під час майстер-класу учасники ознайомилися з можливостями використання технологій 3D-друку у сфері екології та сталого розвитку. Було продемонстровано процес створення екологічних моделей за допомогою 3D-принтера, зокрема символічних об'єктів - логотипу проєкту MoreAdaptBSB та моделі дерева як символу життя, розвитку

та екологічної рівноваги. Практична складова заходу викликала значний інтерес серед молоді та сприяла популяризації інноваційних технологій як інструменту екологічної трансформації.

Особливого значення набуває той факт, що студенти та аспіранти не були лише пасивними слухачами, а виступали активними учасниками процесу, долучаючись до обговорення ідей, створення моделей та аналізу можливостей застосування сучасних технологій у сфері охорони довкілля. Такий формат роботи сприяє розвитку навичок командної взаємодії, проєктного мислення та практичного застосування цифрових технологій у професійній діяльності.

Під час заходу також було висвітлено основні принципи концепції Нового Європейського Баухаузу (New European Bauhaus, NEB). Це політична та фінансова ініціатива, спрямована на те, щоб зробити «зелену» трансформацію у сфері забудованого середовища та за його межами привабливою, комфортною та доступною для всіх. Ініціатива підтримує рішення, які є не лише сталими, а й інклюзивними



та естетично привабливими, водночас поважаючи різноманіття місць, традицій і культур у Європі та за її межами [2]. Ознайомлення молоді з європейськими підходами до сталого розвитку є надзвичайно важливим у контексті євроінтеграційних процесів України та формування нової моделі екологічно орієнтованої освіти.

Дисемінаційна діяльність у межах проєкту MoreAdaptBSB демонструє, що міжнародні екологічні проєкти можуть виступати ефективним інструментом розвитку людського потенціалу, популяризації науки та формування екологічної відповідальності молоді. Активна участь викладачів, студентів та аспірантів у реалізації проєкту сприяє інтеграції української академічної спільноти до європейського наукового простору, розвитку міжнародної співпраці та поширенню сучасних екологічних практик.

Отже, досвід ОДАУ у сфері дисемінації результатів проєкту MoreAdaptBSB свідчить про важливість поєднання науки, освіти, інновацій та міжнародної кооперації для формування сучасного покоління фахівців. Реалізація подібних ініціатив дозволяє не лише підвищувати екологічну обізнаність молоді, а й створює передумови для розвитку креативного, відповідального та екологічно свідомого суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. MoreAdaptBSB: Less vulnerability, more adaptability - pilot remote sensing assisted restoration of green spaces in coastal and urban areas within the Black sea region. URL: https://www.blacksea-cbc.net/interreg-next-bsb-2021-2027/projects/bsb00479?utm_source=chatgpt.com

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-25

**BIAS У ВЕЛИКИХ МОВНИХ МОДЕЛЯХ ЯК ВИКЛИК
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ****Катерина Мелешенко**кандидат технічних наук,
інженер з машинного навчання
ФОП, NDA (Іспанія)
ORCID: 0000-0001-9579-6758

Анотація. У статті розглянуто проблему культурних упереджень (*bias*) у великих мовних моделях (*Large Language Models, LLM*) та їхній вплив на міжкультурну комунікацію в умовах глобального цифрового середовища. Проаналізовано причини виникнення *bias* у системах штучного інтелекту, зокрема нерівномірність мультимовних датасетів, домінування англомовного контенту та специфіку алгоритмічного навчання. Визначено основні ризики використання *LLM* у міжкультурній взаємодії, освіті та цифрових медіа. Обґрунтовано необхідність розвитку етичних підходів до створення мультимовних *AI*-систем із урахуванням культурного різноманіття.

Ключові слова: штучний інтелект, великі мовні моделі, *bias*, міжкультурна комунікація, мультимовні *AI*, цифрова комунікація, машинне навчання.

Сучасний розвиток технологій штучного інтелекту суттєво трансформує процеси глобальної комунікації. Великі мовні моделі (*Large Language Models, LLM*), зокрема системи генеративного *AI*, активно використовуються у сфері освіти, медіа, бізнесу та міжнародної взаємодії [2, с. 5]. Водночас поширення таких технологій супроводжується проблемою культурних упереджень (*bias*), що створює нові виклики для міжкультурної комунікації.

Bias у контексті машинного навчання визначається як систематичне викривлення результатів роботи моделі, яке виникає через особливості тренувальних даних, алгоритмічних механізмів або людського фактору під час розробки *AI*-систем [4, с. 3]. Значна частина сучасних *LLM* тренується на великих масивах текстів із домінуванням англомовного контенту, що призводить до нерівномірного представлення різних культур, мов та соціальних груп [1, с. 612].

Проблема культурного *bias* проявляється у формуванні стереотипних або спрощених уявлень про окремі національні й культурні спільноти. Наприклад, мовні моделі можуть відтворювати упереджені асоціації щодо гендеру, етнічної належності чи культурної ідентичності [4, с. 7]. У процесі міжкультурної комунікації це може спричинити викривлення змісту повідомлень, неправильну інтерпретацію культурних контекстів та посилення інформаційної нерівності.

Особливо актуальною є проблема *bias* у мультимовних *AI*-системах. Мови з

меншою цифровою представленістю, зокрема українська, часто мають обмежений обсяг якісних тренувальних даних. Унаслідок цього мовні моделі можуть демонструвати нижчу точність обробки текстів, некоректний переклад або втрату культурно специфічних смислів [3, с. 1880]. Це створює ризики для збереження мовної та культурної ідентичності в умовах глобалізації цифрового простору.

Крім того, використання LLM у цифрових медіа та соціальних мережах впливає на формування громадської думки. Алгоритмічні системи можуть підсилювати домінуючі культурні наративи та обмежувати видимість альтернативних точок зору [2, с. 14]. У такому контексті питання етики штучного інтелекту набуває особливого значення [5, с. 16].

Для мінімізації культурного bias необхідним є вдосконалення методів формування мультимовних датасетів, підвищення репрезентації малопоширених мов та впровадження принципів fairness і transparency у процес розробки AI-систем [4, с. 11]. Важливим напрямом також є міждисциплінарна співпраця фахівців із машинного навчання, лінгвістики, соціології та медіакомунікацій.

Отже, bias у великих мовних моделях є важливим викликом сучасної міжкультурної комунікації. Подальший розвиток технологій штучного інтелекту потребує не лише технічного вдосконалення моделей, але й урахування культурного різноманіття та етичних принципів цифрової взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bender E., Gebru T., McMillan-Major A., Shmitchell S. On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? // Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. 2021. P. 610-623.
2. Bommasani R. et al. On the Opportunities and Risks of Foundation Models. Stanford University, 2021. 58 p.
3. Brown T. et al. Language Models are Few-Shot Learners // Advances in Neural Information Processing Systems. 2020. Vol. 33. P. 1877-1901.
4. Mehrabi N. et al. A Survey on Bias and Fairness in Machine Learning // ACM Computing Surveys. 2021. Vol. 54, № 6. P. 1-35.
5. UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: UNESCO Publishing, 2021. 44 p.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-26

ЗАГОЛОВОК У СУЧАСНИХ МЕДІА: ФУНКЦІЇ ТА МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ

Анна Руцінська

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти І курсу спеціальності С7 Журналістика Міжнародний університет, м. Одеса, науковий керівник **Арина Фрумкіна**

завідувач кафедри германських та східних мов і перекладу, кандидат філологічних наук, доктор педагогічних наук

Міжнародний університет, м. Одеса

ORCID: 0000-0003-2635-685X

Анотація. Розглянуто заголовок у сучасних медіа як ключовий

елемент медіатексту, що виконує інформативну, привабливу та інтерпретаційну функції. Проаналізовано основні мовні особливості заголовків, зокрема лаконізм, експресивність, використання метафор, гри слів, оцінної лексики, риторичних запитань і провокативних конструкцій. Визначено роль заголовка у формуванні читачього інтересу, інтерпретації змісту матеріалу та впливі на громадську думку. На прикладах сучасних українських медіа простежено тенденції до емоціоналізації, клікабельності та маніпулятивності заголовків.

Ключові слова: заголовок, медіатекст, медіадискурс, мовні особливості, експресивність, клікабельність, журналістика, вплив на аудиторію.

Заголовок у сучасних медіа є одним із ключових елементів медіатексту, що визначає його сприйняття аудиторією та впливає на рівень зацікавлення матеріалом. Насамперед роль медіазаголовка полягає в активізації уваги читача та представленні теми у стислій, але змістовній формі. Саме заголовок виконує функцію «включення» в текст: він має швидко передати основну ідею публікації, водночас заінтригувати, викликати емоцію або поставити питання. Для цього журналісти часто використовують динамічні дієслова, акцентують на конфлікті чи новизні, а також застосовують прийоми інтриги або недомовленості, щоб спонукати аудиторію відкрити матеріал.

Заголовок - це коротка вербальна конструкція, що передує основному тексту й відображає його зміст або інтерпретує його. Його роль полягає не лише в інформуванні, а й у структуруванні матеріалу, формуванні першого враження та орієнтації читача в інформаційному просторі. Заголовок потрібен для швидкої ідентифікації теми, виділення матеріалу серед інших новин і впливу на читачьке рішення щодо перегляду або ігнорування публікації, а «розробка стратегічного наративу стає ключовим завданням для держави чи інституції, які прагнуть проактивно захищати та просувати свої цінності і позиції серед різних аудиторій» [4].

Основні функції заголовка включають інформативну, номінативну, експресивну, рекламну (атракативну) та інтерпретаційну. Інформативна функція забезпечує передачу суті новини; номінативна - називає подію або явище; експресивна - додає емоційного забарвлення; рекламна - привертає увагу та стимулює клік; інтерпретаційна - задає певний кут сприйняття інформації. У сучасних медіа часто спостерігається поєднання цих функцій, коли заголовок одночасно інформує й маніпулює увагою аудиторії. Наприклад: інформативна функція: «У Києві відкрили новий міст через Дніпро»; номінативна: «Відкриття мосту в Києві». Експресивна: «Сенсація: новий міст змінить життя киян!»; рекламна (атракативна): «Ти не повіриш, що з'явилося в Києві!»; інтерпретаційна: «Новий міст як символ розвитку столиці».

Мовні особливості заголовків характеризуються передусім лаконічністю, змістовною насиченістю та виразністю. Заголовки зазвичай будуються на коротких синтаксичних конструкціях, часто без зайвих службових слів, із використанням дієслів теперішнього часу для створення ефекту актуальності.

Поширеними є метафори, гра слів, алюзії, риторичні запитання, цифри та контрастні формулювання. Лаконічність досягається шляхом компресії інформації, коли максимум змісту передається мінімальними мовними засобами. Мовні особливості заголовків добре видно на таких прикладах. Лаконічність і короткі

конструкції: «Міст відкрито», «Ціни зростають», «Київ оновлюється». Використання теперішнього часу для актуальності: «Парламент ухвалює закон», «Синоптики прогнозують дощ». Компресія інформації: «Курс долара знову вгору», «Школи переходять онлайн». Метафори й образність: «Економіка на межі», «Місто прокидається після зими».

У практиці українських медіа ці принципи чітко простежуються. Наприклад, на платформі «Українська правда» [1] часто використовуються інформативні й водночас емоційно забарвлені заголовки на кшталт: «Рада ухвалила закон: що зміниться для українців», де поєднуються інформативність і зацікавлення через обіцянку пояснення. У BBC News Україна переважають більш нейтральні та точні заголовки, наприклад: «Чому зростають ціни на продукти в Україні», що орієнтовані на аналітичне сприйняття. Натомість ТСН часто використовує емоційні та клікабельні конструкції: «Шокуючі подробиці аварії: що відомо зараз», де ключову роль відіграє експресивність і драматизація. Такі відмінності зумовлені редакційною політикою медіа та цільовою аудиторією.

Отже, заголовок у сучасних медіа виконує комплексну роль - від інформування до впливу на громадську думку. Його ефективність залежить від здатності поєднати лаконічність, змістовність і виразність. У цифрову епоху, коли конкуренція за увагу користувача є надзвичайно високою, заголовок стає не просто частиною тексту, а самостійним інструментом комунікації та впливу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Українська правда - <https://www.pravda.com.ua>
2. BBC News Україна - <https://www.bbc.com/ukrainian>
3. ТСН - <https://tsn.ua>
4. Сікорська В.Ю. Мова соціальних мереж під час військової агресії росії проти України: лексичні та структурно-семантичні особливості. Комунікація ввв времена на глобални кризи : юбилеен сборник по случай 30-годишнината на специалността «Връзки с обществеността» и на катедра "Комунікация, връзки с обществеността и реклама" към Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет «Св. Климент Охридски» // <https://digital.libsu.uni-sofia.bg/en/v/67212>

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-27

L'HUMOUR COMME OUTIL DE POPULARISATION DE LA BIOLOGIE COMME LE SCIENCE

Valeriya Kurasova

Candidat au master en éducation

Étudiante en 3me année, Université de Vienne

Conseiller scientifique: **Nataliya Kurasova**

Maître de conférences au département de journalisme et de communication

Université nationale maritime d'Odessa

ORCID: 0000-0001-8672-0110

Résumés. Présentation du matériel principal: Dans la société de l'information actuelle,

la popularisation de la biologie revêt une importance particulière en raison du développement fulgurant des sciences naturelles et de la nécessité d'améliorer le niveau de culture scientifique de la population. L'humour est l'un des moyens efficaces de diffusion des connaissances biologiques, car il facilite la compréhension d'informations scientifiques complexes et suscite l'intérêt du public. L'utilisation de formes humoristiques de communication dans le discours scientifique grand public permet de combiner les fonctions éducatives et divertissantes, assurant ainsi une interaction efficace entre la science et la société.

Mots clés: *humour, popularisation scientifique, biologie, communication scientifique, éducation.*

Présentation du matériel principal: L'espace informationnel contemporain recourt activement à des formes humoristiques de présentation des contenus : mêmes, bandes dessinées, vidéos satiriques, conférences ludo-scientifiques et autres formats multimédias. Ces formats s'avèrent particulièrement efficaces auprès du public jeune, pour lequel la dimension émotionnelle et visuelle de l'information joue un rôle important.

L'objectif de ce travail est d'étudier le rôle de l'humour en tant qu'outil de popularisation de la biologie, d'analyser ses principales fonctions et de déterminer l'efficacité de l'utilisation des moyens humoristiques dans le processus de diffusion des connaissances scientifiques [1].

La popularisation scientifique consiste à transformer des connaissances scientifiques spécialisées en un format accessible à un large public. L'objectif principal de la popularisation scientifique est d'améliorer le niveau de culture scientifique de la population, de développer l'esprit critique et de susciter l'intérêt pour la recherche. La biologie, en tant que système global de sciences du vivant, revêt une importance capitale pour le développement de la civilisation moderne. Les avancées en biologie moléculaire, en génétique, en microbiologie et en biotechnologies déterminent les orientations de la médecine, de l'agriculture, de l'industrie pharmaceutique et de la sécurité environnementale. Dans le même temps, la complexité des processus biologiques crée souvent un fossé entre la communauté scientifique et la société.

Dans ces conditions, il devient nécessaire de recourir à de nouvelles stratégies de communication capables d'assurer une diffusion efficace de l'information scientifique. L'une de ces stratégies consiste à utiliser l'humour comme moyen d'adapter des contenus complexes au niveau de compréhension du grand public.

Du point de vue de la psychologie cognitive l'humour est un mécanisme important pour stimuler l'attention et améliorer les processus de mémorisation de l'information [2]. Les émotions positives qui découlent de la perception du comique stimulent l'activité cognitive et renforcent l'implication du public dans le processus d'apprentissage.

Des recherches scientifiques en pédagogie et en psychologie montrent que les informations présentées à l'aide d'éléments humoristiques sont assimilées de manière nettement plus efficace qu'une présentation neutre. Cela s'explique par le fait que les contenus chargés d'émotions sont traités plus activement par le cerveau et restent plus longtemps en mémoire. De plus, l'humour contribue à réduire la distance psychologique entre l'auteur d'un article scientifique et son public. Les concepts biologiques complexes, présentés sous une forme accessible et pleine d'esprit, sont perçus de manière moins formelle et suscitent davantage de confiance chez les destinataires.

L'humour revêt une importance particulière dans le domaine de l'éducation. L'utilisation de blagues, de comparaisons associatives et d'exemples comiques lors de l'enseignement de la biologie favorise la motivation positive à l'apprentissage et améliore l'efficacité du processus éducatif. L'une des formes les plus répandues de popularisation de la biologie dans l'espace informationnel contemporain est celle des mèmes scientifiques. Il s'agit de messages courts, combinant image et texte, fondés sur l'association de faits scientifiques et d'images humoristiques.

Les mèmes biologiques contiennent souvent des allusions aux processus évolutifs, aux lois génétiques, au fonctionnement cellulaire ou aux particularités comportementales des organismes vivants. Grâce à leur simplicité de forme et à leur fort pouvoir visuel, ces contenus se diffusent rapidement sur les réseaux sociaux et contribuent à la popularisation des connaissances biologiques auprès des jeunes. Parallèlement, les mèmes remplissent non seulement une fonction divertissante, mais aussi éducative, car ils aident à ancrer les concepts scientifiques de base et stimulent l'intérêt pour l'étude approfondie de la matière.

Les bandes dessinées et les illustrations scientifiques occupent une place importante dans la popularisation de la biologie. L'association du texte et des images permet de simplifier considérablement la compréhension de processus biologiques complexes, notamment ceux qu'il est impossible d'observer directement.

Les personnages humoristiques, l'anthropomorphisation des cellules ou des micro-organismes, ainsi que l'utilisation d'éléments narratifs favorisent le développement de la pensée associative et améliorent la compréhension du contenu pédagogique. Les plateformes numériques modernes offrent de vastes possibilités pour la diffusion de contenus scientifiques grand public. Un grand nombre de popularisation scientifiques utilisent des éléments humoristiques dans leurs cours vidéo, leurs blogs éducatifs et leurs interventions publiques [4].

L'ironie, la satire, la parodie et les exemples comiques permettent de retenir l'attention du public et d'accroître l'intérêt pour les thèmes biologiques. Il est particulièrement important de noter que ce format favorise l'implication de la jeune génération dans le milieu scientifique. Dans l'enseignement de la biologie, l'humour joue le rôle d'un outil pédagogique qui favorise la dynamisation de l'activité d'apprentissage. L'utilisation d'exemples pleins d'esprit, de comparaisons associatives et de blagues contribue à réduire le niveau de stress pendant l'apprentissage et crée une atmosphère propice à l'assimilation de la matière.

Le recours à l'humour s'avère particulièrement efficace pour expliquer des sujets complexes liés aux processus moléculaires, à la génétique ou à la physiologie humaine. L'utilisation de l'humour dans la popularisation de la biologie présente plusieurs avantages significatifs. Tout d'abord, il contribue à susciter l'intérêt pour la science, à élargir l'audience des contenus scientifiques et à faciliter la compréhension d'informations complexes. Les formats humoristiques rendent le discours scientifique plus accessible et compréhensible pour différents groupes sociaux [5].

Dans le même temps, un usage excessif ou inapproprié de l'humour peut conduire à une simplification du contenu des informations scientifiques et à la formation d'idées fausses sur certains phénomènes biologiques. Dans certains cas, la recherche du divertissement peut avoir un impact négatif sur le niveau de rigueur scientifique du contenu.

C'est pourquoi une utilisation efficace de l'humour exige de trouver un équilibre entre

l'accessibilité de l'exposé et le respect de la rigueur académique.

Conclusions: L'humour est donc un outil important et efficace pour populariser la biologie dans l'espace informationnel actuel. Son utilisation permet d'adapter des connaissances scientifiques complexes au niveau de compréhension d'un large public, stimule la curiosité intellectuelle et renforce l'efficacité de la communication éducative.

Les formats humoristiques contemporains – mêmes, bandes dessinées, contenus vidéo et méthodes pédagogiques pleines d'esprit – jouent un rôle important dans la formation d'une attitude positive de la société envers la science. Ils garantissent l'engagement émotionnel du public et créent les conditions propices à la popularisation des connaissances biologiques auprès des jeunes [3].

Cependant, l'utilisation de l'humour dans la communication scientifique nécessite une approche responsable et le respect des principes de rigueur scientifique. À condition de combiner judicieusement rigueur académique et accessibilité, l'humour peut devenir un puissant outil de développement de la culture scientifique et d'amélioration du niveau de culture biologique de la société.

BIBLIOGRAPHIE

1. Кун Т. Структура наукових революцій / Т. Кун ; пер. з англ. – Київ : Port-Royal, 2001. – 228 с.
2. Фейсрабанд П. Проти методу. Нарис анархістської теорії пізнання / П. Фейсрабанд ; пер. з англ. – Київ : Юніверс, 2002. – 320 с.
3. Brown S. K. Science Communication in Theory and Practice / S. K. Brown. – Dordrecht : Springer, 2014. – 278 p.
4. Bucchi M. Science and the Media: Alternative Routes in Scientific Communication / M. Bucchi. – London : Routledge, 2008. – 144 p.
5. Weitkamp E. Creative Research Communication: Theory and Practice / E. Weitkamp. – Manchester : Manchester University Press, 2016. – 240 p.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-28

МОВА TELEGRAM-КАНАЛІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Ольга Саєнко

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти І курсу спеціальності С7 Журналістика
Міжнародний університет, м. Одеса,
науковий керівник **Ганна Адамова**,
кандидат педагогічних наук, доцент,
декан факультету іноземних мов, медіа та психології
Міжнародний університет, м. Одеса

Анотація. Розглянуто особливості функціонування мови Telegram-каналів у сучасному медіапросторі з урахуванням їхньої ролі, як одного з провідних засобів комунікації в умовах цифровізації суспільства. Проаналізовано специфіку мовних засобів, що використовуються в Telegram каналах, а також визначено їх вплив на

формування мовної норми та комунікативної культури користувачів.

Ключові слова: *Telgram-канали, мовні норми, сучасний медіа простір.*

Сучасний медіапростір характеризується стрімким розвитком цифрових платформ, серед яких особливе місце займає Telegram як універсальний інструмент для поширення інформації. Telegram канали виступають, як самостійні медіа, що поєднують риси традиційної журналістики та неформального онлайн спілкування. Мова Telegram каналів є динамічною та гнучкою, вона швидко реагує на соціальні зміни та адаптується до потреб аудиторії.

Однією з ключових особливостей є поєднання літературної мови з розмовними елементами, що створює ефект невимушеності та доступності інформації. У текстах часто використовуються скорочення англіцизми емодзі та елементи сленгу, що сприяє підвищенню емоційності та експресивності повідомлень. Водночас спостерігається тенденція до спрощення синтаксичних конструкцій, що зумовлено прагненням до швидкого сприйняття інформації.

Значну роль відіграє прагматичний аспект мовлення, адже автори Telegram каналів орієнтуються на привернення уваги аудиторії та утримання її інтересу. Це зумовлює використання заголовків із підвищеною експресивністю, риторичних запитань та закликів до дії. Наприклад, у повідомленнях часто використовуються фрази: «Терміново», «Ви повинні це побачити», «Що відомо на цю хвилину», «Деталі за посиланням». Крім того, важливою характеристикою є інтерактивність, що проявляється у можливості швидкого зворотного зв'язку через коментарі або реакції користувачів. Автори каналів також активно використовують скорочені конструкції та емоційно забарвлену лексику, наприклад: «топ новина», «жесть», «інсайд», що сприяє підвищенню зацікавленості аудиторії та швидкому поширенню інформації.

Важливою тенденцією є також персоналізація мовлення, що проявляється у звертанні до аудиторії, як до спільноти однодумців. Автори часто використовують форму діалогу, створюючи ефект безпосереднього спілкування, що підвищує рівень довіри до інформації. Наприклад, у Telegram каналах можна побачити такі звернення: «Друзі, як ви вважаєте?», «Пишіть свою думку в коментарях», «Ми збрали для вас найважливіше». Такий підхід сприяє формуванню лояльної аудиторії та активному залученню користувачів до обговорення. Крім того, автори нерідко використовують емоційні звернення та розмовні конструкції, наприклад: «Не пропустіть», «Це справді важливо», «Погодьтеся, ситуація неоднозначна», що робить комунікацію більш живою та наближеною до повсякденного спілкування.

Окремої уваги потребує питання впливу мови Telegram-каналів на молодіжне середовище, адже саме молодь є однією з найактивніших категорій користувачів цифрових платформ. Використання спрощених мовних конструкцій та сленгу може як сприяти розвитку нових мовних практик, так і призводити до поступового відходу від усталених норм літературної мови. Наприклад, у повідомленнях часто використовуються слова та вислови: «хайп», «краш», «тренд», «вайб», «жиза», які активно поширюються серед молоді через соціальні мережі та Telegram канали. Крім того, популярними є скорочення та англомовні вставки, наприклад: «імхо», «лол», «ок», «фейк нюз», що спрощують комунікацію та роблять її швидшою. Такі мовні особливості демонструють процес адаптації мови до сучасного цифрового

середовища та потреб онлайн спілкування.

Така форма комунікації впливає на мовні практики, адже сприяє виникненню нових форм, вираження думок та емоцій. Водночас слід зазначити що мова Telegram-каналів може відхилятися від норм літературної мови, що викликає дискусії щодо її впливу на мовну культуру суспільства. З одного боку це сприяє демократизації мовлення та розширенню комунікативних можливостей, з іншого боку існує ризик зниження рівня мовної грамотності.

Отже, мова Telegram каналів є важливим складником сучасного медіапростору, який активно впливає на розвиток комунікації в умовах цифрового суспільства. Вона характеризується динамічністю, швидкою адаптацією до суспільних змін та поєднанням елементів літературної і розмовної мови. Використання емоційно забарвленої лексики, скорочень, англіцизмів, сленгу та інтерактивних форм звернення сприяє швидкому поширенню інформації та залученню аудиторії до комунікації. Водночас мова Telegram каналів виконує не лише інформаційну, а й соціальну функцію, оскільки впливає на формування мовних звичок користувачів, особливо молоді. Саме через цифрові платформи поширюються нові мовні тенденції, які поступово стають частиною повсякденного спілкування. Це свідчить про активний розвиток сучасної української мови та її здатність адаптуватися до нових умов комунікації. Разом із позитивними аспектами існує проблема можливого зниження рівня мовної культури через надмірне використання спрощених конструкцій, ненормативної лексики та іншомовних запозичень. Тому важливим залишається питання збереження мовних норм та розвитку культури онлайн спілкування. Отже, мова Telegram каналів є складним і багатогранним явищем, яке потребує подальшого наукового дослідження, оскільки вона відображає сучасні тенденції розвитку суспільства, медіа та цифрової комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Семченко В. Трансформація наративів українських телеграм каналів про Крим від локальної проблематики до воєнізованого дискурсу URL <https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/view/4940>
2. Горська К. Перспективи регулювання медіаресурсів в Телеграмі український досвід URL <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/375>
3. Кузнецова Т Жугай В Особливості телеграм каналів як новітніх інструментів медіа український контекст URL https://www.researchgate.net/publication/400345693_Osoblivosti_telegram-kanaliv_ak_novitnih_instrumentiv_media_ukrainskij_kontekst
4. Василик Л Новинні телеграм канали західних областей України як альтернативна платформа в гібридному інформаційному просторі URL <https://nz.knu.ua/article/view/4025>
5. Богачук І Телеграмізація українського медіапростору переваги ризику та наслідки для журналістики URL <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/13916>
6. Наталіна Н Телеграм канали як інструменти стратегічної комунікації дослідження медіаландшафту в Україні URL <https://jvestnik-politology.donnu.edu.ua/article/view/14316>

7. Мацях Ю Фейки українських телеграм каналів від механізмів поширення дезінформації до способів боротьби URL <https://ena.lpnu.ua/items/30bf06ce-5b32-4636-8215-344143bc86a9>

8. Шумарова Н Мариненко І Мова медіа дві тенденції текстотворення URL <https://nz.knu.ua/uk/article/view/3945>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-29

COMMUNICATIVE PARAMETERIZATION OF BOOKTUBE

Anastasia Boyko-Isakova

Higher Education Applicant 2st year student
Odesa National Maritime University

Nataliya Kurasova

Senior Lecturer at the Department of Journalism and Communication
Odesa National Maritime University
ORCID ID: 0000-0001-8672-0110

In today's media landscape, vlogging functions as one of the leading forms of digital communication, combining elements of journalism, criticism, and personalized narrative. One offshoot of this phenomenon is BookTube—a segment of vlogging focused on promoting reading and interpreting literary works. The aim is to analyze the communicative parameters of BookTube using the example of the @bookmarinee channel [1, pp. 15-25].

BookTube belongs to the type of thematic vlogs specializing in book content. At the present stage, it has emerged as a new trend in digital culture, actively developing within the YouTube platform. The main genre is the book review, which includes elements of critique, recommendations, and subjective interpretation of the text. At the same time, a new niche is emerging—BookTube as a specific type of media practice.

Functionally, such channels promote book products, acting as intermediaries between publishers and the audience [2, pp. 67-75]. The @bookmarinee channel is an example of a personalized brand, where the blog's name corresponds to the author's identity. The channel was registered in Ukraine on February 17, 2024; it has 1,070 subscribers, 41 videos have been published, and the total number of views is 50,011. These figures indicate that the channel is in its early stages of development and that its audience is gradually growing within the booktubing niche.

The theoretical basis for the analysis is Harold Lasswell's communication model ("who—says what—through which channel—to whom—with what effect"), which reflects both the structure of the communication process and the model for studying this process, its structure, and individual elements [3, pp. 84-90]. In the context of blogging: the blogger (@bookmarinee) acts as the communicator; the message is book-related content; the channel is a video platform; the audience consists primarily of young people (78% female) interested in reading; the effect is the formation of reading practices, literary taste, and influence on literature selection.

The blogger's persona is characterized as a mediator of a cultural product. The channel's content includes messages aimed at promoting reading, developing critical

thinking, and shaping aesthetic preferences. The frequency of posts is relatively regular, aligning with the platform's algorithms and audience expectations.

The narrative in the videos is linear and chronological: the review is structured sequentially—from the book's introduction to its analysis and conclusions—serving as an advertisement for the books. The average video length ranges from 10 to 20 minutes, which aligns with modern attention span standards.

The channel's design aligns with the BookTube aesthetic: the use of visually appealing book covers, a harmonious color palette, and structured previews. The channel's audience is segmented by age and interests, consisting primarily of young readers.

A critical aspect of the content lies in the subjectivity of the reviews, which can lead to both positive reception and debate. The most frequently used genres are reviews, "monthly reads," and themed compilations.

Communication activity on the channel is characterized by a high level of interaction between the author and the audience, as reflected in the content of the comments. An analysis of the last 15 videos revealed no negative reactions, indicating a loyal community and a positive image for the blogger. Positive and neutral comments predominate, serving as support and feedback. In particular, expressions of gratitude and emotional responses are common: "Thank you for this video; I feel inspired to read more again," "I love videos like this," "Thank you for the interesting content; you motivate me to read." At the same time, there is a clear desire among the audience for further interaction: "It would be interesting to see a video from you..." Thus, the comment section serves not only a reactive but also a constructive function in shaping the content. It is important to note that the channel's creator responds to every comment, maintaining a dialogue with subscribers, which enhances audience engagement.

Communication activity involves interacting with the audience through comments. These are divided into positive (support, gratitude), neutral (clarifications, questions), and negative (criticism, hateful reactions). The presence of haters is a typical phenomenon for open digital platforms and indicates the activity of the communication process[5, pp. 56-63].

Thus, BookTube, specifically the @bookmarinee channel, demonstrates an effective model of digital communication that combines informational, cultural, and marketing components. The communicative parameterization of such a blog confirms its significance as a tool for influencing reading practices and shaping the contemporary media environment. Thus, the proposed approach to parameterization provides grounds for considering BookTube as a communicative phenomenon with a defined media ontological status, which justifies its integration into the system of current trends in modern video blogging.

REFERENCES

1. Лассуелл Г. Структура та функції комунікації в суспільстві. Теорія комунікації : хрестоматія / за ред. П. В. Зернецького. Київ : Наукова думка, 2000. С. 84-90. URL: <https://studfile.net/preview/13481812/page:11/>
2. Baym N. Personal Connections in the Digital Age. Cambridge : Polity Press, 2010. P. 56-63. URL: https://www.researchgate.net/publication/239787960_Personal_Connections_in_the_Digital_Age_by_Baym_N_K

3. Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford : Blackwell Publishers, 1996. P. 67-75.
4. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York : NYU Press, 2006. P. 15-25. URL: <https://nyupress.org/9780814742952/convergence-culture/>
5. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. London : SAGE Publications, 2010. P. 210-218.

• • •

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-30

МЕДІАМОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Світлана Кравчук

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти І курсу спеціальності С7 Журналістика
Міжнародний університет, м. Одеса,
науковий керівник **Арина Фрумкіна**
завідувач кафедри германських та східних мов і перекладу,
доктор педагогічних наук, кандидат філологічних наук
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0003-2635-685X

***Анотація.** Розглянуто медіамову як специфічну систему мовних засобів, що функціонує у медіадискурсі та слугує інструментом формування громадської думки. Проаналізовано ключові мовні прийоми: емоційну лексику, оціночні судження, метафори, риторичні запитання, провокативні заголовки та їхній вплив на аудиторію. На конкретних прикладах українських медіа показано механізми мовного конструювання суспільних смислів.*

***Ключові слова:** медіамова, медіадискурс, формування громадської думки, мовні засоби впливу, журналістика, оціночна лексика.*

У сучасному інформаційному суспільстві медіа є одним із головних чинників, що формують уявлення людей про навколишній світ. Щодня мільйони українців отримують новини через онлайн-видання, телебачення та соціальні мережі. При цьому медіа не просто фіксують реальність, вони її конструюють, добираючи факти, розставляючи акценти та послуговуючись особливою мовою. Саме мова є тим інструментом, за допомогою якого медіа не лише інформують, але й впливають на суспільну думку. Дослідження медіамови та механізмів її впливу набуває особливої актуальності в умовах інформаційної війни, яку веде Росія проти України.

Мета роботи - дослідити медіамову як інструмент формування громадської думки, визначити її ключові мовні засоби та проілюструвати їх функціонування на прикладах конкретних публікацій українських медіа.

Медіадискурс - це особливий тип соціальної комунікації, у якому мовні та позамовні засоби поєднуються для досягнення певного комунікативного ефекту. Медіамова вирізняється серед інших функціональних різновидів мови такими рисами:

спрощеністю синтаксичних конструкцій, орієнтацією на широку аудиторію, поєднанням інформативності та емоційності, а також активним використанням оціночної лексики [3, с. 42].

Журналіст прагне не лише поінформувати аудиторію, а й залучити її, утримати увагу та сформувати певну реакцію. Для цього у медіатексті чіткий, стислий виклад фактів у ліді поєднується з емоційно забарвленими коментарями та цитатами очевидців або експертів, а також із прямою мовою, що надає матеріалу достовірності. Водночас саме добір цитат і коментарів слугує прихованим механізмом оцінювання: журналіст через вибір голосів конструює певний дискурс.

Мовні інструменти формування суспільної думки. Дослідники медіалінгвістики виокремлюють низку мовних засобів, що систематично використовуються у медіатекстах для впливу на аудиторію [4, с. 29-33].

Емоційна лексика - слова з яскравим конотативним забарвленням, що апелюють до почуттів читача: страху, обурення, співчуття або захоплення. Цей інструмент існує передусім тому, що емоційно насичений контент значно краще утримує увагу аудиторії й активніше поширюється у соціальних мережах, ніж нейтральний виклад фактів. На офіційній Facebook-сторінці «24 Каналу» заголовки на зразок «Нічний жах: ракети знищили житловий будинок» поєднують образи страху та трагедії, апелюючи безпосередньо до емоцій читача, а не до аналізу події [11]. Така лексика підсилює емоційну залученість аудиторії та формує певний афективний фон сприйняття події [11].

Оціночні слова та судження - лексика, що містить пряму або приховану оцінку явищ і людей. Вона існує тому, що будь-який медіатекст відображає редакційну позицію видання: навіть вибір між «підрозділами ЗСУ» і «бійцями» чи між «загарбниками» і «збройними формуваннями» є позицією. На офіційній Facebook-сторінці «Суспільного» стійко вживаються номінації «окупаційні сили» та «захисники України», що конструюють бінарну опозицію «свій-чужий» і формують суспільну ідентичність у воєнний час. Одна й та сама людина може бути названа «реформатором» або «популістом», «активістом» або «провокатором» - залежно від позиції видання. Саме через добір оціночних номінацій медіа моделюють ставлення аудиторії до суб'єктів суспільного життя [5, с. 113].

Метафори - один із найпотужніших засобів медіавпливу, оскільки вони формують концептуальний образ явища. Метафори існують у медіатексті тому, що дозволяють спростити складні суспільні процеси та зробити їх емоційно зрозумілими для широкої аудиторії. «Корупційна пухлина», «інформаційна зброя», «вірус популізму» - ці метафори не просто описують, а оцінюють і формують певне ставлення до явищ. «Радіо Свобода Україна» у своїх публікаціях на Facebook регулярно послуговується метафорою «інформаційний фронт», прирівнюючи журналістику до збройного протистояння і підкреслюючи стратегічну роль медіа у сучасній гібридній війні. Метафора задає рамку (фрейм) інтерпретації, в межах якої аудиторія мислить про проблему [4, с. 58].

Риторичні запитання - питання, що формально не вимагають відповіді, але спонукають читача до заздалегідь визначеного висновку. Цей засіб існує тому, що риторичне запитання створює видимість діалогу з аудиторією, залучаючи її до міркування, тоді як насправді нав'язує готовий висновок. «Радіо Свобода Україна» регулярно використовує такі запитання у заголовках Facebook-публікацій: «Чому

Захід досі вагається?», «Скільки ще Україна може чекати?» - кожне з них імплікує критику або стурбованість, не висловлюючи її прямо. Риторичне запитання маскує оціночне судження під видимість діалогу з аудиторією.

Провокативні та атрибутивні заголовки - заголовки, що свідомо загострюють або сенсаціоналізують зміст матеріалу. Вони виникають як відповідь на умови цифрового медіасередовища, де увага аудиторії є обмеженим ресурсом, а алгоритми соціальних мереж винагороджують контент із високим рівнем залучення. На Facebook-сторінці «24 Каналу» можна простежити характерний прийом: заголовок допису є значно емоційнішим і категоричнішим за сам текст матеріалу, наприклад: «Все: ворог знищений» при описі окремого тактичного успіху або «Скандалне рішення, яке змінить все» при анонсі законодавчих змін. Такі заголовки максимізують кількість кліків та охоплення, але одночасно формують спотворений образ події.

Для ілюстрації вищеозначених мовних механізмів звернімося до публікацій на офіційних сторінках трьох провідних українських медіа у Facebook: «Суспільне Новини», «24 Канал» та «Радіо Свобода Україна». «Суспільне» - це національний суспільний мовник, що існує для забезпечення громадян незалежною та збалансованою інформацією, і саме тому послуговується стриманішою, ніж комерційні медіа, мовою. Проте навіть у його публікаціях чітко простежується оціночна лексика: стійкі номінації «окупаційні сили», «збройна агресія», «захисники України» функціонують як усталені формули, що конструюють бінарний образ «свій-чужий» і формують суспільну ідентичність [6]. Показово, що у дописах, присвячених річниці повномасштабного вторгнення, заголовки «Суспільного» поєднують фактологічний виклад із метафорами спротиву: «Два роки незламності», «Україна тримається» - образи, що апелюють до колективної стійкості.

«24 Канал» - комерційний телеканал новин, сторінка якого у Facebook орієнтована на максимальне охоплення широкої аудиторії, - активно послуговується провокативними заголовками та емоційно насиченою лексикою. Характерна риса таких дописів: заголовок є значно категоричнішим за текст самого матеріалу, а скорочений формат допису залишає за рамками контекст і нюанси - замість збалансованого опису події читач отримує сенсаційний підсумок, розрахований на емоційну реакцію та максимальну кількість репостів [7]. Інший підхід демонструє «Радіо Свобода Україна» - медіа, що фінансується для підтримки незалежної журналістики та поширення достовірної інформації в умовах інформаційних маніпуляцій. На його Facebook-сторінці переважає аналітичний контент, однак риторичні запитання в заголовках - «Чому Захід досі вагається?», «Скільки ще Україна може чекати?» - виконують функцію залучення аудиторії до дискусії, імплікуючи оцінку й спрямовуючи читача до заздалегідь визначеного висновку [8]. Зіставлення трьох платформ підтверджує тезу про те, що в умовах конкуренції за увагу аудиторії мова медіа дедалі більше схиляється до емоціоналізації та спрощення [2, с. 94].

Отже, медіамова є потужним і багатофункціональним інструментом формування громадської думки. Через емоційну лексику, оціночні судження, метафори, риторичні запитання та провокативні заголовки журналіст конструює не лише інформаційну картину події, а й ціннісні орієнтири, соціальні ідентичності та суспільні установки аудиторії. Аналіз конкретних публікацій українських медіа підтверджує, що ці

механізми активно функціонують у сучасному медіадискурсі.

Водночас усвідомлене й маніпулятивне використання медіамови становить серйозну етичну проблему. Журналіст несе відповідальність перед суспільством за кожне слово у своєму тексті, оскільки мова медіа здатна як консолідувати суспільство, так і поляризувати його, поширювати стереотипи та викривляти реальність. Тому розвиток медіаграмотності аудиторії та дотримання журналістської етики є необхідними умовами відповідального медіадискурсу в сучасних умовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Яцимірська М. Г. Сучасна мова засобів масової інформації: підручник. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2009. URL: <https://lnu.edu.ua>
2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Просвіта, 2008. URL: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua>
3. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння: монографія. Львів: ПАІС, 2004. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua>
4. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика: словник термінів і понять. Київ: Либідь, 2014. URL: <https://ukrbook.net>
5. Кравченко Н. К. Оцінна лексика в сучасному українському медіадискурсі. Мовознавство. 2021. № 3. С. 108-121. URL: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua>
6. Суспільне Новини. Офіційна сторінка у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/suspilne.news>
7. 24 Канал. Офіційна сторінка у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/channel24ua>
8. Радіо Свобода Україна. Офіційна сторінка у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/radiosvobodaUA>
9. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage, 2010. URL: <https://books.google.com>
10. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua>
11. Сікорська В.Ю. Мова соціальних мереж під час військової агресії росії проти України: лексичні та структурно-семантичні особливості. Комунікація ввв времена на глобални кризи: юбилеен сборник по случай 30-годишнината на специалността «Връзки с обществеността» и на катедра "Комунікация, връзки с обществеността и реклама" към Факултета по журналистика и масова комунікация на Софийския университет «Св. Климент Охридски» // <https://digital.libsu.uni-sofia.bg/en/v/67212>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-31

МЕДІАДИСКУРС ВІНТАЖНОЇ МОДИ: ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ З МОЛОДІЖНОЮ АУДИТОРІЄЮ

Софія Гахарія

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 4 курсу спеціальності 061 Журналістика Міжнародний університет, м. Одеса,

науковий керівник **Тетяна Громко**
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри германських і східних мов та перекладу
Міжнародний університет, м. Одеса
ORCID: 0000-0002-4661-4302

Анотація. Розглянуто медіадискурс вінтажної моди в сучасній журналістиці як соціокультурного феномену. Проаналізовано особливості висвітлення вінтажу у медіа, його зв'язок із ностальгією, цифровою культурою та змінами у цінностях покоління Z. Визначено роль журналістики у формуванні інтересу до вінтажної культури через аналітику, сторітелінг і візуальну комунікацію. Окрему увагу приділено протиставленню *fast fashion* і свідомого споживання, а також значенню вінтажу у формуванні культурної пам'яті та ідентичності. З'ясовано, що сучасна журналістика не лише відображає популярність вінтажу, а й інтерпретує його як індикатор соціальних і культурних трансформацій.

Ключові слова: вінтажна мода, медіадискурс, журналістика, ностальгія, покоління Z, *fast fashion*, свідоме споживання, сторітелінг, культурна ідентичність, медіакомунікація.

У сучасній журналістиці тема вінтажної моди поступово виходить за межі вузького fashion-сегменту і стає частиною ширшого соціокультурного дискурсу. Вона з'являється не лише у глянцевих виданнях, а й у новинних медіа, аналітичних платформах та мультимедійних проектах. Для журналіста це вже не просто тренд, а інфопривід, через який можна говорити про ідентичність, екологію, економіку та вплив цифрової культури на молодь. Фактично вінтаж перетворюється на універсальну тему, яка дозволяє об'єднати різні журналістські жанри: від коротких новин і лайфстайл-матеріалів до глибоких аналітичних текстів і репортажів. Завдяки цьому журналістика не лише відображає явище, а й інтегрує його у ширший контекст суспільних змін.

Особливо показовим є те, як змінюється сам підхід до подачі теми. Якщо раніше вінтаж подавався як естетична альтернатива сучасній моді, то сьогодні медіа розглядають його як соціальний маркер. У публікаціях акцент зміщується з "що носити" на "чому це носять". Таким чином журналістика переходить від опису до інтерпретації, що є ознакою якісного аналітичного контенту. Вінтаж у цьому випадку виступає не об'єктом споживання, а індикатором змін у цінностях молодіжної аудиторії.

Однією з ключових задач журналістики є пояснення причин популярності явищ. У випадку вінтажу медіа часто звертаються до психологічних концепцій, зокрема до феномену «анемої» – ностальгії за епохами, які аудиторія ніколи не переживала. Це поняття дозволяє журналістам вийти за межі поверхневого опису тренду і перейти до його глибинного аналізу. Використання наукових концепцій у медіатекстах підсилює їхню аргументованість і формує довіру аудиторії, адже інформація подається не як суб'єктивне спостереження, а як частина ширшого дослідницького поля.

Вінтажна мода у сучасному медіадискурсі постає не лише як стилістичний вибір, а як форма символічної комунікації між поколіннями. Через медіа – від соціальних

мереж до цифрових платформ – транслюються образи минулого, які в сучасному контексті набувають нових значень і функцій. Важливо, що ці образи не зберігаються у своєму первинному вигляді: вони адаптуються, трансформуються та інтегруються у нові культурні практики. Молодіжна аудиторія не просто відтворює стилі попередніх десятиліть, а активно переосмислює їх, використовуючи як інструмент самовираження, маркер індивідуальності та спосіб дистанціювання від масової культури fast fashion. У цьому процесі ключову роль відіграє ностальгія як комунікативний механізм, що забезпечує емоційний зв'язок між медіаконтентом і його споживачем, підсилюючи рівень залученості, довіри та інтересу до контенту [1]. Вона виступає не лише як емоція, а як структурний елемент медіакомунікації, який формує сприйняття і впливає на поведінкові реакції аудиторії.

Дослідження *Wallowing in Media-Induced Nostalgia: Personal and Collective Triggers of Media-Induced Nostalgia* демонструє, що ностальгія може формуватися навіть без особистого досвіду переживання певної історичної епохи. Це явище особливо характерне для молоді, яка не має безпосереднього зв'язку з минулими десятиліттями, але активно взаємодіє з ними через медіа. У результаті виникає феномен опосередкованої або медіаіндукованої ностальгії, коли емоційна прив'язаність формується через споживання культурних продуктів – фільмів, музики, фотографій, модних образів [2]. У цьому контексті вінтаж стає «мовою покоління», у якій речі виконують функцію знаків і символів. Одяг, аксесуари та стилістичні рішення виступають як носії культурної пам'яті, що дозволяє молоді «проживати» досвід, якого вона фактично не мала. Це сприяє формуванню складної ідентичності, в якій поєднуються елементи автентичності, гри з минулим і сучасної інтерпретації.

У межах медіакомунікації вінтажна мода виступає ефективною стратегією залучення аудиторії через емоційний вплив і візуальну привабливість. Як показують дослідження, опубліковані в журналі *Media and Communication*, ретро-естетика активно використовується як інструмент сторітелінгу, що дозволяє створювати глибші та більш емоційно насичені наративи [1]. Через апеляцію до культурної пам'яті медіа формують відчуття знайомості, затишку та «втраченого часу», що особливо резонує з молодіжною аудиторією в умовах інформаційного перенасичення. Водночас важливим є не лише зміст, а й форма подачі: інтерактивність, короткі відеоформати, візуальна стилізація під минулі епохи, використання фільтрів і цифрових ефектів. Це дозволяє створювати контент, який одночасно виглядає автентичним і відповідає сучасним медіаспоживчим практикам. У результаті медіадискурс вінтажу набуває діалогічного характеру, де користувачі не лише споживають контент, а й активно беруть участь у його створенні, поширенні та інтерпретації.

Звернення молоді до стилів минулого зумовлене комплексом взаємопов'язаних факторів – соціокультурних, психологічних і економічних. По-перше, це прагнення до індивідуальності та унікальності в умовах глобалізованої модної індустрії, де масове виробництво стандартизує зовнішній вигляд. Вінтаж у цьому випадку виступає як альтернатива, що дозволяє створити неповторний стиль. По-друге, це реакція на швидкоплинність сучасного світу: ностальгія виконує компенсаторну функцію, створюючи відчуття стабільності, послідовності та емоційного комфорту [2]. По-третє, зростає значення екологічної свідомості: повторне використання одягу та інтерес до секонд-хенду корелюють із ідеями сталого розвитку. У підсумку вінтажна мода

перестає бути лише естетичним явищем і перетворюється на медіакод – систему знаків, через яку молодь комунікує свої цінності, світоглядні орієнтири та соціальну позицію, інтегруючи індивідуальний досвід у ширший культурний контекст.

У журналістських матеріалах ідея «анемої» використовується як інструмент інтерпретації: через неї пояснюють, чому покоління Z, яке виросло в цифровому середовищі, прагне до речей із історією. Зокрема, підкреслюється, що сучасна молодь існує в умовах постійного інформаційного потоку, швидкоплинності контенту та нестабільності соціальних процесів. У такій ситуації звернення до минулого виконує компенсаторну функцію – створює відчуття стабільності, автентичності та “реальності”. Журналістика, фіксуючи ці настрої, одночасно їх підсилює, формуючи певний нарратив: минуле як більш “щире” і “справжнє” у порівнянні з цифровим теперішнім.

Таким чином журналіст не просто фіксує тренд, а занурює його у контекст і робить зрозумілим для читача. Більше того, він виступає посередником між науковим знанням і масовою аудиторією, перекладаючи складні концепції на доступну мову. Це підвищує не лише якість матеріалу, а й загальний рівень медіаграмотності аудиторії. У результаті тема вінтажу моди перестає бути поверхневою і набуває статусу повноцінного об’єкта журналістського аналізу.

Для журналіста важливо розуміти, що вінтаж – це не лише тема, а й спосіб говорити з аудиторією. Він дозволяє поєднати різні формати: аналітику, репортаж, інтерв’ю, лайфстайл. Це робить тему універсальною і придатною для різних медіаплатформ. Водночас вона вимагає глибини: поверхнєве висвітлення зводить вінтаж до “модного тренду”, тоді як якісна журналістика розкриває його як складний соціокультурний феномен.

Ще один важливий аспект – критична функція журналістики. Матеріали про вінтаж часто будуються на протиставленні fast fashion і свідомого споживання, і це протиставлення не є випадковим. Журналісти свідомо формують таку рамку, оскільки вона дозволяє показати глибші соціально-економічні проблеми індустрії моди. У текстах аналізуються питання перевиробництва, низької якості масового одягу, експлуатації ресурсів і праці, а також екологічного навантаження. Для підсилення аргументації активно використовуються дані досліджень, зокрема ThredUp Resale Report [3], які демонструють зміну споживчих звичок покоління Z. Це додає матеріалам фактологічної основи і підвищує їхню переконливість.

У таких журналістських текстах вінтаж постає не просто як альтернатива, а як відповідь на кризу масового споживання. Через акценти на довговічності речей, їхній історичній цінності та повторному використанні формується позитивний образ вінтажу як “етичного вибору”. Таким чином журналістика виконує не лише інформаційну, а й нормативну функцію: вона пропонує певну модель поведінки і водночас легітимізує її в очах аудиторії. У результаті читач не просто дізнається про тренд, а отримує імпульс до зміни власних споживчих практик.

Водночас сучасна журналістика активно використовує сторітелінг як основний спосіб комунікації. Тема вінтажу особливо ефективно розкривається через персональні історії, оскільки вони створюють емоційний зв’язок із аудиторією. Інтерв’ю з власниками секонд-хендів, репортажі з блошиних ринків, історії молодих людей, які формують свій стиль через речі з історією, дозволяють показати явище

“зсередины”. Такий підхід робить матеріал більш живим і переконливим, адже абстрактний тренд отримує конкретне людське обличчя.

Персоналізація контенту відповідає загальним тенденціям розвитку медіа, де аудиторія все більше орієнтується на досвід інших людей, а не на абстрактні поради. Як зазначає Анджела Макроббі, сучасний споживач моди стає активним творцем сенсів. Журналістика, у свою чергу, підхоплює цю тенденцію, змінюючи свою роль: від транслятора трендів до платформи для висловлювання різних голосів. Це дозволяє зробити медіадискурс більш різноманітним і наближеним до реального досвіду аудиторії.

Не менш важливою є форма подачі. Онлайн-журналістика трансформує матеріали про вінтаж у мультимедійні продукти, поєднуючи текст, зображення, відео та короткі формати для соціальних мереж. Така інтеграція різних форматів дозволяє охопити ширшу аудиторію і підвищити рівень залучення. Візуальна складова тут відіграє ключову роль, оскільки вінтажна мода апелює до естетики та візуальної культури. Фотоархіви, детальні зйомки текстур тканин, відео з примірками створюють ефект присутності та допомагають краще передати атмосферу минулого.

Водночас важливо враховувати, що медіа не лише відображають реальність, а й конструюють її. Образи минулого, які транслюються у журналістських матеріалах, часто є романтизованими: акцент робиться на естетиці, індивідуальності та “якості речей”, тоді як складні історичні контексти можуть залишатися поза увагою. Це означає, що журналістика одночасно інформує і формує уявлення аудиторії, створюючи певну ідеалізовану картину минулого.

В українському контексті журналістика додає до теми вінтажу ще один важливий вимір – питання культурної ідентичності. Матеріали про традиційний одяг, архівну моду чи предмети побуту стають інструментом переосмислення історії та відновлення культурної пам’яті. У таких текстах вінтаж виступає не як тренд, а як носій історичного досвіду. Проєкти на кшталт «Локальна історія» демонструють, як через журналістський контент можна популяризувати національну спадщину та формувати усвідомлене ставлення до власної культури [4].

У цьому випадку журналістика виходить за межі інформування і набуває культуротворчої функції. Вона не лише розповідає про минуле, а й інтегрує його у сучасний медіапростір, роблячи релевантним для молоді аудиторії. Таким чином вінтаж стає не просто стилістичним явищем, а медіаінструментом, через який відбувається формування національної та культурної ідентичності.

Отже, медіадискурс вінтажної моди в журналістиці формується на перетині аналітики, сторітелінгу та візуальної комунікації. Журналісти не лише відображають інтерес молоді до минулого, а й активно конструюють цей інтерес через пояснення, оцінки та наративи. Для покоління Z такі матеріали стають способом осмислення реальності, у якій минуле використовується як ресурс для пошуку стабільності, автентичності та власного стилю життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Wulf, T., Bonus, J. A., & Rieger, D. (2021). Media-induced nostalgia: The interplay of personal and collective memories. *Media and Communication*. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3803/0?utm_source

=chatgpt.com

2. Batcho, K.I. (2013). Wallowing in Media-Induced Nostalgia: Personal and Collective Triggers of Media-Induced Nostalgia. https://www.researchgate.net/publication/273355469_Wallowing_in_media-past_Personal_and_collective_triggers_of_media-induced_nostalgia
3. ThredUp Resale Report. <https://www.thredup.com/resale>
4. Локальна історія. Мультимедійна онлайн-платформа про минуле та сучасне України. <https://loca.lhistory.org.ua>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-32

THEATRE BLOGGING AS A CONTEMPORARY FORM OF CULTURAL JOURNALISM

Sofia Tumachek

Higher Education Applicant

1st year student

Nataliya Kurasova

Senior Lecturer at the Department of

Journalism and Communication

Odessa National Maritime University

ORCID ID: 0000-0001-8672-0110

Abstract. *This article examines the phenomenon of theatre blogging as a new form of cultural journalism in the digital age. Based on a content analysis of the official Instagram pages of London's Old Vic and Kyiv National Academic Molodyy Theatre, the research identifies key genre and stylistic features of theatre blogs. The study analyses interactivity, the desacralization of theatrical space through the inclusion of behind-the-scenes content, and the process of categorization that facilitate the adaptation of classical journalistic formats to the algorithmic logic of Instagram. Particular attention is paid to a comparative analysis of the audience and engagement metrics.*

Keywords: *theatre blog, cultural journalism, Instagram, media convergence, interactivity, The Old Vic, The Molodyy Theatre.*

In today's media landscape, blogging evolved from an amateur hobby into a professional activity that operates according to the principles of mass media [1, p. 10]. Theatre blogs function as digital media outlets that ensure the rapid dissemination of cultural content. Unlike traditional print media, where a review takes time to be published, theatre Instagram blogs deliver news in real time.

In particular, as of April 2026, The Old Vic (London) has 218,000 Instagram followers [5] and uses Stories and Reels to instantly share information about auditions and events. Kyiv's The Molodyy Theatre is also actively expanding its social media presence: currently, its Instagram page has 47,800 followers [4]. Media convergence enables the integration of the combination of text, video reports, and interactive polls within a single post, creating a multi-layered informational product.

A fundamental feature of a theatre blog is the shift from a descriptive model to a dialogic

one. By utilizing social media tools, theatres implement a strategy of *engagement journalism* [1, p. 12]. Specifically:

1) Interactivity. Comments under posts become a platform for public discussion, where the audience member gains the status of a conversation partner, not just a consumer. For example, under announcements of premieres at the Molodyy Theatre, dialogues often arise between the administration and the audience regarding the content of the performances [4].

2) Desacralization. Through Backstage sections, theatres showcase their internal processes: from rehearsals to setting the stage. At the Molodyy Theatre, such content is published on average 5-6 times a week (analysis of the feed for March 2026) and accounts for about 40% of the total volume of posts [4]. Such an approach fosters the humanization of the brand while simultaneously diminishing the hierarchical distinction between elite art and mass audiences.

An analysis of the content from the selected case studies reveals a clear categorization that mirrors the structure of a traditional newspaper's culture section, but adapted to Instagram's algorithms:

1. News Digest (News). Timely updates on auditions, premieres, and tours. The London Theatre News portal [3] demonstrates that news on Instagram has a high reach because the platform's algorithms prioritize timely content that elicits an immediate reaction (likes, reposts in Stories). For example, an announcement of a new production at The Old Vic garners on average have 2-3 times more engagement than a regular post [5].

2. Interviews and quick Q&As. The Old Vic actively uses the Reels format for short video interviews with actors and directors. The theater's feed regularly features 30-60-second clips where creators answer 3-4 questions about current productions [5]. Such practices promote audience-creator interaction and contribute to the expansion of the theatre's digital reach via the algorithmic amplification of Reels content.

3. User-generated content (UGC) and reposts of audience reviews. The Molodyy Theatre posts screenshots of audience messages in its Stories and shares the most detailed positive reviews in its feed with the caption "Thank you for your feedback"[4]. Griffin argues that audience demonstrate a higher degree of trust in real-time, user-generated reviews compared to academically grounded critical discourse [1, p. 8]. This is also confirmed by the fact that posts with UGC receive 30-50% more likes compared to the average (own observations of the Molodyy Theatre 's feed for February-March 2026) [4].

4. Service content. Posters, ticket navigation, and up-to-date information about the theater's operations. For the Molodyy Theatre, an important element is providing information about operations during air alerts: the current Stories ("Saved") feature the operating schedule and a link to online tickets [4]. At The Old Vic, service content includes venue navigation and reminders about visitor guidelines [5].

The effectiveness of a theatre blog is measured not only by the number of followers but also by the quality of engagement. The audience of theatre blogs consists predominantly of women aged 18-35 (according to social media analytics, approximately 70%). This shapes the visual language of the blogs, which is characterized by high aesthetics, an emphasis on empathy, and visual storytelling [1, pp. 10-12].

The theatre-oriented segment is marked by a relatively low incidence of negative communicative practices. Such comments are usually of a technical nature (ticket issues) or arise in discussions regarding the socially acute themes of productions. At the Molodyy

Theatre, a specific factor is the discussion of safety protocols during air alerts, which makes the blog a tool of social journalism [4].

Conclusion. The analysis conducted demonstrates that a theatre blog is not merely a marketing tool, but an independent form of contemporary cultural journalism. It successfully integrates promotional functions with educational ones, creating a new environment for building a cultural community. The use of journalistic standards combined with the interactive capabilities of the Instagram platform makes theatre blogging a promising way of communication between the theatre and its future audience.

REFERENCES

1. Griffin, Z. (2016). How to Become a Successful Vlogger. London. URL: https://loveread.ec/read_book.php?id=65286&p=10
2. Kyiv National Academic Molodyi Theatre. Official website. URL: <https://molodyytheatre.com/>
3. London Theatre News. (2026). Latest West End News, Cast Announcements, and Reviews. URL: <https://www.londontheatre.co.uk/theatre-news/news>
4. Molodyi Theater. Official Instagram Page. URL: <https://www.instagram.com/molodyytheatre/>
5. The Old Vic Theatre. Official Instagram Profile. URL: <https://www.instagram.com/oldvictheatre/>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-33

ФЕНОМЕН КОРЕЙСЬКОЇ МЕДІАІНДУСТРІЇ: РОЗВИТОК ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПЛАТФОРМИ

Вікторія Хаджи

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 Журналістика
Міжнародний університет, м. Одеса,
науковий керівник **Олег Пархітько**
доцент кафедри романо-германської філології
та методики викладання іноземних мов,
Міжнародний університет, м. Одеса

***Анотація.** У тезах проаналізовано феномен південнокорейської медіаіндустрії («Халлю») як інструмент культурної дипломатії в сучасному інформаційному просторі. Досліджено вплив цифрових платформ на глобальну популяризацію креативної економіки. Обґрунтовано нагальну потребу розробки та запуску спеціалізованого українського медіаресурсу («IdolScore») для деколонізації вітчизняного інфопростору, витіснення російськомовних агрегаторів та забезпечення ефективної міжкультурної комунікації.*

***Ключові слова:** деколонізація, діджитал-платформа, інформаційний простір, корейська медіаіндустрія, міжкультурна комунікація, нішеве медіа, Халлю.*

Сучасний етап глобалізації інформаційного простору характеризується

безпрецедентною інтенсифікацією міжкультурної комунікації. У цьому контексті особливої уваги набуває досвід Південної Кореї, яка успішно трансформувала власну масову культуру в потужний медійний інструмент геополітичного впливу [1, 4, 5]. Феномен «Халлю» (Корейська хвиля) на сучасному етапі вийшов за межі суто розважальної сфери, ставши фундаментальним елементом державної політики у формуванні позитивного національного іміджу («м'якої сили») через глобальні медіаканали [1, 4,]. Стрімка цифровізація не лише масштабувала цей контент, а й актуалізувала потребу у фаховому журналістському осмисленні впливу азійської медіаіндустрії на вітчизняну аудиторію [2, 3, 4].

Інтеграція Республіки Корея у світовий інформаційний простір відбулася завдяки цілеспрямованому розвитку інноваційних комунікаційних технологій та відходу від традиційних телевізійних форматів на користь діджитал-домінування [3, 4]. Головним рушієм поширення «Халлю» постали глобальні онлайн-платформи як YouTube, соціальні мережі та OTT-сервіси (зокрема Netflix), які дозволили корейському аудіовізуальному продукту миттєво долати географічні бар'єри [2, 5]. Специфіка цієї медіамоделі полягає у високому рівні інтерактивності: індустрія базується на безперервній прямій комунікації артистів із шанувальниками, що формує масштабні, лояльні та соціально активні глобальні фандоми [2, 4]. Таким чином, корейський досвід демонструє ефективне перетворення розважального контенту на цілісну медійну екосистему, яка формує нові стандарти споживання інформації у світі [1, 4, 5].

На тлі цих масштабних світових процесів в Україні можна спостерігати стійке зростання зацікавленості азійською попкультурою. Для значної частини молоді споживання такого контенту є не лише формою психологічного розвантаження в умовах війни, але й потужним інструментом соціалізації. Проте сучасний український медіапростір стикається з гострим дефіцитом фахових ресурсів, здатних задовольнити цей інформаційний запит. Тривалий час вітчизняні споживачі залишалися в орбіті впливу російськомовних новинних агрегаторів, що є абсолютно неприпустимим в умовах необхідності деколонізації інфопростору. Натомість українські альтернативи здебільшого зводяться до аматорських пабліків у соціальних мережах (наприклад, у Telegram), які існують за рахунок клікбейту та трансляції неперевіраних чуток, ігноруючи базові стандарти журналістського аналізу та фактчекінгу.

Вирішення цієї проблеми вбачається у розробці моделі профільного медіаресурсу «IdolScore». Фундаментальний концепт цього інтернет-видання полягає у створенні професійної аналітичної платформи, яка свідомо відмовляється від формату примітивної новинної стрічки. Запровадження чітких методологічних стандартів: опрацювання виключно релевантних першоджерел (офіційних пресрелізів, звітів міжнародних інституцій), забезпечення якісної лінгвокультурної адаптації текстів та застосування багаторівневого фактчекінгу для протидії дезінформації дозволить розкрити не лише розважальні, а й глибинні соціально-психологічні та економічні аспекти функціонування іноземного шоу-бізнесу.

Отже, створення фахової україномовної платформи «IdolScore» є необхідним кроком для структурування ніші азійського медіаконтенту в Україні. Такий ресурс здатен витіснити транзитний російський та низькоякісний аматорський продукт, забезпечивши аудиторію об'єктивною журналістською аналітикою. Перехід від

хаотичного споживання чуток до критичного аналізу медіапроцесів сприятиме підвищенню загального рівня медіаграмотності молоді, що є важливим чинником зміцнення інформаційної безпеки та професійності національного медіапростору в умовах міжкультурного діалогу.

Практична реалізація цього кваліфікаційного проєкту передбачає проходження трьох ключових етапів. Концептуальний етап охоплює розробку розгалуженого рубрикатора, який диверсифікує контент: оперативні зведення, аналітичні лонгріди про економіку та право, фахові рецензії та матеріали про соціально-психологічний вимір індустрії. На методологічному етапі визначаються стандарти роботи з інформацією: опрацювання виключно релевантних іноземних першоджерел, лінгвокультурна адаптація текстів та багаторівневий фактчекінг для протидії маніпуляціям. Фінальний, практичний етап, полягає у генеруванні та візуальному пакуванні унікального контенту, що трансформує популярний розважальний продукт у фаховий соціокультурний нарратив, залучаючи українську аудиторію до свідомого осмислення новітньої культурної спадщини.

Отже, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що феномен корейської медіаіндустрії («Халлю») постає не лише як успішний комерційний експортний продукт, а як стратегічний інструмент культурної дипломатії та національного брендингу. Досвід Республіки Корея у розбудові креативної економіки демонструє надзвичайну ефективність синергії державної підтримки та інноваційних медіатехнологій, що дозволило країні посісти провідні позиції у світовому культурному просторі. Ключовим чинником цієї глобалізації став розвиток та популяризація цифрових платформ, які забезпечили пряму комунікацію з аудиторією та масштабування культурних сенсів у глобальному вимірі. В умовах українського медіаринку розвиток спеціалізованої аналітичної платформи «IdolScope» набуває особливої актуальності. Такий проєкт виконує не лише інформуючу функцію, а й постає потужним освітнім та культурологічним інструментом. Створення фахового україномовного ресурсу безпосередньо сприяє деколонізації вітчизняного інформаційного простору, витісняючи низькоякісний транзитний контент та забезпечуючи аудиторію достовірними аналітичними матеріалами, заснованими на принципах професійної етики та фактчекінгу. Таким чином, популяризація профільної платформи сприяє зміцненню національної ідентичності в умовах глобалізаційного діалогу та відкриває нові можливості для налагодження якісної міжкультурної комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельник І. В. Механізми формування державної культурної політики: зарубіжний досвід. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління. 2022. Т. 33 (72), № 2. С. 64-69. URL: https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/2_2022/11.pdf.
2. Hallyu (Korean Wave). Korean Cultural Centre: website. URL: <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/>.
3. How Korea is transforming into a creative economy. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/how-korea-is-transforming-into-a-creative-economy>.

4. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture. Martin Roll: website. 2021. URL: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>.

5. K-pop blueprint: Drawing inspiration from South Korea’s creative industries. UN Trade & Development: website. 2021. URL: <https://unctad.org/news/k-pop-blueprint-drawing-inspiration-south-koreas-creative-industries>.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-34

**BESONDERHEITEN DER DARSTELLUNG UKRAINISCHER THEMEN IN DEN
DEUTSCHEN MEDIEN IN DEN JAHREN 2021-2025
(AM BEISPIEL DER ZEITSCHRIFT DER SPIEGEL)**

Alla Kovalenko

Kandidatin der philologischen Wissenschaften, Dozentin,
Dozentin des Lehrstuhls für Journalismus und Sprachkommunikation
ORCID: 0000-0001-6750-9133

Kateryna Kuramshyna

Student im 3. Studienjahr des Fachgebiets Journalismus
Odesa National Maritime University

Zusammenfassung. *In der Studie wurde der journalistische Content des hochwertigen analytischen deutschen Wochenmagazins Der Spiegel über die Ukraine analysiert, seine Dynamik im genre- und thematischen Spektrum im untersuchten Zeitraum aufgezeigt sowie der Wandel des Kriegsdiskurses festgestellt: von Mitgefühl und Unterstützung hin zu einer Müdigkeit gegenüber dem russisch-ukrainischen Krieg in ganz Europa.*

Schlüsselwörter: *Ukraine, Wochenmagazin, Analyse, deutsche Medien, Krieg.*

Nach der Eskalation des russisch-ukrainischen Konflikts wurde die ukrainische Thematik zu einem der zentralen Themen im europäischen Medienraum. Die deutschen Massenmedien berichteten aktiv über die politischen, militärischen und humanitären Aspekte des Krieges und prägten dabei die öffentliche Meinung über die Ukraine, die internationale Unterstützung des Staates sowie die Rolle Europas bei der Regelung des Konflikts. Eine besondere Rolle in diesem Prozess spielte das Magazin DER SPIEGEL, das systematisch Materialien über die Ukraine, die russische Aggression, die Reaktion westlicher Staaten sowie die Folgen des Krieges für die internationale Sicherheit veröffentlichte.

Das Problem der Berichterstattung über Ereignisse rund um die Ukraine in deutschen und europäischen Medien wird von ukrainischen Wissenschaftlern wie Kostiantyn Zarembko, M. Fakhurdinova [1], R. Kryvonos [2] und anderen untersucht. Sie analysieren den öffentlichen deutschen Diskurs über die Ukraine, die Verwendung von Frames im Zusammenhang mit dem Krieg, die Konstruktion des Ukrainebildes in der «russischen» und «ukrainischen» Perspektive usw. In den Arbeiten deutscher Forscher wie Christoph Neuberger [7], W. Hans, K. Deepak u. a. [5] werden die «Neutralität» des Mediendiskurses gegenüber dem Aggressor und den Opfern des Krieges untersucht sowie vergleichende

Analysen globaler Medienökosysteme und Kriegsnarrative durchgeführt.

Ziel der Untersuchung war es, die Besonderheiten der Berichterstattung über Ereignisse in der Ukraine und über Ukrainer zu identifizieren sowie thematische, genrebezogene und inhaltliche Merkmale des Magazins DER SPIEGEL im Hinblick auf dessen Informationspolitik und die Staatspolitik Deutschlands im Zeitraum von 2021 bis 2025 zu bestimmen.

Im Verlauf der Untersuchung wurden mithilfe der Inhaltsanalyse und einer Stichprobenauswahl Materialien aus dem Dezember 2021, Januar-März 2022 sowie Januar-Februar 2025 analysiert. Es wurde festgestellt, dass die größte Anzahl an Publikationen auf den Dezember 2021 entfällt, als die internationale Gemeinschaft bereits aktiv die Möglichkeit einer umfassenden russischen Invasion in die Ukraine diskutierte. Zu den wichtigsten journalistischen Genres dieser Periode gehörten Nachrichtenmeldungen, politische Übersichten, analytische Artikel, Reportagen und Autorenkolumnen. Ein erheblicher Teil der Texte war den diplomatischen Verhandlungen zwischen den USA, der NATO und Russland gewidmet. Im Beitrag «Ukraine-Konflikt: Joe Biden spricht mit Verbündeten Kurs gegen Wladimir Putin ab»[3] wird die Aufmerksamkeit auf die Koordinierung der Maßnahmen westlicher Verbündeter zur Eindämmung Russlands gelenkt, während im Artikel «Russische Truppen an der Grenze zur Ukraine: Plant Wladimir Putin die Invasion?» [9] die Journalisten die Risiken einer groß angelegten Invasion russischer Truppen analysieren.

Bereits im Jahr 2022, während der groß angelegten Invasion, konzentrierte sich DER SPIEGEL auf Fragen der internationalen Sicherheit, der militärischen Unterstützung der Ukraine sowie auf diplomatische Kontakte zwischen Russland und dem Westen. Zu den dominierenden journalistischen Genres gehörten analytische Artikel, Reportagen und Expertenkommentare. Die Beiträge «USA schicken Militärhilfe nach Kiew» [12] und «Nato bietet Russland weitere Gespräche an» [6] verdeutlichen die zunehmende Aufmerksamkeit für die militärische und politische Unterstützung der Ukraine durch westliche Staaten. Gleichzeitig ist in den Publikationen Kritik an der Unentschlossenheit einzelner europäischer Länder, insbesondere Deutschlands, hinsichtlich einer schnellen Reaktion auf die Bedrohung durch die russische Aggression erkennbar.

Auffällig ist, dass sich der Charakter der Veröffentlichungen erheblich verändert. Im Magazin überwiegen aktuelle Nachrichten, Reportagen von den Schauplätzen der Kampfhandlungen sowie Artikel zu humanitären Fragen. Die Journalisten berichten aktiv über Ereignisse in Kiew, Charkiw, Odessa und Dnipro. So informiert beispielsweise der Beitrag «Russland attackiert an mehreren Fronten, Kiew meldet Todesopfer» [8] über Kampfhandlungen an verschiedenen Frontabschnitten, während der Artikel «Flucht aus der Ukraine: Wie eine Mutter fremde Kinder über die Grenze brachte» [10] der Evakuierung der Zivilbevölkerung und der humanitären Krise gewidmet ist.

Große Aufmerksamkeit wird personalisierten Geschichten von Ukrainern geschenkt, was die emotionale Wirkung der Veröffentlichungen auf das Publikum verstärkt und das Bild der Ukraine als eines Staates formt, der aktiven Widerstand gegen die russische Aggression leistet: «Die Unbeugsamen. Wie die Ukrainer der russischen Übermacht trotzen» [10].

Ab März desselben Jahres ist ein deutlicher Anstieg analytischer und politischer Beiträge zu beobachten. Das Magazin untersucht die Folgen des Krieges für die internationale Politik, die europäische Sicherheit und den Informationsraum. Im Beitrag

«Wolodymyr Selenskyj im EU-Parlament: ‚Beweisen Sie, dass Sie auf unserer Seite stehen» [11] wird die Rede des ukrainischen Präsidenten vor dem Europäischen Parlament behandelt, während der Artikel «Wie realistisch Wladimir Putins Atomdrohungen sind» [14] der Analyse russischer Atomdrohungen gewidmet ist. DER SPIEGEL nutzt aktiv Expertenkommentare, politische Übersichten und Interviews, wodurch das Magazin Aktualität mit tiefgehender Analyse verbinden kann.

Die Materialien aus dem Jahr 2025 zeigen eine Veränderung der Schwerpunkte in der Berichterstattung über den Krieg. Während im Jahr 2022 aktuelle Meldungen und Reportagen dominierten, widmen die Journalisten im Jahr 2025 den Fragen der Diplomatie, der internationalen Unterstützung der Ukraine, den Friedensverhandlungen sowie der Bewertung der Folgen des Krieges für Europa mehr Aufmerksamkeit. Im Artikel «Europäische Staaten planen großes Unterstützungspaket» [4] werden neue Formate der Hilfe für die Ukraine behandelt, während der Beitrag «Ukraine-Krieg drei Jahre nach Invasion: Wie steht es heute um das Land?» [13] eine umfassende Analyse der politischen, militärischen und wirtschaftlichen Lage des Staates enthält. In den Veröffentlichungen dieser Periode zeigt sich zudem eine verstärkte Aufmerksamkeit für die Problematik der «Kriegsmüdigkeit» in der europäischen Gesellschaft sowie für Diskussionen über die weitere Unterstützung der Ukraine.

Die Analyse der Materialien von DER SPIEGEL zeigte, dass das Magazin überwiegend eine proukrainische Position einnahm und die russische Aggression nicht nur als Bedrohung für die Ukraine, sondern auch für das gesamte europäische Sicherheitssystem betrachtete. Das Magazin formte das Bild der Ukraine als eines Staates, der internationale Unterstützung benötigt und zugleich die Fähigkeit zum Widerstand demonstriert. Ein wichtiges Merkmal der Berichterstattung über die Ukraine war die Verbindung von aktueller journalistischer Berichterstattung mit politischer Analyse sowie die Nutzung von Reportagen, Interviews, Expertenkommentaren und humanitären Geschichten. Gleichzeitig scheute DER SPIEGEL nicht davor zurück, einzelne Aspekte der Tätigkeit der ukrainischen Regierung sowie die Politik westlicher Staaten hinsichtlich des Tempos und des Umfangs der Unterstützung der Ukraine zu kritisieren.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Zarembo K., Fakhurdinova M. *Ukrayina yak obstavyna: dyskursyvnyy analiz nazyvannya ta obramlennya rosiys'ko-ukrayins'koho konfliktu v nimets'kykh naukovo-analitychnykh kolakh. Interpretatsiya rosiys'ko-ukrayins'koho konfliktu v zakhidnykh naukovykh i ekspertno-analitychnykh pratsyakh* Kyiv: IPIEND imeni I.F. Kurasa NAN Ukrayiny, 2020. P. 99-127. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/454a487b-f3dc-409c-972a-3f562813dcb9/content> (accessed:: 04.05.2026).
2. Kryvonos R. *Ukrayina v zovnishniy politytsi Nimechchyny pid chas aktyvnoyi fazy rosiys'ko-ukrayins'koyi viyny. Visnyk Kyyvivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Mizhnarodni vidnosyny.* 2025. 61(2), 144-150. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2292.2025/2-61/144-150> (accessed:: 04.05.2026).
3. Biden J. *Ukraine-Konflikt: Joe Biden spricht mit Verbündeten Kurs gegen Wladimir Putin ab.* DER SPIEGEL. 17.12.2021. URL: <https://share.google/rLP4XdSVo9XTyqLG3> (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).

4. Europäische Staaten planen großes Unterstützungspaket. DER SPIEGEL. 25.02.2025. URL: <https://share.google/83FIPUectisbZ45tB> (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
5. Hanley Hans W. A., Kumar Deepak, Durumeric Zakir "A Special Operation": A Quantitative Approach to Dissecting and Comparing Different Media Ecosystems' Coverage of the Russo-Ukrainian War. URL: https://arxiv.org/abs/2210.03016?utm_source=chatgpt.com (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
6. Nato bietet Russland weitere Gespräche an. DER SPIEGEL. 2022. URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/p476/ (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
7. Neuberger C. Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine in den deutschen Medien: Kritik des Maßstabs «ausgewogene Bewertung» in InhaltsanalysenThe Russian war of aggression against Ukraine in the German media: Criticism of the 'balanced assessment' standard in content analyses. URL: https://www.researchgate.net/publication/385667816_Der_Russland-Ukraine (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
8. Krieg: Russland attackiert an mehreren Fronten, Kiew meldet Todesopfer. DER SPIEGEL. 24.02.2022. URL: <https://share.google/FoZgHXYxiaHeCwe7> (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
9. Russische Truppen an der Grenze zur Ukraine: Plant Wladimir Putin die Invasion? DER SPIEGEL. 03.12.2021. URL: <https://share.google/xUioVs2GaCjxaLgSF> (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
10. Flucht aus der Ukraine: Wie eine Mutter fremde Kinder über die Grenze brachte. DER SPIEGEL. 2022. URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/p476/ (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
11. Selenskyj Wolodymyr. Wolodymyr Selenskyj im EU-Parlament: «Beweisen Sie, dass Sie auf unserer Seite stehen». DER SPIEGEL. 2022. URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/p478/ (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
12. USA schicken Militärhilfe nach Kiew. DER SPIEGEL. 2022. URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/p476/ (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
13. Ukraine-Krieg drei Jahre nach Invasion: Wie steht es heute um das Land? DER SPIEGEL. 24.02.2025. URL: <https://share.google/8cOevRhoqcyeu9ceG> (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).
14. Wie realistisch Wladimir Putins Atomdrohungen sind. DER SPIEGEL. 2022. URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/p476/ (Datum der Bewerbung: 04.05.2026).

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-35

**МОВНІ МАРКЕРИ НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ В
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Вікторія Сікорська

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет

Анотація. Проаналізовано мовні маркери українського національного дискурсу в соціальних мережах як засіб репрезентації ідентичності та соціального досвіду. Визначено їхні основні функції та особливості функціонування в умовах цифрової комунікації. З'ясовано вплив соціальних мереж на формування мовних інновацій і трансформацію мовних норм, зокрема в контексті воєнних подій. Доведено, що мовні маркери є динамічним елементом сучасного дискурсу.

Ключові слова: мовні маркери, національний дискурс, соціальні мережі, мовна ідентичність, цифрова комунікація.

Мовні маркери національного дискурсу становлять складну систему вербальних засобів, що включає фразеологізми, окремі лексичні одиниці, метафори, символічні вирази та інші стилістичні компоненти. Вони виконують важливу функцію репрезентації національної ідентичності, відображають культурні цінності, історичний досвід і світогляд народу. Через мовні маркери здійснюється не лише передача інформації, а й формування колективної пам'яті, емоційних реакцій і соціальних установок. Їхній аналіз дає змогу глибше зрозуміти зміст тексту, а також виявити ідеологічні та культурні особливості певного суспільства завдяки публічному тексту.

У сучасному інформаційному суспільстві вагому роль у формуванні та трансформації мовних маркерів відіграють соціальні мережі, зокрема Facebook, Instagram та TikTok. Вони виступають не лише каналами соціальної комунікації, а й потужними інструментами впливу на мовну свідомість користувачів. Через поширення текстового, візуального та мультимедійного контенту соціальні мережі формують нові мовні практики, змінюють способи вираження думок і сприяють появі нових комунікативних норм.

Однією з ключових особливостей сучасного цифрового середовища є його динамічність і швидкість поширення інформації. У таких умовах мовні маркери виникають, трансформуються та закріплюються у мовленні значно швидше, ніж у традиційному комунікативному просторі. Особливо це помітно у процесі запозичення іншомовної лексики, передусім англіцизмів, які активно інтегруються у повсякденне мовлення користувачів. Така тенденція зумовлює зміну мовних норм, розширення словникового складу та формування нових стилістичних моделей.

Водночас соціальні мережі значною мірою впливають на формування індивідуальної та колективної ідентичності. Постійне перебування в інформаційному середовищі, де домінують певні мовні практики, сприяє поступовому засвоєнню культурних кодів і цінностей інших спільнот. Це може призводити як до збагачення мовлення, так і до часткової трансформації національної ідентичності. Таким чином, мова виступає не лише засобом комунікації, а й інструментом соціальної самоідентифікації.

Особливого значення мовні маркери набувають у період суспільних криз,

зокрема під час війни. У таких умовах мова швидко реагує на зміни в соціальному середовищі, що проявляється у виникненні нових лексичних одиниць і трансформації вже існуючих значень. Зокрема, у сучасному українському дискурсі активно функціонують такі слова, як *«блекаут»*, *«бавовна»*, *«ВПО»*, *«донати»*, які стали невід'ємною частиною повсякденного мовлення. Вони виконують не лише інформаційну функцію, а й відображають спільний досвід суспільства, його емоційний стан та способи адаптації до кризових умов.

Крім того, значну роль у формуванні національного дискурсу відіграють патріотичні вислови, зокрема *«Слава Україні»* та *«Разом до перемоги»*. Такі мовні формули виконують консолідуючу функцію, сприяють зміцненню соціальної єдності та формують відчуття спільної мети. Вони є важливими елементами символічного простору нації, що підтримують моральний дух суспільства.

Не менш важливим явищем є використання гумору, жартів і мемів як специфічних мовних маркерів. У кризових умовах вони виконують психотерапевтичну функцію, допомагаючи знизити рівень стресу та підтримати емоційну стабільність. Інтернет-меми поєднують вербальні та візуальні елементи, створюючи нові форми комунікації, які швидко поширюються та стають частиною масової культури.

Разом із тим соціальні мережі можуть виступати середовищем поширення пропаганди та маніпулятивних практик. Через використання спеціально підібраних мовних засобів інформація подається таким чином, щоб впливати на свідомість аудиторії, формувати певні уявлення та змінювати суспільні настрої [1]. Маніпулятивний дискурс часто базується на емоційно забарвленій лексиці, узагальненнях, стереотипах і викривленні фактів, що створює ілюзію достовірності повідомлень.

Аналіз контенту соціальних мереж засвідчує, що мовні маркери найінтенсивніше функціонують у публікаціях, пов'язаних із актуальними суспільно-політичними подіями, зокрема військовою проблематикою. У таких текстах спостерігається активне використання новітніх лексичних одиниць і семантичних трансформацій, зокрема *«двохсоті»* (як евфемістичне позначення загиблих), *«кіборги»* (у значенні військових із підвищеною витривалістю), *«ждуни»* (як іронічне найменування осіб із проросійськими поглядами), *«перемога буде»* (як редукована форма мотиваційного вислову). Такі одиниці відзначаються високим ступенем контекстуальної залежності та виконують не лише номінативну, а й оцінну та ідеологічну функції, формуючи відповідні смислові акценти в дискурсі.

Водночас простежується чітка диференціація мовлення залежно від типу контенту та комунікативної ситуації. Офіційні повідомлення державних інституцій і медіа характеризуються стандартизованістю, використанням кодифікованої лексики, термінологічною точністю та синтаксичною розгорнутістю. Натомість у неформальному комунікативному середовищі, зокрема в блогерському та користувачькому контенті, переважають розмовні конструкції, фрагментованість висловлювання, еліптичні форми та експресивно забарвлена лексика. Зокрема, поширеними є такі мовні одиниці, як *«крінж»*, *«зашквар»*, *«треш»*, *«імба»*, які виконують функцію швидкої емоційної оцінки явищ і подій.

Окремим аспектом є мультимодальність цифрового дискурсу, що передбачає інтеграцію вербальних і невербальних компонентів. У цьому контексті хештеги

(наприклад, #паляниця як маркер мовної ідентифікації або #добрийвечірмизукраїни як культурно значущий код) виконують не лише навігаційну, а й символічну функцію, репрезентуючи колективні наративи. Емодзі, графічні скорочення та візуальні елементи посилюють прагматичний потенціал повідомлення, забезпечуючи швидке зчитування емоційного змісту.

Мовні маркери в соціальних мережах характеризуються високим рівнем варіативності, контекстуальної зумовленості та функціональної багатозначності. Їх використання визначається не лише тематикою повідомлення, а й прагматичними установками мовця, типом аудиторії та особливостями цифрового середовища, що свідчить про складну й динамічну природу сучасного національного дискурсу.

Отже, мовні маркери національного дискурсу є важливим засобом відображення культурних, соціальних і політичних процесів у суспільстві. Вони не лише фіксують зміни, що відбуваються в соціальному середовищі, а й активно впливають на формування суспільної свідомості. Соціальні мережі відіграють ключову роль у цих процесах, забезпечуючи швидке поширення мовних інновацій та сприяючи формуванню сучасного мовного простору [2].

Перспективи подальших досліджень полягають у комплексному вивченні мовних маркерів у різних типах дискурсу, аналізі їхнього впливу на формування ідентичності різних соціальних груп, а також у дослідженні ролі цифрових технологій та алгоритмів у поширенні мовних практик. Це дозволить глибше осмислити взаємозв'язок між мовою, суспільством і сучасними комунікаційними процесами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сікорська В., Стоянова Д. Езикът на социалните мрежи по време на военната агресия на Русия срещу Украйна: лексикални и структурно-семантични особености // *Communication in Times of Global Crises: A Special Publication Dedicated to the 30th Anniversary of the Public Relations Major and of the Communication, Public Relations and Advertising Chair, Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University "St. Kliment Ohridski"*. Софія: St. Kliment Ohridski University Press, 2025. URL: <https://digital.libsu.uni-sofia.bg/en/v/67212>

2. Сікорська В., Ногай В. Мовні маркери українського національного дискурсу в публічному комунікативному просторі під час російсько-української війни // *Мовна параметрія українського національного дискурсу (на пошану пам'яті доктора філологічних наук, професора П. С. Дудика): тези Всеукраїнської науково-практичної конференції, 26 березня 2026 р., м.Вінниця. Вінниця: Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, 2026. С. 143. URL: <https://dspace.vspu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ffd007d5-67ea-4918-b172-7fd0d4c18f75/content>*

**МЕДІАДИСКУРС НАВОКОЛО РОЗШИРЕННЯ СПІВПРАЦІ УКРАЇНА-НАТО
ЧЕРЕЗ РУМУНІЮ****Алла Коваленко**

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-6750-9133

Поліна Бойченко

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика
Одеський національний морський університет

***Анотація.** У тезах досліджено медіадискурс щодо розширення співпраці України з НАТО через Румунію в контексті використання її території як логістичного хабу для надання допомоги Україні. Окрему увагу приділено порівнянню інформаційної політики румунських та українських медіа, а також впливу такого дискурсу на українсько-румунські відносини.*

***Ключові слова:** медіадискурс, Україна, Румунія, НАТО, логістичний хаб, міжнародні відносини.*

У сучасних умовах повномасштабної війни Російської Федерації проти України особливого значення набуває міжнародна підтримка та координація допомоги через країни-члени НАТО. Вагому роль у цих процесах відіграє Румунія, яка функціонує як стратегічно важливий транзитний простір для постачання військової, гуманітарної та економічної допомоги Україні.

Питання інформаційної політики, медіадискурсу та трансформації безпекової архітектури в Чорноморському регіоні аналізуються в сучасних дослідженнях Ю. Мельника, О. Каракуц, І. Бедеску-Секу [2, 3, 8]. У контексті медіависвітлення ролі Румунії та динаміки регіональних процесів ці автори розкривають аспекти інформаційного впливу, стратегічного партнерства та ролі міжнародних акторів у медіапросторі. Зокрема, їхні напрацювання дозволяють простежити трансформацію образу Румунії від регіонального сусіда до ключового логістичного хабу та стратегічного тилу України в умовах повномасштабної війни.

Після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році суттєво зростає інтенсивність медіависвітлення міжнародної підтримки України, зокрема у контексті функціонування нових логістичних маршрутів та трансформації регіональної безпекової архітектури. Аналіз медіаматеріалів показує, що тема використання румунської території як логістичного хабу є стабільно присутньою в інформаційному просторі, з періодичними піками під час загострення бойових дій або ухвалення нових рішень щодо міжнародної допомоги.

«Euronews Romania» є частиною міжнародної мережі «Euronews» і характеризується нейтральною та фактологічною подачею інформації, тоді як «Digi24» функціонує як національний інформаційний телеканал із поєднанням

новинного та аналітичного контенту У межах дослідження було проаналізовано близько 7 медіаматеріалів за період 2022-2024 років, присвячених використанню румунської території як логістичного хабу для допомоги Україні. У контенті цих медіа послідовно підкреслюється роль порту Констанца як ключового центру транспортування зерна, військових та гуманітарних вантажів. Так, у матеріалах видання «Euronews Romania», акцентується на тому, що «новий коридор стабільності, зміцнює позицію Румунії як вхідних воріт для стратегічних потоків до серця Європи в період реконфігурації глобальних маршрутів» []. Жанрово матеріали представлені переважно новинами та короткими аналітичними повідомленнями, що відображають офіційну позицію Румунії як держави, яка підтримує Україну в межах співпраці з НАТО та ЄС.

У публікаціях «Euronews Romania» та «Digi24» підкреслюється стратегічне значення транспортних маршрутів через Румунію як альтернативи нестабільним шляхам постачання в Чорноморському регіоні [8, 9]. Зокрема, Euronews Romania наголошують, що «використання румунської інфраструктури, зокрема порту Констанца, сприяє забезпеченню більш стабільної та безпечної логістики, що має важливе значення для довгострокової підтримки України» [8]. Такі акценти простежуються і в українських медіа, зокрема в матеріалах «Української правди» та «Суспільного», де підкреслюється значення румунського напрямку для забезпечення безперервності постачання допомоги [5, 6].

Окрему групу становлять аналітичні та коментарі, зокрема у «HotNews.ro» та «Adevărul». Обидва ресурси є впливовими загальнодержавними медіа: «HotNews.ro» відоме як одне з найбільш авторитетних незалежних онлайн-видань Румунії, що спеціалізується на політичному аналізі, тоді як «Adevărul» є якісним виданням із тривалою історією та акцентом на поглиблених суспільно-політичних коментарях. Увага зосереджується не лише на логістичних перевагах, але й на потенційних ризиках для Румунії як прикордонної держави [7, 10]. У цих публікаціях підкреслюється, що активна участь у транзиті допомоги Україні може мати довгострокові наслідки для безпеки країни, а також впливати на її позицію в регіональній політиці.

Український медіапростір, представлений такими провідними виданнями, як «Українська правда» (зокрема «Економічна правда»), «Суспільне», «Європейська правда» та «NV», формує переважно позитивний наратив щодо ролі Румунії. У межах дослідження з використанням контент-аналізу було опрацьовано 15 матеріалів, що дозволило комплексно оцінити політичний, економічний та безпековий аспекти висвітлення теми. У цих публікаціях Румунія постає як надійний стратегічний партнер, який забезпечує стабільність логістичних маршрутів та сприяє зміцненню обороноздатності України. Зокрема, у матеріалах наголошується, що «з січня 2026 року Румунія стане другим великим центром координації та транзиту військової допомоги для України, працюючи паралельно з польським хабом у Жешуві» [6]. Публікації «Європейської правди» та «NV» додають до дискурсу глибоку аналітику щодо інтеграції інфраструктури, тоді як матеріали «Суспільного» та «Економічної правди» фокусуються на практичній реалізації логістичних проєктів, що підкреслює критичне значення міжнародної підтримки в умовах воєнного стану.

Важливою характеристикою медіадискурсу є його багаторівневність. Румунські

медіа (HotNews, Digi24) поєднують офіційно-інформаційний та прагматичний підходи, акцентуючи на «модернізації інфраструктури в межах національних інтересів» [8, 9]. Українські медіа («Українська правда», «NV») формують емоційно залучений наратив солідарності, використовуючи такі характеристики, як «логістичний прорив, що рятує експорт» та «ключовий стратегічний союзник» [10]. Натомість міжнародні джерела (Europews) забезпечують нейтральну рамку, розглядаючи процеси через призму «реконфігурації глобальних маршрутів». Така диференціація в подачі, підтверджена лексичним аналізом публікацій, безпосередньо впливає на формування образу Румунії як провідного безпекового актора в регіоні.

Загалом результати аналізу свідчать, що медіадискурс навколо співпраці України та Румунії в контексті НАТО є динамічним і багатовимірним, а його ключовою характеристикою є поєднання інформаційного, політичного та безпекового компонентів. Це сприяє формуванню позитивного іміджу Румунії в українському інформаційному просторі та зміцненню двосторонніх відносин.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герасимчук С. Румунія – стратегічний тил: як Бухарест змінює ставлення до України. Європейська правда. 12.10.2023. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/authors/gerasymchuks/> (дата звернення: 14.05.2026).
2. Каракуц О. Актуальні тенденції безпекової та оборонної політики Румунії. Київ: Національний інститут стратегічних досліджень, 2025. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2026-02/az_romania_09022026.pdf (дата звернення: 14.05.2026).
3. Мельник Юрій. Медіадискурс війни: український та закордонний досвід. Медіадискурс війни: український та закордонний досвід : монографія / за наук. ред. проф. Мар'яна Житарюка. Львів, 2025. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/03/Mediadyskurs-web.pdf> (дата звернення: 14.05.2026).
4. Панченко О. Логістичний прорив: як Румунія допомагає Україні експортувати зерно під час війни. NV Бізнес. 20.11.2023. URL: https://biz.nv.ua/ukr/expert_author/aleksandr-panchenko.html (дата звернення: 14.05.2026).
5. Пилипів І. Румунія допоможе Україні збільшити експорт зерна через Чорне море. Європейська правда. 11 грудня 2023. URL: <https://epravda.com.ua/news/2023/12/11/707537/> (дата звернення: 14.05.2026).
6. Свиридюк Ю. У Румунії з січня запрацює другий військовий хаб НАТО для допомоги Україні. Суспільне Новини. 21.12.2025. URL: <https://suspinne.media/1194928-u-rumunii-z-sicna-zaprascue-drugij-vijskovij-hab-nato-dla-dopomogi-ukraini/> (дата звернення: 14.05.2026).
7. Bădescu-Secu Ioana-Elena. Black Sea Security: EU's Strategic Approach and Romania's Contribution. December 2025. URL: https://ier.gov.ro/wp-content/uploads/2025/12/PB-no.-17_Black-Sea_final.pdf (дата звернення: 14.05.2026).
8. Ioniță A. Analiză: Rolul României în ajutorul dat Ucrainei de NATO și UE. Adevărul. 04.02.2026. URL: <https://adevarul.ro/politica/analiza-rolul-romaniei-in-ajutorul-dat-ucrainei-de-2374251.html> (дата звернення: 14.05.2026).

9. Popescu-Zamfir O. Portul Constanța, inclus în Coridorul de Mijloc: rețeaua de transport unește țările. Euronews Romania. 12.03.2024. URL: <https://www.euronews.ro/articole/portul-constanta-inclus-in-coridorul-de-mijloc-reteaua-de-transport-uneste-tarile> (дата звернення: 14.05.2026).

10. Sava C. Portul Constanța, nod strategic pentru exporturile Ucrainei: Cum s-a transformat logistica regională. Digi24. 18.12.2023. URL: <https://www.digi24.ro/stiri/economie/transporturi/reuters-portul-constanta-va-continua-sa-faciliteze-exporturile-din-ucraina-si-dupa-ridicarea-blocadei-rusesti-2035379> (дата звернення: 14.05.2026).

11. Tudor R. Noul centru militar care se va face în România va fi sub comanda directă a NATO. HotNews.ro. 11.01.2026. URL: <https://hotnews.ro/noul-centru-militar-care-se-va-face-in-romania-va-fi-sub-comanda-directa-a-nato-2135560> (дата звернення: 14.05.2026).

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-37

THE IMPACT OF THE RUSSO-UKRAINIAN WAR ON CONTENT MODERATION POLICIES OF DIGITAL PLATFORMS

Yevhenii Nechaiev

Higher Education Applicant

1st year student

Alla Kovalenko

PhD in Philology, Associate professor of the Department of
Journalism and Communication

Odesa National Maritime University

ORCID: 0000-0001-6750-9133

Abstract. *The paper examines the transformation of moderation strategies of global digital services in response to the full-scale aggression of the Russian Federation against Ukraine. It analyzes deplatforming mechanisms, the suspension of monetization, and compliance with international sanctions as tools for limiting Russian cultural influence. The study explores cases of YouTube, Spotify, and Netflix, which demonstrate a shift from the commercial neutrality of platforms to active content selection based on digital security and ethics.*

Keywords: *cultural canceling, deplatforming, digital moderation, EU sanctions, YouTube, Spotify, Netflix, propaganda, media hygiene.*

The full-scale military aggression of the Russian Federation against Ukraine in 2022 triggered a transformation of the digital space, where media platforms shifted from being «neutral intermediaries» to active subjects of international politics. In this context, the phenomenon of cultural canceling (cancel culture) took the form of institutional deplatforming - the targeted restriction of access to resources for individuals and organizations that support the aggression. This phenomenon in the information space has been studied by Ukrainian and foreign scholars, including Georgy Pocheptsov [1], Tarleton

Gillespie [5], and many others. Additionally, the Center for Strategic Communication and Information Security publishes reports on the world's reactions to Russian culture, such as «Cancel Culture: How the World Boycotts Russian Culture Due to the War Against Ukraine» [2]. The relevance of this study is driven by the need to analyze how global digital giants YouTube, Spotify, and Netflix adapted their moderation policies to counter disinformation and comply with international sanctions.

YouTube has become the primary arena for digital confrontation, where moderation policy transformed under the supervision of Alphabet Inc. leadership (CEO Sundar Pichai). The platform applied a three-tier strategy to limit Russian cultural influence: first, the complete suspension of monetization for creators from the Russian Federation and the termination of AdSense [6] (finalized in August 2024), which deprived the Russian cultural segment of financial support for external expansion; second, the removal of over 500 state media channels (RT, Sputnik) based on the «Sensitive Events policy» [4]; and third, the removal of channels belonging to pro-war artists (Y. Dronov (Shaman), P. Gagarina, O. Gazmanov, and others). The legal basis for this was the EU's 14th sanctions package (June 2024), according to which YouTube, as an entity operating within the legal framework of the EU and the USA, is obliged to stop providing economic resources to individuals who threaten the territorial integrity of Ukraine [8].

Spotify's reaction demonstrates the mechanism of «soft power» through cultural isolation. The decision of founder and CEO Daniel Ek to completely withdraw from the Russian market in April 2022 led to a loss of 1.5 million paid users, as recorded by the company in financial reports (SEC Filings) [3]. Pro-war («Z-artists») profiles were removed in 2024, accompanied by the blocking of all royalty payments. According to EU Council Regulation 2024/1745, financial activity with individuals on the sanctions list (e.g., No. 1612 – Y. Dronov) is a legal offense, making it impossible for Russian performers to receive legitimate income from Western streaming services.

The Netflix case serves as an example of the most radical deplatforming, where ethical principles were prioritized over profits. Under the strategic leadership of Reed Hastings and Ted Sarandos, the platform chose a path of complete absence in the Russian media environment after the introduction of wartime restrictions. The refusal to broadcast 20 Russian propaganda channels (the «Vitrina TV» law) became the first instance in the service's history of an open conflict with local legislation for the sake of adhering to ethical norms [7]. The suspension of original project production (e.g., the series «Anna K») and the cancellation of subscriptions for 700,000 users in May 2022 significantly limited the distribution of Russian audiovisual products on Western streaming platforms.

The analysis of YouTube, Spotify, and Netflix's actions allows for the conclusion that cultural canceling in the context of the 2022-2026 war evolved from an ethical gesture into a clear legal mechanism. The deplatforming of Russian artists and media resources contributed to the decolonization of the Ukrainian digital space through changes in recommendation algorithms, the financial weakening of the propaganda machine, and the creation of new accountability standards for global IT corporations. It also demonstrated the potential influence of digital isolation on limiting the spread of propaganda narratives as a means of pressure on the aggressor's society. At the same time, this process highlighted the anti-humanistic risks of collective responsibility, sparking discussions about the limits of global censorship. However, while Western corporations implement restrictions, a number

of platforms in the Global South and Asia maintain neutrality, gaining commercial benefits from the redistribution of traffic. This has opened a window of opportunity for Ukrainian cultural products but has simultaneously led to the fragmentation of the global media space along political lines.

REFERENCES

1. Pocheptsov G. Russian propaganda wars: Russia - Ukraine 2022. ResearchGate. January 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/367453850_Russian_propaganda_wars_Russia_-_Ukraine_2022_httpswwwkvaakeefiles202301Sojateadlane-20-2022-Georgy-Pocheptsov-RUSSIAN-PROPAGANDA-WARS-RUSSIA-UKRAINE-2022pdf (accessed: 23.04.2026)
2. Cancel culture: yak svit boykotuye rosiys'ku kul'turu cherez viynu proty Ukrayiny. Spravdi. 24 June 2022. URL: <https://spravdi.org/cancel-culture-yak-svit-bojkotuye-rosijsku-kulturu-cherez-vijnu-proty-ukrayiny/> (accessed: 23.04.2026)
3. Chmielewski D. Spotify says it will suspend service in Russia. Reuters. 5 March 2022. URL: <https://www.reuters.com/technology/spotify-says-it-will-suspend-service-russia-2022-03-25/> (accessed: 23.04.2026)
4. Fingas J. Netflix refuses to carry Russian state TV channel. Engadget. 1 March 2022. URL: <https://www.engadget.com/netflix-will-not-carry-russia-state-tv-channels-222034848.html> (accessed: 23.04.2026)
5. Gillespie T. Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media. ResearchGate. January 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media (accessed: 23.04.2026)
6. Helping Ukraine. Google The Keyword. 4 March 2022. URL: <https://blog.google/company-news/inside-google/company-announcements/helping-ukraine/> (accessed: 23.04.2026)
7. Ramachandran N. Netflix declines to carry Russian propaganda channels. Variety. 28 February 2022. URL: <https://variety.com/2022/tv/global/netflix-russian-propaganda-channels-1235192082/> (accessed: 23.04.2026) YouTube Bans Pro-War Russian Artists. The Moscow Times. 5 July 2024. URL: <https://www.themoscowtimes.com/2024/07/05/youtube-bans-pro-war-russian-artists-a85615> (accessed: 23.04.2026)

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-38

ПРОПАГАНДА В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Марк Лунін,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
3 курсу спеціальності 061 Журналістика,
Міжнародний університет, м. Одеса,

науковий керівник **Ганна Адамова**
кандидат педагогічних наук, доцент,
декан факультету іноземних мов, медіа та психології
Міжнародний університет, м. Одеса

***Анотація.** Розглядалася пропаганда як інструмент інформаційного впливу в українському медіапросторі в умовах російсько-української війни 2014-2025 років. Аналізувалися її основні функції, методи поширення через цифрові платформи та механізми протидії на рівні держави і суспільства. Особливу увагу було приділено двоїстій природі пропаганди: її ролі у мобілізації та психологічній підтримці населення, а також небезпеці, яку вона становить за умов низького рівня медіаграмотності. Встановлено, що український медіапростір демонстрував здатність до спротиву інформаційним атакам завдяки розвитку незалежних медіа та зростанню критичного мислення серед громадян.*

***Ключові слова:** пропаганда, медіапростір, дезінформація, російсько-українська війна, медіаграмотність, інформаційна війна.*

В умовах російсько-української війни медіапростір функціонує як окремий фронт, де пропаганда основною зброєю. Під час воєнного стану вона використовується для формування громадської думки, впливу на емоційний стан населення, легітимізації політичних рішень, як от виправдання війни. Також для вчинення диверсій та мобілізації людей.

Актуальність теми полягає у постійній дезінформації населення та маніпуляцій у медіасередовищі під час російсько-української війни 2014-2025 років. Інформаційні атаки спрямовані на підрив довіри до державних інституцій, послаблення або підбдьорення суспільства та створення панічних настроїв ворога. У зв'язку з цим виникає необхідність осмислення механізмів пропаганди та її впливу на українців.

Метою дослідження є визначення сутності пропаганди в умовах війни та аналіз її функцій, в українському медіапросторі.

Пропаганда в науковому дискурсі розглядається як процес поширення інформації, спрямований на формування певних уявлень і моделей поведінки у аудиторії на яку вона впливає. У воєнний період вона може виконувати низку функцій: мобілізаційну, психологічну, ідеологічну та інформаційну.

До ключових ознак пропаганди належать емоційна насиченість повідомлень, спрощення складних явищ, як от формулювання «зелені люди» під час окупації Криму, використання стереотипів і формування образу «ворога», наприклад замість «росіяни» формулювання «орків» - що емоційно робить його слабшим. Проте це не завжди добре, в цьому випадку робити образ слабшого ворога може бути дуже небезпечно. На війні потрібно розсудливо зважати сили ворога і власні. Наприклад, це також була одна із причин чому росіянам не вдалось швидко захопити «Київ за три дні» у 2022 році.

У сучасних умовах особливу роль відіграють цифрові платформи, а саме соціальні мережі та месенджери, як от Telegram, TikTok, Instagram та інші. Вони забезпечують швидке поширення інформації, що дає змогу якомога швидше і ефективніше використовувати пропаганду.

Наприклад: російська пропаганда використовує комплекс методів, серед яких дезінформація, перекручування фактів, маніпуляція історичними подіями та створення альтернативної картини реальності. Основною метою для них є дестабілізація українського суспільства, зниження довіри до влади та формування внутрішніх конфліктів, як «мовне питання», розділення населення на схід і захід або просування ідеї що в Україні принижують російськомовне населення.

Важливу роль у поширенні таких наративів відіграють анонімні телеграм-канали, мережі ботів та контрольовані державою медіа. Це дозволяє масштабувати інформаційний вплив і створювати ілюзію масової підтримки певних ідей.

Водночас український медіапростір демонструє здатність до адаптації. Посилюється роль державної комунікаційної політики, розвиваються інструменти перевірки інформації, зростає активність незалежних медіа.

Значним результатом є підвищення рівня медіаграмотності населення, що сприяє формуванню критичного мислення та зменшенню впливу пропаганди. Рівень медіаграмотності підвищився після початку повномасштабної війни. За даними дослідження «Детектор медіа», з початком повномасштабного вторгнення рівень медіаграмотності українців суттєво зріс. Якщо у 2021 році частка аудиторії з рівнем медіаграмотності вище середнього становила 55%, то у 2022 році вона зросла до 81%

Таким чином, інформаційна війна відбувається не лише на рівні державних структур, а й на рівні окремих користувачів, які виступають як споживачами, так і поширювачами інформації.

З одного боку, вона виконує важливі функції: мобілізацію населення та психологічну підтримку. З іншого боку, вона небезпечна, коли створює ілюзію слабкості ворога, що заважає тверезо оцінювати сили. Також ворожа пропаганда цілеспрямовано працює на дестабілізацію суспільства та розпалювання внутрішніх конфліктів. Проте попри все український медіапростір демонструє здатність до спротиву через розвиток державної комунікації та активність незалежних медіа.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що в умовах російсько-української війни медіапростір перетворився на окремий фронт де пропаганда виступає інструментом мобілізації та формування суспільної думки. Водночас допомагає державі впоратись та знизити стрес в своєму суспільстві, а з іншого боку ворожа пропаганда може нашкодити населенню з низьким рівнем медіаграмотності. Тож варто завжди тверезо оцінювати і перевіряти будь-яку важливу інформацію в медіапросторі та реальному житті, особливо у воєнний час.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вакулич В. М., Новородовська Н. В. Російська пропаганда агресії проти України (2014-2021 рр.) // Український інформаційний простір. 2023. № 1. С. 45-52.
2. Забродіна Д. О., Ташенко А. Ю. Пропаганда і соціальні мережі: воля до (не)захищеності // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. 2024. № 2. С. 78-85.
3. Іванцов В. О., Бахмат В. Г. Протидія дезінформації та пропаганді в умовах війни : монографія. Харків : ХНУВС, 2024. 210 с.
4. Гаргаун Я. С., Тулупніков Д. О. Пропаганда і дезінформація в медіа: інформаційні технології у конфлікті // Інформаційне суспільство. 2024. № 3. С. 12-18.

5. Pierri F., Luceri L., Jindal N. et al. Propaganda and misinformation on social media during the war in Ukraine // arXiv. 2022. URL: <https://arxiv.org/abs/2212.00419>
6. Петречко О. В. Російська пропаганда в умовах сучасної війни // Українознавство. 2022. № 4. С. 101-110.
7. Ярошенко О. О. Медіанаративи війни: особливості формування // Наукові записки КНУ. 2025. № 1. С. 55-60.
8. Російська пропаганда у соціальних медіа: загрози та шляхи протидії // Українознавство. 2021. № 2. С. 67-74.
9. Дармостук І. В. Медіапростір України 2022-2024 років: виклики трансформації // Інтегровані комунікації. 2025. № 1. С. 33-40.
10. Котихова Л. Д. Дезінформація як інструмент інформаційної війни // Вісник ПДТУ. 2022. № 5. С. 120-126.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-39

ІНФОТЕЙМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСВІТНИЦЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ РАДІОМОВЛЕННІ: ПРОГРАМА «КОРИСНІ ПОРАДИ. ІНТЕРНЕТ БЕЗ ПАСТОК»

Валерія Бобриченко

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 Журналістика
Міжнародний університет, м. Одеса,
науковий керівник **Олег Пархітько**
доцент кафедри романо-германської філології
та методики викладання іноземних мов,
Міжнародний університет, м. Одеса

***Анотація.** У тезах проаналізовано інфотеймент як форму сучасного медійного контенту в радіомовленні, що поєднує інформаційну та розважальну складові з метою підвищення рівня медіаграмотності аудиторії. Досліджено актуальність просвітницької комунікації в умовах цифрових загроз, інформаційної війни та поширення дезінформації. Обґрунтовано роль радіо як доступного каналу передачі знань про кібербезпеку, а також необхідність адаптації складних технологічних понять до рівня масового споживача.*

***Ключові слова:** інфотеймент, радіомовлення, медіаграмотність, кібербезпека, дезінформація, цифрова безпека, просвітницька комунікація.*

Сучасний етап розвитку медіапростору характеризується стрімкою цифровізацією, зростанням обсягів інформації та підвищенням ролі медіа у формуванні суспільної свідомості, що особливо загострюється в умовах гібридних інформаційних загроз і війни [1]. Поширення дезінформації, кіберзлочинності та маніпулятивних практик зумовлює необхідність формування медіаграмотності та базових навичок цифрової безпеки серед широких верств населення [2].

У цих умовах особливого значення набувають доступні формати просвітницької комунікації, здатні ефективно доносити складну інформацію до невідповідної

аудиторії. Одним із таких форматів є інфотеймент, що поєднує інформаційний і розважальний компоненти, підвищуючи рівень залученості та сприйняття контенту [4]. Використання інфотейменту дозволяє адаптувати складні технічні теми, зокрема питання кібербезпеки, до рівня масового слухача [2].

Особливу роль у цьому процесі відіграє радіомовлення, яке залишається одним із найбільш доступних каналів масової комунікації, здатним охоплювати аудиторію незалежно від рівня її цифрової підготовки [3]. Радіо ефективно функціонує в умовах обмеженого доступу до інтернету та дозволяє споживати інформацію у фоновому режимі, що робить його релевантним для широких соціальних груп, зокрема автомобілістів та людей, зайнятих фізичною працею [3].

З огляду на зазначені виклики, актуальним є розроблення просвітницьких медіапроектів, спрямованих на формування навичок безпечної поведінки в цифровому середовищі. Прикладом такого підходу є проєкт радіопрограми «Корисні поради. Інтернет без пасток», концепція якого базується на принципах інфотейменту та передбачає поєднання експертної інформації з доступною та зрозумілою подачею. Змістове наповнення програми орієнтоване на пояснення базових аспектів кібербезпеки, зокрема розпізнавання фейкової інформації, захист персональних даних, протидію онлайн-шахрайству та усвідомлення цифрових ризиків [5].

Ефективність такого формату обумовлена необхідністю адаптації складних технічних понять до рівня повсякденного сприйняття. Зокрема, пояснення таких категорій, як IP-адреса, хешування чи хмарні технології, потребує спрощення та використання аналогій, що відповідає принципам інфотейменту як комунікаційної стратегії [4]. Це сприяє підвищенню рівня довіри аудиторії до медіа та ефективнішому засвоєнню інформації [2].

Отже, інфотеймент у сучасному радіомовленні виступає не лише як форма подачі контенту, а як дієвий інструмент просвітницької комунікації. Реалізація проєкту «Корисні поради. Інтернет без пасток» дозволяє інтегрувати теоретичні засади інфотейменту у практичну діяльність медіа, сприяючи підвищенню рівня медіаграмотності населення та зниженню вразливості до інформаційних і кіберзагроз [1, 5].

ЛІТЕРАТУРА

1. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 280 с.
2. ENISA. Cybersecurity and Threat Landscape. European Union Agency for Cybersecurity, 2022. URL: <https://www.enisa.europa.eu>
3. Katsoulakis E. E. Public Service Broadcasting in the digital media age: How streaming services reshape the role of Greek public network ERT. Degree Project in Media Management. Stockholm: KTH Royal Institute of Technology, 2022. 30 p. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1705255/FULLTEXT01.pdf>
4. Livingstone S., Helsper E. Media literacy and the challenges of new information environments. *Information, Communication & Society*, 2004. Vol. 7(1). P. 3-14. URL: <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>.
5. Wardle C., Derakhshan H. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe, 2017. URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report/168076277c>.

МІЖКУЛЬТУРНИЙ КОНФЛІКТ НАРАТИВІВ ЩОДО УЧАСТІ РОСІЙСЬКИХ СПОРТСМЕНІВ У WINTER OLYMPICS: KEYС ПОЗИЦІЇ VLADYSLAV HERASKEVYCH У КОМУНІКАЦІЇ МІЖ УКРАЇНСЬКИМИ ТА ІТАЛІЙСЬКИМИ МЕДІА (за матеріалами 2025-2026 років)

Софія Орлова

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності С7 Журналістика,

Алла Коваленко

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

Одеський національний морський університет

ORCID: 0000-0001-6750-9133

***Анотація.** У розвідці проаналізовано особливості висвітлення в медіа на конкретному спортивному прикладі конфлікту гуманістичних цінностей з точки зору шанування загиблих на війні українських (жертв) та умовно нейтральних російських (агресорів) спортсменів, які часто вдаються до відкритого знущання й хейту над українцями. У цілому в інформаційному просторі помітно етичну кризу, політичну заангажованість та подвійні стандарти, незважаючи на юридичні норми, вписані Міжнародним олімпійським комітетом.*

***Ключові слова:** дискурс, медіа, спорт, наратив, конфлікт.*

Участь російських спортсменів у зимових Олімпійських іграх 2026 року в Мілані-Кортіна стала каталізатором відкритого конфлікту ціннісних парадигм у міжнародному медіапросторі. Кейс українського скелетоніста Владислава Гераскевича, дискваліфікованого через використання «шолома пам'яті» із зображеннями українських спортсменів, загиблих внаслідок російської агресії, продемонстрував фундаментальні розбіжності між трактуванням «спортивної нейтральності» та потребою моральної відповідальності в умовах війни. Це протистояння перетворилося на дискусію, у межах якої зіткнулися інституційна догма Міжнародного олімпійського комітету щодо аполітичності спорту та українська позиція, яка розцінює ігнорування воєнного контексту як мовчазну підтримку агресора.

В українському медіадискурсі, зокрема у виданнях «Українська правда», «RBC-Ukraine» та «Суспільне Спорт», дії В. Гераскевича трактувалися крізь призму історичної пам'яті та категорії справедливості. Аналіз медіаполя за період із лютого 2025 року до квітня 2026 року засвідчує стабільну динаміку: було зафіксовано понад 120 публікацій, а найбільший інформаційний сплеск припав на момент дискваліфікації спортсмена. Використання шолома з портретами загиблих атлетів стало не лише індивідуальним жестом, а й стратегічним медійним кроком. У статті «Української правди» дії Владислава Гераскевича інтерпретуються як прояв моральної позиції спортсмена в умовах війни. Авторка матеріалу критикує рішення МОК, вважаючи, що формальне дотримання регламенту в цьому випадку було поставлене вище за

етичний аспект вшанування пам'яті загиблих українських атлетів [3]. В українських медіа акцентувалося на тому, що нейтральність спорту в умовах війни є етично хибною конструкцією, а спроби МОК цензурувати візуальні символи трактувалися як «ціна гідності». Натомість в італійському інфополі, зокрема у *Corriere della Sera*, домінувала інша риторика: «Правила існують для всіх, і олімпійська арена не має ставати місцем для політичних реквіємів, якими б справедливими вони не були» [8]. Така розбіжність виразно демонструє конфлікт між українською суб'єктивністю та західноєвропейським прагненням до формальної інституційної нейтральності.

Водночас італійські та міжнародні медіа (*Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport*, *Rai News 24*, а також міжнародні аналітичні ресурси *IRIS* та *The Graduate Press*), висвітлюючи цей конфлікт, значною мірою спиралися на риторичну інституційну стабільність. Дискурс навколо інциденту в італійському інформаційному просторі часто концентрувався на дотриманні Олімпійської хартії та правил висловлення атлетів (*Rule 50*). У цьому контексті «нейтральність» постає не як відсутність позиції, а як інструмент управління конфліктами, спрямований на усунення політичного впливу зі спортивної арени. Показовими є публікації «Скелет, жодного кроку назад: МОК дискваліфікує Гераскевича за носіння «шолома пам'яті» [10] та аналітичний матеріал «Зимові ігри 2026: відображення політизації міжнародного спорту?» [8]. Водночас висвітлення ситуації засвідчило глибоку кризу довіри до концепції нейтральності, яка у статті «Мілан Кортіна 2026 та крах міфу про нейтралітет» [14] інтерпретується вже не як щит від політики, а як інструмент її приховування.

Окремим аспектом цієї комунікаційної прірви стало трактування поняття «справедливість» у контексті допуску російських спортсменів до змагань. В італійському інформаційному просторі нерідко домінувала ідея універсальності спорту як інструменту «будування мостів», у межах якої участь окремих атлетів розглядалася відокремлено від дій їхньої держави. Показовою в цьому контексті є публікація італійського онлайн-видання *Nuoto.com* [11]. У матеріалі детально висвітлюється позиція колишнього президента МОК, відповідно до якої спорт має залишатися «політично нейтральним» задля виконання своєї об'єднавчої місії, а також підкреслюється, що відсторонення спортсменів за паспортом суперечить Олімпійській хартії. Для західноєвропейської аудиторії такий підхід сприймався як прояв гуманізму та неупередженості, тоді як українські медіа й сам Владислав Гераскевич транслювали контраргумент: участь представників держави-агресора, навіть без національної символіки, є інструментом легітимізації насильства. Цей конфлікт наративів продемонстрував неспроможність спортивної дипломатії віднайти спільний знаменник між ліберальним принципом індивідуальної відповідальності та реальністю колективної травми суспільства, яке перебуває під атакою.

Порівняльний аналіз висвітлення кейсу В. Гераскевича в медіа (2025-2026 років)

Параметри порівняння	Українські медіа (УП, Суспільне, РБК-Україна)	Італійські медіа (<i>Corriere della Sera</i> , <i>Nuoto.com</i> , <i>Sky Sport</i>)
Кількість публікацій (оціночно)	висока (120+): тема є пріоритетною через національну безпеку та	середня (40-50): тема розглядається як один із багатьох процедурних

	етику.	конфліктів Олімпіади.
Ключові аспекти (тематичний фокус)	порушення принципу справедливості, пам'ять про загиблих атлетів, етична криза МОК.	дотримання Олімпійської хартії (Rule 50), інституційна стабільність, «нейтральність» як гуманізм.
Домінуючі жанри	маніфести, статті, інтерв'ю, репортажі, авторські блоги атлетів.	інформаційні замітки, офіційні коментарі функціонерів МОК, статті.
Тональність	емоційно-забарвлена, критична, мобілізаційна.	стримана, формально-юридична, спостережна.
Цільова аудиторія	внутрішня аудиторія, міжнародні правозахисні групи.	спортивні вболівальники, міжнародні спортивні функціонери.

Трансформація публічної позиції В. Гераскевича засвідчила остаточний перехід від традиційного спортивного активізму до стратегії «цифрового опору». Його кейс змусив італійських журналістів та міжнародну аудиторію вийти за межі формального спостереження за спортивним святом і зіткнутися з гострою етичною дилемою. Ґрунтовним підтвердженням цієї трансформації є пряма мова атлета після інциденту з «шоломом пам'яті»: «Ми пройшли дуже довгий шлях до цих Олімпійських ігор... Сьогодні ми заплатили ціну за нашу гідність, я вважаю, що я не порушував жодних правил. Я відстоював інтереси України і навіть не стільки країни, скільки пам'ять про цих спортсменів. Вони цього заслуговують, на жаль, МОК думає інакше» [1].

Ця заява фіксує симптоматичну трансформацію глобальних комунікацій: якщо раніше нормою вважалася політична відстороненість, то нині відсутність чіткої моральної позиції медіа дедалі частіше сприймається аудиторією як вибір сторони агресора. Додатковим дестабілізуючим чинником стали організовані дезінформаційні кампанії в італійському інформаційному просторі, зокрема поширення маніпулятивних відео через мережі X та Telegram, метою яких була дискредитація української позиції як «неадекватної». Таким чином, кейс В. Гераскевича на Winter Olympics 2026 продемонстрував, що сучасна спортивна дипломатія потребує негайного переосмислення. Медійна боротьба за сенси стала невід'ємною складовою змагань, у межах яких символічні жести спортсменів набувають такої ж ваги, як і результати на табло. Відповідно до аналітичних звітів Graphika, акцент у висвітленні спорту остаточно змістився з фізичних досягнень на етичний і геополітичний контекст, у якому ці досягнення стають можливими [12].

ЛІТЕРАТУРА

1. Іваненко Д., Лисак С. Сьогодні ми заплатили ціну за нашу гідність, - Гераскевич прокоментував свою дискваліфікацію. Чемпіон 12.02.2026.
URL: <https://champion.com.ua/ukr/olimpiyski-igri/zimovi-olimpiyski-igri->
2. Іванюк К. Ukrainian skeleton racer Heraskevych disqualified at Olympics over

- memorial helmet. RBK-UKRAINE. 12.02.2026
URL: <https://newsukraine.rbc.ua/news/ukrainian-athlete-heraskevych>
3. Ключковська Я. «Шолом пам'яті» на Олімпійських іграх. Як Владислав Гераскевич переміг м'якотілий МОК. Українська правда. 11.02.2026.
URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2026/02/11/8020501/>
4. Кравченко С. Скелетоніст Гераскевич відповів на заборону МОК надівати шолом із зображенням загиблих українських спортсменів: «Не вважаю це порушенням». Бабель. 10.02.2026. URL: <https://babel.ua/news/124874-skeletonist-geraskevich-vidproviv->
5. Літвінов М. МОК поновив акредитацію Гераскевичу на Олімпіаду-2026 попри дискваліфікацію. Чемпіон. 12.02.2026
URL: <https://champion.com.ua/ukr/olimpiyski-igri/zimovi-olimpiyski-igri>
6. Молчанова К. Гераскевич заявив, що міг бути серед призерів Олімпіади-2026. Українські новини. 19.02.2026
URL: <https://ukranews.com/ua/news/1135566-geraskevych-zayavyu>
7. Приходько М. МОК пояснив, чому заборонив Гераскевичу змагатися в шоломі з фото вбитих росіянами спортсменів. ТСН.ua. 10.02.2026
URL: [https://tsn.ua/prosport/mok-poiasniv-chomu-zaboronyv-](https://tsn.ua/prosport/mok-poiasniv-chomu-zaboronyv-heraskevych-zabronyuv-)
8. Corriere della Sera Team. Heraskevych squalificato da Milano-Cortina: l'atleta ucraino voleva indossare un casco per ricordare i connazionali uccisi dalla Russia. «Una vergogna per le future generazioni». Corriere della Sera. 12.02.2026. URL: https://www.corriere.it/sport/olimpiadi-invernali/26_
9. Grohmann K., Pretot J. IOC «begs» Ukraine's Heraskevych to race without war dead helmet but athlete is defiant. 11.02.2026
URL: <https://www.reuters.com/sports/ioc-begs-ukrainian-heraskevych->
10. Gomez K. Winter Games 2026: A Reflection of the Politicisation of International Sport? Iris-france 23.02.2026
URL: <https://www.iris-france.org/en/jeux-dhiver-2026-un-reflet-de->
11. International Olympic Committee (IOC). Skeleton pilot Vladyslav Heraskevych not allowed to participate at Milano Cortina 2026 after refusing to adhere to the IOC athlete expression guidelines. Olympic.com. 12.02.2026
URL: <https://www.olympics.com/ioc/news/skeleton-pilot-vladyslav->
12. Pauly Marisa Skeleton, nessun passo indietro: il Cio squalifica Heraskevych per il «casco della memoria». La Gazzetta dello Sport. 12.02.2026
URL: <https://www.gazzetta.it/olimpiadi-invernali/discipline/bob-slittino->
13. RE Redazione. Thomas Bach: «Lo sport non può e non deve essere apolitico, ma deve essere politicamente neutrale». Nuoto.com. 13.11.2023
URL: <https://www.nuoto.com/articolo/notizie/politica-dello-sport/thomas->
14. The Graphika Team. Slippery Slopes: Online Risk and the 2026 Winter Olympics. Graphika 03.02.2026
URL: <https://graphika.com/posts/slippy-slopes-online-risk-and-the-2026->
15. Smith E., Anderson J. «Price of dignity» says Ukrainian athlete banned over helmet. BBC. 12.02.2026 URL: <https://www.bbc.com/sport/articles>
16. Tozo G. Milano Cortina 2026 and the Collapse of the Neutrality Myth. The Graduate Press - La Gazette de la Paix 05.03.2026. URL: <https://thegraduatepress.org/2026/03/05/>

ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ВИКЛИКИ ТА РЕГУЛЯТОРНІ ПІДХОДИ

Валентина Стекольщикова

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент, завідувач кафедри журналістики та філології
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»,

Андрій Кукін

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 4 курсу,
спеціальності 061 Журналістика
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

***Анотація.** Розглянуто гострі етичні виклики, що постають перед сучасною журналістикою у зв'язку з автоматизацією та використанням штучного інтелекту. Проаналізовано ризики для точності інформації, авторського права та суспільної довіри, підкріплено висновки реальними кейсами та результатами досліджень.*

***Ключові слова:** ШІ, етика, мас-медіа, вплив*

У контексті цифрової трансформації медіасфери та впровадження штучного інтелекту особливої уваги набуває питання трансформації журналістських практик і зміни підходів до подання інформації з точки зору етики.

Журналістика - це не лише передача даних, а й емпатія, контекст та моральне судження. ШІ позбавлений людського досвіду, тому його тексти часто виглядають «стерильними». Використання алгоритмів для написання некрологів або репортажів з місць трагедій викликає етичне відторгнення, оскільки машина не може розділити біль чи зрозуміти глибину людської драми. Як зазначають експерти з Poynter Institute, надмірна автоматизація загрожує перетворити журналістику з інструменту суспільного діалогу на конвеєр бездушного контенту, оптимізованого лише під пошукові запити.

Активне використання ШІ супроводжується низкою суттєвих ризиків, що стосуються як професійних прав журналістів, так і захисту аудиторії від маніпуляцій та дезінформації. Значний виклик становлять також моральноетичні аспекти функціонування сфери масових комунікацій в умовах алгоритмізації. Інтеграція штучного інтелекту у журналістику актуалізує низку принципових питань, пов'язаних із якістю, достовірністю та точністю інформації, а також з етикою і соціальною відповідальністю виробників медіаконтенту. Одночасно під сумнів ставляться традиційні уявлення про роль і професійний статус журналіста, що потребує нових підходів до регулювання та захисту прав як самих фахівців, так і їхньої аудиторії. Здатність алгоритмів створювати тексти, зображення чи аудіовізуальні матеріали, майже не відмінні від продуктів людської творчості, породжує серйозні ризики маніпуляцій, обману, порушення авторських прав і зниження довіри до медіа. [1. с. 83]

Водночас поряд із окресленими ризиками використання штучного інтелекту в медіасфері простежується і його значний практичний потенціал, що зумовлює необхідність пошуку балансу між інноваційним розвитком технологій та належним

нормативно-етичним регулюванням їх застосування.

Однією з головних дилем є етичний обов'язок медіа маркувати контент, створений ШІ. Коли читач не знає, хто є автором матеріалу - людина чи алгоритм - руйнується фундаментальний зв'язок довіри. Згідно з дослідженнями Reuters, більшість користувачів ставляться з пересторогою до новин, створених штучним інтелектом, особливо у чутливих темах, як-от політика чи здоров'я. Відсутність чіткого розмежування може призвести до того, що аудиторія почне сприймати будь-який журналістський продукт як потенційну маніпуляцію.

Однак питання регулювання, відповідальності й маркування контенту, створеного за допомогою ШІ, залишаються відкритими. Важливо, щоб редакції розробили чіткі політики застосування цього інструменту, адже лише на правовому підґрунті можна забезпечити етичне використання технологій та збереження високих стандартів журналістики. [5. с. 8]

Журналістська етика базується на точності, проте мовні моделі схильні до так званих «галюцинацій» - генерування переконливо виглядаючих, але абсолютно вигаданих фактів. Наприклад, у 2023 році видання CNET було змушене виправляти десятки статей, написаних ШІ, через грубі фактичні та математичні помилки. Використання ШІ без ретельного людського факчекінгу ставить під загрозу репутацію видання та може мимоволі сприяти поширенню дезінформації.

Це зумовлено тим, що активне залучення штучного інтелекту до сфери журналістики ставить перед фахівцями низку нових викликів та питань, пов'язаних з якістю, достовірністю, етикою та соціальною відповідальністю медіаконтенту, а також із роллю, статусом, правами й обов'язками журналістів та їхньої аудиторії. [2, с. 129]

Алгоритми навчаються на історичних даних, які вже можуть містити приховані стереотипи щодо раси, гендеру чи соціального статусу. Якщо ШІ використовується для вибору тем або написання заголовків, він може несвідомо посилювати ці упередження, порушуючи принцип журналістської неупередженості. Звіт UNESCO про ШІ в медіа підкреслює, що без активного втручання розробників та редакторів, автоматизовані системи схильні до маргіналізації певних груп населення, що суперечить демократичній місії преси

Українське законодавство на сьогодні не готове до реалій активного функціонування технологій штучного інтелекту в медіапросторі, відповідно можна спостерігати певну хаотичність дій як з боку держави, так і з боку суспільства. [3.с.263]

Виникає гостра етична та юридична суперечка щодо того, на чіих роботах навчаються моделі ШІ. The New York Times уже подали позови проти розробників (OpenAI та Microsoft), стверджуючи, що використання їхніх архівів для навчання комерційного ШІ є «крадіжкою» інтелектуальної праці тисяч журналістів. Етична дилема полягає в тому, що ШІ фактично паразитує на екосистемі, яку він потенційно може знищити, позбавляючи журналістів джерел доходу за їхній унікальний контент [4, с.6-7].

Зокрема, надмірне використання мультимедійних та інтерактивних інструментів може зміщувати акцент із глибокого аналітичного опрацювання інформації на візуальну привабливість контенту, що потенційно впливає на його інформативну цінність та професійні стандарти журналістики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Джолос О. Можливості та ризики використання штучного інтелекту в аудіовізуальнихта онлайн-медіа України. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. «Філологія». 2025. Вип. 3(17). С. 82-86.
2. Надточій О., Прудіус Д. Медійна практика використання технологій штучного інтелекту в Україні. Інтегровані комунікації. 2024. №1 (17). С. 129-138.
3. Ситник О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. Український інформаційний простір. 2023. Ч. 12. С. 252-265.
4. Stiekolshchykova V., Putsyatca I.; Lavryk O., Marukhovska-Kartunova O., Marukhovskiy O. Modern Approaches to Journalism in the Digital Media Era: The Role of Multimedia Content and Audience Interaction. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias. 2024. С. 1-9.
5. Шевченко В. Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа. Вісник Книжкової палати. 2025. № 5. С. 3-9.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-42

**СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ
СТИМУЛЮВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ В ЦИФРОВИХ МЕДІА****Кристина Бянова**здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика,Одеський національний морський університет,
науковий керівник **Вікторія Ногай**старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0009-0001-4935-5158

***Анотація.** Досліджено специфіку створення аудіовізуального контенту для стимулювання міжкультурного діалогу в цифрових медіа. Проаналізовано ключові журналістські інструменти (візуальний сторітелінг, роботу зі звуком, інтерв'ювання та монтаж), спрямовані на подолання стереотипів та формування емпатії в аудиторії. Особливу увагу приділено етичним аспектам монтажу та інтерактивним можливостям цифрових платформ для залучення глядачів до комунікації.*

***Ключові слова:** аудіовізуальний контент, цифрові медіа, міжкультурний діалог, візуальний сторітелінг, саунд-дизайн, медіаетика, інтерактивність.*

Цифрові медіа дали нам доступ до всього світу, але просто бачити іншу країну в стрічці соцмереж ще не означає її розуміти. Аудіовізуальний контент є одним із тих інструментів, що допомагає налагодити справжній міжкультурний діалог. Він впливає комплексно: глядач одночасно бачить картинку, чує голос і зчитує емоції. Головне завдання журналіста у цьому процесі - не тільки показати щось «екзотичне», а пояснити його, знайти спільні точки дотику між різними світоглядами [6].

Перший і, мабуть, найпотужніший прийом - це візуальний сторітелінг. Замість

того, щоб переважувати аудиторію фактологічними даними, набагато ефективніше розповісти історію через призму життя конкретної людини. Коли ми бачимо деталі чужого побуту - як людина готує їжу, як спілкується з дітьми, як радіє чи сумує - нівелюється дистанція між культурами. Глядач впізнає в цих рутинних речах себе. Емпатія, яка виникає завдяки такій візуальній розповіді, руйнує стереотипи швидше за будь-які лекції [4].

Але контент не тільки візуальний, а й аудіальний, тому величезну роль відіграє робота зі звуком. Автентичні звуки та інтершуми, такі як галас місцевого ринку, оригінальна мова на фоні, традиційна музика, створюють ефект повної присутності. Глядач має не тільки побачити іншу культуру, але й відчути її справжній живий ритм. Звук здатен передавати емоцію навіть тоді, коли відеоряд статичний [1].

Щоб ця автентичність не губилася, на допомогу приходять грамотна локалізація. Задля зближення з іншою культурою важливо чути справжні голоси героїв. Тому якісні субтитри працюють на міжкультурний діалог набагато краще, ніж повний дубляж. Вони дозволяють зберегти оригінальні інтонації, емоції та навіть паузи. До того ж, журналіст має так перекладати місцевий сленг чи жарти в субтитрах, щоб зберігся їхній початковий зміст.

Наступний надважливий інструмент - інтерв'ювання. Під час бесіди з представником іншої культури важливо відійти від власних упереджень і ставити максимально відкриті запитання, даючи людині простір самій пояснити свої цінності. Тут надзвичайно ефективно працює використання елементів портрету. Через глибоке розкриття внутрішнього світу та характеру одного героя глядач починає розуміти менталітет цілої нації [5].

Структурувати матеріал допомагає монтаж. В аудіовізуальному контенті це не просто технічна склейка кадрів, а повноцінне управління сенсами. Наприклад, паралельний монтаж має значний потенціал: можна по чергово показувати, як святкують весілля або як виконують буденну роботу в різних куточках світу. Це візуально доводить, що ми маємо багато спільного. Водночас на перший план виходить медіаєтика: автор зобов'язаний уникати маніпулятивного монтажу, не вивирати фрази з контексту і не створювати штучних конфліктів заради переглядів [2].

І нарешті - інтерактивність та зворотний зв'язок. Цифрові платформи відрізняються від традиційного телебачення тим, що це не односторонній рух. Справжній діалог починається в коментарях. Аудіовізуальний контент має бути побудований так, щоб стимулювати аудиторію ділитися власним досвідом, дискутувати та відповідати на запитання. Це перетворює глядача з пасивного споживача на учасника живої комунікації [3].

Отже, створення аудіовізуального контенту для міжкультурного діалогу - це велика відповідальність. Коли автор грамотно поєднує ширий сторітелінг, автентичний звук, етичний монтаж та сучасні цифрові інструменти залучення, він перетворює інтернет-простір із майданчика для суперечок на місце, де люди вчаться розуміти та поважати одне одного.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гоян О. Я. Радіожурналістика: навч. посіб. Київ: Київський університет, 2019. 140 с.

2. Іванов В. Ф. Журналістська етика: підручник. Київ: Вища школа, 2006. 231 с.
3. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Просвіта, 2008. 260 с.
5. Шаповал Ю. Г. Телевізійна журналістика: навч. посіб. Вінниця: Нова Книга, 2014. 304 с.
6. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 288 с.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-43

ФРЕЙМІНГ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ НОВИН ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНЦІЙ ІНТЕРФАКС-УКРАЇНА ТА ASSOCIATED PRESS

Алла Коваленко

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-6750-9133

Влада Котік

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика,
Одеський національний морський університет

***Анотація.** У праці досліджено динаміку медійних фреймів російсько-української війни в 2025-2026 роках на прикладі матеріалів «Інтерфакс-Україна» та Associated Press. Встановлено, що медія формують інтерпретацію подій залежно від політичних та економічних інтересів однієї із сторін. Виявлено відмінність між двома наративами: українське агентство вибудовує стратегічну комунікацію навколо образу США як «центру впливу» та президента США Д. Трампа як рішучого лідера, тоді як американське видання Assosiated Press зміщує акцент на «транзакційний мир» та деїдеологізацію війни. Простежується зміна дискурсів від емоційної патріотичності та солідарності до холодного прагматизму. Інформагентства як ключові фільтри визначають сприйняття війни аудиторією.*

***Ключові слова:** фреймінг, стратегічна комунікація, медіаманіпуляція, транзакційна дипломатія.*

В епоху цифровізації, масового використання штучного інтелекту та інформаційних війн зростає небезпека маніпуляцій не лише в соціальних мережах, а й у професійних медіа. Сучасні медіа часто формують інформаційну політику залежно від інтересів власників, фінансових чинників або політичного тиску. Особливо важливо досліджувати фреймінг контенту інформаційних агентств, оскільки саме вони є першоджерелом для багатьох інших медіа та відповідають за перевірку достовірності інформації.

Термін «фреймінг» означає спосіб подачі інформації, за якого контекст і форма повідомлення впливають на сприйняття аудиторії більше, ніж сам зміст. За

визначенням Р. Ентмана, фреймінг – це те, як медіа говорять про подію, а не лише те, про що вони повідомляють. Через фрейми медіа формують інтерпретацію подій, акцентуючи увагу на окремих фактах, емоційній тональності та мовних засобах [5]. Українські дослідники О. Дем'янчук, К. Рошук та інші [1] також розглядають фреймінг як інструмент впливу на громадську думку та маніпуляції суспільним сприйняттям.

Метою дослідження є аналіз трансформації сприйняття війни в українському та американському медіадискурсі 2025 році на прикладі матеріалів «Інтерфакс-Україна» та «Associated Press».

У матеріалах «Інтерфакс-Україна» [2, 3, 4], незважаючи на скандали із В. Зеленським у Білому домі, простежується фрейм зовнішньої підтримки України та вирішальної ролі США в завершенні війни: «США можуть зупинити РФ і війну, і це має стати саме їх дипломатичною перемогою» [3]. У текстах початку 2025 року Дональд Трамп подається як «сильний», «рішучий», «непердбечуваний» лідер, здатний вплинути на перебіг війни та змусити Росію до дипломатії: «Трамп може бути рішучим» [4] або «Від (Трампа) нього багато що залежить – факт. Тому що він – ще раз – рішучий» [3]. Акцент робиться на важливості американського лідерства, силі санкцій і необхідності жорсткої реакції Заходу. Тональність матеріалів переважно дипломатична, стримано-оптимістична та лояльна до позиції української влади.

Упродовж року риторика агентства змінюється: емоційність поступово поступається прагматичному підходу. Якщо на початку року тексти містили більше дипломатичної ввічливості та сподівань на союзників, то наприкінці 2025 року акцент зміщується на конкретні результати та відповідальність США за завершення війни. Водночас росія послідовно фреймується як агресор і сторона, що діє нещиро. Таким чином, матеріали «Інтерфакс-Україна» виконують функцію стратегічної комунікації: підтримують українську позицію, критикують пасивність міжнародної спільноти та підкреслюють необхідність міжнародної підтримки України [3].

Натомість у матеріалах «Associated Press» [6, 7, 8] формується інший тип наративу. У публікаціях 2025 року війна дедалі частіше подається через призму прагматизму, економічних інтересів і політичної доцільності США. У матеріалі про переговори в Білому домі війна інтерпретується як «транзакційний мир», де допомога Україні розглядається як ресурсна та фінансова угода. США подаються не як безумовний союзник, а як сторона контракту, що очікує компенсації за підтримку. При цьому позиція Володимира Зеленського часто описується як слабка, а емоційна реакція України – як перешкода для дипломатії.

У наступних матеріалах AP [7] простежується перехід до «бізнес-моделі війни», де підтримка України розглядається як комерційна схема, пов'язана з американським військово-промисловим комплексом і фінансовими інтересами союзників по НАТО: «Сполучені Штати продають зброю своїм союзникам по НАТО в Європі, щоб вони могли постачати її Україні» [7]. Акцент переноситься з моральних цінностей на ефективність, вигоду та логістику. Наприкінці року формується ще більш прагматичний фрейм: війна подається як конфлікт, що переходить до стадії домовленостей, територіальних компромісів і технічної підготовки мирної угоди.

Тональність матеріалів AP еволюціонує від скандально-драматичної до прагматично-реалістичної. Якщо на початку року тексти будувалися на конфлікті та публічній напрузі між США й Україною, то згодом у центрі опиняються питання економічних домовленостей,

безпекових гарантій та геополітичних інтересів. Росія у цих матеріалах часто подається не лише як агресор, а як сторона переговорного процесу.

Порівняння двох інформаційних агентств демонструє конфлікт фреймів. «Інтерфакс-Україна» формує ціннісний фрейм, у якому війна є боротьбою за справедливість, а США мають виступити моральним лідером і союзником України. Натомість «Associated Press» переважно використовує прагматичний і комерційний фрейм, де війна сприймається як складний політичний та економічний процес, пов'язаний із національними інтересами США.

Отже, аналіз матеріалів обох агентств свідчить про трансформацію медійного дискурсу у 2025-2026 роках – від емоційної та ціннісної риторики до прагматичного підходу. Українські медіа зберігають дипломатичну підтримку та орієнтацію на міжнародну солідарність, тоді як американські медіа дедалі більше акцентують на політичній вигоді, економічних інтересах і переговорах як інструменті завершення війни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельничук О. В. та ін. Фрейм як засіб формування у ЗМІ негативної суспільної думки про політика. Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/e18d7671-270c-4cd8-b157-d6fae66d4b01> (дата звернення: 25.04.2026).
2. Зеленський залишив Білий дім без підписання угоди про мінерали після скандалу в Овальному кабінеті. Інтерфакс-Україна. 20. 12. 2025. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/1130138.html> (дата звернення: 25.04.2026).
3. США мають отримати стратегічну перемогу в зупинці Путіна, їм не треба шукати альтернативу - Зеленський. Інтерфакс-Україна. 12. 06. 2026. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/1079612.html> (дата звернення: 25.04.2026).
4. Трамп бачить, що Росія не зовсім чесна щодо війни, - Зеленський. Інтерфакс-Україна. 02. 01. 2025 URL: <https://interfax.com.ua/news/general/1038191.html> (дата звернення: 25.04.2026).
5. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x> (дата звернення: 25.04.2026).
6. Novikov I. Trump-Zelenskyy talks will address security guarantees and reconstruction, Ukraine leader says. *Associated Press News*. 26. 12. 2025. URL: <https://apnews.com/article/zelenskyy-trump-peace-talks-refinery-donbas-demilitarized-9e37a9612d73cab7d3e74060aac46a36> (дата звернення: 25.04.2026).
7. Madhani A., Novikov I., Burrows E. US is selling weapons to NATO allies to give to Ukraine, Trump says. *Associated Press News*. 12. 07. 2025. URL: <https://apnews.com/article/russia-ukraine-war-zelenskyy-trump-drones-05ba74cd9bfecd81cc90886d091af5a> (дата звернення: 25.04.2026).
8. Will Weissert, Zeke Miller, AAmer Madhani. Zelenskyy leaves White House without signing minerals deal after Oval Office blowup. *Associated Press News*. 28. 02. 2026. URL: <https://apnews.com/article/zelenskyy-security-guarantees-trump-meeting-washingtonedbdf97b663c2cdc9e51fa346b09591d> (дата звернення: 25.04.2026).

МОВА ТРЕВЕЛ-БЛОГІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО БРЕНДУ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ**Вікторія Ногай**старший викладач кафедри журналістики
та мовної комунікації,Одеський національний морський університет
ORCID: 0009-0001-4935-5158**Вікторія Соколова**здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Одеський національний морський університет

***Анотація.** У роботі досліджено роль мови тревел-блогів у формуванні сучасного бренду України в глобальному медіапросторі. Проаналізовано вплив соціальних мереж TikTok та Instagram на популяризацію української мови й культури серед міжнародної аудиторії. Визначено, що використання української мови у поєднанні з візуальним контентом та емоційною подачею сприяє створенню позитивного іміджу держави. Особливу увагу приділено мовним особливостям цифрового контенту та діяльності блогерів як неформальних амбасадорів України.*

***Ключові слова:** українська мова, тревел-блогінг, соціальні мережі, бренд України, TikTok, Instagram, культурна дипломатія.*

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації соціальні мережі стали одним із ключових інструментів формування міжнародного іміджу держави [1, с. 43-62].

Через цифровий контент країни отримують можливість презентувати власну культуру, історію та національну ідентичність широкій аудиторії. Особливу роль у цьому процесі відіграють тревел-блоги, які поєднують візуальний контент, особистий досвід автора та мовну репрезентацію культури.

Блогінг про подорожі сьогодні виконує не лише розважальну, але й культурно-дипломатичну функцію. Демонструючи природні ландшафти, архітектуру, гастрономію та локальні традиції, автори створюють образ України як сучасної, відкритої та культурно багатой держави. Водночас саме мова є одним із ключових елементів цього образу, адже вона виступає маркером національної самобутності та важливим складником бренду країни.

Особливого значення у популяризації українського контенту набувають платформи TikTok та Instagram. Їхні алгоритми забезпечують швидке поширення відеоматеріалів [2, с. 59-61], а короткий динамічний формат сприяє високому рівню залучення аудиторії. Саме через ці платформи україномовний контент виходить за межі національного інформаційного простору та стає частиною глобального медіасередовища.

Важливим чинником впливу є довіра до блогерів як до неофіційних джерел інформації. На відміну від офіційних туристичних або державних ресурсів, блогери демонструють власний досвід, що сприймається аудиторією як більш щире та автентичне представлення країни. Це підсилює позитивне сприйняття України у

цифровому просторі.

Одним із головних засобів формування такого образу є мова. Сучасні блогери активно використовують різні лексичні пласти української мови, що підсилюють ефект автентичності. Зокрема, поширеним є використання діалектизмів, які відображають регіональне різноманіття України та створюють ефект безпосереднього занурення у локальне середовище.

Не менш важливу роль відіграють фемінітиви: блогерка, мандрівниця, дослідниця [5, с. 70-100].

Такі мовні форми відображають сучасні суспільні тенденції та формують образ України як відкритої й динамічної держави. У контенті, присвяченому історичним пам'яткам або традиційній культурі, використовуються також архаїзми та історизми, які створюють відчуття історичної тяглості та культурної глибини.

Окремої уваги заслуговує явище код-свічінгу – переходу з однієї мови на іншу у процесі комунікації. У сучасному українському медіапросторі перехід блогерів із російської на українську мову часто має символічне значення та демонструє свідомий вибір мовної ідентичності. Таким чином мова стає не лише засобом спілкування, але й формою культурної та громадянської позиції.

Важливим інструментом міжнародної комунікації є англомовні субтитри. Вони дозволяють іноземній аудиторії сприймати україномовний контент і водночас зберігати мовну автентичність відео. У такому випадку українська мова виконує не лише інформативну, а й естетичну функцію, формуючи позитивне емоційне враження про культуру та державу.

Теоретичне положення про мову як інструмент культурної репрезентації підтверджується діяльністю сучасних українських блогерів. Так, Софія Безверха (krarka.krarka) популяризує українську культуру через контент про народні традиції, одяг, музику та побут. Використання української мови у поєднанні з національною тематикою підсилює зв'язок між мовою та культурною спадщиною.

Іншим прикладом є Андрій Шимановський, який створює освітній контент, присвячений нормам української мови. Його відео допомагають аудиторії уникати суржику, удосконалювати мовлення та формувати стійкий інтерес до української мови. Це демонструє, що соціальні мережі можуть бути ефективним середовищем популяризації мовної культури серед молоді.

Отже, мова тревел-блогів є важливим інструментом формування сучасного бренду України у глобальному медіапросторі. Через соціальні мережі українська мова виконує функції комунікації, культурної репрезентації та національної ідентифікації. Діяльність блогерів сприяє популяризації української культури, підсилює міжнародну присутність України та формує позитивний образ держави у світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan, 2007. 134 p.
2. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // *Business Horizons*. 2010. Vol. 53, № 1. P. 59-68.
3. Kavaratzis M., Ashworth G. J. Place branding: Where do we stand? // *Towards Effective Place Brand Management*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2010. P. 1-14.

4. Українська культура: добірка блогерів, які розповідають про мову // 24 Канал (дата звернення: 13.04.2026).
5. Українська мова в умовах глобалізації: зб. наук. праць / за ред. О. О. Тараненка. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019. 256 с.
6. Як українські блогери просувають мову // Superprof (дата звернення: 13.04.2026).

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-45

THE IMPACT OF A MULTINATIONAL CREW ON SAFETY ONBOARD A VESSEL**Rosh Roy Mathews**

1st-Year Master's Student

Odesa National Maritime University

Nataliya Kurasova

Senior Lecturer at the Department of Journalism and Communication

Odesa National Maritime University

ORCID: 0000-0001-8672-0110

Abstracts: *This article examines the impact of multicultural and multilingual crews on communication, operational efficiency, and safety in the modern maritime industry. It highlights how linguistic and cultural differences may contribute to communication failures, human error, and maritime accidents, while also emphasizing the benefits of diversity when supported by effective leadership and intercultural competence. The study concludes that standardized Maritime English training, inclusive management practices, and the promotion of cultural awareness are essential for strengthening onboard cooperation and improving maritime safety.*

Keywords: *Multinational crews, maritime communication, intercultural competence, maritime safety, human factors.*

Presentation of the main material: Over the past two decades, the maritime industry has undergone significant transformation, evolving into a highly globalized, technologically advanced, and culturally diverse sector. Contemporary shipping operations increasingly depend on multinational and multilingual crews, making intercultural communication an essential component of maritime safety and operational efficiency. In such an environment, communication extends beyond the routine exchange of information and becomes a critical mechanism for ensuring coordination, situational awareness, and the effective execution of safety procedures. Consequently, the ability of crew members to communicate accurately and cooperate across cultural boundaries has become a determining factor in the safe operation of modern vessels [6].

The nature of maritime employment intensifies the importance of interpersonal and intercultural relations onboard. Seafarers not only work together under demanding operational conditions but also share confined living spaces for prolonged periods of time. Since approximately 80% of the global fleet is currently operated by multicultural and multilingual crews, cultural diversity has become an inherent characteristic of the maritime

profession [6]. While such diversity offers significant professional and organizational advantages, it simultaneously creates challenges that may adversely affect onboard safety if not properly managed.

One of the principal concerns associated with multinational crews is the increased risk of communication failure. Misunderstandings arising from linguistic and cultural differences may disrupt operational procedures, compromise decision-making processes, and reduce the effectiveness of emergency responses. In the maritime industry, where operations are highly dependent on precision and timely coordination, even minor communication errors may result in severe consequences. Academic research demonstrates that between 80% and 90% of maritime accidents involve human factors, while approximately 40% are directly associated with communication and cultural issues. Among the primary contributing factors are inadequate language proficiency, differing professional practices, contrasting safety cultures, stereotyping, and variations in attitudes toward authority and risk management [3].

The operational reliability of a vessel therefore depends heavily on the quality of communication and situational awareness among crew members. Studies indicate that high levels of linguistic diversity combined with insufficient proficiency in Maritime English significantly increase the likelihood of communication-related errors. Miscommunication and misinterpretation account for nearly 68% of observed operational failures, particularly during verbal exchanges, which remain the most vulnerable form of shipboard communication. Such deficiencies are especially evident aboard container vessels, where complex operational procedures and intensive coordination requirements heighten the potential for communication-related incidents.

Language barriers constitute one of the most persistent challenges within multinational crews. The use of native languages, combined with varying levels of English proficiency, often leads to ambiguity, frustration, and operational inefficiency. Furthermore, communication difficulties are not limited solely to vocabulary or grammar [4]. Cultural differences in speech tempo, tone, gestures, eye contact, interpersonal behavior, and social interaction may further complicate mutual understanding. In a professional environment where effective communication between shipboard personnel and shore-based management is essential, such barriers may undermine both operational performance and safety standards.

Nevertheless, multiculturalism should not be perceived exclusively as a source of operational risk. When supported by effective leadership and organizational policies, cultural diversity may significantly enhance onboard performance and safety. Diverse crews contribute a broader range of professional experiences, perspectives, and problem-solving approaches, thereby improving decision-making processes and increasing the crew's ability to identify and respond to potential threats. Cultural sensitivity and mutual respect among crew members promote cohesion, strengthen teamwork, and facilitate more effective cooperation in both routine and emergency situations.

In addition to communication-related factors, crew welfare and working conditions also play a substantial role in maritime safety. Although technological systems and regulatory frameworks are essential components of safe vessel operations, the efficiency of a vessel ultimately depends on the physical and psychological condition of the personnel operating it [1]. Fatigue, stress, poor living conditions, and inadequate treatment of seafarers may reduce concentration, impair judgment, and increase the probability of human error.

Consequently, the promotion of safe, supportive, and professionally managed working environments is essential not only for crew well-being but also for the prevention of accidents and environmental incidents.

To mitigate the challenges associated with multinational crews, shipping companies must implement comprehensive strategies aimed at improving intercultural communication and operational cooperation. Standardized training programs, particularly those emphasizing Maritime English proficiency and intercultural competence, should become an integral part of professional maritime education [5]. Equally important is the development of inclusive leadership practices capable of fostering mutual respect, ensuring compliance with safety procedures, and maintaining effective communication regardless of cultural or linguistic differences. Such measures contribute to the establishment of a cohesive safety culture onboard vessels [2].

Conclusions: In conclusion, the increasing reliance on multinational crews has fundamentally transformed the operational and social dynamics of the maritime industry. Although cultural and linguistic diversity may introduce communication challenges and operational risks, these difficulties can be effectively managed through appropriate training, strong leadership, and the promotion of intercultural awareness. By recognizing the strategic importance of communication and cultural competence, maritime organizations can enhance operational reliability, strengthen onboard cooperation, and significantly improve the overall safety of vessel operations.

REFERENCES

1. Astratinei C. Communication problems in a mixed crew environment / C. Astratinei // *Scientific Bulletin of Naval Academy*. - 2016. - Vol. 19, № 1. - P. 13-16.
2. Berg N. Trust and safety onboard / N. Berg та ін. // *WMU Journal of Maritime Affairs*. - 2017. - Vol. 16, № 2. - P. 197-217.
3. Gabedava G. Enhancing maritime safety through linguistic analysis: a case study of communication failures in maritime accidents / G. Gabedava, Y. Hu // *WMU Journal of Maritime Affairs*. - 2025. - Vol. 24. - P. 1-18.
4. Hasanspahić N. Effect of multicultural awareness and communication on safety onboard vessel / N. Hasanspahić, S. Vujičić, D. Mišković // *Proceedings of the International Conference on Traffic and Transport Engineering (ICTTE 2018)*. - Belgrade, 2018. - P. 844-850.
5. Jensen Ø. J. Potential safety outcomes of communication difficulties in mixed nationality crews: a study of Greek and Norwegian vessels / Ø. J. Jensen та ін. // *Transportation Research Procedia*. - 2023. - Vol. 72. - P. 2904-2911.
6. Rafi Ullah Khan, Jingbo Yin, Muhammad Afzaal, Zaili Yang, Quantitative assessment of language and cultural diversity as human reliability factors in maritime safety. *Reliability Engineering & System Safety*, Volume 273, 2026, 112358, <https://doi.org/10.1016/j.ress.2026.112358>.

...

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ТА ПРОКСІ-КОНФЛІКТУ МІЖ ІЗРАЇЛЕМ ТА ІРАНОМ У МАТЕРІАЛАХ УКРІНФОРМ, REUTERS ТА ASSOCIATED PRESS**Алла Коваленко**

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-6750-9133

Анна Мільковська

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика,
Одеський національний морський університет

***Анотація:** У тезах здійснено порівняльний аналіз висвітлення російсько-української війни та проксі-конфлікту між Ізраїлем та Іраном у матеріалах інформаційних агентств Укрінформ, Reuters та Associated Press упродовж 2025-2026 років. На основі проаналізованих різножанрових матеріалів встановлено тематичні, функціональні та тональні спільні і відмінні риси.*

***Ключові слова:** російсько-українська війна, Ізраїль, Іран, проксі-конфлікт, медіадискурс, інформаційні агентства.*

Сучасні воєнні конфлікти дедалі більше виходять за межі суто військового протистояння та супроводжуються масштабною інформаційною боротьбою. У цьому контексті міжнародні інформаційні агентства стають не лише джерелом новин, а й важливими суб'єктами формування глобальних наративів, громадської думки та політичних оцінок. Особливо це стосується висвітлення російсько-української війни та ірано-ізраїльського проксі-конфлікту, які у 2025-2026 роках дедалі частіше подаються медіа як взаємопов'язані елементи ширшої геополітичної кризи.

Проблематику медіависвітлення російсько-української війни та міжнародних конфліктів досліджували українські й зарубіжні науковці, зокрема С. Стуканов, Н. Семен, О. Харченко, Т. Кузнецова, П. Робінсон, Ф. Сейб, Р. Ентман, М. Лінч [1, 2, 3] та інші. Питання інформаційного супроводу близькосхідного протистояння між Ізраїлем та Іраном у науковому та медійному дискурсі найчастіше визначаються як «ірано-ізраїльський конфлікт», «проксі-конфлікт» або «тіньова війна», оскільки сторони тривалий час уникають прямого повномасштабного зіткнення та діють через союзницькі угруповання і технологічні інструменти впливу.

Метою дослідження є порівняльний аналіз особливостей висвітлення російсько-української війни та ірано-ізраїльського конфлікту в матеріалах Укрінформ [4], Reuters [7] та Associated Press [6]. Для досягнення мети було проаналізовано 45 журналістських матеріалів різних жанрів - новин, репортажів та аналітичних статей, опублікованих упродовж січня 2025 - квітня 2026 років. Основними методами дослідження стали контент-аналіз, порівняльний та описовий методи, а також елементи дискурсу-аналізу.

Аналіз матеріалів Reuters [7] за 2025-2026 роки свідчить про домінування фактологічного та подієвого стилю із чіткою структурою новинного повідомлення. У матеріалах про масовані російські атаки агентство акцентує увагу на кількості застосованих дронів, ракет, масштабах руйнувань і кількості постраждалих, посиляючись переважно на офіційні українські джерела та міжнародних експертів. Водночас Reuters систематично використовує формулювання на кшталт: «Reuters не змогло незалежно перевірити заяви сторін конфлікту» [7] або «за словами українських посадовців» [], що демонструє прагнення агентства до максимальної нейтральності та дистанціювання від оцінних суджень. У матеріалах Reuters [7] також активно використовується багатоджерельність - поряд із заявами української сторони подаються коментарі представників Росії, міжнародних організацій та західних експертів. Таким чином формується модель «балансованої об'єктивності», у межах якої головну роль відіграє не оцінка подій, а зіставлення позицій різних сторін конфлікту.

У свою чергу, Associated Press [6] значно більше уваги приділяє гуманітарному та технологічному виміру війни. У матеріалах про використання дронів, систем радіоелектронної боротьби та новітніх військових технологій агентство пояснює їхній вплив на зміну характеру сучасної війни та психологічний стан військових і цивільного населення. Наприклад, у публікаціях про використання оптоволоконних дронів бойовиками «Хезболли» акцентується увага на їхній дешевизні, складності перехоплення та схожості з технологіями, які активно застосовуються у війні в Україні. В одному з матеріалів зазначається: «Ці дрони, які широко використовуються у війні в Україні, є малими, складними для відстеження та потенційно смертельними» [6]. Таким чином локальна подія інтегрується у ширший міжнародний контекст, а новинне повідомлення поєднується з пояснювальним елементом, що допомагає аудиторії краще зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки сучасних конфліктів.

Матеріали Укрінформ [4], на відміну від західних агентств, характеризуються вираженою оцінністю та національно орієнтованим підходом. У повідомленнях часто використовуються емоційно марковані конструкції на кшталт «черговий терористичний удар РФ», «масована атака окупантів», «героїчний спротив українських захисників». Наприклад, в одному з повідомлень зазначається: «Російські війська здійснили черговий масований удар по мирних українських містах» [4].

Основна увага приділяється наслідкам російських атак, жертвам серед цивільного населення, міжнародній підтримці України та діяльності українських військових. Такий підхід виконує не лише інформаційну, а й мобілізаційну функцію, сприяючи консолідації українського суспільства в умовах війни.

У висвітленні ірано-ізраїльського проксі-конфлікту спостерігається ще більша геополітизація медіадискурсу. Reuters [7] у своїх матеріалах наголошує на впливі конфлікту на світові енергетичні ринки, безпекову ситуацію на Близькому Сході та міжнародну дипломатію. Значна увага приділяється атакам дронів, ударам по енергетичних об'єктах та участі регіональних союзників Ірану у конфлікті. Associated Press [6] акцентує увагу на зміні характеру сучасної війни під впливом дешевих безпілотних технологій та проводить паралелі між війною в Україні та близькосхідним протистоянням. Зокрема, в одному з матеріалів зазначається: «Тактика використання FPV-дронів запозичена з війни в Україні, де вони стали важливим елементом

сучасного поля бою» [6].

Водночас у матеріалах Reuters [7] і Associated Press [6] простежується взаємозв'язок між російсько-українською війною та конфліктом на Близькому Сході. Агентства повідомляють про використання Росією іранських дронів, трансфер військових технологій, а також про застосування українського досвіду протидії безпілотникам у країнах Близького Сходу. У цьому контексті Україна дедалі частіше постає не лише як об'єкт міжнародної допомоги, а й як суб'єкт безпекових процесів, що має практичний досвід ведення сучасної технологічної війни.

Окрему увагу міжнародні медіа приділяють політиці США щодо Ірану та російсько-української війни. У матеріалах Reuters [7] та Associated Press [6] простежується прагнення до балансу між офіційною позицією американської адміністрації та критикою з боку експертів, політиків і громадськості. Зокрема, агентства висвітлювали дискусії щодо ефективності політики Дональда Трампа стосовно Ірану, а також суспільне невдоволення окремими заявами й підходами до переговорів щодо російсько-української війни. У публікаціях також акцентується увага на економічних наслідках ескалації на Близькому Сході, зокрема ризиках для світових енергетичних ринків та економік азіатських держав.

Отже, проведений аналіз засвідчує, що у 2025-2026 роках міжнародні інформаційні агентства не лише відображають перебіг воєнних подій, а й активно конструюють їхнє суспільне значення через вибір джерел, тональності, наративів і способів подачі інформації. Якщо Укрінформ виконує переважно мобілізаційну та національно орієнтовану функцію, то Reuters забезпечує глобальну інформаційну нейтральність і багатоперспективність, а Associated Press формує гуманітарний і пояснювальний вимір сприйняття війни. Спільною тенденцією для всіх агентств є посилення уваги до технологічного та геополітичного аспектів сучасних конфліктів, що свідчить про трансформацію журналістики у напрямі глибшого аналітичного осмислення глобальних воєнних процесів.

ЛІТЕРАТУРА

1. 20 місяців повномасштабної війни в Україні на шпальтах світових ЗМІ: аналіз трендів та наративів. URL: <https://www.weareukraine.info/analytic/20-months-of-full-scale-war-in-> (дата звернення: 01.05.2026).
2. Стуканов С. Як європейські медіа висвітлюють російсько-українську війну? Що переосмислили, а що ні? URL: <https://detector.media/infospace/article/212914/2023-06-24-> (дата звернення: 01.05.2026).
3. Семен Н. Особливості подачі інформації про війну Росії проти України на ресурсі інформаційного агентства «Associated Press». Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. 2023. № 2. С. 33-38. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN= (дата звернення: 01.05.2026).
4. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua>. (дата звернення: 01.05.2026).
5. Alim S., Effendi Y., Wahyudi A. Framing The Iran-Israel Conflict: A Comparative Analysis of Al-Jazeera and BBC News Coverage in April 2024. *Journal of Islamic Civilization*. 2025. Vol. 6. № 2. P. 166-180. URL: https://www.researchgate.net/publication/388833687_ (дата звернення: 01.05.2026).

6. Associated Press. URL: <https://apnews.com/> (дата звернення: 01.05.2026).
7. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/> (дата звернення: 01.05.2026).
8. Roomi F. The Iran-Israel Conflict: An Ultra-Ideological Explanation. Middle East Policy. 2023. Vol. 30. № 2. URL: https://www.researchgate.net/publication/371342236_The_ (дата звернення: 01.05.2026).
9. Fairclough's Critical Discourse Analysis Approach. 2026. URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/irole-25/126023510> (дата звернення: 01.05.2026).

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-47

ВИЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЦИФРОВИХ МЕДІА

Станіслав Гладкий

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 Журналістика, Одеський національний морський університет

Дарина Стоянова

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації, Одеський національний морський університет

***Анотація.** Розглянуто роль візуального контенту в процесі міжкультурної комунікації в цифровому медіапросторі. Акцентовано увагу на тому, що фотографія, інфографіка та мультимедійні зображення стали не лише засобами ілюстрування, а й самостійними інструментами передачі культурних смислів.*

***Ключові слова:** міжкультурна комунікація, цифрові медіа, візуальний контент, фотографія, глобалізація.*

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі міжкультурна комунікація дедалі частіше здійснюється не лише через текст, а й через візуальні образи. Саме фотографія та інші візуальні форми подачі інформації дають змогу швидко передавати повідомлення представникам різних культур, долаючи мовні бар'єри. У цифровому середовищі значення зображення посилюється, адже аудиторія сприймає візуальний матеріал швидше, ніж розгорнутий текст.

Мета і завдання. Метою є визначення особливостей фотографії як засобу міжкультурної комунікації у цифрових медіа. Для досягнення мети необхідно з'ясувати роль візуального контенту в сучасній журналістиці, окреслити його вплив на формування міжкультурного діалогу та показати значення фото у сприйнятті інформації міжнародною аудиторією.

Виклад основного матеріалу. Візуальний контент у міжкультурній комунікації є важливим засобом передавання інформації, що забезпечує не лише привернення уваги аудиторії, а й сприяє зрозумілому та доступному сприйняттю змісту

повідомлення. Використання візуальних елементів – зображень, символів, інфографіки, графіків і схем – дозволяє ефективно структурувати інформацію, передавати складні явища у спрощеній формі та посилювати комунікативний вплив [1, с. 4-6]

Важливу роль у візуальному контенті відіграє символічна система культури, яка відображає цінності, ідеї та орієнтири певної спільноти. Символи можуть мати соціальний, етнічний, політичний, релігійний чи художній характер і виконувати функцію передачі культурних кодів. Їх значення формується залежно від історичного та соціокультурного контексту, а інтерпретація потребує врахування особливостей сприйняття представників різних культур [1, с. 4-6].

Одним із найефективніших засобів візуалізації є інфографіка, що дає змогу не лише узагальнювати великі масиви даних, а й робити інформацію наочною, логічно структурованою та зрозумілою для аудиторії. Завдяки поєднанню графічних і текстових елементів інфографіка допомагає не лише передавати факти, а й візуально розкривати причинно-наслідкові зв'язки, порівнювати явища та представляти інформацію у формі візуальної оповіді [2, с. 50-122].

Символи у візуальному контенті виконують низку функцій, зокрема пізнавальну, соціалізаційну, адаптивно-регулятивну, ідентифікаційно-інтегративну та інформаційно-комунікативну. Через ці функції вони сприяють передачі смислів, інтеграції спільнот та формуванню спільного культурного простору. У сучасних медіа символіка дедалі частіше використовується не лише як декоративний елемент, а як



засіб концептуального вираження змісту. На фото, що надано нижче, джерело – NTKTV, це простежується через поєднання державної символіки України та калини, яка є культурним символом пам'яті, стійкості й національної ідентичності. Таке зображення демонструє, як символи у візуальному контенті передають не лише інформацію, а й глибші

культурні та емоційні смисли. [2, с. 298-303].

Особливе значення у візуальній комунікації має колір як символічний і емоційний інструмент. Він формує асоціації, передає смисли та впливає на сприйняття повідомлення. У поєднанні з формою, композицією та графічними елементами колір стає частиною цілісної системи візуальної комунікації. На фото, що надано нижче, джерело – медіа IDG, матеріал про інфографіку в SEO, це видно на прикладі інфографіки, де колір структурує інформацію, привертає увагу та підсилює зміст повідомлення. [2, с. 298-303].



Висновки. Фотографія в цифрових медіа є важливим інструментом міжкультурної комунікації. Вона забезпечує швидку передачу змісту, посилює емоційний вплив повідомлення та сприяє кращому розумінню культурних відмінностей.

Використання якісного й доречного візуального контенту в журналістиці підвищує ефективність комунікації в умовах глобалізаційного діалогу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гресько О. В. Візуальна комунікація як основа масово-інформаційної діяльності XXI століття. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 1. С. 4 - 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2015_1_3
2. Шевченко В. Функціональність візуального контенту в міжкультурній комунікації. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Том. 53. С. 298 - 304.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-48

GAME JOURNALISM IN CONTEMPORARY DIGITAL MEDIA: THE CASE OF IGN, GAMESPOT AND KOTAKU

Artem Melnyk

Higher Education Applicant

1st year student

Nataliya Kurasova

Senior Lecturer at the Department of

Journalism and Communication

ORCID: 0000-0001-8672-0110

Ivan Nenov

Candidate of Political Science (PhD), Associate Professor

Odesa National Maritime University

ORCID ID: 0000-0001-8672-0110

Abstract. *The rapid development of digital culture and the global gaming industry has contributed to the emergence of gaming as a specialized segment of contemporary online media. Contemporary gaming platforms no longer function exclusively as sources of entertainment news; they combine informational, analytical, and commutative functions while shaping audience engagement practices and online communities. The purpose of this study is to analyse the communicative and functional features of contemporary game journalism through the example of IGN, GameSpot, and Kotaku.*

Key words: *game journalism, digital media, gaming culture, online journalism, audience engagement.*

Presentation of the main material: The development of game journalism can be traced back to the 1970s, when the first specialized publications devoted to video games and arcade entertainment began to emerge. One of the earliest examples was Play Meter, whose first issue was published on December 13, 1974. During this period, video game audiences gradually evolved into a distinct social and cultural community commonly referred to as “gamers” [5]. Over the following decades, the rapid growth of the gaming industry alongside the expansion of digital communication technologies transformed game journalism into an influential branch of contemporary online media.

Within the framework of this study, particular attention is devoted to three internationally recognized gaming media platforms – IGN, GameSpot, and Kotaku – which represent different models of digital journalism, audience engagement, and communicative interaction.

IGN (Imagine Games Network) was founded in September 1996 by Mark Jung and later acquired by News Corporation in 2005. Today, IGN represents one of the largest international gaming media platforms, attracting approximately 92.2-160 million monthly visitors as of March 2026. The platform maintains a significant presence across social media services such as YouTube, TikTok, X (Twitter), Facebook, and Instagram, thereby strengthening its communicative influence and audience reach. IGN follows a comparatively open model of audience interaction. Users actively participate in discussions through comment sections attached to reviews and articles, while controversial topics are occasionally subject to pre-moderation in order to reduce toxic communication and regulate online discourse.

GameSpot was launched on May 1, 1996, by Peter Deemer, Vince Broady, and Jonathan Epstein. The platform provides news coverage, reviews, previews, and other gaming-related content while integrating both professional editorial materials and user-generated content, including blogs, forums, and user reviews [4]. Since October 2022, GameSpot has been owned by Fandom [1]. The publication has achieved substantial industry recognition, including the “Best Gaming Website Award” at the Spike TV Video Game Awards in 2004, as well as multiple Webby Awards [4]. According to statistical data from March 2026, the website records approximately 93.9 million monthly visitors [3]. In contrast to IGN, however, GameSpot demonstrates a more restricted communication model. Certain controversial reviews, including discussions related to *Dragon Age: Veilguard*, reportedly had their comment sections disabled [4]. Consequently, the platform’s primary channels of audience interaction are external social media platforms rather than the website itself.

Kotaku was established in 2004 as part of Gawker Media and became widely recognized for its opinion-based journalism, investigative reporting, and critical discussion of gaming culture. Over the years, the platform employed several influential journalists and contributors, including Luke Smith, Cecilia D’Anastasio, Tim Rogers, and Jason Schreier [6]. Although Kotaku attracts a smaller audience – approximately 10.5 million monthly visitors [2] – it continues to exert notable influence within gaming discourse due to its analytical and investigative approach.

An important aspect of Kotaku’s communicative structure was the implementation of the Kinja commenting system. Nevertheless, this system became the subject of extensive criticism because of its complicated structure, hidden discussion threads, and difficulties

associated with moderation. Many users regarded the platform as less accessible and less community-oriented than alternative systems such as Disqus or integrated comment sections. In March 2024, comments on Kotaku were disabled entirely following substantial criticism from the audience. During this period, Jen Glennon reportedly entered into conflict with G/O Media, the parent company of both Kotaku and Kinja. The company sought to redefine the platform's editorial strategy by reducing traditional news coverage and increasing emphasis on gameplay guides, walkthroughs, and instructional content. These editorial changes generated strong backlash from readers and intensified criticism toward G/O Media. As a consequence, the comment sections were removed, with the company officially stating that comments had been disabled due to "violations of user policy" [4].

The comparative analysis of IGN, GameSpot, and Kotaku demonstrates notable differences in audience scale, demographic composition, and social media influence. IGN and GameSpot remain the dominant gaming media platforms, each attracting more than 90 million monthly users, while Kotaku maintains a smaller but still influential audience of approximately 10.5 million visitors.

The data indicate that the primary audience of gaming media consists mainly of young adults. IGN and Kotaku are most popular among users aged 25-34, whereas GameSpot demonstrates a slightly younger audience profile dominated by the 18-24 age group. In addition, all three platforms remain predominantly male-oriented, with male users accounting for approximately 71-74% of the audience.

The analysis also highlights the importance of social media integration in contemporary game journalism. IGN possesses the largest combined social media presence, significantly exceeding both GameSpot and Kotaku, which indicates a higher level of audience engagement and digital communication effectiveness.

Table 1.

Audience and Social Media Characteristics of Gaming Platforms

Platform	Monthly Audience	Largest Age Group	Gender Distribution	Total Social Media Presence
IGN	92.2-160 million	25-34 (37%)	71% male / 28% female	~47.6 million
Game Spot	93.9 million	18-24 (32%)	74% male / 25% female	~18 million
Kotaku	10.5 million	25-34 (39%)	74% male / 25% female	~3.8 million

Conclusions: Despite its increasing professionalization and cultural influence, game journalism continues to face numerous ethical and professional challenges. Gaming journalists and reviewers are frequently criticized for perceived bias, excessive subjectivity, or alleged commercial influence from game publishers. In many instances, professional review scores diverge significantly from audience evaluations, leading to controversy within gaming communities. Such issues are not exclusive to gaming journalism and can also be observed in other branches of contemporary media. However, as a relatively young and rapidly developing field, game journalism possesses distinctive features that simultaneously constitute both its strengths and limitations. On the one hand, it offers immediacy,

interactivity, and extensive audience participation; on the other hand, it remains vulnerable to problems associated with commercialization, credibility, online toxicity, and community polarization.

REFERENCES

1. Chumachenko N. A. Games journalism: definition, history, genre composition / N. A. Chumachenko // *Philological Sciences Bulletin*. - 2025. - Vol. 5, № 3. - P. 124-131.
2. García-Borrego M. La crítica en el periodismo de videojuegos desde una perspectiva de género: diferencias en el ejercicio profesional entre mujeres y hombres en España (1997-2022) / M. García-Borrego, M.-I. Montes-Rodríguez, J. García-Cardona // *Historia y Comunicación Social*. - 2024. - Vol. 29, № 2. - P. 357-369.
3. Mancuso M. Newsgames: estado de la cuestión desde la ecología de los medios / M. Mancuso // *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. - 2022. - № 160. - P. 45-58.
4. Nieborg D. B. *Mainstreaming and Game Journalism* / D. B. Nieborg, M. Foxman. - Cambridge : MIT Press, 2023. - 312 p.
5. Perreault G. Metajournalistic discourse on the rise of gaming journalism / G. Perreault, T. Vos // *New Media & Society*. - 2020. - Vol. 22, № 1. - P. 159-176.
6. Stanton R. "You Can't Work for Somebody Who Doesn't Exist": the decline of games journalism and the rise of independent gaming news / R. Stanton, M. R. Johnson // *Games and Culture*. - 2024. - Vol. 21, № 4. - P. 1-18.

• • •

РОЗДІЛ 3

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ У ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-49

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ МОРСЬКИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ**Олександр Шумило**доктор технічних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0003-0574-1951**Людмила Дідур**старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації,
заступник начальника навчально-методичного відділу,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0003-2618-2116

***Анотація.** У тезах здійснено порівняльний аналіз динаміки рейтингових показників провідних морських закладів вищої освіти України, що провадять освітню діяльність в Одесі (ОНМУ, НУ «ОМА» та релокованої ХДМА), за даними інформаційного ресурсу «Освіта.ua» протягом 2023-2025 років. Визначено ключові чинники, що безпосередньо впливають на їхню конкурентоспроможність та позиції в національних рейтингах («Топ-200 Україна», «Scopus», бал НМТ на контракт) на тлі глобалізації освітнього простору. Досліджено феномен академічної стійкості закладів вищої освіти в умовах воєнного стану, зокрема успішну адаптацію переміщеного закладу. Обґрунтовано, що активізація міжнародного співробітництва, цифровізація та публікаційна діяльність науково-педагогічних працівників є базовими критеріями збереження освітнього потенціалу морської галузі України.*

***Ключові слова:** глобалізація освітнього простору, вища освіта, заклад вищої освіти, морська освіта, університетські рейтинги, академічна стійкість, релокація.*

Глобалізація освітнього простору, інтеграція України до європейського науково-освітнього середовища та трансформація системи вищої освіти в умовах воєнного стану актуалізують питання об'єктивного оцінювання діяльності закладів вищої освіти. Особливого значення ця проблема набуває для морських закладів вищої освіти України, зокрема закладів, що розташовані в Одесі та які своєю чергою забезпечують підготовку конкурентоспроможних фахівців для міжнародного ринку праці, функціонують у середовищі підвищених вимог до якості професійної підготовки та міжнародної сертифікації. Одним із найпоширеніших інструментів оцінювання є університетські рейтинги, що відображають результати наукової, освітньої та міжнародної діяльності закладів освіти.

Для морської освіти питання рейтингування набуває особливого значення, оскільки підготовка фахівців морської галузі здійснюється відповідно до міжнародних вимог Міжнародної морської організації (ІМО), Міжнародної конвенції про підготовку і

дипломовання моряків та несення вахти (Конвенції STCW) та стандартів Європейського простору вищої освіти.

У зв'язку з цим питання моніторингу діяльності вітчизняних ЗВО через інтеграцію у європейський та світовий освітній простір потребує постійного аналізу. Зокрема, це цілком на часі в умовах воєнного стану, коли заклади вищої освіти змушені функціонувати в умовах релокації. Яскравим прикладом є інтеграція Херсонської державної морської академії (ХДМА) до освітнього простору Одеси у 2022 році, де відображається академічна стійкість та успішне переміщення без суттєвої втрати якості освітнього процесу.

Саме тому аналіз рейтингових позицій морських закладів вищої освіти Одеси - провідного центру цієї галузі в Україні - набуває особливої актуальності.

Метою дослідження є аналіз динаміки рейтингових показників морських закладів вищої освіти Одеси за даними рейтингових систем «Освіта.ua» упродовж 2023-2025 років та визначення чинників, що впливають на їхню конкурентоспроможність в умовах глобалізації освітнього простору.

Питання рейтингування українських закладів вищої освіти активно висвітлюється інформаційним ресурсом «Освіта.ua», де щорічно публікується Консолідований рейтинг закладів вищої освіти України, сформований на основі даних рейтингів «Топ-200 Україна», «Scopus» та «Бал НМТ на контракт».

Об'єктом порівняльного аналізу обрано три провідні морські заклади вищої освіти України, які на сьогодні територіально сконцентровані та функціонують у місті Одеса:

- Одеський національний морський університет (ОНМУ) - багатопрофільний морський класичний університет;
- Національний університет «Одеська морська академія» (НУ «ОМА») - профільний заклад вищої освіти плавального та інженерного спрямування;
- Херсонська державна морська академія (ХДМА) - релокований у 2022 році провідний профільний заклад, інтегрований в одеський освітній осередок.

Варто зазначити, що чинниками рейтингової конкурентоспроможності, які найбільше впливають на результати рейтингування, є публікаційна активність науково-педагогічних працівників; індексування наукових праць у міжнародних базах даних; рівень міжнародного співробітництва; якість освітніх програм; академічна репутація закладу; результати вступної кампанії та цифровізація освітнього процесу.

Зокрема, для морських університетів додатковим фактором є відповідність освітніх програм міжнародним стандартам ІМО та вимогам ринку праці морської індустрії.

Нижче наведено трирічну динаміку позицій зазначених ЗВО у загальнонаціональному Консолідованому рейтингу «Освіта.ua» за 2023 [1], 2024 [2], 2025 [3] роки.

Одеський національний морський університет (ОНМУ)

	2023	2024	2025
Місце у загальному рейтингу	107	113	75
Бал НМТ на контракт	72	74	87
Топ-200 Україна	146	152	88
SCOPUS	121	121	98
Підсумковий бал	339	347	273

Національний університет «Одеська морська академія» (НУ «ОМА»)			
	2023	2024	2025
Місце у загальному рейтингу	145	157	115
Бал НМТ на контракт	136	169	125
Топ-200 Україна	127	133	114
SCOPUS	157	156	124
Підсумковий бал	420	458	363
Херсонська державна морська академія (ХДМА)			
	2023	2024	2025
Місце у загальному рейтингу	160-163	151	138
Бал НМТ на контракт	201	201	189
Топ-200 Україна	145	146	131
SCOPUS	101	88	101
Підсумковий бал	447	435	421

Аналізуючи позиції закладів у загальному рейтингу, можна з впевненістю відзначити феномен стійкості ХДМА. Стрімке зростання позицій закладу (зі 160-163 місця у 2023 році до 138 місця у 2025 році) свідчить про успішне завершення адаптації після релокації до Одеси у 2022 році. Для нашого закладу (ОНМУ) та НУ «ОМА» простежується позитивна стабілізація. Показники академічної, науково-видавничої діяльності й міжнародного визнання трьох провідних морських закладів вищої освіти дали можливість впевнено утримувати позиції у «Топ-200 Україна» [4] протягом трьох років. Зокрема, за даними оприлюднених результатів щорічного академічного рейтингу українських закладів вищої освіти ОНМУ у 2025 році вдалося ввійти до сотні університетів України. Покращення позицій нашого університету (ОНМУ) безпосередньо пов'язане з активізацією публікаційної діяльності науково-педагогічних працівників у міжнародних виданнях. Спільні наукові дослідження з іноземними партнерами (проекти Erasmus+ та європейські гранти) конвертувалися в індекси цитованості.

Глобалізований характер майбутньої професії морської галузі, через можливість працевлаштування в іноземних компаніях та міжнародних екіпажах, стимулює абітурієнтів обирати українські морські заклади вищої освіти, всупереч безпековим ризикам та в умовах змішаної форми навчання, зокрема із застосуванням дистанційних технологій.

Можна з впевненістю зазначити, що відносна стабільність позицій морських закладів освіти регіону свідчить про збереження їхнього освітнього потенціалу та ефективність внутрішнього й зовнішнього глобалізаційного діалогу.

Висновки. Рейтингова оцінка діяльності морських закладів вищої освіти України є важливим інструментом визначення рівня їхньої конкурентоспроможності в умовах глобалізації освітнього простору. Сучасні рейтингові системи враховують не лише освітню та наукову діяльність університетів, а й рівень міжнародної інтеграції, академічної мобільності та наукової видимості.

Для морських університетів України ключовими чинниками підвищення рейтингових позицій є розвиток міжнародного співробітництва, активізація публікаційної діяльності, цифровізація освітнього процесу, модернізація матеріально-технічної бази та впровадження міжнародних стандартів морської освіти. Аналіз

трирічної динаміки одеських та релокованих університетів за даними порталу Освіта.ua свідчить про наявність колосального потенціалу стійкості.

В умовах воєнного стану рейтинги університетів набувають особливого значення як показник стійкості освітніх інституцій, їхньої здатності адаптуватися до кризових умов та забезпечувати якісну професійну підготовку фахівців морської галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Освіта.ua. Консолідований рейтинг закладів вищої освіти України 2023 року. URL: <https://osvita.ua/vnz/rating/92444/> (дата звернення 21.05.2026 р.).
2. Освіта.ua. Консолідований рейтинг закладів вищої освіти України 2024 року. URL: <https://osvita.ua/vnz/rating/94905/> (дата звернення 21.05.2026 р.).
3. Освіта.ua. Консолідований рейтинг закладів вищої освіти України 2025 року. URL: <https://osvita.ua/vnz/rating/51741/> (дата звернення 21.05.2026 р.).
4. Щорічний академічний рейтинг українських закладів вищої освіти «ТОП-200 Україна 2025». URL: <https://osvita.ua/vnz/rating/94871/> (дата звернення 21.05.2026 р.).

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-50

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТРК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Андрій Іванов

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та ГРС,

Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0002-7691-3012

***Анотація.** Досліджено особливості стратегічного управління підприємствами туристично-рекреаційного комплексу України в умовах євроінтеграційних процесів та міжкультурної взаємодії.*

Проаналізовано специфіку функціонування підприємств галузі з урахуванням впливу міжнародного середовища, зростання конкуренції та необхідності адаптації до європейських стандартів якості.

Визначено основні напрями стратегічного розвитку підприємств, зокрема впровадження інноваційних підходів, орієнтацію на міжнародний ринок та підвищення рівня сервісу.

Особливу увагу приділено ролі міжкультурної комунікації як важливого чинника ефективного управління та формування конкурентних переваг.

На основі аналізу діяльності підприємств різних сегментів туристично-рекреаційного комплексу обґрунтовано необхідність комплексного підходу до стратегічного управління, що поєднує економічні, управлінські та соціокультурні складові.

***Ключові слова:** стратегічне управління, туристично-рекреаційний комплекс (ТРК), туристично-рекреаційне підприємство, євроінтеграція, міжкультурна комунікація, туризм.*

У сучасних умовах євроінтеграції стратегічне управління підприємствами ТРК України набуває особливого значення, оскільки саме воно визначає їх здатність конкурувати на міжнародному ринку. Підприємства галузі змушені адаптуватися до європейських стандартів якості, впроваджувати інноваційні підходи та орієнтуватися на потреби іноземних споживачів.

Особливістю функціонування туристично-рекреаційних підприємств є тісний зв'язок із міжнародним середовищем, що обумовлює необхідність врахування не лише економічних, а й соціокультурних факторів. У цьому контексті міжкультурна комунікація стає важливим елементом стратегічного управління, оскільки впливає на якість обслуговування, рівень задоволеності клієнтів та формування іміджу підприємства.

Практика діяльності українських підприємств, які входять до складу ТРК України, свідчить про різні підходи до стратегічного управління: від впровадження міжнародних стандартів і розвитку партнерських зв'язків до модернізації інфраструктури та розширення спектра послуг. Це дозволяє говорити про поступову інтеграцію галузі у європейський туристичний простір.

З метою узагальнення зазначених підходів розглянемо особливості стратегічного управління окремих підприємств ТРК України (табл. 1.)

Таблиця 1.

Особливості стратегічного управління підприємствами ТРК України в умовах євроінтеграції

Підприємство	Сфера діяльності	Особливості стратегічного управління	Євроінтеграційний аспект	Міжкультурна комунікація
«Прем'єр Палац»	Готельний бізнес	Орієнтація на преміум-сегмент, впровадження стандартів якості	Адаптація до європейських стандартів сервісу	Робота з іноземними клієнтами, багатомовний персонал
«Hyatt Regency Kyiv»	Готельний бізнес	Використання міжнародних стратегій управління	Інтеграція у глобальні мережі	Високий рівень міжкультурної взаємодії
«Ріксос-Прикарпаття»	Курортно-рекреаційний комплекс	Інноваційний підхід, диверсифікація послуг	Орієнтація на європейський медичний туризм	Адаптація послуг до різних культур
ТОВ «Тревел Профешнл Груп»	Туроператор	Розширення міжнародних напрямків	Вихід на європейський туристичний ринок	Комунікація з іноземними партнерами
ТОВ «Анекс Тур Турагентство»	Туризм	Масштабування діяльності, партнерські мережі	Інтеграція у міжнародні туристичні потоки	Робота з мультикультурною аудиторією
ТОВ «Корал Тревел»	Туризм	Диверсифікація туристичних продуктів	Орієнтація на міжнародний ринок	Врахування культурних особливостей клієнтів
АТ «Українська залізниця»	Транспорт	Стратегічна модернізація інфраструктури	Інтеграція в європейську транспортну систему	Обслуговування міжнародних пасажирів

ПАТ «Українське Дунайське пароплавство»	Водний транспорт	Розвиток логістичних стратегій	Інтеграція у європейські транспортні коридори	Міжнародна співпраця
ПАТ «МАУ»	Авіаційний транспорт	Оптимізація маршрутної мережі	Вихід на міжнародні авіаринки	Обслуговування пасажирів різних культур
ДП «Аеропорт Бориспіль»	Інфраструктура	Розвиток хавової моделі	Інтеграція в європейський авіапростір	Міжнародні стандарти сервісу
Одеський національний театр опери та балету	Культура	Розвиток культурного туризму	Участь у міжнародних культурних програмах	Культурна дипломатія
Готельно-курортний комплекс «Карпати»	Курорт	Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму	Адаптація до стандартів ЄС	Обслуговування іноземних туристів

Джерело: складено автором на основі [1].

Аналіз наведених у табл. 1. підприємств свідчить про те, що стратегічне управління у ТРК України формується під впливом як економічних, так і соціокультурних факторів. Встановлено, що підприємства різних сегментів галузі застосовують відмінні управлінські підходи, що обумовлено специфікою їх діяльності та рівнем інтеграції у міжнародний ринок.

Зокрема, підприємства готельного та курортного секторів, такі як готелі «Прем'єр Палац», «Hyatt Regency Kyiv» та «Ріксос-Прикарпаття», орієнтуються на впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування, підвищення рівня сервісу та активну роботу з іноземними клієнтами. Це забезпечує їх конкурентні переваги та сприяє інтеграції у глобальний туристичний простір.

У свою чергу, туристичні оператори та агентства зосереджуються на розширенні міжнародних напрямків діяльності, формуванні партнерських мереж та диверсифікації туристичних продуктів. Такий підхід дозволяє їм ефективно адаптуватися до змін кон'юнктури міжнародного ринку та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Підприємства транспортної інфраструктури відіграють важливу роль у забезпеченні функціонування ТРК, реалізуючи стратегії модернізації, розвитку логістики та інтеграції у європейські транспортні системи. Це створює необхідні умови для підвищення мобільності туристів та розвитку міжнародного туризму.

Водночас важливо зазначити, що ефективність стратегічного управління значною мірою залежить від рівня цифровізації підприємств та використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [2].

Крім того, впровадження інновацій сприяє підвищенню якості обслуговування та оптимізації внутрішніх бізнес-процесів. В умовах євроінтеграції особливого значення набуває також розвиток людського капіталу, зокрема підвищення кваліфікації персоналу та формування міжкультурних компетентностей [3].

Це забезпечує ефективну взаємодію з представниками різних культур і сприяє формуванню позитивного іміджу підприємств на міжнародному рівні.

Отже, нами встановлено, що стратегічне управління підприємствами ТРК України є ключовим чинником їх успішного функціонування в умовах євроінтеграції.

Визначено, що інтеграція до європейського економічного простору сприяє впровадженню сучасних стандартів управління, підвищенню якості послуг та розширенню міжнародної співпраці.

Доведено, що підприємства галузі застосовують різні стратегічні підходи залежно від сфери діяльності, однак спільною тенденцією є орієнтація на міжнародний ринок, інноваційність та підвищення конкурентоспроможності. Особливу роль у цьому процесі відіграє міжкультурна комунікація, яка забезпечує ефективну взаємодію з іноземними клієнтами та формує позитивний імідж підприємств.

Отже, подальший розвиток ТРК України потребує вдосконалення стратегічного управління з урахуванням європейських стандартів, цифровізації, інновацій та соціокультурних факторів, що забезпечить його успішну інтеграцію у глобальний туристичний простір.

ЛІТЕРАТУРА

1. Іванов А.М. Рекреація і туризм: стратегія сталого розвитку: монографія. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т. 2025. 496 с. ISBN 978-966-918-212-8 (25,63 д.а.)
2. Ivanov A. 1, Remzina N. 2, Kolinets L., Kolodskiy A. 3, Odnolko V. 4. (2024) Development and management of the tourist and recreation complex as a strategic direction of the tourism economy in the system of sustainable development. Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research, 14 (1). PP. 252-256. URL:chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_42.pdf
3. Ivanov Andrii 1, Tkachenko Tetiana 2, Boryslavskiy Ihor 3, Poliakov Ihor 4, Yuliia Sheiko 5 (2024) Sustainable development of enterprises of the tourist and recreational complex and its impact on socio-economic processes in Ukraine. Cadernos de Educação Tecnologia e Sociedade. Vol. 17 No. se3. DOI: https://doi.org/10.14571/brajets.v17.nse3.298-305

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-51

УКРАЇНЬСКА МОВА ЯК ЧИННИК МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Любов Степченко

молодший науковий співробітник,
відділ синтезу соціокультурних
мережових ресурсів НЮБ НБУВ,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського
ORCID: 0000-0002-6549-2945

***Анотація.** У статті розглядається роль української мови як важливого засобу міжкультурного спілкування в умовах євроінтеграційного процесу. Проаналізовано роль мови у зближенні України з Європейським Союзом, а також функції української мови у формуванні культурної ідентичності та міжнародного іміджу держави. Висвітлено виклики мовної політики в контексті європейської інтеграції та окреслено*

перспективи утвердження української мови як повноправного учасника європейського культурного простору. Зроблено висновок, що мовне питання є невід'ємною частиною євроінтеграційної стратегії України.

Ключові слова: українська мова, міжкультурний діалог, євроінтеграція, мовна політика, культурна ідентичність, європейський простір.

Є питання, які здаються суто практичними, але, зрештою, відкриваються як питання ідентичності. Мова - одне з них. Здавалося б, що тут обговорювати: говори зрозуміло, і цього досить. Однак насправді мова - це не просто спосіб передавати інформацію. Це спосіб думати, пам'ятати, відчувати себе частиною чогось більшого.

Для України ця тема набула особливої гостроти. Євроінтеграційний курс, підписання Угоди про асоціацію з ЄС у 2014 р. [6], отримання статусу кандидата у 2022 р. - усе це відкрило українській мові нові можливості. Водночас повномасштабне вторгнення Росії у 2022 р. зробило те, чого не досягали роки дискусій: мільйони людей перейшли на українську не тому що так передбачено законом, а тому що так підказало серце. І разом із тим у Європі прокинувся щирий інтерес до України - не як до абстрактної «постраждалої країни», а як до живої культури з багатою мовою і тисячолітньою традицією.

Саме тому сьогодні варто говорити не лише про те, що Україна рухається до Європи, а й про те, з якою мовою і культурою вона туди приходить. Мова - це не нейтральний інструмент. Вона не просто описує реальність, вона її формує. Через мову передаються цінності, норми, уявлення про те, що важливо, а що - ні [1]. Два народи можуть говорити одне й те саме англійською, але думати при цьому абсолютно по-різному, бо за кожним із них стоїть своя мовна і культурна традиція.

Для України це питання виходить за межі теорії й набуває реального, життєвого змісту. Століття під тиском - Емський указ 1876 р., радянська русифікація шкіл і міст зробили своє: значна частина населення, особливо на сході і півдні, звикла говорити російською навіть тоді, коли думала по-українськи. Це не природний стан речей, а результат цілеспрямованої політики [3]. Те, що сьогодні люди повертаються до рідної мови, - не мода і не тиск зверху. Це повернення до себе. І саме ця внутрішня впевненість є передумовою рівноправного діалогу з Європою. Не можна вести партнерський діалог із позиції культурної невпевненості. Спочатку треба знати, хто ти є, і тоді вже говорити з іншими [1].

Коли йдеться про євроінтеграцію і мову, перша думка зазвичай така: треба вивчати англійську, французьку, можливо, німецьку. І це справді так - без знання мов важко повноцінно працювати у європейських інституціях, науці чи бізнесі. Проте є й інший бік цього питання, про який говорять рідше. Європейський Союз - це не одномовна спільнота. Навпаки: «Єдність у різноманітності» - це не просто гарний слоган. Це принцип, закріплений у базових документах організації [7]. Кожна мова держави-члена є офіційною мовою Союзу. Це означає, що вступ України до ЄС відкриває перспективу офіційного визнання української мови на найвищому рівні, зі всіма практичними наслідками: перекладами, представленням в інституціях, підтримкою культурних проєктів.

Водночас євроінтеграція ставить перед нами цілком конкретні мовні завдання. Величезний масив європейського законодавства - *acquis communautaire* - потрібно не

просто перекласти, а знайти для нього точні відповідники в українській правовій традиції. Це велика інтелектуальна робота, яка паралельно збагачує і розвиває саму мову, наповнює її новими поняттями і термінами [4]. Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної», ухвалений у 2019 р. [2], викликав чимало дискусій. Проте якщо відволіктися від гарячих суперечок і подивитися холодніше - він просто робить те, що вже давно зробили більшість європейських країн: закріплює державну мову як природний стрижень публічного життя [7].

Інша річ - просування мови за кордоном. Тут зроблено вже чимало. Український інститут, програми підтримки перекладів, присутність українських авторів на міжнародних книжкових ярмарках - усе це працює на те, щоб Україна у Європі сприймалася не лише як країна, яка воює, а як країна з живою, сучасною, цікавою культурою [8]. Після 2022 р. інтерес до всього українського у Європі різко виріс - і це справжній шанс, який важливо не згаяти.

Окремо варто сказати про науку і освіту. Так, англійська як мова міжнародної академічної комунікації є реальністю, з якою треба рахуватися. Однак досвід таких країн, як Нідерланди, Данія чи Фінляндія, показує: можна бути повноцінно інтегрованим у міжнародну науку і водночас берегти власну наукову термінологію та традицію. Одне не суперечить іншому.

Було б нечесно говорити лише про успіхи. Виклики є, і вони суттєві.

У багатьох містах українська ще не стала природною мовою повсякденного спілкування, люди переходять на неї свідомо, але звичка змінюється повільно [3]. В інтернеті та соціальних мережах україномовного контенту досі замало - і це питання не лише мови, а й медіасередовища, яке ми створюємо [5]. У науці відчувається брак якісних україномовних підручників і словників, особливо в точних і технічних дисциплінах. Це можна вирішити, але все потребує часу, послідовності і, головне, розуміння, що мовна політика - це не про заборони і штрафи, а про створення середовища, в якому говорити українською є природно і зручно. Перспективи при цьому є цілком реальними. Зростання престижу мови всередині країни, ширший інтерес Європи до України, поява нового покоління, для якого українська є беззаперечно рідною - усе це підстави для обережного, але реального оптимізму [8].

Українська мова - це не перешкода на шляху до Європи, це наш голос у європейському діалозі. І що впевненіший цей голос, що краще ми знаємо і цінуємо власну мову - то рівноправнішим і повноціннішим буде наше місце у Європі. Мовна політика - не технічне питання і не питання лише для лінгвістів. Це частина великої відповіді на запитання: якою Україна хоче прийти до Європи і якою хоче лишатися в ній [3; 4].

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» від 25.04.2019 № 2704-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19> (дата звернення: 21.04.2026).
3. Масенко Л. Т. Мова і суспільство: постколоніальний вимір. Київ : Києво-Могилянська академія, 2004. 163 с.
4. Мовна політика в Україні // Вісник НАН України. 2024. № 5. С. 99-107. URL:

http://jnas.nbuiv.gov.ua/j-pdf/vnanu_2024_5_24.pdf (дата звернення: 21.04.2026).

5. Ставицька Л. О. Українська мова без табу. Київ : Критика, 2008. 454 с.

6. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом від 27.06.2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011 (дата звернення: 21.04.2026).

7. Council of Europe. European Charter for Regional or Minority Languages. Strasbourg, 1992. URL: <https://www.coe.int/en/web/european-charter-regional-or-minority-languages> (дата звернення: 21.04.2026).

8. Ukrainian Institute. Annual Report 2023. Kyiv, 2024. URL: <https://ui.org.ua> (дата звернення: 21.04.2026).

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-52

АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО СЕРВІСУ ПІД КУЛЬТУРНІ ОЧІКУВАННЯ ГОСТЕЙ

Вікторія Однолько

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри ТГРС

Одеський національний морський університет

ORCID: 0000-0002-9175-6780

***Анотація.** У тезах досліджено особливості адаптації готельного сервісу до культурних очікувань гостей в умовах розвитку міжнародного туризму та глобалізації. Розглянуто вплив культурних, релігійних і поведінкових особливостей туристів на організацію обслуговування у готельних підприємствах. Визначено основні напрями адаптації сервісу, серед яких мовна підтримка, персоналізація послуг, міжкультурна компетентність персоналу, адаптація ресторанного обслуговування та використання цифрових технологій. Обґрунтовано, що врахування культурних очікувань гостей сприяє підвищенню якості сервісу, формуванню позитивного іміджу готелю та зміцненню конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності.*

***Ключові слова:** готельний сервіс, індустрія гостинності, міжкультурна комунікація, культурні особливості, міжнародний туризм, адаптація сервісу, якість обслуговування, цифровізація готелів.*

Сучасна індустрія гостинності функціонує в умовах активного розвитку міжнародного туризму, глобалізації та постійного зростання міжкультурних контактів. Готельні підприємства дедалі частіше приймають гостей із різних країн світу, які мають власні культурні традиції, релігійні особливості, стандарти поведінки та очікування щодо рівня сервісу [1,3]. Саме тому питання адаптації готельного сервісу до культурних особливостей клієнтів набуває особливої актуальності.

У сучасних умовах конкурентоспроможність готельного підприємства визначається не лише матеріально-технічною базою чи рівнем цін, а й здатністю забезпечити комфортне середовище для гостей різних національностей [6]. Неврахування культурних особливостей може призводити до конфліктних ситуацій, непорозумінь, зниження рівня задоволеності клієнтів та погіршення репутації закладу. Водночас якісна адаптація сервісу сприяє формуванню позитивного іміджу готелю,

підвищенню лояльності клієнтів та збільшенню кількості повторних відвідувань.

Культурні відмінності впливають на сприйняття гостями якості обслуговування. Представники різних країн можуть по-різному оцінювати швидкість сервісу, стиль спілкування персоналу, організацію харчування, приватність, рівень емоційності комунікації та навіть оформлення інтер'єру готелю [3].

Наприклад, гості з країн Східної Азії, зокрема Японії, Китаю та Південної Кореї, традиційно надають великого значення ввічливості персоналу, дисципліні, високому рівню чистоти та точності виконання послуг. Для них важливими є стриманість у комунікації та чітка організація сервісних процесів. Туристи з європейських країн частіше орієнтуються на індивідуальний підхід, свободу вибору, неформальне спілкування та комфортну атмосферу. Для гостей із країн Близького Сходу особливе значення мають релігійні аспекти обслуговування, конфіденційність, наявність халяльного харчування та відповідних умов для відпочинку сімей.

Урахування таких особливостей дозволяє готелям більш ефективно організовувати процес обслуговування та підвищувати рівень задоволеності клієнтів. Одним із найважливіших напрямів адаптації є мовна підтримка гостей. Наявність багатомовного персоналу, перекладених інформаційних матеріалів, меню, навігації та електронних сервісів значно покращує комунікацію між гостем і працівниками готелю.

Важливу роль відіграє також адаптація ресторанного сервісу. Готелі, що працюють із міжнародними туристами, повинні враховувати релігійні, національні та культурні особливості харчування. Наприклад, для окремих категорій гостей необхідною є наявність вегетаріанських, халяльних, кошерних або дієтичних страв [5]. Крім того, значення мають традиції подачі їжі, режим харчування та особливості сервірування.

Окрему увагу необхідно приділяти міжкультурній компетентності персоналу. Працівники готельної сфери повинні володіти навичками міжкультурної комунікації, знати основи міжнародного етикету, розуміти специфіку невербальної поведінки представників різних культур та уникати дискримінаційних або стереотипних підходів [2]. У багатьох міжнародних готельних мережах проводяться спеціальні тренінги для персоналу, спрямовані на формування толерантності та професійної комунікації з іноземними гостями.

Суттєвий вплив на адаптацію сервісу має цифровізація готельного бізнесу. Сучасні інформаційні технології дозволяють персоналізувати обслуговування відповідно до індивідуальних потреб клієнтів. Мобільні додатки, електронні системи бронювання, онлайн-реєстрація, цифрові консьєрж-сервіси та системи автоматичного перекладу створюють більш комфортні умови перебування для іноземних туристів. Крім того, цифрові технології дають можливість аналізувати уподобання гостей та формувати персоналізовані пропозиції.

Не менш важливим є створення мультикультурного середовища у самому готелі. Це може проявлятися в дизайні інтер'єру, музичному супроводі, організації тематичних заходів, святкуванні міжнародних свят та формуванні атмосфери відкритості й толерантності [6]. Такі елементи сприяють позитивному сприйняттю закладу іноземними туристами та підвищують його привабливість на міжнародному ринку.

Для України питання адаптації готельного сервісу є особливо актуальним у

контексті розвитку міжнародного туризму, інтеграції у світовий туристичний простір та відновлення туристичної інфраструктури [1]. Вітчизняні готелі повинні орієнтуватися на міжнародні стандарти обслуговування та активно впроваджувати принципи міжкультурної комунікації у свою діяльність.

Отже, адаптація готельного сервісу до культурних очікувань гостей є важливою складовою ефективного функціонування сучасних підприємств індустрії гостинності. Урахування культурних, релігійних та поведінкових особливостей клієнтів дозволяє підвищити якість обслуговування, забезпечити комфортне перебування гостей та сформувати позитивний імідж готельного підприємства.

Ефективна адаптація сервісу передбачає комплексний підхід, який включає підготовку персоналу, мовну підтримку, персоналізацію послуг, використання цифрових технологій та створення мультикультурного середовища. У сучасних умовах саме здатність готелів враховувати потреби міжнародних туристів стає одним із ключових факторів їхньої конкурентоспроможності та успішного розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 184 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
3. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
4. Організація готельного господарства : підручник / М. П. Мальська та ін. Київ : Знання, 2011. 366 с.
5. П'ятицька Г. Т. Менеджмент ресторанного господарства : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 430 с.
6. Індустрія гостинності: стан, тенденції та перспективи розвитку : монографія / за ред. М. П. Мальської. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 304 с.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-53

МІЖНАРОДНЕ СТАЖУВАННЯ ЯК ЧИННИК УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ, ІННОВАЦІЇ ТА МІЖІНСТИТУЦІЙНА СПІВПРАЦЯ

Інна Малецька

кандидат педагогічних наук, доцент,
професор кафедри суспільно-гуманітарних дисциплін
Одеського державного аграрного університету
ORCID: 0000-0003-1912-7397

Анотація. У матеріалі висвітлено значення міжнародного стажування як ефективного інструменту професійного розвитку науково-педагогічних працівників та вдосконалення системи забезпечення якості вищої освіти. На основі результатів стажування в Kocaeli Health and Technology University (Турецька Республіка)

проаналізовано сучасні підходи до організації освітнього процесу, методики викладання профільних дисциплін, використання цифрових ресурсів, академічного менеджменту та міжнародного співробітництва. Обґрунтовано можливість використання отриманого досвіду в діяльності Одеського державного аграрного університету.

Ключові слова: міжнародне стажування, якість освіти, академічна мобільність, освітні інновації.

Інтеграція України до Європейського простору вищої освіти потребує оновлення освітнього середовища, модернізації управлінських механізмів та вдосконалення системи забезпечення якості освіти [1]. У цьому контексті важливого значення набуває міжнародне стажування як форм професійного розвитку викладача та джерело запозичення ефективних зарубіжних практик. Саме такий досвід було отримано під час проходження міжнародного стажування в Kocaeli Health and Technology University (Турецька Республіка), де особлива увага приділяється поєднанню класичної освіти з сучасними цифровими сервісами підтримки освітнього процесу.

Особливістю університетської системи Туреччини є домінування денної форми навчання, тому цифрові інструменти використовуються переважно як засіб адміністрування, комунікації та супроводу освітнього процесу. Це забезпечує безпосередню взаємодію викладача і здобувача, зберігаючи при цьому перевагу сучасних технологій.

Під час стажування досліджено, що в турецьких університетах широко використовується система OBS (Öğrenci Bilgi Sistemi)-електронна база студентської інформації. Через неї здобувачі реєструються на освітні компоненти, переглядають академічну успішність, розклад занять, індивідуальний план.

Важливим цифровим ресурсом є UZEM (Uzaktan Eğitim Merkezi)- центр цифрової підтримки освітнього процесу. Через систему розміщуються електронні матеріали, презентації, тести, методичні рекомендації та додаткові ресурси для самостійної роботи здобувачів.

Для організації електронного документообігу використовується EBYS (Elektronik Belge Yönetim Sistemi). Ця система дозволяє оперативно оформлювати внутрішні накази, розпорядження, службові листи та інші документи, що значно підвищує ефективність управління університетом.

Практичний інтерес викликає досвід використання цифрових сервісів у методичному забезпеченні викладання освітніх компонентів. Зокрема, електронні архіви, цифрові репозиторії наукових статей, а також платформи тестового контролю активно інтегруються в навчально-методичний процес як інструмент організації аудиторної та самостійної роботи здобувачів освіти.

Окрему увагу приділено міжнародній діяльності університету. Турецькі заклади вищої освіти активно беруть участь у програмах Erasmus+, академічній мобільності та міжуніверситетських партнерствах. Це створює додаткові можливості для професійного зростання викладачів та здобувачів.

Для Одеського державного аграрного університету доцільним є використання досвіду за такими напрямками:

- цифровізація документообігу університету;
- розширення міжнародних академічних контактів;
- удосконалення внутрішньої системи забезпечення якості освіти.

Отже, міжнародне стажування є важливим ресурсом модернізації вищої освіти. Досвід університетів Туреччини засвідчує ефективність поєднання навчання з сучасними цифровими платформами управління та академічного контролю, що може бути успішно адаптовано в діяльності Одеського державного аграрного університету.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). Київ : ТОВ «ЦС», 2015. 32 с.
2. Кремень В. Г. Філософія людиноцентризму в освітньому просторі. Київ : Педагогічна думка, 2021. 520 с.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-54

ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ РЕКРАЦІЙНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ ВІДПОВІДНО ДО КУЛЬТУРНИХ ОЧІКУВАНЬ КЛІЄНТІВ

Вадим Цапенко

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
кафедри ТГРС,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0009-0001-1999-0716

***Анотація.** У тезах досліджено персоналізація рекреаційно-оздоровчих послуг до культурних очікувань клієнтів в умовах глобалізації та розвитку міжнародного туризму. Розглянуто вплив культурних, релігійних та поведінкових особливостей споживачів на організацію wellness-, SPA- та рекреаційного сервісу. Визначено основні напрями послуг, серед яких персоналізація сервісу, міжкультурна комунікація, мовна підтримка клієнтів, цифровізація та підготовка персоналу. Обґрунтовано, що врахування культурних особливостей споживачів сприяє підвищенню якості обслуговування, конкурентоспроможності підприємств та розвитку міжнародного рекреаційно-оздоровчого туризму.*

***Ключові слова:** рекреаційно-оздоровчі послуги, wellness-туризм, міжкультурна комунікація, SPA-сервіс, клієнтоорієнтованість, міжнародний туризм, персоналізація сервісу.*

Сучасна сфера рекреаційно-оздоровчих послуг розвивається в умовах глобалізації, активного міжнародного туризму та зростання мобільності населення. Wellness-центри, SPA-комплекси, санаторно-курортні заклади та рекреаційні підприємства дедалі частіше обслуговують клієнтів із різних країн світу, які мають відмінні культурні традиції, релігійні переконання, моделі поведінки та очікування щодо сервісу [1].

У сучасних умовах конкурентоспроможність рекреаційно-оздоровчих

підприємств значною мірою залежить від їхньої здатності адаптувати послуги до потреб міжнародних клієнтів. Туристи оцінюють не лише якість процедур чи рівень комфорту, а й культурну чутливість персоналу, стиль комунікації, індивідуальний підхід та відповідність сервісу їхнім національним особливостям [2].

В умовах розвитку міжнародного wellness-туризму проблема міжкультурної адаптації сервісу набуває особливого значення. Врахування культурних очікувань клієнтів дозволяє формувати позитивний імідж підприємства, підвищувати рівень задоволеності гостей та забезпечувати лояльність споживачів.

Рекреаційно-оздоровчі послуги мають тісний зв'язок із психологічним комфортом клієнта, тому культурні особливості суттєво впливають на сприйняття якості сервісу. Представники різних країн мають відмінні уявлення про відпочинок, релаксацію, wellness-процедури, етикет обслуговування та особистий простір [3].

Наприклад, для клієнтів із країн Східної Азії важливими є стриманість персоналу, гармонійна атмосфера, тиша та високий рівень організації сервісу. Туристи з європейських країн більше цінують індивідуальний підхід, свободу вибору процедур, неформальність комунікації та сучасні технології обслуговування. Для гостей із країн Близького Сходу важливими є конфіденційність, окремі зони відпочинку для чоловіків і жінок, а також відповідність послуг релігійним нормам [4].

Одним із ключових напрямів адаптації рекреаційно-оздоровчих послуг є персоналізація сервісу. Сучасні wellness- та SPA-комплекси активно впроваджують індивідуальні програми оздоровлення, які враховують не лише фізичний стан клієнта, а й його культурні звички та стиль життя. Персоналізований підхід дозволяє створити комфортне середовище для відпочинку та підвищує ефективність оздоровчих програм.

Важливу роль у процесі адаптації відіграє міжкультурна комунікація. Працівники рекреаційно-оздоровчих підприємств повинні володіти навичками професійного спілкування з представниками різних культур, знати особливості міжнародного етикету та уникати комунікативних бар'єрів [5]. Значення мають не лише мовні навички, а й невербальна комунікація, правила поведінки, дотримання дистанції та врахування культурних норм.

Суттєвий вплив на якість обслуговування має мовна адаптація сервісу. Наявність багатомовного персоналу, перекладених інформаційних матеріалів, електронних меню, мобільних додатків та онлайн-консультацій значно полегшує взаємодію між клієнтом і підприємством. У міжнародній практиці все більшого поширення набувають цифрові системи персоналізованого обслуговування, які дозволяють враховувати індивідуальні потреби гостей [6].

Особливої уваги потребує адаптація харчування у рекреаційно-оздоровчих закладах. Клієнти можуть мати релігійні, медичні або культурні обмеження щодо харчування. Тому сучасні підприємства повинні пропонувати вегетаріанські, дієтичні, халяльні, безглютенові та інші спеціалізовані варіанти меню. Крім того, важливе значення має культура подачі страв та організація харчування відповідно до звичних для клієнтів стандартів.

Не менш важливою є підготовка персоналу до роботи у мультикультурному середовищі. У міжнародних wellness- і SPA-мережах активно проводяться тренінги з міжкультурної комунікації, толерантності та сервісної етики. Формування

міжкультурної компетентності працівників дозволяє мінімізувати конфліктні ситуації та забезпечити високий рівень обслуговування [7].

В умовах цифровізації рекреаційно-оздоровчої сфери значну роль відіграють сучасні інформаційні технології. Онлайн-бронювання, електронні системи управління клієнтським досвідом, мобільні додатки та CRM-системи дозволяють збирати інформацію про вподобання клієнтів та формувати персоналізовані пропозиції. Це сприяє підвищенню ефективності управління сервісом та зміцненню конкурентних переваг підприємств.

Для України персоналізація рекреаційно-оздоровчих послуг до культурних очікувань міжнародних клієнтів є важливою умовою розвитку wellness-туризму та інтеграції у світовий туристичний простір. Вітчизняні підприємства повинні орієнтуватися на міжнародні стандарти якості, впроваджувати сучасні технології сервісу та розвивати міжкультурну компетентність персоналу.

Отже, персоналізація рекреаційно-оздоровчих послуг до культурних очікувань клієнтів є важливим чинником розвитку сучасної wellness-індустрії та міжнародного туризму. Врахування культурних, релігійних та поведінкових особливостей споживачів дозволяє підвищити якість сервісу, забезпечити психологічний комфорт клієнтів та сформувати позитивний імідж підприємства.

Ефективна персоналізація сервісу передбачає комплексний підхід, який включає мовну підтримку, міжкультурну комунікацію, цифровізацію та професійну підготовку персоналу. У сучасних умовах саме здатність рекреаційно-оздоровчих підприємств враховувати потреби міжнародних клієнтів стає одним із ключових факторів їхньої конкурентоспроможності та успішного розвитку на міжнародному ринку послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг : підручник. Київ : Альтерпрес, 2006. 436 с.
3. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
4. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. New York : McGraw-Hill, 2010. 576 p.
5. Бацевич Ф. С. Основи міжкультурної комунікації : навч. посіб. Київ : Академія, 2007. 240 с.
6. Walker J. R. Introduction to Hospitality Management. 5th ed. Boston : Pearson Education, 2017. 704 p.
7. Kotler P., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. 7th ed. London : Pearson, 2016. 720 p.

РОЗДІЛ 4

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ СТУДЕНТІВ
У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-55

РОЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНИХ
КОМПЕТЕНЦІЙ СТУДЕНТІВ МЕДИЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ**Варвара Ситнікова**

доктор медичних наук, професор,
завідувач кафедри гістології, цитології, ембріології
та патологічної морфології з курсом судової медицини
одеський національний медичний університет
ORCID: 0000-0002-2111-669X

Марина Мельниченко

доктор медичних наук, професор кафедри
загальної, дитячої та військової хірургії
з курсом урології та офтальмології
ORCID: 0000-0001-9066-4801

***Анотація.** Сучасна медична освіта формується в умовах глобалізації та мультикультурності, що зумовлює необхідність розвитку не лише теоретичних знань і практичних навичок, а й ефективної комунікації з пацієнтами різних культурних і соціальних груп. Недостатній рівень міжкультурної взаємодії асоціюється з підвищеним ризиком діагностичних помилок, низьким комплаєнсом та зниженням якості медичної допомоги.*

***Ключові слова:** міжкультурна комунікація, медична освіта, професійні компетенції, студенти медичного факультету, симуляційне навчання, ОСКІ.*

Мета дослідження - проаналізувати роль міжкультурної комунікації у формуванні професійних компетенцій студентів медичного факультету та визначити її вплив на якість клінічної підготовки.

Матеріали та методи. Проведено аналітичний огляд сучасних наукових джерел, присвячених компетентнісному підходу в медичній освіті, проблемам міжкультурної комунікації та ефективності освітніх технологій її формування.

Результати. Встановлено, що міжкультурна комунікація є інтегративним компонентом професійної компетентності лікаря, який поєднує когнітивні, практичні та поведінкові аспекти підготовки. Її ефективність безпосередньо впливає на точність діагностики, рівень довіри пацієнта та результати лікування. Визначено, що найбільш ефективними методами формування міжкультурної компетентності є симуляційне навчання, клінічні сценарії, робота зі стандартизованими пацієнтами та об'єктивний структурований клінічний іспит (ОСКІ). Підтверджено, що недостатня увага до комунікативної підготовки призводить до розриву між теоретичними знаннями студентів та їх готовністю до реальної клінічної взаємодії.

Висновки. Міжкультурна комунікація є ключовим компонентом професійної

підготовки лікаря та важливим чинником якості медичної допомоги. Її інтеграція у навчальний процес сприяє формуванню сучасного фахівця, здатного до ефективної, етичної та безпечної медичної практики в умовах мультикультурного середовища.

Постановка проблеми. Сучасна медична освіта зазнає суттєвих трансформацій під впливом глобалізації, зростання академічної мобільності та мультикультурності суспільства [1,5]. У цих умовах підготовка лікаря вже не обмежується засвоєнням теоретичних знань, а передбачає формування інтегрованої професійної компетентності, що включає клінічне мислення, практичні навички та ефективну комунікацію з пацієнтом [2,3]. Особливої актуальності набуває проблема розриву між рівнем знань студентів та їх готовністю до реальної клінічної взаємодії, оскільки навіть за достатньої теоретичної підготовки майбутні лікарі часто стикаються з труднощами у спілкуванні з пацієнтами різних культурних і мовних груп, що може призводити до помилок діагностики, низького комплаєнсу та зниження якості медичної допомоги [6,7]. У цьому контексті міжкультурна комунікація розглядається як ключовий компонент професійної компетентності лікаря, що забезпечує ефективну взаємодію, врахування соціокультурних особливостей пацієнтів та підвищення безпеки лікування [7,8]. В умовах інтеграції України до європейського освітнього простору зазначена проблема набуває особливої значення та потребує системного впровадження у процес підготовки студентів медичних факультетів [5].

Мета дослідження - проаналізувати роль міжкультурної комунікації у формуванні професійних компетенцій студентів медичного факультету та визначити її вплив на якість клінічної підготовки.

Завдання дослідження полягають у аналізі сучасних підходів до формування професійної компетентності лікаря, визначенні місця міжкультурної комунікації у її структурі, оцінці впливу міжкультурної взаємодії на якість медичної допомоги, характеристиці ефективних освітніх технологій формування міжкультурної компетентності та обґрунтуванні актуальності даної проблеми для України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна модель медичної освіти базується на компетентнісному підході, який передбачає інтеграцію знань, клінічного мислення, практичних навичок і комунікативних умінь [2,4]. Водночас у сучасних дослідженнях підкреслюється, що саме комунікація стає визначальним компонентом ефективної клінічної діяльності, оскільки забезпечує не лише передачу інформації, а й формування терапевтичного альянсу між лікарем і пацієнтом [6].

У контексті мультикультурного середовища роль комунікації суттєво трансформується. Лікар повинен враховувати не лише клінічні, але й соціокультурні особливості пацієнта, що впливають на інтерпретацію симптомів, ставлення до захворювання та прийняття медичних рішень [7,8]. Таким чином, міжкультурна комунікація виступає не додатковою, а базовою складовою професійної компетентності.

Аналіз сучасних досліджень свідчить, що недостатній рівень культурної компетентності асоціюється зі зростанням кількості діагностичних помилок, зниженням комплаєнсу та погіршенням клінічних результатів [6]. Зокрема, мовний бар'єр може призводити до неповного збору анамнезу, а культурні відмінності - до неправильного трактування симптомів і відмови пацієнта від лікування. У свою чергу, ефективна міжкультурна взаємодія підвищує точність діагностики, рівень довіри та

прихильність до терапії [6,7].

З позицій компетентнісного підходу міжкультурна комунікація інтегрує декілька рівнів професійної підготовки лікаря: когнітивний (знання про культурні особливості), операційний (комунікативні навички), поведінковий (моделі взаємодії) та ціннісно-етичний (емпатія, толерантність) [2,4]. Саме ця інтеграція забезпечує формування лікаря як суб'єкта клінічної взаємодії, здатного адаптуватися до різних соціальних контекстів.

Важливим аспектом є те, що формування міжкультурної компетентності не може бути реалізоване виключно в межах теоретичного навчання. Ефективність забезпечується через використання активних освітніх технологій, зокрема симуляційного навчання, клінічних сценаріїв, роботи зі стандартизованими пацієнтами та ОСКІ [1,2,4]. Ці методи дозволяють моделювати реальні ситуації взаємодії та формувати поведінкові стратегії лікаря.

Особливу роль відіграють клінічні ситуації, що відображають типові виклики міжкультурної взаємодії: пацієнт іншої культури, мовний бар'єр, різні уявлення про лікування. У таких умовах лікар повинен застосовувати адаптивні комунікативні стратегії, включаючи активне слухання, доступне пояснення, врахування культурних особливостей та індивідуалізацію підходу. Саме ці навички визначають ефективність клінічної діяльності та безпеку пацієнта [6,7].

Для України проблема міжкультурної комунікації має особливе значення у зв'язку з мультикультурністю населення, активними міграційними процесами та інтеграцією до європейського освітнього простору [5]. У цих умовах формування міжкультурної компетентності стає необхідною складовою модернізації медичної освіти та підготовки конкурентоспроможного лікаря.

Отримані результати узгоджуються з сучасними підходами до медичної освіти, які підкреслюють провідну роль комунікативних компетенцій у структурі професійної підготовки лікаря. Зокрема, у дослідженні Frank J.R. та співавт. [3] акцентується увага на тому, що компетентність лікаря формується як інтегрована система, де комунікація є одним із ключових компонентів поряд із клінічним мисленням і практичними навичками. Аналогічні підходи представлені у роботах Fitzpatrick S. та співавт. [2], де міжкультурна взаємодія розглядається як необхідна складова сучасних глобальних компетентностей у сфері охорони здоров'я.

Разом із тим, результати нашого аналізу розширюють ці положення, підкреслюючи, що міжкультурна комунікація не лише доповнює професійну підготовку, а фактично визначає ефективність клінічної діяльності в умовах мультикультурного середовища. У дослідженні Schenk L. та співавт. [6] показано, що недостатній рівень культурної компетентності медичного персоналу асоціюється зі зниженням якості медичної допомоги та підвищенням ризику комунікативних помилок, що повністю підтверджує отримані нами висновки.

Позиція щодо необхідності розвитку міжкультурної компетентності також підтримується у роботах Shepherd S.M. та співавт. [7], які наголошують на складності формування культурної чутливості у клінічній практиці та необхідності її системного впровадження в освітній процес. У свою чергу, Walkowska A. та співавт. [8] підкреслюють, що студенти медичних факультетів усвідомлюють важливість міжкультурної комунікації, однак відзначають недостатню практичну підготовку в

цьому напрямі, що також корелює з виявленим у нашому аналізі розривом між теоретичними знаннями та готовністю до реальної взаємодії.

Особливу увагу в сучасній літературі приділено освітнім технологіям, що сприяють формуванню міжкультурної компетентності. Зокрема, Дельва І.І. та співавт. [1] відзначають ефективність симуляційного навчання як інструменту моделювання клінічних ситуацій без ризику для пацієнта. Наші результати доповнюють ці дані, демонструючи, що поєднання симуляцій, клінічних сценаріїв, роботи зі стандартизованими пацієнтами та ОСКІ створює найбільш ефективне освітнє середовище для формування інтегрованих компетенцій.

Важливим аспектом є також регіональний контекст. У дослідженні Rimal J. та співавт. [5] підкреслюється значення соціальної відповідальності медичної освіти, що включає адаптацію підготовки лікарів до потреб суспільства. У цьому контексті наші висновки щодо актуальності міжкультурної комунікації для України є логічним продовженням цих підходів, враховуючи мультикультурність населення та інтеграційні процеси.

Таким чином, результати дослідження не лише підтверджують дані сучасної літератури, але й поглиблюють розуміння ролі міжкультурної комунікації як системоутворюючого елементу професійної підготовки лікаря, що визначає якість медичної допомоги в умовах сучасного суспільства.

Висновки.

1. Міжкультурна комунікація є невід'ємною складовою сучасної медичної освіти та ключовим компонентом професійної компетентності лікаря.

2. Вона забезпечує ефективну взаємодію між лікарем і пацієнтом, враховуючи культурні, мовні та соціальні особливості, що безпосередньо впливає на якість медичної допомоги.

3. Недостатній рівень міжкультурної комунікації асоціюється з підвищеним ризиком діагностичних помилок, низьким комплаєнсом і конфліктами у клінічній практиці.

4. Формування міжкультурної компетентності потребує впровадження сучасних освітніх технологій, зокрема симуляційного навчання, роботи зі стандартизованими пацієнтами та ОСКІ.

5. Інтеграція міжкультурної комунікації у підготовку студентів сприяє формуванню сучасного лікаря, здатного до ефективної, етичної та безпечної медичної практики в умовах мультикультурного середовища.

ЛІТЕРАТУРИ

1. Дельва ІІ, Литвиненко НВ, Дельва МЮ, Пінчук ВА, Кривчун АМ. Симуляція у медичній освіті: історія розвитку. Актуальні проблеми сучасної медицини. Вісник української медичної стоматологічної академії. 2019. №19(2). С. 183-185. DOI 10.31718/2077-1096.19.2.183

2. Fitzpatrick S, Magaña L, Haywood J, Kerswill C, Tabche C, Robinson P. Development of the World Health Organization Global competency and outcomes framework for the Essential Public Health Functions. EfH [Internet]. 2025 Jun. 25 [cited 2026 Apr. 21];38(2):91-102. Available from: <https://educationforhealthjournal.org/index.php/efh/article/view/341>

3. Frank JR, Taber S, van Zanten M, Scheele F, Blouin D; International Health Professions Accreditation Outcomes Consortium. The essential enterprise: the critical role of accreditation in the 21st century. *BMC Med Educ.* 2020 Sep 28;20(Suppl 1):304. doi: 10.1186/s12909-020-02120-6. PMID: 32981522; PMCID: PMC7520973.
4. Grichanik M, Stone RC. Exploring LCME's New USMLE Norms of Accomplishment: Medical School Self-Reflection to Support Continuous Quality Improvement. *Med Sci Educ.* 2025 Sep 19;35(6):2811-2818. doi: 10.1007/s40670-025-02488-4. PMID: 41798383; PMCID: PMC12960888.
5. Rimal J, Shrestha A, Cardell E, Billett S, Lam AK. Making Medical Education Socially Accountable in Australia and Southeast Asia: A Systematic Review. *Med Sci Educ.* 2025 Feb 25;35(3):1767-1776. doi: 10.1007/s40670-025-02322-x. PMID: 40625984; PMCID: PMC12228936.
6. Schenk L, Sonntag PT, Beck P, Khan Z, Peppler L, Schouler-Ocak M. Organisational and staff-related effects on cultural competence in the hospital setting: a cross-sectional online survey of nursing and medical staff. *BMC Health Serv Res.* 2022 May 14;22(1):644. doi: 10.1186/s12913-022-07947-x. PMID: 35568939; PMCID: PMC9107243.
7. Shepherd SM, Willis-Esqueda C, Newton D, Sivasubramaniam D, Paradies Y. The challenge of cultural competence in the workplace: perspectives of healthcare providers. *BMC Health Serv Res.* 2019 Feb 26;19(1):135. doi: 10.1186/s12913-019-3959-7. PMID: 30808355; PMCID: PMC6390600.
8. Walkowska A, Przymuszała P, Marciniak-Stępek P, Nowosadko M, Baum E. "To be culturally competent is to be willing to learn about the differences and to acknowledge them"- a qualitative study on Polish medical students' attitudes towards cross-cultural competence development. *BMC Med Educ.* 2024 Aug 1;24(1):833. doi: 10.1186/s12909-024-05830-3. PMID: 39090655; PMCID: PMC11295578.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-56

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ У ПЕДАГОГІЧНОМУ СПІЛКУВАННІ

Валентин Терновський

доктор фізико-математичних наук, професор,
професор кафедри судноводіння і морської безпеки
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0002-4402-4157

***Анотація.** У тезах розглянуто питання важливості невербальної поведінки викладача з точки зору ефективності передачі інформації студентам та створення позитивного навчального середовища.*

***Ключові слова:** інформація, невербальна комунікація, кінесика, викладач, жести, сигнали.*

Дві тисячі років тому римський оратор Цицерон сформулював три обов'язки для оратора, які є актуальними і для сучасного вчителя. Ці обов'язки включають: 1) бути

ясним, щоб аудиторія могла зрозуміти сказане; 2) бути цікавим, щоб аудиторія захотіла слухати; та 3) бути переконливим, щоб аудиторія погодилася. У прагненні до досягнення цих цілей мова та фактична фізична подача інформації, використання голосу та тіла для вербального та невербального спілкування є головними факторами, які слід враховувати після складання планів занять. Обидва засоби дозволяють донести до студента повний текст та зміст повідомлення.

Згідно з [1], комунікація - це всі процедури, за допомогою яких один розум може впливати на інший. Якщо це так, то викладач, який не помічає невербальної передачі інформації та не інтерпретує ставлення отримувача, передає лише невелику частину передбачуваного повідомлення.

Науковцями доведено, що на 10% наше сприйняття іншої людини залежить від того, що вона говорить; на 30% - як вона говорить; на 60% - як вона поводить себе на невербальному рівні. Дослідження показують, що 82% повідомлень викладача є невербальними, тобто, у педагогічному спілкуванні невербальний компонент має більший вплив, ніж вербальний [2]. Таким чином, використання мови тіла як ефективного візуального засіб має явні педагогічні переваги.

Найбільш важливий аспект мови тіла пов'язаний із враженнями, які студенти одержують від того, як рухається викладач. Він чи вона може справляти враження переваги чи відчуття доступності, відкритості та дружелюбності.

Всі ми стикалися зі втратою інтересу та уваги, коли нам доводилося слухати викладача чи лектора, який ніколи не сходить із трибуни, або, що ще гірше, того, хто вимовляє монотонну презентацію, позбавлену якихось фізичних жестів. Коли ми згадуємо про навчання в університеті, в спогадах виділяються не всі викладачі. Як правило, згадується той, хто пробуджував цікавість, хто тримав свою аудиторію в полоні силою ораторського мистецтва та жестикуляції. Хоча точний контекст повідомлення з часом міг стертися, сила повідомлень, що передаються, як і раніше залишається першорядною; сила повідомлень полягає у спогаді про спосіб їхнього викладу, а не в словах.

Чуйні викладачі рухаються між студентами, встановлюють зоровий контакт та посміхаються. Недружні викладачі - це люди скуті, вони лише зрідка дивляться на аудиторію і здаються нещасними або сумними [3].

Немає універсальних, чітких правил інтерпретації мови тіла. Викладачі, які розпізнають невербальні сигнали, покращують свої методи керування групою студентів. Стримуючи ворожі або пасивні жести та рухи, зіставляючи вербальні та невербальні повідомлення та надаючи студентам надійні та ефективні сигнали, вони сприяють кращому порозумінню між сторонами.

Незнання кінесики (галузі невербального спілкування, що вивчає рухи тіла, зокрема, жести, міміку, пози, погляди) призводить до серйозних спотворень у комунікації. Це подібне до перебування в чужій країні без знання мови. Ви можете зрозуміти місцевість, гірські хребти та краєвиди, але вся повнота культури залишиться недоступною. Одномірний підхід може допомогти, але він складний, невизначений, і результати можуть бути лише неефективними.

Викладачі повинні враховувати невербальну комунікацію, щоб: підвищити свою здатність більш точно отримувати повідомлення від студентів; посилати узгоджені та позитивні сигнали, що позначають очікування, що регулюють взаємодію та

закріплюють навчання; та уникати неузгоджених та негативних сигналів, які стримують студентів та пригнічують навчання.

Висновки. Викладач, який має розуміння кінесики може вносити коригування в подачу матеріалу практично в режимі реального часу, тим самим значно покращуючи навчальне середовище. Реагуючи лише на вербальне спілкування, не звертаючи уваги на знаки на шляху, викладач цілком здатний передати необхідну інформацію, але, подібно до мандрівника, він може упустити всю повноту досвіду як для себе, так і для своїх студентів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Weaver R. L. (1976). *Bioera~hvo f sources for (verbal & nonverbal) activities*. East Lansing, MI: National center for Research on Teacher Learning (ERIC Document Reproduction Service No. ED137869).
2. Keith, L. T., Tomatzky, L. G. & Pettigrew, L. E., (1974). An analysis of verbal & nonverbal classroom teaching behavior. *Journal of Ex~erimentaEl ducation*, 42, pp. 30-38.
3. Murray, John P. & Murray, Judy I., (1992). How do 1 lecture thee? *College Teaching* v40, n3, Summer. pp. 109-1 13. Negotiation Institute (2004). *Negotiating Body Language*. Retrieved December 12,2005 from <http://www.negotiation.com/negotiating-body-lm~e.h~>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-57

ВПЛИВ СОЦІУМУ НА СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ В СУСПІЛЬСТВІ

Оксана Чебан

кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри суспільно-гуманітарних наук
Одеського державного аграрного університету
ORCID: 0000-0002-7271-1704

Питання взаємозв'язку особистості та суспільства, а також проблеми взаємодії індивіда в умовах невизначеності сучасного соціуму залишаються одними з найбільш актуальних у контексті аналізу освітньо-виховного процесу. Складову суспільства, яка безпосередньо впливає на формування особистості та водночас може постати в опозиції до неї, у науковій літературі зазвичай позначають терміном «соціум».

Соціум виступає підґрунтям, на якому формується кожна окрема особистість, слугуючи джерелом її сили, інтелекту, освіти та культури. Водночас соціум має власні закони розвитку й функціонування, які не завжди узгоджуються з інтересами особистості, що зумовлює виникнення між ними конфліктів.

Аналіз взаємовідносин особистості та соціуму неможливий без урахування динаміки цих зв'язків у часовій перспективі, а також без усвідомлення різноманітних наукових підходів до зазначеної проблеми. Водночас соціум функціонує за власними законами, які не завжди відповідають інтересам особистості, що призводить до виникнення між ними конфліктних ситуацій.

Соціум у широкому розумінні (макросередовище) включає в себе соціально-

економічну систему, «систему суспільних відносин та соціальних інститутів», масову свідомість і культуру загалом. Безпосереднє оточення особистості в межах соціуму становлять родина та колектив. Проте взаємодія людини і соціуму завжди відбувалася в різні форми їхньої взаємодії.

Дефініція «соціуму» ґрунтовно проаналізована в рамках соціологічних наук, зокрема демографії, соціології та психології.

У класичних наукових підходах виділяють такі основні характеристики соціуму, як спільне проживання на одній території та здійснення колективної діяльності. Крім того, серед характерних ознак соціуму дослідники виокремлюють наявність спільних цінностей, норм, традицій, а також взаємодію між його членами в межах певної соціальної структури. Аналіз цих характеристик представлений у працях відомих соціологів, зокрема Е. Дюркгейма, М. Вебера, Т. Парсонса та інших [6, с. 670].

Термін «соціум» широко застосовується у різних значеннях, що знаходить відображення і в матеріалах сучасних словників.

Згідно з визначенням, поданим у Великому тлумачному словнику української мови, соціум – це велика, стійка соціальна спільнота, яка вирізняється єдністю умов життєдіяльності людей у певних суттєвих відносинах, а також спільністю культури. Найвищою формою соціуму виступає суспільство як цілісна соціальна система [1].

У словнику соціальної роботи «соціум» визначається як соціальне середовище, що оточує людину та характеризується різноманіттям взаємодій і процесів [2].

Незважаючи на різні підходи до розуміння цього поняття, дослідники сходяться на думці, що соціум виступає не лише необхідною умовою повноцінного існування людини, а й середовищем, яке забезпечує можливості для її розвитку та самовдосконалення [3, с. 311].

Особистість розглядається як суб'єкт соціокультурного життя, носій індивідуальних якостей, який прагне самовизначитися та реалізувати свій потенціал у контексті соціальних відносин, спілкування та предметної діяльності.

Слід зазначити, що в науковій літературі відсутнє єдине трактування дефініції «самовизначення». Дослідники розрізняють культурні, національні, політичні, релігійні, економічні та інші види самовизначення..

Зокрема, Арцишевська О. Р. визначає самовизначення як процес і результат усвідомленого самовизначення особистості на основі рефлексії власних якостей і властивостей [4, с. 74].

Самовизначення, за її підходом, передбачає не лише самоаналіз і розуміння індивідом своїх можливостей, здібностей та інтересів, а й активне формування життєвих цілей, особистих орієнтирів і стратегії самореалізації. У цьому процесі важливу роль відіграє здатність особистості адаптуватися до змін соціального середовища, знаходити гармонію між власними прагненнями та вимогами суспільства, а також усвідомлювати своє місце й роль у соціумі.

Самовизначення передбачає усвідомлення індивідуальної унікальності, відмінностей і схожості з іншими, визначення власного місця, статусу й ролі у суспільстві та призначення у житті. Важливими складовими цього процесу є здатність до саморегуляції, а також формування адекватного ставлення до навколишньої дійсності, інших людей і самого себе [4, с.75].

Особистісне самовизначення здійснюється переважно на рівні ціннісних

орієнтацій, які формують основу внутрішнього світу індивіда. У сучасних умовах, що характеризуються високою нестабільністю та динамікою соціальних змін, людині часто доводиться переглядати й перебудовувати власну смислову сферу. Ці процеси особливо гостро проявляються у ситуаціях втрати життєвих орієнтирів, виникнення екзистенційної кризи, відчуття втрати сенсу буття, внутрішньої розгубленості та пошуку власної ідентичності.

У психологічному аспекті самовизначена особистість – це суб'єкт, який володіє чітким усвідомленням власних життєвих цілей, планів, ідеалів та системи особистих цінностей. Така особистість об'єктивно оцінює власні можливості, здібності й уподобання, усвідомлює особливості власної самоідентифікації та розуміє очікування з боку колективу й суспільства. Вона прагне активно брати участь і функціонувати в системі суспільних відносин, реалізуючи свій потенціал у різних сферах життєдіяльності.

Таким чином, самовизначення є відносно самостійним етапом процесу соціалізації, сутність якого полягає у формуванні в індивіда усвідомлення життєвої мети та сенсу існування, а також готовності до самостійної діяльності. Цей процес передбачає співвіднесення власних бажань, якостей та можливостей із вимогами, що висуюються суспільством і найближчим соціальним оточенням. Важливим аспектом самовизначення є розвиток здатності приймати відповідальні рішення, самостійно планувати життєву траєкторію та адаптуватися до змін соціокультурного середовища.

Сучасне суспільство потребує фахівців, які не лише володіють необхідними професійними компетенціями, а й здатні самостійно приймати рішення та нести відповідальність як за власну діяльність, так і за результати роботи колективу чи суспільства загалом. Визначальним чинником формування професійного самовизначення нині виступає комерціалізація соціальних відносин.

У сучасних умовах спостерігається тенденція до заміщення традиційної професійної кар'єри підприємницькою діяльністю. Це, в свою чергу, породжує сумніви щодо власної професійної ідентичності та стає джерелом психологічних переживань. Перехідний стан економіки спричинив зміщення акцентів у системі професійних цінностей: сучасна людина, особливо молодь, дедалі частіше орієнтується на ринкові відносини та прагне досягти матеріального добробуту у найкоротші строки, інколи на шкоду формуванню глибокої професійної компетентності.

В умовах сучасних соціально-економічних реалій для багатьох людей на перший план виходить потреба в матеріальному забезпеченні, що нерідко спонукає їх відмовитися від власного покликання на користь обрання більш прибуткової професії.

Сильна мотивація до опанування «прибуткових» спеціальностей нерідко супроводжується ігноруванням власних схильностей, здібностей і інтересів, що, у підсумку, може призводити до професійної незадоволеності та втрати особистісної ідентичності. Крім того, існують суперечності між прагненням здобути бажану професію та обмеженими можливостями для навчання, зокрема через відсутність належної матеріальної бази.

Розглядаючи соціум як цілісну систему, у якій соціальний компонент виступає домінуючим чинником, слід зазначити, що процес професійного самовизначення молоді перестає бути виключно індивідуальним актом. Натомість це багатовимірний і складний процес, що включає взаємодію особистості не лише з власними цінностями

та очікуваннями, а й із багатьма елементами сучасного суспільства – технологіями, науковими знаннями, суспільними інститутами, економічними умовами та культурними нормами.

Професійне самовизначення молоді людини формується під впливом широкого спектра соціальних чинників, що визначають можливості, пріоритети й траєкторії її особистісного та професійного розвитку.

У підсумку варто підкреслити, що подолання проблеми професійного вибору молоді неможливе лише завдяки зусиллям окремої людини. Ефективне вирішення цього питання потребує формування спеціального антропогенного середовища, у якому поєднуються підтримка індивідуальної автономії, розвиток креативності та відкритість до нових ідей.

Такий соціальний простір має забезпечувати доступ до якісної освіти, інформаційних ресурсів, професійного консультування та практичних можливостей для самореалізації. Важливо, щоб створене середовище сприяло розвитку у молоді відповідальності за власний вибір, формуванню навичок адаптації до змін і здатності інтегрувати особисті інтереси в контекст вимог сучасного світу. Лише за таких умов професійне самовизначення стане не лише усвідомленим, а й гармонійно вписаним у динамічну структуру сучасного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Великий тлумачний словник української мови.
<https://slovyk.me/dict/vts/%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D1%83%D0%BC>
2. Словник соціальної роботи. Режим доступу:
<http://slovopedia.org.ua/98/53409/1037207.html>
3. Цебрій І. Головашич Е. Форми та види взаємодії людини і соціуму. Режим доступу: <https://habitus.od.ua/journals/2022/41-2022/56.pdf>
4. Арцишевська О.Р. Самовизначення людини в умовах взаємодії культур. Режим доступу: <https://enpuir.udu.edu.ua/bitstreams/123eb647-6ff6-478d-9152-81d8a0e6308c/download>
5. Дюркгейм Е. Самогубство: Соціологічне дослідження. Київ: Основи, 1998. 838с.
6. Гуменюк Л.Й. Соціологія: Хрестоматія (від першоджерел до сучасності). У 2-х томах. Т.1. Львів: ЛьвДУВС, 2019. Режим доступу: https://fim.mdpu.org.ua/wp-content/uploads/2024/02/Gumenyuk_L_SOTSILOGIYA_hrestomatiya_t_1.pdf

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-58

СТРОЙОВА ПІСНЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ ВІЙСЬКОВИХ ФАХІВЦІВ

Валентин Терновський

доктор фізико-математичних наук, професор,
професор кафедри судноводіння і морської безпеки
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0002-4402-4157

Анотація. У тезах розглянуто феномен стройової пісні, яка залишається потужним засобом формування комунікативної культури у військовому колективі. Розкрито важливість розвитку методологічної бази для більш ефективного впровадження пісенної практики у освітній процес.

Ключові слова: ЗСУ, стройова пісня, пісенна культура, міжкультурна комунікація, БЗВП.

У сучасних Збройних Силах України (ЗСУ) питання міжкультурної комунікації набуває особливої актуальності. Специфіка професійної діяльності військовослужбовців вимагає від них готовності до ефективної міжособистісної взаємодії як у повсякденному житті, так і в умовах бойової обстановки. Однак, як стверджують відомі дослідники [1], навіть за умови володіння однією й тією самою мовою люди не завжди можуть правильно зрозуміти один одного: причина цього – саме відмінності культур.

Україна є поліетнічною державою, де представлені понад 100 націй. Тому ЗСУ є інтернаціональними за складом, оскільки там служать етнічні угорці, болгари, кримські татари, поляки, євреї, білоруси, молдовани та представники багатьох інших етнічних спільнот, які є громадянами України.

Формування комунікативної культури у військовому колективі залишається питанням, яке останніми роками привертає все більше уваги з боку дослідників. Зазначена проблема має як теоретичний, так і практичний аспекти, оскільки ефективна комунікація у військових структурах є ключовим фактором для успішного виконання завдань, збереження морально-психологічного клімату та підтримки високого рівня дисципліни. Особливого значення набуває формування комунікативної компетентності, яка потрібна не лише для досягнення професійних цілей, а й для розвитку духовної культури військовослужбовців.

Культура та її складові є одним із найбільш потужних та ефективних засобів розвитку духовного світу військовослужбовця. Високий рівень комунікативної культури сприяє зміцненню колективу, покращенню координації дій і зниженню ймовірності помилок, що можуть призвести до серйозних наслідків на полі бою. Це допомагає зберігати стійкість і єдність серед військових навіть у складних умовах.

Сучасна культура багатовекторна: вона включає безліч явищ і феноменів, які здатні впливати на духовний світ військовослужбовця. Одним з таких феноменів виступає стройова пісня, яка завжди була явищем, що консолідує, об'єднує, і в цьому її величезна сила. Пісня, як інструмент міжкультурного обміну та взаєморозуміння, має потенціал сприяти формуванню позитивних відносин між різними культурами, що є важливим аспектом для створення гармонійного і толерантного колективу.

У цьому контексті стройова пісня виступає потужним засобом сприяння взаєморозумінню між військовослужбовцями, які можуть бути представниками різних культур. У військовому середовищі стройова пісня відіграє роль психологічного та культурного інструменту, який піднімає бойовий дух, об'єднує воїнів, зберігає національну ідентичність та є засобом психологічної реабілітації. Вона діє як «музична зброя», допомагаючи долати страх, висловлювати патріотизм та утверджувати віру в перемогу. Крім цього, стройова пісня несе в собі заряд бадьорості та оптимізму, посилює гаму ліричних почуттів, загострених розлукою та ймовірністю смерті.

Отже, говорячи про такий специфічний жанр музичного та військового мистецтва, як стройова пісня, слід відзначити, що вона є хоровим, як правило, маршовим твором, що виконується військовим підрозділом у поєднанні з стройовим кроком. Стройова пісня зазвичай має куплетну форму, причому спів виконується солістом, а приспів - усіма хористами. Основу ритму та темпу дає стройовий крок, стукіт підборів якого військовослужбовці чують і координують по ньому свій кроковий режим. Рухи, що рівномірно повторюються, які виконуються при співі стройової пісні, викликають відчуття єдності, чіткості і піднесеності тону.

З метою сприяння міжкультурній комунікації та навчання стройової злагоженості рухів пісенна практика була впроваджена у освітній процес в Одеському національному морському університеті при викладанні базової загальновійськової підготовки (БЗВП). Зазначена підготовка передбачена для всіх студентів чоловічої статі віком від 18 до 25 років (жіночої статі - за бажанням), які навчаються за денною або дуальною формою здобуття вищої освіти. Її впровадження дасть змогу сформувати загальнонаціональний рівень військових компетентностей (знань, умінь і навичок), необхідних для виконання конституційного обов'язку щодо захисту України.

Аналіз літератури дозволяє говорити про те, що поєднання співу та руху під час виконання стройових пісень зовсім не розглядається у педагогічній літературі щодо такого специфічного контингенту, як студенти, що проходять базову загальновійськову підготовку. Методика навчання студентів координації руху та співу поки залишається недостатньо розробленою. У своїй професійній діяльності педагоги, які задіяні для викладання БЗВП, спираються лише на окремі положення та ідеї, що зустрічаються в роботах різних авторів, які розглядають дану проблему лише попутно.

Має сенс більш докладніше вивчати таке поліфункціональне явище, як стройова пісня, що здатна одночасно виконувати декілька різних функцій і взаємодіяти з іншими компонентами музичної культури. Її специфічні особливості дозволять виділити умови, які можуть бути взяті за основу викладачем під час проведення занять з БЗВП. Проаналізувавши різні джерела, можна дійти висновку, що стройова пісня, виступаючи як духовна складова життя будь-якої нації, що об'єднує військовослужбовців та громадянське населення, одночасно виступає військовим символом, який формує почуття причетності до історичних подій, самовідданості та самопожертви в бою задля досягнення спільної перемоги над ворогом.

Тому в якості стройової пісні на заняттях з БЗВП була обрана відома пісня «Січ наша», зокрема, через те, що вона є символом волелюбного духу, історичної тягlostі та козацької слави. Пісня присвячена козацькій тематиці, визвольним походам запорожців на «чайках» (козацьких човнах) Дніпром проти османських загарбників. Вона ідеально підходить для руху в строю, має чіткий, бадьорий ритм, під який легко карбувати крок. Пісні української боротьби є винятковим явищем української культури й історії. Вони зберегли пам'ять про героїчну боротьбу українського народу за свободу й незалежність. Сьогодні цей спадок продовжує надихати нові покоління, залишаючись символом патріотизму, мужності та непохитної любові до рідної землі [2].

Роль пісенної культури як засобу міжкультурної комунікації підтверджується численними дослідженнями, які показують, що пісня може служити мостом для

культурного обміну, сприяючи глибшому розумінню та взаємоповазі між національностями. Пісня здатна створювати мости між культурами завдяки своїй універсальності та здатності передавати емоції, які є зрозумілими незалежно від культурного контексту. Її роль у міжкультурній комунікації не лише полягає у забезпеченні спільного емоційного досвіду, але й у сприянні культурному обміну, що є критично важливим для формування позитивних відносин між здобувачами освіти різних національностей. Крім того, культурологічний аспект вказує на важливість традицій та ритуалів, які формують специфічну комунікативну культуру в армійському середовищі.

Сьогодні українці, як одна з найспівучіших націй у світі не лише боронять країну зі зброєю в руках, а й отримують новий поштовх до творчості. Пісня піднімає бойовий дух та допомагає підкорити емоції в найскрутніші часи. А головне - пісня може діяти як інструмент для інтеграції різних культурних традицій, забезпечуючи умови для обміну духовними цінностями і сприяючи розвитку спільного культурного простору [3].

Висновки. Актуальність ролі пісенної культури у міжкультурній комунікації студентів, які проходять курс БЗВП, обумовлена як необхідністю трансформації системи підготовки військових фахівців, так і потребами сучасної педагогіки у пошуку ефективних виховних засобів. Чільне місце у цьому процесі відводиться якості базової загальновійськової підготовки громадян України, що на даний час набуває нового сенсу, пов'язаного, у тому числі, із кардинальними змінами у вітчизняній законодавчій базі. Важливим завданням сучасної педагогічної науки є розвиток методологічної бази для впровадження пісенної практики у освітній процес з метою сприяння міжкультурній комунікації здобувачів освіти. Розробка ефективних методичних підходів і стратегій для використання пісні в освітньому контексті може значно полегшити процеси міжкультурного навчання та взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Щерба О. Міжкультурна комунікація в підготовці військового фахівця. Актуальні проблеми сучасного мовознавства : зб. наук. пр. Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2012. № 14. С. 271-279.
2. Сапожник О. В. Пісні української боротьби в культурній ідентичності нації: передумови, постаті. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2025. № 4. С. 338-343.
3. Галинська К. Роль української пісні в період повномасштабного вторгнення РФ в Україну (2022-2024 рр.). Травневі студії 2024 : історія, археологія та міжнародні відносини в умовах війни : зб. матер. VI Міжнародної наукової конференції студентів і молодих вчених. Вип. 9. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. С. 22-23.

♦ ♦ ♦

ВПЛИВ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ НАУКОВОЇ СПІВПРАЦІ ЗДОБУВАЧІВ ТРЕТЬОГО РІВНЯ ОСВІТИ**Світлана Насакіна**

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук,
Одеський державний аграрний університет
ORCID:0000-0002-8288-0405

***Анотація.** В епоху глобалізації науки міжкультурна комунікація стала наріжним каменем успішної академічної інтеграції. Для здобувачів третього рівня вищої освіти здатність орієнтуватися в різних культурних контекстах є фундаментальною вимогою для проведення ефективних досліджень світового рівня. Наукова розвідка спрямована на дослідження багатогранного впливу міжкультурної комунікації на ефективність наукової співпраці здобувачів докторських ступенів.*

***Ключові слова:** англійська мова, ЗВО, наукова міжкультурна комунікація, lingua franca.*

Сучасний етап розвитку науки в Україні характеризується активною міжнародною співпрацею, цифровізацією академічного середовища та посиленням ролі міжкультурної взаємодії. У зв'язку з цим англійська мова дедалі

більше утверджується як основний засіб глобальної наукової комунікації, забезпечуючи обмін знаннями між представниками різних наукових шкіл і культурних традицій. Процеси глобалізації та інтенсивна інтеграція української науки в міжнародний дослідницький простір зумовлюють нагальну потребу в оновленні підходів до викладання англійської мови для наукових цілей. У такому контексті володіння іноземною мовою перестає бути лише технічним інструментом перекладу.

Згідно з концепцією Ф. Бацевича, який першим в українській лінгвістиці узагальнив термінологію цієї сфери, міжкультурна комунікація постає як вербальне та невербальне спілкування між носіями різних ідіоетнічних мов. Ключовою ознакою такого процесу є відчуття лінгвокультурної «чужинності» та потенційна можливість комунікативних невдач через різний рівень компетенцій учасників. Це зумовлює необхідність використання особливих тактик і стратегій, що не характерні для спілкування в межах однієї національної спільноти [1, с. 82-83]. Наукова комунікація – це процес обміну науковою інформацією між ученими, установами, здобувачам, суспільством. Її класифікують за різними ознаками: за способом передачі інформації, за напрямом взаємодії, за ступенем офіційності, тощо.

Мета наукової комунікації полягає в обміні науковою інформацією, як в усній так і в письмовій формі. Дослідники вказують на те, що «впливовість науковця проявляється через його публікації, статті, монографії, тези, патенти, отримані гранти, співробітництво, рецензування для міжнародних видань, а також створені наукові школи та наявність послідовників, які наслідують його наукові ідеї»[3, с. 2]. У міжкультурному науковому діалозі англійською мовою відбувається обмін науковими

досягненнями, розуміння та оцінка наукових досягнень вчених різних країн світу. Міжкультурна комунікація як поліфункціональне явище передбачає знання норм, принципів комунікативної поведінки в іншому соціокультурному середовищі; формування специфічних якостей особистості [4, с. 180].

Ефективність професійної взаємодії між дослідниками значною мірою забезпечується використанням загальнонаукової лексики та стійких лінгвістичних моделей, які формують спільний код (shared code) міжнародного академічного спілкування. Загальнонаукова лексика охоплює слова та вирази, що функціонують у різних галузях науки незалежно від спеціалізації дослідження.

Науковці вказують на те що діалог цивілізацій означає розширення простору культуралізації в сучасному світі, а стирання культурних бар'єрів відбувається завдяки «формулам» міжкультурної комунікації, діалогічному розуму, культурі діалогу та цінностям [2, с. 4-22]. Саме тому опанування загальнонаукової лексики й типових мовних моделей є важливим компонентом професійної підготовки сучасного дослідника.

Таким чином, світова система наукової комунікації – це глобальна мережа взаємодії науковців. Вчені різних країн світу обмінюються науковою інформацією за допомогою *lingua franca* XXI століття - англійської мови, яка відіграє ключову роль у міжкультурному науковому спілкуванні. розвиток навичок міжкультурної комунікації у здобувачів третього рівня освіти є критичним чинником підвищення ефективності міжнародної наукової співпраці. Орієнтація на міжкультурний діалог у поєднанні з інструментами діджиталізації не лише оптимізує академічну підготовку, а й забезпечує успішну самореалізацію дослідників у глобальному просторі. Завдяки трансформації педагогічних стратегій та використанню цифрових комунікаційних платформ, створюються умови для безбар'єрної професійної взаємодії. Це дозволяє здобувачам не лише адаптуватися до вимог глобального освітньо-дослідницького середовища, а й максимально реалізувати свій науковий потенціал через ефективну комунікацію із закордонними партнерами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ : Довіра, 2007. 205 с.
2. Нагорна Л. П. Соціокультурна ідентичність : пастки ціннісних розмежувань : монографія. Київ : ІПіЕНД, 2011. 169 с.
3. Олійник О. М., Куліш Ю. О. Наукова комунікація як інструмент популяризації досягнень вченого. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». 2024. № 42. С. 456-462. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.02.08.2024.068> (якщо є DOI, варто додавати його).
4. Тепла О. М. Формування міжкультурної комунікації у процесі навчання іноземних студентів української мови. Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського. 2010. Вип. 12. С. 179-182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kdsm_2010_12_29.

...

МЕДІАТЕКСТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

Дарина Стоянова

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет
ORCID: 000-0001-9741-2519

***Анотація.** Розглянуто медіатекст як засіб формування міжкультурної комунікативної компетентності майбутніх журналістів. Проаналізовано роль медіатексту у розвитку критичного мислення, навичок інтерпретації культурних кодів і міжкультурної комунікації у процесі професійної підготовки журналістів.*

***Ключові слова:** медіатекст; міжкультурна комунікативна компетентність; журналістська освіта; медіаграмотність; критичне мислення.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та інтенсифікації інформаційних потоків професійна підготовка журналістів потребує підходів, що виходять за межі технічного збору й поширення інформації. Одним із ключових складників професійної компетентності сучасного медійника стає міжкультурна комунікативна компетентність, яка забезпечує здатність ефективно функціонувати у полікультурному інформаційному середовищі. Визначальну роль у її формуванні відіграє медіатекст, що постає не лише джерелом інформації, а й транслятором культурних кодів, цінностей, моделей поведінки та суспільних стереотипів.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування ролі медіатексту як дидактичного й комунікативного інструменту формування міжкультурної сприйнятливості майбутніх журналістів.

Виклад основного матеріалу. У межах сучасної освітньої парадигми медіатекст потребує комплексного осмислення, що поєднує комунікативний, технічний та аксіологічний аспекти. Медіатекст визначається як специфічне повідомлення, зумовлене сферою функціонування у медійному просторі, технічним характером виробництва, цифровими каналами поширення та опосередкованим типом комунікативного акту [3, с. 111]. Таке розуміння дає підстави трактувати медіатекст не лише як інформаційний продукт, а і як засіб розвитку критичного мислення, медіаграмотності та навичок інтерпретації інформації.

У сучасному інформаційному суспільстві медіа не тільки відображають соціальну реальність, а й формують систему культурних координат, впливаючи на мовні смаки, поведінкові моделі та ціннісні орієнтири аудиторії. У цьому контексті медіатекст виступає транслятором культурних смислів і маркерів національної ідентичності.

Міжкультурна комунікативна компетентність охоплює когнітивний, афективний і прагматичний складники: знання про культуру іншого народу, толерантність та емпатію, а також уміння будувати ефективну комунікацію в різних соціокультурних ситуаціях [1]. Для майбутнього журналіста особливого значення набуває здатність інтерпретувати медіатекст як носій культурної інформації та розпізнавати приховані

сенси медіаповідомлення. Йдеться про аналіз алюзій, прецедентних феноменів, гумору, рекламних образів і соціальних стереотипів, зрозумілих у межах певної культури, але потенційно непрозорих в іншомовному середовищі. Такий підхід сприяє подоланню етноцентричного сприйняття інформації та формує навички критичного прочитання медіатексту.

Робота з українськими й зарубіжними медіатекстами розвиває аналітичні вміння студентів-журналістів. Порівняльний аналіз способів репрезентації подій у різних медіасистемах формує здатність зіставляти й інтерпретувати інформацію, виявляти ідеологічні акценти та комунікативні стратегії медіа [2]. У результаті майбутній журналіст набуває навичок критичного оцінювання контенту та формування професійної позиції, позбавленої упереджень.

Ефективність роботи з медіатекстами забезпечується поєднанням різних методологічних підходів. Соціологічний підхід дозволяє аналізувати медіатекст як відображення суспільних процесів і соціальних установок; антропологічний - виявляти особливості повсякденної культури та системи цінностей; семіотичний - розглядати медіаповідомлення як систему символів, образів і культурних знаків. Використання мультимедійних репортажів, аналітичних матеріалів світової преси та рекламних текстів, які, за спостереженнями Д. Руснак, можуть виступати джерелом національних стереотипів [4], сприяє розвитку в майбутніх журналістів уміння критично оцінювати інформацію, виявляти маніпулятивні стратегії та усвідомлювати специфіку міжкультурної комунікації.

Серед ефективних методів роботи з медіатекстами доцільно виокремити порівняльний аналіз українських і зарубіжних медіа, дискусійні практики, кейс-метод, інтерпретацію візуальних і вербальних компонентів медіаповідомлення, а також аналіз маніпулятивних стратегій масової комунікації.

Висновки. Отже, медіатекст є важливим засобом формування міжкультурної комунікативної компетентності майбутніх журналістів. Робота з автентичними медіаматеріалами сприяє розвитку критичного мислення, навичок інтерпретації культурних кодів і здатності до міжкультурного діалогу. У сучасному медіапросторі журналіст виступає не лише транслятором інформації, а й посередником між культурами, тому формування міжкультурної компетентності стає невід'ємним складником його професійної підготовки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бігич О. Б., Руснак Д. А. Автентичні медіа-ресурси як засіб формування у майбутніх учителів французької мови міжкультурної комунікативної компетентності. Інформаційні технології і засоби навчання. 2019. Т. 70, № 2. С. 165-179.
2. Кондратенко Н. Ю. Методика формування комунікативної компетентності майбутніх журналістів на засадах лінгвокультурології: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка. Київ, 2018. 22 с.
3. Подаряща О. І. Медіатекст у контексті нової комунікаційної парадигми освіти. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 1. С. 108-112.
4. Руснак, Д. Формування медіа-компетентності у майбутніх учителів / викладачів французької мови. Компетентність в аудіюванні майбутнього вчителя іспанської та французької мов: теорія і практика формування, О. Бігич, Київ, Вид. центр КНЛУ, 2015, С. 90-163.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-61

**ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АВТЕНТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ У ФОРМУВАННІ
ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ****Вікторія Сікорська**

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-7278-8464

Вікторія Ногай

старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0009-0001-4935-5158

***Анотація.** У тезах розглянуто питання реалізації соціокультурного підходу у викладанні української мови як іноземної через використання автентичних матеріалів. Визначено, що «живі» тексти (медіаконтент, соціальні мережі, реклама) мають значний дидактичний потенціал для формування лінгвокраїнознавчої компетенції, оскільки відображають реальний стан сучасної мови та національну психологію. Окреслено переваги переходу від традиційних навчальних текстів до актуального комунікативного контенту, що сприяє глибшій інтеграції іноземних студентів в україномовне середовище. Доведено, що такий підхід підвищує внутрішню мотивацію здобувачів освіти та забезпечує подолання культурного бар'єру в процесі міжкультурної комунікації.*

***Ключові слова:** лінгвокраїнознавство, українська мова як іноземна, автентичні матеріали, міжкультурна компетенція, соціокультурний підхід, дидактичний потенціал.*

У сучасних умовах глобалізації та активного міжкультурного діалогу вивчення української мови як іноземної (УМІ) виходить за межі суто лінгвістичного засвоєння граматичних структур та лексичного запасу. Відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти (CEFR), ключовим завданням стає формування соціокультурної та соціолінгвістичної компетенцій, що дозволяють студенту не лише розуміти мову, а й адекватно інтерпретувати культурні коди та національну психологію народу, мова якого вивчається [2, с. 58].

Формування цілісної мовної картини світу іноземного студента неможливе без антропоцентричного підходу до навчання. Як зазначає О. Данилевська, навчальний матеріал повинен бути орієнтованим на особистість студента та його життєвий досвід [1, с. 102]. Саме тому в методиці викладання УМІ особливого значення набуває принцип автентичності.

На нашу думку (у межах дослідження), дидактичний потенціал автентичних матеріалів полягає у їхній здатності моделювати реальні ситуації спілкування. Це зміщує акцент з «навчання мови» на «спілкування мовою», де знання стають внутрішнім переконанням студента [4, с. 142]. Ми пропонуємо виокремити такі типи

«живих» текстів, що мають високу дидактичну цінність:

- Дописи у соціальних мережах. Короткі пости успішних особистостей дозволяють вивчати сучасну розмовну лексику, етикетні формули та актуальний сленг.

- Рекламні слогани та відеоролики. Вони є стислим виявом національного менталітету, гумору та цінностей, що сприяє швидкій соціокультурній адаптації.

- Медіаінтерв'ю. Дозволяють працювати над інтонацією, темпом мовлення та розумінням дискурсу в реальному часі.

Текст у такому форматі стає своєрідним «вікном у культуру», через яке студент засвоює не лише мовну норму, а й способи мовної поведінки в автентичному середовищі [5, с. 112]. Це стимулює внутрішню мотивацію здобувачів освіти, перетворюючи навчальний процес на захопливе дослідження іншої культури.

Отже, інтеграція автентичних матеріалів у процес формування лінгвокраїнознавчої компетенції є необхідною умовою сучасної мовної освіти. Це дозволяє подолати психологічний бар'єр у спілкуванні, формує у студентів відчуття мовної реальності та сприяє вихованню компетентної мовної особистості, здатної до успішної взаємодії в україномовному соціумі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данилевська О. Українська мова в українській школі на початку XXI століття: соціолінгвістичні нариси. Київ: Академперіодика, 2022. 352 с.

2. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. укр. видання С. Ю. Ніколаєва. Київ: Ленвіт, 2003. 273 с.

3. Кононенко С. В. Мовна картина світу та лінгвокультурологія. Київ: Знання, 2018. 240 с.

4. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник / О. Б. Бігич та ін.; за ред. С. Ю. Ніколаєвої. Київ: Ленвіт, 2021. 590 с.

5. Швець Г. Д. Текст у викладанні української мови як іноземної: лінгвокультурологічний аспект: монографія. Львів: Світ, 2023. 215 с.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-62

ЗАЛЕЖНІСТЬ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-ІНОЗЕМЦІВ ВІД ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ

Тетяна Войтік

старший викладач кафедри вищої математики

Одеський національний морський університет

ORCID: 0009-0001-2294-8420

Тетяна Копейкіна

викладач кафедри фундаментальних наук,

Військова академія, місто Одеса

ORCID: 0009-0008-5721-7450

***Анотація.** Досліджується вплив емоційного стану на процес навчання студентів-іноземців, які опиняються у новому для себе культурному та освітньому середовищі.*

Розглядаються емоційні переживання, що супроводжують їхню адаптацію від початку до закінчення навчального процесу. Звертається увага на те, як емоційні стани впливають на їхню академічну успішність.

Аналізуються негативні аспекти емоційного стану: підвищений рівень стресу, тривожність, депресивні стани, почуття самотності та знижена самооцінка.

Надано практичні рекомендації для студентів-іноземців щодо підвищення рівня усвідомлення власних емоційних реакцій, пошуку підтримки у разі виникнення труднощів та подолання стресових ситуацій.

Ключові слова: *студенти-іноземці, емоційний стан, процес навчання, стрес, тривога, мотивація, адаптація, психологічна підтримка, академічна успішність.*

Для студентів-іноземців емоційний стан відіграє ключову роль, визначаючи не лише рівень психологічного комфорту, але й ефективність навчального процесу.

Переїзд до нової країни, навчання іншою мовою, відмінності в освітній системі, розлука з родиною та друзями - це лише деякі з факторів, що можуть викликати у студентів-іноземців широкий спектр емоцій. Від почуття ентузіазму та цікавості до тривоги, стресу, самотності та навіть депресії. Інтенсивність та тривалість цих емоційних переживань можуть суттєво впливати на когнітивні функції, мотивацію до навчання, соціальну інтеграцію та загальну академічну успішність, яка залежить від рівню емоційного інтелекту [1].

Розуміння взаємозв'язку між емоційними переживаннями та навчальними результатами є важливим для розробки ефективних стратегій підтримки, спрямованих на створення сприятливого та інклюзивного освітнього середовища для студентів з різних країн [2].

Метою дослідження є узагальнення досвіду викладачів, які працюють зі студентами-іноземцями і спостерігають за емоційним станом та його впливом на процес навчання у вищих навчальних закладах.

Для цього були поставлені такі завдання:

1. Визначити спектр емоційних станів, які найчастіше відчувають студенти-іноземці в процесі навчання.
2. Дослідити вплив негативних емоційних станів (стрес, тривога, почуття самотності, низька самооцінка) на навчальний процес.
3. Проаналізувати вплив позитивних емоційних станів (мотивація, ентузіазм, цікавість, впевненість) на ефективність навчання.
4. Виявити соціально-психологічні фактори (соціальна підтримка, культурні відмінності, мовний бар'єр, відчуття дискримінації), що можуть опосередковувати вплив емоційного стану на навчання студентів-іноземців.

5. Розробити практичні рекомендації для навчальних закладів та служб підтримки щодо створення сприятливих умов для емоційного благополуччя студентів-іноземців.

В процесі дослідження ми спиралися на практичний досвід роботи зі студентами-іноземцями під час проведення занять з вищої математики та фізики. Проведення з ними різноманітних культурних заходів також допомагало нашому дослідженню.

Наше дослідження має практичне значення для:

1. Викладачів вищих навчальних закладів, оскільки розуміння емоційних потреб студентів-іноземців дозволить педагогам адаптувати методи викладання, створювати

сприятливу емоційну атмосферу на заняттях та надавати їм своєчасну підтримку.

2. Адміністрації вищих навчальних закладів. Отримані дані можуть бути використані для розробки та впровадження ефективних програм підтримки іноземних студентів, включаючи психологічне консультування, менторські програми, культурні адаптаційні заходи та інформаційну підтримку щодо безпеки в умовах воєнного стану.

3. Самих студентів-іноземців. Результати дослідження можуть допомогти студентам краще розуміти власні емоційні реакції на нове середовище та складні обставини, а також усвідомити важливість звернення за допомогою та використання доступних ресурсів підтримки.

4. Організацій, що займаються міжнародною освітою. Отримані знання можуть бути використані для покращення політики та практики залучення та підтримки іноземних студентів.

Таким чином, вплив емоційного стану на навчання студентів-іноземців є складним і багатограним. Усвідомлення цього впливу та впровадження відповідних стратегій підтримки як на рівні навчальних закладів, так і на індивідуальному рівні студентів, є ключем до забезпечення їхньої успішної академічної та особистісної адаптації [3].

На основі узагальненого досвіду нами були розроблені практичні рекомендації, які включають організацію адаптаційних програм, надання психологічної підтримки, забезпечення мовної підтримки, сприяння соціальній інтеграції та підвищення культурної компетентності викладачів [4]. Впровадження цих рекомендацій може сприяти покращенню емоційного стану студентів-іноземців та підвищенню ефективності їхнього навчання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Носенко Е.Л., Четверик-Бурчак А.Г. (2016) Емоційний інтелект як чинник досягнення життєвого успіху. // Освіта України, Київ. - С.183. <http://repository.dnu.dp.ua:1100/upload/cf4f1242399585b7fb5656da6272651eEiC.pdf>

2. Zhou, Y., Jindal-Snape, D., Topping, K., Pan, J., & Oswald, D. (2008). Theoretical models of culture shock and adaptation in international students in higher education. // *Studies in Higher Education*, 33(1), - С. 63-75. <https://doi.org/10.1080/03075070701794833>

3. Войткі Т.Г., Копейкіна Т.Г. " Міжкультурна комунікація та культурний стрес студентів-іноземців" *Journal «ScienceRise: Pedagogical Education»*, Харків, №1(62)2025, - С. 26 - 31. https://journals.uran.ua/sr_edu/article/download/326517/316895/758581

4. Т.Г. Войткі, Т.Г. Копейкіна ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ НА ПРОЦЕС НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-ІНОЗЕМЦІВ *Journal «ScienceRise: Pedagogical Education»* №2(63)2025м. Харків, Україна, червень2025. С 15-20

<https://doi.org/10.15587/2519-4984.2025.331107>

https://journals.uran.ua/sr_edu/article/view/331107

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕДАГОГІКИ ПАРТНЕРСТВА ЯК ПІДҐРУНТЯ АНТИБУЛІНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ**Оксана Стеніна**

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти 1 курсу

Херсонського державного університету

ORCID: 0009-0000-3822-3187

науковий керівник **Анастасія Горлова**

кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри педагогіки та психології

дошкільної та початкової освіти

Херсонського державного університету

ORCID: 0000-0002-6734-6335

***Анотація:** у статті проаналізовано зарубіжний досвід взаємодії між учителями, учнями та батьками як рівноправними учасниками освітнього процесу. Висвітлено успішний досвід європейських країн щодо створення безпечного освітнього середовища і доведено, що побудова стосунків на засадах довіри й поваги є дієвим механізмом попередження цькування.*

***Ключові слова:** педагогіка партнерства, булінг, антибулінгова діяльність, зарубіжний досвід, попередження цькування, освітнє середовище, взаємодія, Нова українська школа.*

Шкільне насильство в наш час є одним з особливих питань освітньої парадигми. Результати загальнонаціонального репрезентативного дослідження «Булінг та толерантність у закладах освіти після 24 лютого 2022 року», яке було проведене в листопаді 2023 - січні 2024 року, охопило 5576 учнів 5-9 класів (віком 10-14 років), виявили актуальну проблему зростання актів знущань серед неповнолітніх. 55,9% опитуваних дівчат і 46,2% хлопців повідомили, що коли-небудь стикалися зі цькуванням у школі [1].

Педагогіка партнерства виступає одним з компонентів формули Нової української школи, в основі якої лежить спілкування, взаємодія, та співпраця між учителем, учнем і батьками і є одним із факторів ефективної взаємодії учасників освітнього процесу. У контексті досліджуваної теми вагомим значення набуває досвід країн, освітні системи яких визнано найкращими в світі, зокрема антибулінгові практики Фінляндії, Польщі, Канади. Їхній досвід з реалізації педагогіки партнерства є цінним джерелом для ґрунтовного аналізу. В умовах діяльності з попередження цькування педагогіка партнерства виступає фундаментом, що дозволяє змінити модель «авторитаризм - підлеглість» на модель «довіра - підтримка», що послаблює передумови для агресії та цькування [2; 3].

Зарубіжний досвід свідчить, що найефективнішими є програми «повного шкільного охоплення» (whole-school approach). Програма OBPP (Olweus Bullying Prevention Program) Дана Ольвеуса (Норвегія) наголошує на партнерстві між адміністрацією, вчителями та батьками. Її суть полягає в тому, що дорослі мають стати

«архітекторами безпечного середовища», де кожен учень відчуває захищеність через чіткі правила та відкритий діалог [5].

Досвід Фінляндії згідно програми KiVa демонструє успішну реалізацію педагогіки партнерства через роботу з «груповою динамікою». Замість зосередження лише на парі «агресор-жертва», програма залучає спостерігачів, навчаючи їх емоційної чуйності та партнерської підтримки постраждалого. Це доводить, що зміна мікроклімату в класі є ключовим інструментом запобігання цькуванню. [6].

Канадська програма WITS (BITC) фокусується на партнерстві між школою та громадою (поліцією, спортивними тренерами, волонтерами). Абревіатура WITS (Walk away, Ignore, Talk it out, Seek help) - це стратегія, яку вчать не лише вчителі, а й поліцейські, які приходять до школи як «наставники». Дитина бачить, що правила безпеки діють не лише в класі, а й на вулиці чи в спортивній секції, завдяки спільній позиції всіх дорослих у її житті.

У закладах освіти США та Великої Британії педагогіка партнерства реалізується через розвиток soft skills. Впровадження програм соціально-емоційного навчання дозволяє учням краще розуміти свої емоції та емоції оточуючих, що зменшує рівень конфліктності. Партнерство тут проявляється у спільних проєктах, де вчитель виступає наставником, а не контролером [4; 7]. В США антибулінгова діяльність впроваджена в загальну систему навчання емоційному інтелекту. Використовується модель CASEL, яка передбачає тісну співпрацю «Школа - Сім'я - Громада». Батьків залучають до розробки шкільних правил (Anti-bullying policies). Коли дорослі члени родини самі допомагають створювати правила, вони стають набагато активнішими партнерами у їх дотриманні.

В школах Великої Британії замість того, щоб просто покарати агресора, організовується «коло відновлення». Це зустріч, де присутні вчитель, агресор, жертва та часто їхні батьки. Всі сторони на рівних обговорюють наслідки вчинку та домовляються про те, як виправити шкоду [8]. Це і є педагогіка партнерства, де дитина бере на себе відповідальність за свої стосунки з оточуючими.

Для Нової української школи найважливішим аспектом зарубіжного досвіду є відмова від пошуку винних на користь спільного пошуку рішень. Педагогіка партнерства в антибулінговій діяльності - це створення оптимальних умов для відкритого обговорення питань виховання зростаючої особистості, співпраці батьків зі школою, пошуку якісних шляхів соціалізації кожної дитини. Реалізація цього надважливого завдання сприяє розвитку взаємодовіри, взаємоповаги, толерантності, навичок взаємодії учнів з однолітками та дорослими.

ЛІТЕРАТУРА

1. Причини булінгу: результати масштабного дослідження в українських школах URL:<https://mon.gov.ua/news/prychyny-bulinhu-rezultaty-masshtabnohodoslidzhennia-v-ukrainskykh-shkolakh>
2. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи / за зам. ред. М. Грищенка. Київ: Міністерство освіти і науки України, 2016.40с. URL:<https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
3. Кириченко В. І. Розвиток педагогіки партнерства в умовах освітніх змін:

світовий контекст. Науковий вісник МНУ ім. В. О. Сухомлинського. 2019. № 2. С. 45-51.

4. Найдьонова Л. А. Попередження булінгу в освітньому середовищі: досвід імплементації зарубіжних моделей в Україні. Психологія і суспільство. 2019. № 3. С. 84-97.

5. Olweus D. *Bullying at School: What We Know and What We Can Do*. Oxford : Blackwell Publishing, 1993. 140 p.

6. Salmivalli C., Poskiparta E., Tiiri E. The KiVa Antibullying Program: Principles, implementation, and evaluation. *Analyses of Social Issues and Public Policy*. 2013. Vol. 13(1). P. 1-20.

7. Smith P. K. *School Bullying: Insights and Perspectives*. London : Routledge, 2014. 216 p.

8. Wachtel T. *Defining Restorative*. International Institute for Restorative Practices. 2016. URL: <https://www.iirp.edu/restorative-practices/defining-restorative>

• • •

РОЗДІЛ 5

МІЖКУЛЬТУРНІ ІСТОРИЧНІ ЗВ'ЯЗКИ

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-64

МЕЖДУКУЛЬТУРНІ ІСТОРИЧЕСКИ ВРЪЗКИ (БЪЛГАРИЯ - УКРАИНА)

Росица Арнаудова

старши учител по български език и литература,
Национална хуманитарна гимназия „Св. св. Кирил и Методий“,
Благоевград, Република България

Днес, през 2026 година, отношенията между България и Украйна имат редица измерения - политически, икономически, културни. Само преди месец беше подписано споразумение между двете страни, с което се дава възможност на украинските деца в България да изучават украински език, както и се подновиха задълженията на страните по отношение на Болградската гимназия. България командирова в Украйна учители по български език и литература (в Бердянск, Одеса и др.), както и университетски преподаватели в университети в Киев и Одеса от дълги години.

През учебната 2025/26 година в Украйна работят 49 български неделни училища (преди 2022 г. те са 57), финансирани от Министерство на образованието в България, където се изучават български език и литература, история и география на България. През лятото на 2025 г. в България са летували 450 украински деца, отново по споразумение между двете държави.

Нашите страни са славянски, източноправославни, народите ни са близки като език, култура, традиции, манталитет. Кога обаче започват културните и човешки контакти на големи групи от хора между двата народа. През първите десетилетия на XV век (много скоро след завладяването на България от османците) в Бесарабия, Буджак (Онгъла). Най-много българи се установяват в градовете Измаил, Рени, Акерман и Килия. Масовите преселения на българи (и гагаузи - етнически българи, православни християни, които говорят турски език) обаче са през първата половина на XIX век като следствие от Руско-турските войни 1806-1812 и 1828-1829 г. По време на първата от тези войни се преселват над 28 000 българи, а след втората - над 51 000. През 1751, 1763, 1801 година са издадени царски манифести, които приканват чужденци да се заселват в Русия и им гарантират определени права и привилегии. Известно е, че през 1752 година с указ на Сената са заселени български бежанци в Новомиргород, а през 1763 година българи се заселват и около Киев. По това време се създава търговската колония Нежни, в която редом с гърците има и българи. Десет години по-късно около 400 семейства от силистренското село Алфатар се преселват в Херсонска губерния, където основават село Олшанка. Българите се заселват и на други места в Новоросийския край (Тираспол, Нови Дубо-сари, Бендери, Одеса). Освен това е известно, че част от българските преселници влизат в състава на формиращите се казашки войски: Бугска, Уст-Дунайска и други. Най-вече те влизат и в колонията Арнаудовка, основана през 1795 г. край Одеса от арнаути от България. Днес в историческия център на град Одеса освен улица „Болгарская“ има и улици

„Мала Арнаутска“ и „Велика Арнаутска“.

През 1818 г. е създаден Попечителски комитет за чуждестранните заселници в южния край на Русия, за негов председател е назначен генерал Иван Н. Инзов, герой от Отечествена война през 1812 г. С указ на Сената от 29 декември 1819 г. е определено социално-икономическото, правното и административното положение на българите. Те получават статут на колонисти, получават безвъзмездно земя за вечно ползване, могат да се занимават с вътрешна и с външна търговия. Предвижда се особено административно управление на «отвъддунавските преселници». 57 колонии са обединени в 4 окръга: Кагулски, Прутски, Измаилски и Буджакски. Попечителят се назначава от Петербург, а окръжната и селската администрация (окръжен старшина, селски кмет) се избират от населението. За център на българските преселници е определено селището Табаки, но фактически център става Болград, който е основан през 1821 година. По данни на Иван Мешчерюк от 1828 до 1839 г. се изселяват 86 700 българи, а според твърденията на Стефан Дойнов – около 130-140 хиляди българи. Българите вероятно смятат преселването си като временно и запазват колкото е възможно връзката с родината си. Групата се стреми да съхрани всички възможни маркери на своята етническа принадлежност: езика, религията, традициите и обичаите, стопанството и вътрешноетническата структура. Към 60-те години на XIX век всяко семейство има своя къща с двор, кладенец, приспособили са се към новите климатични условия и се занимават основно със земеделие, но и с животновъдство. Н. Червенков пише: "В Бесарабия българските поданици се занимавали главно с градинарство. ... те отглеждали най-вече зеле, пипер, домати, различни листни подправки. ... Много от тях се занимавали с градинарство в Измаилска и Акерманска околия." Същото потвърждава Ж. Стаменова в изследването си, посветено на гагаузите в България: "Гагаузите са добри земеделци и животновъди: произвеждат пшеница, ръж, ечемик, царевица, фасул; известни са с лозарството и винарството си, отглеждат зеленчуци и овошки..."

Земите, населени с българите преселници, преминават в границите на Молдова през 1856 г. В следващите няколко години хиляди български семейства се изселяват от териториите, които населяват до този момент, и се насочват към Приазовието. Българи се заселват в Таврическа, Херсонска и Екатеринославска губерния. Между двете световни войни тези земи са част от Румъния, а от 1940 г. са в границите на СССР. След втората световна война българското население няма право да заяви своята идентичност - забранени са специфични български имена, други са заменени с руски. (Например моето име е Росица, но през втората половина на XX век, това българско име е променено на Руслана. В своето общуване обаче българите използват автентичните си имена).

Българите в Украйна днес приемат Украйна за своя страна, а България наричат прародина. Те дават своя принос за научното, икономическо и технологично развитие на Украйна, защитават страната си на фронта, но пазят и своето българско самосъзнание, език и традиции.

В края на XIX век хиляди българи се включват като доброволци в руската армия по време на войната с Турция от 1877-1878 г. Данаил Николаев е бесарабски българин, роден през 1852 г. в Болград. По време на Руско-турската война (1877-1878) е командир на рота от Пета Опълченска дружина в Българското опълчение.

Отличава се със своята храброст и умения в боевете при Шипка и Шейново. През 1885 г., вече майор от Източнорумелийската милиция, Данаил Николаев участва в Съединението на Княжество България и Източна Румелия. По-късно е министър на войната. Министър-председателят Александър Малинов също е бесарабски българин, както и първият ректор на Софийския университет - Александър Теодоров-Балан.

Втората половина на XIX век е време, в което основоположниците на българската литература свързват своя живот с град Одеса. Тук учи, живее и пише първото си стихотворение Христо Ботев, а по-късно е учител в с. Заднаевка. В Одеса учи и Алеко Константинов, а Иван Вазов написва първия български роман „Под игото“. Очевидно е, че атмосферата на Одеса е оказала своето влияние при формирането на творческите възгледи и подходи на класиците на българската литература. Днес в Литературния музей в гр. Одеса има зала, посветена на България. Там се намират произведенията на тези автори, снимки и много други материали. Близко до Музея на литературата е Българският културен център в Одеса. Място, където днес оживяват българските традиции - всяка година на 1 март одеситите стават свидетели на обичая Баба Марта, в Центъра се празнува Трифон Зарезан, а в дните преди Коледа се донасят десетки баницы. На 6 януари и на 2 юни се отдава почит пред паметника и балерефа на Христо Ботев. Там е и едно от българските неделни училища в Украйна. Хиляди българчета днес продължават да изучават родния си език в Украйна, стотици студенти от Украйна всяка година започват академичното си образование в България.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грек Ів. Преселването на българи от бесарабската част на Молдовското княжество в Приазовието (края на 50-те - началото на 60-те години на XIX век). Софія : Отечествен фронт, 1990. С. 201-284.
2. Грек І. Ф., Червенков Н. Н. Българите в Украйна и Молдова: минало и настояще. София : Христо Ботев, 1993. 296 с.
3. Казанжи В. Трудовите традиции на преселниците от българските земи в Южна Бесарабия през XIX - първата половина на XX век : автореф. дис. ... д-ра філософії (PhD). 2018.
4. Попов М. П. Из история на преселението на българите в Бесарабия: исторически контекст и социокултурни последици [Електронний ресурс]. Научно дружество на българистите в Република Молдова. URL: <https://www.ndb.md/%D0%B8%D0%B7-%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D0%B1%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B8/>
(дата звернення: 29.04.2026).
5. Стаменова Ж., Средкова С., Пимпирева Ж. та ін. Гагаузите в България: записки от терена. София, 2007.

**INFORMATION AND COMMUNICATION PARADIGM OF CULTURAL
INTERACTION IN RETROSPECTIVE****Stanislav Berezovskyi,**

Associate Professor,

Department of Information Technologies,

Odesa State Agrarian University

ORCID: 0000-0001-8796-0263

Olena Harber,

PhD in Philology, Associate Professor,

Department of Ukrainian and Foreign Philology,

Odesa National University of Technology

ORCID: 0000-0001-6433-1296

Tetiana Koliada-Berezovska,

PhD in Philology, Associate Professor,

Department of Periodical Press and Media Editing,

Odesa Mechnikov National University

ORCID: 0000-0001-8470-7705

Abstract. *The article addresses the formation of Ukrainian-Polish relations in the field of informational and educational activities during the Late Middle Ages, when, under conditions of socio-political and cultural flourishing of Western and Eastern Slavic peoples, intercultural connections in the field of printing acquired significant importance. It is emphasized that the mutual influence of cultures is particularly evident in retrospective studies, which serve as an important focus for highlighting the origins and subsequent rapid development of information and communication activities in the context of contemporary educational trends.*

Keywords: *intercultural communication, Ukrainian printing, publishing, dialogue of cultures.*

Information and communication technologies, recognized as a driving force of global civilizational progress, determine the efficiency of organizing human activities related to the creation, processing, dissemination, and storage of information, as well as the associated socio-cultural aspects of life. It is evident that the present is determined by past events; therefore, the issue outlined in the title of this article remains relevant.

An integral component of the information and communication space of the feudal era (15th-17th centuries), as well as a vivid manifestation of cultural unity among several countries—primarily Slavic ones—is the emergence and rapid development of East Slavic printing. During this period in Ukraine, the number of printing houses increased significantly, the thematic scope of publications diversified, and the artistic design of books—as sources of information and education—was improved. The most characteristic feature of Ukrainian printing of that period was its cultural interaction with a number of other countries—Polish, Lithuanian, Czech, German, and Romanian printers. Importantly, Ukrainian master printers often acted as mediators in establishing cultural connections, primarily with Polish printers.

Thus, historiographical sources indicate that one of the earliest Cyrillic printing houses in Poland was established by a Polish printer of German origin, Schweipolt Fiol, who published liturgical books in Church Slavonic using Cyrillic script for the needs of the Orthodox Church. However, particular emphasis should be placed on the outstanding role of the first printer Ivan Fedorov, whose activity represents one of the most striking examples of cultural unity among several countries of the Late Middle Ages. In particular, Fedorov's publications share similarities with certain Kraków editions of the first half of the 16th century in terms of artistic decoration, which can be explained by the general atmosphere of the time, when international relations between Eastern and Western European countries were becoming increasingly intensive. Drawing on artistic and literary traditions, the pioneer printer creatively assimilated the achievements of foreign masters and later applied printing techniques and artistic design methods while working in Zabludów, Lviv, and Ostroh.

A significant fact for the study of intercultural communication, particularly Ukrainian-Polish informational and educational relations, is Ivan Fedorov's acquaintance with the prominent figure of the Polish Reformation movement, S. Budny. In the course of their publishing activities, they discussed issues related to the translation and preparation of Biblical texts for publication. Fedorov's stay in Lviv in 1572—at that time the largest city in Ukraine, which maintained strong economic ties with Kraków, the main center of science and printing in Poland—had a noticeable influence on the design of his Ukrainian editions. A telling example is the "Apostol" (1574): based on the monogram, the frontispiece engraving of Luke and Fedorov's publisher's mark may have been executed by Wendel Scharffenberger, a Silesian master known for his engravings for the Kraków printing house of Mikołaj Scharffenberger, including the Polish translation of "Statutes of the Polish Kingdom" by J. Herburt (1570) [1].

A notable manifestation of intercultural communication and mutual cultural influence can be observed in the activities of renowned printing houses—the Kyiv Pechersk Lavra (since 1616) and the Polish-Latin printing house of the Lviv Jesuit Collegium (since 1642), both of which were granted the status of major cultural centers.

A leading role in the creation and dissemination of literature aimed against the ideological pressure of Catholicism and the Union was played by the printing houses of Ostroh, Lviv, and Kyiv. They functioned as connectors of intercultural educational interaction. The existence of the first permanent Polish-Latin printing house on Ukrainian lands can be explained by the proximity of Kraków, a major Polish publishing center [2]. In addition, there were temporary and mobile printing houses which, in modern terms, facilitated the flow of information and dissemination of knowledge. These included enterprises associated with the Orthodox Church, Catholic and Protestant institutions, as well as printing houses fulfilling commissions from various religious and ideological groups.

The forms of Ukrainian-Polish interaction in the field of printing were diverse: Polish masters worked in Ukrainian printing houses, while Ukrainian printers worked in Polish ones. Notably, Polish printing houses often published works by Ukrainian authors in Ukrainian, Church Slavonic, and Polish, while Ukrainian printing houses issued Polish works.

Thus, the Ukrainian-Polish intercultural dialogue is clearly reflected in the activities of Ukrainian printing houses that published Polish and Latin books. Some of them specialized exclusively in such publications, while others produced them alongside Ukrainian and Church Slavonic works.

Given that a considerable number of books were imported into Ukraine from Kraków and other Polish cities, it should be noted that significantly more books in Polish were published in Ukrainian lands than required by the Polish population residing there. It is also important to consider that a general feature of the feudal era was the widespread use of a foreign rather than native language as the written literary language (Arabic among Iranian and Turkic peoples, Chinese among Koreans and Japanese, Latin in Western and Central Europe, German in the Baltic region and Czech lands, etc.) [3].

Another important point should be emphasized: prototypes for a number of illustrations in Ukrainian books have been identified in publications printed in Poland, Germany, and Italy. However, these models were creatively adapted by Ukrainian masters in accordance with the best traditions of East Slavic book art. Intercultural communication contributed to the diversification of artistic techniques, although the traditions of national art remained decisive. It should be stressed that such creative connections reinforced features of national originality in the design of printed books of the first half of the 17th century.

Summarizing the above, it can be concluded that within the broader Slavic context – as a component of the global information and communication development process—the mutual influence of Ukrainian and Polish printing occupies a prominent place. This influence in the art of book design is characterized, on the one hand, by relatively modest title page decoration, framing of pages with lines or typographic ornaments, and pagination techniques, and on the other hand, by features common to East Slavic books that also influenced Polish editions of the first half of the 17th century. Researchers note a wider use of clichéd ornamental headpieces, which were less common in Western editions than in the printing traditions of Eastern Europe. Cases have been recorded of copying certain artistic elements – particularly headpieces and, less frequently, typographic ornaments—from Ukrainian editions into Polish and Latin books [4].

Finally, it should be emphasized that Ukrainian-Polish contacts were by no means isolated from cultural interactions among all Slavic peoples and their neighbors. Modern society, in which it is important not only to “know” but also to “acquire” knowledge, cannot be imagined without understanding the pervasive nature of information and communication technologies and their profound influence on cultural and educational activities. In a broader sense, this reflects the continuity of epochs—from the formation of printing to what we now call the “digital society” [5].

REFERENCES

1. Birkenmajer, A. (1928). Kto ilustrował najstarszy druk słowiański wydany we Lwowie? [Who illustrated the earliest Slavic print published in Lviv?]. In *Congrès International de Bibliothécaires* (Vol. 2, p. 55). Prague.
2. Isaievych, Ya. D. (1983). Pershodrukar Ivan Fedorov i vynyknennia drukarstva na Ukraini [The first printer Ivan Fedorov and the emergence of printing in Ukraine]. Lviv: Vyshcha Shkola.
3. Isaievych, Ya. (2002). Polskomovne i latynske drukarstvo [Polish-language and Latin printing]. In *Ukrainske knyhovydannia: vytoky, rozvytok, problemy* [Ukrainian publishing: origins, development, problems] (pp. 211-221). Lviv. Available at: <http://litopys.org.ua/isaievych/is18.htm>
4. Zapasko, A., & Isaievych, Ya. (1981). Knyha i drukarstvo na Ukraini v XVI-XVII st.

[Book and printing in Ukraine in the 16th-17th centuries]. Lviv. Available at: <https://ponomar.net/files/zapasko1.pdf>

5. Koliada-Berezovska, T. (2019). The multilingual component of European integration cultural-educational process. In A. Ostenda, N. Rybka, & V. Zharkyykh (Eds.), *Innovations in humanities: restarting* (pp. 19-26). Katowice: Wydawnictwo WST.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-66

ОБРАЗ КАЗАХСТАНУ В МЕМУАРАХ У. ЛЮБОВИЧ «РОЗКАЖУ ВАМ ПРО КАЗАХСТАН»

Ольга Бикова

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри видавничої справи та редагування
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORSID: 0000-0001-7533-9277

***Анотація.** Проаналізовано мемуари У. Любович «Розкажу Вам про Казахстан». Зосереджено увагу на жанровій специфіці твору як автобіографічного нарису, який поєднує документальну достовірність із художньою образністю. Доведено, що образ Казахстану не зводиться до одновимірної моделі «місця страждання»: він ускладнюється завдяки мотивам людської солідарності та взаємодопомоги між представниками різних етносів. Авторка робить висновок, що образ Казахстану в мемуарах У. Любович функціонує як складний наративний конструкт, у якому поєднуються травматичний досвід, етнокультурна рецепція та переосмислення «іншого світу», що забезпечує твору як історичну, так і літературну цінність.*

***Ключові слова:** мемуари, нарис, образ Казахстану.*

Творчість Уляни Любович (справжнє прізвище - Старосольська) - журналістки, письменниці, редакторки - досі залишається маловідомою широкому загалу. Донька відомого діяча Української соціал-демократичної партії, професора права, автора книги «Теорія нації» Володимира Старосольського та піаністки й письменниці Дарії Шухевич, народилася у Львові, навчалася в гімназії Українського педагогічного товариства «Рідна школа», Музичному інституті імені М. Лисенка, вивчала економіку та журналістику в Познанському торговельному університеті. Після закінчення навчання працювала у Львові в редакції часопису «Нова хата» та в редакції «Господарсько-кооперативного часопису», разом із братом редагувала журнал нелегального Пласту «На сліді». З приходом радянської влади на територію Західної України родина була репресована - батька в грудні 1939 року заарештували й засудили до 10 років ув'язнення, а 13 квітня 1940 року Уляну з братом і матір'ю вислали до Казахстану [2].

Спогади про заслання та життя в Казахстані лягли в основу її книги «Розкажу Вам про Казахстан», яка вперше була опублікована у 1969 році в канадському видавництві «Новий шлях» (Вінніпег - Торонто). Книга має паралельну англомовну назву - «Tales

of Kazakhstan: Narratives Based on Personal Recollections» - що свідчить про орієнтацію авторки одночасно на українську діаспору та ширшу англомовну аудиторію.

Підзаголовок «Нариси з пережитого» є програмовим: авторка обирає жанр автобіографічного нарису - форму, що поєднує документальну точність із художньою виразністю. Твір складається з окремих розділів, кожен із яких є самостійною, але тематично пов'язаною оповіддю.

Мемуари У. Любович «Розкажу Вам про Казахстан» містять цікаві факти та спостереження, допомагають відтворити правдиву картину подій. Подорож до Казахстану, «країни морозів і буранів», як писала авторка, починається з вагона-теплушки, що став символом масового виселення мешканців західних областей України після окупації радянськими військами у вересні 1939 року.

Перший і центральний розділ «У вагоні-теплушці» - це художня реконструкція пережитого жаху. Авторка описує сон, що повертається до неї через роки: вона прокидається в паніці, боячись відкрити очі, бо замість кімнати може побачити нутро товарного вагону, який набитий людьми. Цей прийом - повернення травматичної пам'яті через сон - є ключовим нарративним механізмом.

Людське почуття, яке ніколи не втрачає У. Любович, дозволяє їй бачити і красу казахських пейзажів, і відчувати зворушливу прив'язаність до людей, що робить спогади глибоко гуманними. У її мемуарах - численні свідчення солідарності та інтернаціональної допомоги: казахів, узбеків, німців... Зі щирою симпатією авторка описує місцевих жителів - представників «вільного і гордого казахського народу» [1, с. 36].

У. Любович у своїх мемуарах звертає увагу на трансформацію становища жінок у казахському суспільстві за роки радянської влади та стійке збереження в їхній самооцінці традиційної меншовартості: «Інколи Карис приходила на розмову. Розказувала або про давні казахські обичаї, або про свого чоловіка. Ще її батьки та родичі кочували. Літом жили у юртах у степу. Зміняли місце побуту, залежно від пори року і паші. В хатах жили тільки взимі. Жінки були тоді зовсім підпорядковані мужчинам, ходили ще тоді з закритими обличчями, а залишки їхніх строїв, що оточували голову білими завоями, ми могли ще бачити у старих казашок, що старалися придержуватися традиції. Хіба не треба розказувати, як жінка, обслуговуючи мужчин, чекала аж попадуть їй і дітям рештки їжі, що її вони споживали окремо, ніколи в присутності чоловіка, а вже, борони Боже, при гостях» [1, с. 104].

У своїх спогадах У. Любович змальовує побут, традиції, звичаї казахів. Вона прагне підкреслити екзотичну неповторність Казахстану, відтворити його історію, етнографію якомога повніше. Журналістку приваблює все автентичне, незвичне - від природного середовища Казахстану до ментальності й культури його мешканців.

У. Любович вписує особистий досвід депортації у ширший контекст: Казахстан описується як простір колонізаторської політики - спочатку Російської імперії, а потім Радянського Союзу, котрий перетворив цей край на місце примусової праці. Авторка згадує і Тараса Шевченка, який теж відбував заслання в Казахстані.

Її мемуари художні, багаті на яскраві образи та мальовничі епізоди. Любович пише стримано та точно. Вона уникає надмірного пафосу - жах пережитого передається через конкретну деталь, а не через гучне слово. Водночас у тексті є ліричні відступи, де короткі, ритмічні речення створюють особливий емоційний ефект.

У Казахстані У. Любович прожила 6 років - у 1946 р. під час репатріації колишніх

громадян Польщі друзі-поляки допомогли Уляні переїхати з Казахстану до Польщі. А в 1967 році на запрошення старшого брата, який жив із родиною у Вашингтоні, вона переїхала до США, де й прожила до кінця свого життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Любович У. Розкажу Вам про Казахстан. Нариси з пережитого. Вінніпег - Торонто: «Новий шлях». 1969. 191 с.
2. Старосольська Уляна / П. В. Одарченко // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2024. Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-885734>

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-67

АКАДЕМІК ДАНИЛО ЗАБОЛОТНИЙ В ПЕДАГОГІЧНОМУ ПРОСТОРІ ПЕРШОЇ ЧЕТВЕРТІ ХХ СТОЛІТТЯ

Євгеній Годований

кандидат історичних наук,
селище Крижопіль
Вінницької області

***Анотація.** Тези дослідження присвячені педагогічним поглядам академіка Данила Заболотного, їх особливостям в контексті педагогічної науки першої чверті ХХ століття.*

***Ключові слова:** селянська педагогіка, виховні прийоми, педагогічна система, студенти, навчання.*

Постановка проблеми. Необхідність дослідити, яким чином формувався академік Д. Заболотний як педагог, враховуючи вплив родинної та селянської педагогіки. Це дозволить глибше зрозуміти його підходи до навчання та виховання, а також визначити, як життєвий досвід та традиції вплинули на його педагогічні погляди.

Мета і завдання статті полягає у аналізі педагогічних поглядів академіка Д. Заболотного, встановити основні джерела його педагогіки.

Виклад основного матеріалу. Данило Кирилович Заболотний - вчений-мікробіолог. Його педагогічні погляди вивчені менше, і прийшла пора привести їх в певну систему.

В 1864 році Євгенія Сауляк вийшла заміж за Кирила Заболотного. Така комбінація двох родів принесла чудові результати - народження братів Данила та Івана, вченого та політика. Про участь роду Заболотних (до народження Данила) знаємо мало. Відомо тільки, що Кирило Заболотний був сином нахімовського матроса, мав блискучу пам'ять, був допитливим, багато знав і міг добре розмовляти французькою та німецькою мовами. Ці риси, мабуть, зіграли позитивну роль у вихованні Данила. [1, с.101]

Рід Сауляків - це своєрідний феномен на Поділлі другої половини ХІХ століття.

Чесність та тяга до знань писаря Мирона Сауляка, його бажання дати освіту своїм дітям - риси, скоріше, не притаманні подільському селянину XIX століття. Д. Заболотний писав у своїй «Автобіографії»: «Двоє братів матері отримали освіту. Старший, Макар Миронович Сауляк закінчив природничий факультет Новоросійського (Одеського) університету. Одного зі своїх братів і мою мати він відправив для отримання освіти до Києва. Брат захворів у в'язниці туберкульозом і після звільнення незабаром помер.»

Журналіст «Новоросійських відомостей» істотно доповнює автобіографію академіка: «Сауляк помер у 1869 році від сухот, але помер ніким не підтриманий, нікому не відомий.» [2, с.4] Д. Заболотний згадував: «Четверо інших братів почали служити на будівництві Південно-Західної залізниці спочатку слюсарями та помічниками машиністів, а потім займали відповідальні посади.» Таким чином, родина Сауляків була мобільною соціально-активною, вона комунікувала в досить великому трикутнику Ростов-на-Дону - Одеса -Київ. Вона мала великі можливості педагогічного впливу на маленького Данила. Його обидва дядьки - і той, київський, нереалізований «Добролюбів», і той, ростовський, Макар закінчили природничі факультети Київського та Одеського університетів. Отже, вступ Д. Заболотного на подібний факультет був не випадковим.

Але першими його вихователями були батько і мати. Селянська педагогіка будувалась на прищепленні дітям звички до праці. Д.К. Заболотний наголошував, що «в дитинстві ми з молодшим братом Іваном допомагали батьку в полі і городі, при оранці... та жнивах».

Данило Кирилович завжди пам'ятав про єдність праці і виховання. Якщо свого «київського» дядька він, скоріше за все, не знав (той помер, коли хлопчику було три роки), то Макар Сауляк активно впливав на його виховання. Він «вислухає питання, назве книгу, в якій можна знайти вичерпну відповідь, а то і дасть таку - шукай сам, розбирайся».

З того часу пройшло близько 130 років, а сучасна педагогічна наука вирішує ту ж проблему - «навчаємо вчитися». Воістину, справжнє виховання - поза часовими рамками. Д.К. Заболотному везло на хороших вчителів, так само, як їм везло на хорошого учня. Його вчитель А.О. Ковалевський, блискучий вчений, професор Одеського університету, знав в обличчя студентів і, як би мало вони були підготовлені, ніколи не подавав виду, що розмовляє з незнаючими. [3, с.81] Як це нагадує нинішню особисто орієнтовану освіту, коли вчитель мусить бути і психотерапевтом.

Можна погодитись з дослідницею Н. Піцик, що Д. Заболотний на собі випробовував виховні прийоми А. Ковалевського. Однак цей вплив учителя на учня не можна абсолютизувати. Данило Кирилович сприйняв педагогіку А. Ковалевського та І. Мечникова, як щось своє, залишивши при цьому самобутність.

Чи був професор Д. Заболотний послідовником якогось одного педагогічного вчення, чи автором оригінальної системи виховання? В його особистій бібліотеці гідне місце займала юридична література, книги великих методологів науки - Г. Спенсера, Д.С. Мілля, історична та художня література. [4, с.5] Педагогічної літератури тут ми не зустрічали. Але чи означало це, що Д. Заболотний не був педагогом? Звичайно, ні. Своїх студентів він також знав поіменно, ніхто не порушував закону рівності. «Вміло задасть питання і направить думку в потрібному напрямку, а то і обережно підскаже.

У випадку невдачі не тільки знайде слова втіхи, але й причину її. Все це підкупляє, очаровує нас. Ми не боїмося звертатися до професора з питаннями, - запам'ятала професорка В. Дембовська, - Наш вчитель все возив з кожної експедиції щось типове, виразне, а, значить, і повчальне».

Відносини Д. Заболотного зі студентами дійсно відзначались особливою душевністю. «Безмежна доброта нашого професора виглядала так, - свідчать Н. Іванов і Н. Протасов, - зустрівши погано вдягнутого студента, він знімав з себе пальто, хоча іншого сам не мав, позичав гроші без прохань... Ми часто бували у нього дома, ніколи не йшли звідти голодними. Д.К. Заболотний утримував (годував, одягав, вчив) добрих десятки вихованців.

Висновки. Д.К. Заболотний не належав до когорти строгих педагогів. Він використовував в своїй практиці пироговський принцип: хай вчиться той, хто хоче вчитись. Педагогіка Д.К. Заболотного була авторською, унікальною. Вона подібна, і не подібна одночасно до педагогічних систем Д. Боско, М. Пирогова, К. Ушинського. В цілому її важко повторити, її важко наслідувати повністю.

Не створивши власної педагогічної системи, Д.К. Заболотний став взірцем, ідеалом педагога, поруч з яким поставити нікого. Генетичне коріння його виховних принципів криється в селянській педагогіці та етичних поглядах класичної літератури.

Крім того не можна ігнорувати взаємовідносини Заболотного та його дружини - талановитої вчительки та «популярної письменниці» Людмили Радецької. Д. Заболотний, впливаючи на дружину, і сам «педагогічно» змінювався під її впливом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Годований Євгеній. Слов'янський альбом - Одеса, Астропринт, 2010. 200 с..
2. Новороссийские ведомости. - Одеса, 1869. - № 10.
3. Пицык Н.О. Даниил Кириллович Заболотный. - Москва, 1998. - 320 с.
4. Євген Годований, Олег Дьомін. Особиста бібліотека Д.К. Заболотного // Сільські новини. - 21 січня 2026.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-68

МІЖ ПЛАНОМ І ФАКТОМ: КРИЗА РАДЯНСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ НА ОДЕЩИНІ В ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ 1950-Х РОКІВ

Андрій Фомін

кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міждисциплінарних
соціально-гуманітарних студій ТОВ

«Технічний університет «Метінвест Політехніка»

ORCID: 0000-0001-9565-3706

***Анотація.** У статті проаналізовано специфіку, механізми та наслідки радянської депортаційно-переселенської політики на території Одеської області. Автор розглядає ці процеси як елемент масштабної соціальної та етнічної інженерії тоталітарного режиму, спрямованої на реконфігурацію населення Одещини після Другої світової*

війни. Доведено, що переселенські кампанії стали інструментом деструкції традиційних громад та насильницького нівелювання культурних особливостей задля формування уніфікованої радянської ідентичності.

Ключові слова: *соціальна політика, соціальна інженерія, соціальна антропологія, аграрна політика, демографічна політика, колгоспно-радгоспна система, соціалістична держава, депортації, переселення, соціальне забезпечення, післявоєнна відбудова, Одеська область, УРСР.*

Після закінчення Другої світової війни радянське керівництво зіткнулося в аграрній сфері з комплексом проблем, для яких треба було знайти такі самі комплексні рішення. Спустошені південні регіони України, зокрема Одеська область, потребували відновлення трудового ресурсу для реанімації сільськогосподарського сектору. Якщо на початку сталінського «зламу» в більшовицькій політиці декларувався більш класовий підхід соціальної політики, спрямований на «ліквідацію куркульства як класу», то вже за кілька років акцент було зміщено на національний принцип. Голодомор, «превентивно» депортовані німці, поляки, греки, родини колабораціоністів, репатріанти та активісти націоналістичного підпілля демографічно виснажили область. За даними, наведеними у книзі «Реабілітовані історією. Одеська область», лише чисельність «спецпоселенців» склала понад 100 тис. осіб за мінімальними підрахунками [1, с.131]. Виселення етнічних німців, греків та поляків призвело до знищення унікального культурного середовища Півдня України. До того ж величезні соціально-демографічні наслідки мала Друга світова війна з нацистським Голокостом і численними воєнними жертвами. На середину 1945 р. населення України становило лише 33,5 - 34,0 млн. осіб [2, с. 366]. Водночас новоприєднаний до СРСР західноукраїнський регіон, зберігаючи значний демографічний потенціал, був базою спротиву радянській владі, що націлювало центральну владу на вжиття заходів для соціальної деструкції традиційних громад, зокрема шляхом переселенських компаній і депортацій. Розгорнуті в 1944 - 1956 рр. процеси не були лише актами економічної доцільності: вони являли собою масштабну соціальну, демографічну та етнічну інженерію, спрямовану на повну реконфігурацію населення. Було прийнято стратегію «планового переселення», яка базувалася на поєднанні економічного стимулювання та примусу. Одеську область розглядали як ключовий реципієнт переселенських потоків через її стратегічне значення. Мало значення «заміщення» населення колоній, проте на час прибуття нових переселенців ці поселення перебували в жалюгідному стані. Значний вплив на переселенські кампанії радянської влади на Одещину справив Голод 1946 - 1947 рр. Умови, в яких опинилися переселенці на Одещині, були катастрофічними, що надзвичайно негативно відобразилося на результатах депортаційно-переселенської кампанії [3]. Заключним актом примусового міждержавного переміщення населення в цей період стало «вирівнювання» кордону між УРСР та Польщею у 1951 р. (так звана «Акція-51»). Унаслідок цієї акції з Дрогобицької області виселено всіх поляків, а 33 тис. українців із Західної Бойківщини були вимушені переїхати в південні степи [4, с. 270]. До Одещини лише з Дрогобицької області було переселено 10283 особи, переміщених під час територіального обміну, переважно бойків [4, с. 307]. Опинившись у безкрайому степу Одещини, переселенці, зокрема бойки, стикнулися з неможливістю продовжувати

традиційний спосіб господарювання, були вирвані зі звичного соціального й мовного середовища. Адже йшлося не лише про інші соціальні та кліматичні умови - йшлося про зовсім інший спосіб життя, політичний режим, але й господарювання (за сталінською програмою на Одещині почали посилено вирощувати бавовну). Не дивно, що мешканці західноукраїнських областей, опинившись у нових реаліях, часто відчували шок від побаченого. Проте саме такі умови забезпечували сприйняття переселенцями та їхніми нащадками нової радянської ідентичності. Слід зазначити, що депортаційно-переселенські акції радянської влади другої половини 1940-х рр. відносно достатньо висвітлені у вітчизняній історіографії. Тому пропонується стаття акцентує увагу на аспектах етносоціальної, аграрної політики в першій половині 1950-х рр.

Незадовільний стан переселенської політики викликав появу постанови Ради Міністрів УРСР від 29 січня 1954 р. за № 126 «Про заходи щодо забезпечення виконання плану переселення і господарського влаштування переселенців у 1954 р. по Українській РСР». Виконком Одеської облради 26 лютого 1954 р. прийняв рішення «Про заходи щодо забезпечення виконання плану переселення, будівництва будинків переселенцям і господарського влаштування переселенців», подібне рішення було ухвалене й виконкомом облради колишньої Ізмаїльської області [5, с. 71]. У 1954 р. в Одеську область згідно з планом переселялося 700 сімей, з них 500 сімей із Дрогобицької області та 200 сімей із Вінницької області. Переселенці розселилися в 13 районах області, 650 сімей у колгоспи та 50 сімей у радгоспи, найменш забезпечені робочою силою. Для відбору та прийому переселенців у лютому й березні місяцях 1954 р. до Дрогобицької та Вінницької областей були направлені уповноважені райвиконкомів, представники колгоспів і радгоспів на чолі з уповноваженим Облвиконкому [7, с. 72]. У згаданому рішенні виконкому Одеської облради відзначалася вкрай незадовільна робота райвиконкомів, колгоспів і радгоспів області в господарському влаштуванні переселенців, внаслідок чого багато сімей переселенців 1953 р. і попередніх років не мали власних будинків, не були забезпечені коровами, з ними не був проведений розрахунок за обмінними квитанціями за залишену в місцях виходу картоплю. У документі підкреслювалося: погане господарське влаштування переселенців, відсутність належної уваги до них, а також незадовільна організація масово-роз'яснювальної роботи серед переселенців породжувала численні факти виходу переселенців. Констатовано, що Управління сільського господарства, Трест зернових і тваринницьких радгоспів, Управління по будівництву в колгоспах, Облспоживспілка, Облбанк не забезпечили своєчасного й повного виконання заходів з переселення, затверджених Постановою виконкому облради та ЦК КПУ від 3 березня 1953 року. Станом на 10 квітня 1954 р. в колгоспи й радгоспи області переміщено тільки 152 сім'ї переселенців, з них 136 сімей із Вінницької області та з Дрогобицької області тільки 16 сімей. Вкрай напружено йшло переселення з Дрогобицької області. В області на 1 січня 1954 р. налічувалося 120 вільних готових будинків для переселенців, одночасно в інших колгоспах проживало на підселенні 293 сім'ї [5, с. 72]. Звісно, такий стан речей підсилював соціальну напругу в селах та дискримінував переселенців. У документах обласної виконавчої влади зазначалося, що необхідно побудувати 873 будинки, 261 будинок споруджували за понад потребу [5, с. 72]. Звертають на себе увагу величезні обсяги будівництва. Проте ресурсів для нього вкрай бракувало. Для зведення 1000 будинків у колгоспах за

планом 1954 р. та добудови ще 178, перенесених з 1953 р., за встановленими нормами необхідно 14700 кубометрів лісу. Для забезпечення цього плану будівництва не вистачало 10200 кубометрів лісу [5, с. 74]. За вказівкою Виконкому Облради, у червні 1954 р. при райвиконкомах були створені комісії з перевірки причин самовільного виїзду переселенців у кожному колгоспі та радгоспі. Найбільш нужденним сім'ям колгоспи надавали матеріальну допомогу; для окремих переселенців, схильних до самовільного виїзду, проводили роз'яснювальну роботу [6, с. 31]. Особливу увагу в цій роботі приділяли найбільш посушливим районам: з Березівського району вибуло 118 сімей, 2 сім'ї повернулися; з Іванівського району вибула 71 сім'я і з Комінтернівського 60 сімей у 1954 р. Всього в 1954 р. з області виїхало 411 сімей [5, с. 75]. На незадовільне виконання плану переселення вкрай негативно вплинула посуха.

Отже, радянська політика виступала інструментом руйнування етнічної цілісності українського народу й нівелювання культурних особливостей його окремих груп. Одеська область таким чином стала одним із найбільш яскравих прикладів радянської демографічної інженерії, де цілі нації та субетноси використовували як гвинтики в механізмі соціально-економічних перетворень і соціальної інженерії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Реабілітовані історією. Одеська область: Книга перша. Одеса: «ПЛАСКЕ», 2010. 800 с.
2. Україна у першому повоєнному десятилітті (1946-1955). URL: <https://history.org.ua/LiberUA/978-966-521-573-8/49.pdf> (дата звернення: 02.05.2026).
3. Василь Мустеця. Переселення у Південні та Східні райони України у 1949-1950 роках. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2022/10/7/161891/> (дата звернення: 02.05.2026)
4. Переселення із Західної Бойківщини 1951 року: маніпулятивні практики місцевої радянської преси. Суспільно-історична та політико-правова оцінка тотального виселення українців з етнічних земель... у 1944-1951 рр. Зб. наук. праць. Львів: Левада. 2018. 320 с.
5. ЦДАВОУ. Р-2. Оп. 8. Спр.10940.
6. ЦДАВОУ. Р-2. Оп.8. Спр. 10941.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-69

НАЦІОНАЛЬНЕ В КУЛЬТУРІ ЯК ЦІННІСНЕ СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ

Тетяна Сіньковська

старший викладач кафедри соціальних та гуманітарних дисциплін,

Одеський національний морський університет

ORCID: 0009-0007-0167-5682

***Анотація.** Культура мовлення як показник загального рівня освіченості людини вказує на мистецтво живого діалогу. Культура спілкування є невід'ємною частиною*

загальної культури людини. Нею можна оволодіти, виховувати її та вдосконалювати. Адже головним фактором творення людського в людині є мова. Саме людська мова є основою загальнолюдського в розмаїтті культур. Але водночас це завжди мова певного народу, певного етносу, що закладає основи різноманітності, багатомірності культур. Тим більше, від вміння комунікувати в процесі ведення, наприклад, ділового діалогу, певним чином, залежить результативність офіційної зустрічі. Знання і дотримання основних положень ділового мовлення необхідні для кваліфікованого проведення будь-яких форм спілкування. У цьому й полягає актуальність теми.

Ключові слова: культура мовлення, національна культура, комунікація, культура спілкування, державна мова, загальнолюдське, українська мова

Кожен народ створює свою особливу, неповторну культуру. Розмаїття культур є характерною особливістю розвитку сучасної цивілізації. Культури різних народів відрізняються між собою мовою, символами, нормами, способами спілкування та діяльності, художньо-чуттєвим відтворенням світу, міфологією і релігією, мораллю і правом тощо.

Культура дається людині через мову і в мові. Можна сказати навіть більше: лише завдяки мові як суспільно-історичному здобутку людина стає людиною. Тому ще Сократ звертався до людини зі словами: "Заговори, щоб я тебе побачив". Саме таке однозначне твердження у вчених-дослідників щодо питання ресурсності особистості. Вони вказують на те, що ресурсність особистості виявляється у її здатності саморозвиватись, вмінні бути компетентною у життєвих та професійних питаннях, знати закони ділової комунікації та вміти використовувати їх у вирішенні важливих питань, автономною у прийнятті рішень, вмінні бути творчою та досягати успіху.[1.с.342]

Сутність людини міститься і виявляється в мові. Оволодіваючи мовою і мовлячи (розмовляючи) між собою і з собою, люди відкривають для себе світ свого людського буття.

Мова завжди співвідноситься з людиною, тобто є засобом передавання думок, ідей, почуттів і для відправника, і для одержувача інформації. Особа, яка говорить або пише, обирає, розміщує, комбінує і трансформує слова та інші мовні одиниці, виходячи із сутності предмета спілкування та ситуації, в якій відбувається процес спілкування. Мова пов'язана з мисленням. Для того, щоб усно чи письмово висловитись, необхідно зважати на такі якості мови, як точність (значення слів співвіднесені зі змістом та обсягом висловлюваних понять), логічність (зв'язок значень, властивих словам, словосполученням і реченням у структурі мовлення, не повинен суперечити законам логіки і мислення). Мова виражає й передає не лише думки, а й почуття, волю, стани свідомості, естетичні знання особистості, умови спілкування (місце, час, коло співрозмовників, тощо).

Висловлену ще відомим німецьким мовознавцем і філософом Вільгельмом Гумбольдтом (1767-1835рр.) думку про нерозривний зв'язок мови і людського способу буття у світі, мови і світогляду в Україні ґрунтовно розвивав видатний мовознавець і філософ Олександр Опанасович Потєбня (1835-1891рр.). У своїй праці «Думка та мова» (1862р.) висвітлив взаємозв'язки мови й мислення, розвинув ідею про мову як

породження й вияв «народного духу». Показав, що думка виявляє себе через мову, а кожний акт мовлення є творчим актом. При цьому він рішуче виступав проти мовної асиміляції, за збереження і розвиток усіх національних мов як найглибших "стихий" народного буття. З цих позицій О.Потебня рішуче засуджував колонізаторську, асиміляторську політику російського царизму та її провідників в Україні. [2.]

Глибокі думки стосовно національної мови як феномена культури обстоював відомий історик культури Іван Огієнко (1882-1972рр.). У відомій праці "Українська культура" він наголошував, що мова - це наша національна ознака, в мові наша культура, ступінь нашої свідомості. Знати свою літературну мову без доброго відповідного навчання ніхто не може. Мова - це форма нашого життя, життя культурного і національного. Мова - це душа кожної нації, її святиня, її найцінніший скарб. [3. с.33]

Дійсно, мова є "органом культури", безпосереднім буттям культури, що твориться кожною нацією. Отже, розмаїття, багатоманітність культур зумовлені тим, що мова як основний елемент культури є завжди мовою певної нації. У національній культурі (а безнаціональних культур немає) національні особливості виявляються не лише в мові, а й в інших чинниках:

- у побуті - форми розселення, особливості помешкань, досвід народних майстрів, переважаючі будівельні матеріали (дерево, камінь, цегла тощо). Спробуйте, наприклад, увияти собі карпатське село у степовій зоні чи степове село в Карпатах;
- у національній самобутності життєвого матеріалу, який відображається у творах духовної культури - історичні та природні умови; особливості розвитку нації; її побутові традиції та звичаї;
- у фольклорі з його самобутністю (у тому числі і в анекдотах, зокрема про свій чи чужий національний характер, психологію, традиції та звичаї тощо);
- у хореографії - порівняйте український гопак з танцями інших народів;
- один і той самий жанр літератури - роман - в Україні інший, ніж у Німеччині, Франції, Англії чи Китаї;
- гумор український, німецький, французький або англійський - спробуйте порівняти;
- у піснях народів, що співзвучні патріотичним почуттям народу;
- у ставленні до смерті;
- в архітектурі як престижі нації та її сучасних проблемах - масове індустріальне будівництво, сучасний "модерн" тощо.

Таким чином, у національній культурі відбивається насамперед спосіб світосприйняття народу, його світорозуміння, що особливо позначається на мистецтві та філософії.

Проте культура як спосіб людського буття все ж не може не мати загальнолюдських рис, притаманних усім націям, усім народам. Саме тому культури різних народів світу, незалежно від розселення їх, мають багато спільного: люди використовують однакові знаряддя праці, розмірковують приблизно над одними і тими ж проблемами, переживають навіть однакові чуттєві стани, сподіваються і закохуються, формують свої соціальні інституції, виховують дітей як люди. Вони майже однаково усвідомлюють велич космосу, межі свого існування, свою смертність, незахищеність перед загрозою катастроф, прагнуть спасіння і звільнення від

страждань, спроекувати своє майбутнє.

Людство, очевидно, має деяку глибинну основу свого існування. Розмаїття культур розкриває її багатоманітність. Взаємодія між ними є способом збереження цілісності цивілізації як унікального витвору історії. Людство пройшло тисячолітніми тернистими шляхами зіткнення культур, кривавих надбань. Взаємообмін культурними надбаннями народів світу є могутнім джерелом їхнього розвитку, інтеграції світової цілісності.

Активізація зазначених процесів у другій половині ХХ - на початку ХХІ ст. стикається з не менш активними процесами розвитку національної свідомості, національних почуттів багатьох народів у різних регіонах світу. Усвідомлюючи свою самобутність, ці народи прагнуть до самостійності, до створення незалежних держав, відродження національних культур. Ця ситуація породжує цілий комплекс суперечностей, однак, рано чи пізно, всі вони будуть подолані здоровим людським глуздом і наполегливою працею. Національне аж ніяк не суперечить загальнолюдському, а навпаки - воно є його особливим виявом і входить до системи загальнолюдських надбань цивілізації.

Потрібно мати на увазі, що перебільшення чи абсолютизація значення національного не тільки не сприяє зміцненню світової єдності, а й руйнує її. А водночас вона руйнує і саму національну культуру, бо ізоляція від загальнолюдської культури не приносить користі жодному з народів світу. Дуже слушно щодо цього радив, звертаючись до українців, Великий Кобзар, Т.Г.Шевченко: "...і чужому научайтесь, й свого не цурайтесь". Бо якщо культура замикається сама в собі і прагне увічнити застарілі форми життя, відкидаючи будь-який обмін і порівняння, тоді вона стає безплідною і рухається до занепаду. Лише в процесі порівняння поглядів, думок, міркувань народжуються нові конструктивні підходи, розширюється горизонт глибшого усвідомлення власної позиції, визначаються її місце та роль у контексті загальноцивілізаційного розвитку людства.

Нині Україна переживає складний період своєї історії. Проголошенням незалежності вона на повний голос виявила і свій намір активно рухатись шляхом демократичного розвитку, шляхом цивілізованості й загальнолюдської культури. Незалежність є також актом глибокої поваги і шани українців до своєї національної культури, волевиявленням до її відродження та розвитку й водночас прагненням увійти в загально- цивілізаційний процес розвитку людства.

Історичний шлях розвитку української культури - це шлях страждань і боротьби, дивовижного терпіння і внутрішнього нездоланного прагнення до свободи та незалежності. Фактично від татаро-монгольської навали і донині українська культура витримувала на собі політичний, ідеологічний, економічний, моральний тиск з боку держав, у "співдружність" з якими кидала український народ його історична доля. Що характерно, своєрідна та унікальна українська культура майже завжди гармонійно вписувалась у культурне середовище іншого народу, жила і функціонувала в ньому, не втрачаючи власної цілісності та якісної історико-типологічної визначеності, щедро ділилася власними культурними надбаннями, розвивалась і квітла, спадкоємно переймаючи від інших культур все життєдайне, людяне, гуманне.

Духовною основою національної культури є самосвідомість нації, упредметнена в її святинях, у національній символіці, у звичаях, обрядах і ритуалах; її духовні почуття

(національні, моральні, естетичні, громадські, родинні та ін.). Ці почуття та предмети їх (як от: рідний край, рідні ріки, ліси, гори, образи національного епосу, дум, ідеали мужності, добра, чоловічої та жіночої краси, народна поетична символіка, мелодійний лад музики тощо) формують своєрідне для даного народу бачення світу, світосприйняття і світовідчуття, нарешті його світогляд. У своїй результативній формі цей світогляд кристалізується в народній мудрості.

Сьогодні зрозуміло практично кожному, що без культури, поза культурою ні про яке оновлення суспільства не може бути й мови. Саме тому розвиток культури має розглядатися у статусі найвищих пріоритетів. Суспільно-історичний досвід людства свідчить, що "некультурна істота" не може користуватися надбаннями цивілізації, не може створювати щось таке, що оцінювалося б як загальнолюдське надбання. Спроби побудувати справедливе суспільство поза загальноцивілізаційними надбаннями людства також приречені на невдачу. Тому висновок зі сказаного може бути тільки такий: потрібно освоювати загальнокультурні надбання сучасної цивілізації, культуру в усіх її формах і проявах – мистецтво і науку, філософію і релігію, моральну і правову духовність, свята і обряди, загальнолюдське в них і національне - все, що формує мудрість, любов, віру, справді людяне в людині, розвиваючи творчість на засадах високих гуманістичних цінностей та пріоритетів.

Відродження України, розвиток культури, зростання її творчого потенціалу є необхідною умовою повернення країни до загальноцивілізаційних засад суспільно-історичного розвитку людства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Штепа О.С. Емпіричне вивчення психологічних ресурсів особистості. Актуальні проблеми психології: Психологія особистості. Т.11.Вип.4.Ч.2 - Київ. 2011, С.335-36.
2. Потебня А. А. Мысль и языкъ. Харьковъ : Типография Адольфа Дарре, 1862. 234 с.
3. Історія української літературної мови / Іван Огієнко. - Упоряд., авт. іст.-біогр. нарису М. С. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2001.440 с.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-70

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КОЛЬОРОВОЇ СИМВОЛІКИ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ Ф. С. ФІТЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЕТСБІ»)

Анна Дем'янчук

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
1 курсу спеціальності 035 Англійська мова та література,
Ізмаїльський державний гуманітарний університет,
науковий керівник **Галина Олейникова**
кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської
філології та світової літератури,
Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Анотація. У тезах розглянуто основні теоретичні підходи до вивчення кольорової символіки в художньому тексті на матеріалі роману Ф. С. Фітцджеральда «Великий Гетсбі».

Ключові слова: кольорова символіка, художній текст, семіотика, когнітивна поетика.

Кольорова символіка постає релевантним компонентом поетики художнього тексту та одним із провідних засобів об'єктивації авторської картини світу. Колір реалізує не лише номінативну функцію, а й набуває семантичного, концептуального та культурного навантаження, формуючи додаткові смислові пласти, структурує художній простір і бере участь у розбудові образної системи твору.

У межах сучасної наукової парадигми феномен кольору досліджується на перетині культурології, психології та мистецтвознавства. Пріоритетними методологічними напрямками є:

Семіотичний підхід. Колір трактується як знак у системі художнього тексту. Теоретичним підґрунтям слугує концепція У. Еко («A Theory of Semiotics»), де колір постає елементом вторинної моделювальної системи. Це зумовлює наявність денотативного та конотативного рівнів значення кольоративів [8, с. 45; 12, с. 630].

Структурно-семантичний підхід. Спрямований на виявлення закономірностей функціонування кольорових маркерів у композиції твору. Методологічну базу становлять праці Дж. Ліча та М. Шорта [9, с. 112]. У межах цього підходу кольорова лексика аналізується як композиційний компонент, що формує систему повторів, контрастів і семантичних опозицій [2, с. 6].

Когнітивна поетика. Колір розглядається як елемент індивідуальної концептосфери автора. Базовим дослідженням є праця В. Берлін та Р. Кау [7, с. 23]. Сучасні дослідження підкреслюють зв'язок кольорових асоціацій із когнітивними механізмами та культурними сценаріями [10].

Культурологічний підхід. Досліджує колір як символічний елемент, що відображає світоглядні цінності. У працях сучасних науковців підкреслюється роль кольору як медіатора між мовою та культурою [3, с. 78].

Специфіка кольоропису в романі «Великий Гетсбі». В аналізі твору особливого значення набуває функція світла й тіні. Взаємодія люмінесценції та мороку створює ефект кінематографічності, що корелює з концептом ілюзорності «американської мрії».

Авторська ієрархія кольорів представлена так:

- зелений – символ прагнення та вітальності;
- золотий / жовтий – маркери матеріального успіху та його деструктивності;
- білий – символ ефемерності та моральної амбівалентності;
- сірий – ознака соціальної деградації («Долина шлаку»);
- синій – колір меланхолійної відстороненості.

Додатково залучаються психоаналітична критика (Л. Тайсон) [11, с. 54] та теорія хронотопу М. Бахтіна.

Кольорова символіка в художньому тексті є багаторівневою семіотичною

структурою, що функціонує на мовному, композиційному, концептуальному та культурному рівнях. Її дослідження потребує комплексного підходу, який поєднує різні методології для формування цілісного аналізу художнього тексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрущенко Л. А. Color-symbols of Oleksandr Hoshylyk's poetry // Культура слова. 2024. № 101. С. 1-13.
2. Віннічук А. П. Семантика та символіка кольорів в історичному романі «Маруся Чурай» Ліни Костенко // Українська література: історичний досвід і перспективи. 2025. Вип. 5. С. 4-11.
3. Гайденко Ю. О., Корницька Ю. А., Сергієва О. О. Cross-cultural semantics of color: a comparative analysis of phraseological units with white and black color in English and Ukrainian. Одеса : Гельветика, 2024. 210 с.
4. Гайденко Ю. О., Сергєєва О. О. Феномен кольору та його відображення в сучасній англійській мові. 2022. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/d3d87840-9a68-4b52-800d-606e6d98aca2> (дата звернення: 15.03.2026).
5. Крепель В. І. Кольорова символіка в німецькому партійно-політичному дискурсі // Вісник науки та освіти. 2025. № 2 (32). С. 44-60.
6. Шуст Л. М. Кольористична семантика в ранній поезії Максима Рильського. Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія. 2023. Т. 3. С. 18-27.
7. Berlin V., Kay P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Berkeley : University of California Press, 1969. 178 p.
8. Eco U. A Theory of Semiotics. Bloomington : Indiana University Press, 1976. 354 p.
9. Leech G. N., Short M. Style in Fiction: A Linguistic Introduction to English Fictional Prose. 2nd ed. London : Routledge, 2015. 404 p.
10. Muratbekova M., Shamoï P. Color-Emotion Associations in Art: Fuzzy Approach. 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/2311.18518> (дата звернення: 15.03.2026).
11. Tyson L. Critical Theory Today: A User-Friendly Guide. 3rd ed. New York : Routledge, 2014. 512 p.
12. Zhao Q., Castaneda A. Q. Metaphorical meanings of color symbols in literature Chinese Semiotic Studies. 2024. Vol. 20, No. 4. P. 625-646.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-71

ПРИВЛАСНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПІСНІ - МЕХАНІЗМ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Мар'ян Бачинський

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності G 22 Біомедична інженерія, ФПТ, Тернопільський національний технічний Університет імені Івана Пулюя,

Леся Назаревич

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української та іноземних мов, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
ORCID: 0000-0002-0566-9200

Анотація. У тезах проаналізовано привласнення української пісенної спадщини росіянами. Розкрито еволюцію механізмів апропріації - від фольклорного та радянського плагіату до сучасних цифрових практик і інформаційно-психологічних операцій. На основі систематизованих прикладів запропоновано типологію привласнення, що демонструє тяглість цієї стратегії та її роль у деформації національного культурного коду. Наголошено на загрозах культурної апропріації для гуманітарної безпеки та необхідності захисту української музичної спадщини.

Ключові слова: привласнення; апропріація; українська пісня; культурна ідентичність; пропаганда; культурна політика.

В умовах повномасштабної війни, яку Росія веде проти України, культура стала стратегічним ресурсом інформаційного фронту. Системне нищення української ідентичності підкріплюється багатовіковою практикою апропріації (привласнення) культурних здобутків. Привласнення пісенної спадщини є ключовим інструментом заперечення окремішності української традиції і фундаментом для пропагандистського міфу про «єдиний народ» [1].

Наша мета - проаналізувати механізми привласнення української пісенної спадщини: від радянського плагіату до сучасних медіапрактик. У межах дослідження систематизовано показові приклади. Узагальнюючи зібраний матеріал, запропоновано типологію привласнення - від фольклорної та радянської апропріації до сучасного цифрового мародерства й ІПСО.

№	Оригінальний український твір	Датування української версії	Тип привласнення	Суб'єкт / час привласнення	Трансформована / привласнена версія
1	«Ой, що ж то за шум учинився»	писемна згадка - 1719 р.	фольклорна апропріація; зміна культурної атрибуції українського пісенного матеріалу	Представники російської імперської культурної традиції, 1918 р.	«Как родная мать меня провожала»
2	«Симфонія Домажор»	поч. 1770-х років	апропріація академічної музичної спадщини; зміна культурної атрибуції	російські пропагандистські та медійні структури, після 2002 р.	Позиціонування як «першої російської симфонії»
3	«В саду осіннім айстри білі»	XIX ст.	фольклорно-естрадна апропріація; російськомовна обробка української мелодики	автор обробки Валентин Левашов, 1950-ті рр.	«Вот кто-то с горочки спустился»

4	«Де б я не їхала, де б я не йшла»	1897 р. - етногра- фічна фіксація	фольклорна апропріація; позиціону-вання української пісні як російської народної	представники московської культурної традиції, кін. XIX - поч. XX ст.	«Вийду на улицу, гляну на село»
5	«Любо, братці, любо»	1919 - 1921 рр.	ідеологічна інкорпорація козацько- військового репертуару	автори і тво- рча група фільму «Олександр Пархоменко (1942 р.)	«Любо, братцы, любо»
6	«Повстань, народе мій»	1919 р.	радянська ідеологічна трансформація; сакралізація радянського міфу на основі українського мелосу	радянська державна система, 1941 р.	«Священная война»
7	«Друже Ковалю»	1947 р.	естрадно- шансонна апропріація; зміна історико- культурного контексту	Аркадій Северний, 1977 р.; згодом Олександр Малінін	«Поручик Голицин»
8	Оперета «Весілля в Малинівці»	1937 р.	радянська культурна трансформація; русифікація сюжету й музичного матеріалу	Борис Александров та представ- ники радян- ського музич- ного середовища	оперета «Свадьба в Малиновке»
9	«Плаття твоє із ситцю» / запис гурту «Барви»	1970-ті роки / 1991 р.	естрадна комерційна апропріація; переорієнтація на російсько- мовний музич- ний простір	гурт «Ненсі», 1992 р.; учасники походять з України	«Дым сигарет с ментолом»
10	«Пливе кача»	2002 р.	відкрите культурне мародерство; символічне насилення; використання мови як «трофею»	Акім Алачев, червень 2022 р.	Пропаган- дистське використання мотивів пісні- реквієму

11	Skofka - «Чути гімн»	29 липня 2022 р.	цифрове привласнення; ідеологічна трансформація; ІПСО	російські пропагандистські ресурси, 26 грудня 2022 р.	«Вистоим» - пропагандистський текст із використанням символіки незаконного збройного формування
12	Злата Огневич - «За лісами, горами»	2012 р.	політична пропаганда; переклад і зміна патріотичного змісту	партія «Єдина Росія», лютий 2025 р.	Пропагандистська версія для масових політичних концертів
13	«Енкарапіста», гурт Drevо	2025 р.	цифрова / естрадна апропріація сучасного українського хіта	R. Riccardo, 2026 р.	«Потанцуй со мной»

Таблиця 1. Привласнення української музично-пісенної спадщини

Дослідження першоджерел дає змогу виокремити модель культурного привласнення, яка включає: знецінення носія культури, привласнення твору, його ідеологічне переосмислення та інтеграцію до «власного» канону. Одним із чинників, що стимулюють такі практики, є специфіка формування російської традиції, де обмежено представлений пласт колядок і щедрівок [10]. Це спричиняє культурну лакуну, що компенсується запозиченням і переосмисленням чужих традицій. У період 2022 - 2026 рр. ця стратегія перетворилася на відкрите цифрове мародерство. Сучасні крадені пісні - це засіб ментального впливу, інструмент інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) та ресурс для незаконної монетизації на стримінгових платформах (Spotify, Apple Music, YouTube Music).

Особливу небезпеку становить спрощення вкрадених творів. У процесі адаптації втрачається автентичний мелодичний малюнок та ритмічна складність, що притаманні українській школі виконання. Така деформація призводить до розмивання національного музичного коду. Отже, захист власного культурного спадку є критичним чинником національної та гуманітарної безпеки. Деконструкція імперських міфів є необхідною умовою стійкості держави в умовах гібридної агресії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Духовне рейдерство: як росіяни крали українську музику. 24 Канал. 09 серпня 2022. URL: https://24tv.ua/duhovne-reyderstvo-yak-rosiyani-krali-ukrayinsku-povini-rosiyi_n1715690 (дата звернення: 01.12.2025).
2. 5 українських пісень, які присвоїла росія й популяризувала як свої. СЛУХ - медіа про музику та культуру. URL: <https://slukh.media/texts/ukrainian-songs-stolen-by-russia/> (дата звернення: 01.12.2025).
3. Як Росія краде українські пісні? [Відео]. YouTube : канал «Культуртригер». 27

травня 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8h5Zf9Nl1eQ> (дата звернення: 01.12.2025).

4. Вкрадені українські пісні (список відтворення) [Відео]. YouTube : канал «Plativka». URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL-MNTWz_oZAK1H2_UjwWpjzq8XbxxN-Ml (дата звернення: 01.12.2025).

5. Колекція краденої Росією музики: доведені факти плагіату. Еспресо TV. 28 травня 2022. URL: <https://espresso.tv/kolektsiya-kradenoi-rosieyu-muziki-dovedeni-fakti-plagiatu> (дата звернення: 01.12.2025).

6. Лавринєць Н. Що зараз з популярним в 90-ті гуртом «Ненсі», який вважали російським. URL: <https://apostrophe.ua/lime/learn/chto-seychas-s-populyarnoy-v-90-e-gruppy-nensi-kotoryyu-schitali-rossiyskoj.html> (дата звернення: 19.03.2026).

7. Горлач П. Росіяни вкрали пісню українського репера, яку той присвятив загиблому товаришу. Суспільне Культура. 2022. 27 груд. URL: <https://suspilne.media/culture/347132-rosiani-vkrali-pisnu-ukrainskogo-repera-aku-toj-prisvativ-zagiblomu-tovarisu/> (дата звернення: 29.04.2026).

8. Росіяни вкрали пісню Злати Огневич і використали її як пропаганду. Суспільне Культура. 2025. 27 лют. URL: <https://suspilne.media/culture/958307-rosiani-vkrali-pisnu-zlati-ognevich-i-vikoristali-ii-ak-propagandu/> (дата звернення: 29.04.2026).

9. Росіяни вкрали у Drevo суперхіт: менеджмент артиста збирається покарати плагіаторів. OBOZ.UA. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/shou-oboz/rosiyani-vkrali-u-drevo-superhit-menedzhment-artista-zbiraetsya-pokarati-plagiatoriv.htm> (дата звернення: 29.04.2026).

10. Московіти не мають колядок і щедрівок. ПОРОХІВНИЦЯ. 2019. URL: <https://porokhivnytsya.com.ua/2019/01/18/moskovity-i-rizdviani-sviata/> (дата звернення: 20.02.2026).

...

РОЗДІЛ 6

УКРАЇНЬСКА МОРСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ГЛОБАЛЬНОМУ МОРСЬКОМУ ДИСКУРСІ:
ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-72

УКРАЇНЬСКА МОРСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ ПРИ ПІДГОТОВЦІ
МОРСЬКИХ ІНЖЕНЕРІВ**Олександр Каніфольський**кандидат технічних наук, доцент,
в.о. директора Навчально-наукового
морського інженерно-технічного інституту,
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0001-7288-4835

***Анотація.** Розглянуті деякі морські терміни, що притаманні українській, польській та англійській мовам. Запропоновано метод викладання морської термінології. Запропоновані напрямки розвитку використання морської термінології.*

***Ключові слова:** морська термінологія, остійність судна, суднові балки.*

Сьогодні існує декілька основних підходів до використання морської термінології:

- збереження єдиного трактування термінів у морській галузі;
- використання притаманних кожній окремій мові термінів.

Перший варіант можна простежити при підготовці наукової статті в фахові англомовні журнали. Зазвичай редактор вимагає використовувати термінологію, яка описана в документах International Towing Tank Conference (ITTC), наприклад [1]. На власному досвіді автор переконався в перевагах цього підходу. В 2002 році, судно «Pallada» стояло в ремонті, в судноремонтному заводі. Потрібно було зробити розрахунки остійності цього судна та створити комп'ютерну програму, для оцінки цієї морехідної якості. На судні вся технічна документація була виконана японською мовою. Цією мовою не володів ніхто з нашої групи розробників. Проблема була вирішена завдяки тому, що японські корабелі, при розробці технічної документації, використали термінологію ITTC. Тобто текст та розрахунки - японською мовою, а позначки на графіках, в таблицях - англійською (ITTC). Сьогодні, при підготовці судових документів, наприклад, «Інформації про остійність для капітана», «Stability Information for the Master», зазвичай використовують дві мови: мову країни, в якій підготовлено документ та паралельний текст англійською мовою.

Для розбору другого варіанту, тобто використання притаманних кожній окремій мові термінів, можна звернутися до вірша, в якому описано терміни остійності судна. Такий варіант зручний, тому, що неможливо описати безліч морських термінів, які використовуються в морській галузі. Вірш може бути використаний в навчальному процесі, табл. 1, рис. 1.

Опис остійності судна

Текст вірша

<p>Корабель остійний, або ні? Чи кілем до гори колись? Позбудься жадливої біди. Розрахунок роби, не барись.</p> <p>Щоб отримати допомогу води. На мідель корпусу пильно гляди. Всередині, два центри існують. По них остійність рахують.</p> <p>Один - центр тяжіння, відомо. Студенту кожному знайомо. Тут силу ваги прикладають. Та літерою G позначають.</p> <p>Щоб корабель не потонув. Й вантаж, в трюмах своїх тягнув. Сицилію в умі репрезентують. Та Архімеда шанують.</p> <p>Тут літеру C постав без сну. Тут центр підводного обсягу.</p>	<p>Корабель легенько повертаєм. На кут маленький нахилиєм. І що побачиш: «О мій друже!» Центр C зміститься дугою дуже.</p> <p>Скоріш за циркуль, виміряєм. Та метацентр позначаєм. Запам'ятовуй друг щосили. Тут радіус ми розмістили.</p> <p>Тепер секрет простий хлоп'ята. Щоб не було перевертань фрегата. Цей метацентр підвищуємо. Над центром G розміщуємо.</p> <p>Ну, а відстань поміж ними. Висотою метацентричною охрестили ми.</p>
--	--

Розглянемо терміни, які використані в вірші.

За доброю морською практикою, термін «корабель» зазвичай означає військовий плавзасіб, для цивільних плавзасобів використовують слово «судно», для малих суден - «мале судно». Для порівняння, в англійській мові «ship» - цивільне судно, «naval»- військовий корабель, мале судно - «craft». Польська мова: «okręt», «statek» - корабель, судно; «jednostka» - часто, як мале судно.

«Остійність» [2] - морехідна якість судна, англійською - «stability», польською - «stateczność» [3]. «Кіль» - суднова балка, англійською - «keel», польською - «stępa». «Мідель» - перетин посередині довжини судна, відповідно: «midship section», «wreğa główna». «Центр підводного обсягу (об'єму)», відповідно: «center of buoyancy», «środek wyporu». «Метацентр» - точка перетину лінії дії сил підтримки судна в прямому та нахиленому положеннях, англійська версія - «metacentre», польська - «metacentrum». «Метацентрична висота» - відстань між метацентром та центром ваги судна, англійська версія - «metacentric height», польська - «wysokość metacentryczna».

Як видно з наведених вище прикладів, в деяких випадках, слова різних мов мають спільний корінь, що до речі можна додатково побачити в назвах суднових балок, «кіль» та «keel», «флор» та «floor», «стрингер» та «stringer». Прослідковується і збереження національної ідентичності в розглянутих мовах. При створенні суднових документів, бажано, а іноді й необхідно, використовувати дублювання технічного тексту англійською мовою.

ЛІТЕРАТУРА

1. International Towing Tank Conference. ITTC Symbols and Terminology List Draft Version, 1999. 140 с.
2. Російсько-український словник термінів з суднобудування. Під редакцією канд. техн. наук, доц. О. І. Кротова. Миколаїв: УДМТУ, 1999. 206 с.
3. Garnuszewski A. Teoria okrętu. Nakładem państwowej szkoły m'orskiej w Gdyni, 1949. 175 с.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-73

**МОРСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТ МІЖМОВНИХ КОНТАКТІВ:
ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ****Людмила Дідур**

старший викладач кафедри
журналістики та мовної комунікації,
Одеського національного морського університету
здобувач ступеня доктора філософії
за спеціальністю В11 Філологія
ORCID: 0000-0003-2618-2116

***Анотація.** У статті розглянуто особливості формування української морської термінології як тривалого історичного процесу, що розвивався під впливом інтенсивних мовних контактів (грецької, голландської, французької, англійської та інших мов). Обґрунтовано актуальність дослідження етимології морських термінів потребами сучасної галузевої стандартизації та унормування професійного дискурсу. Особливу увагу приділено адаптації іншомовних запозичень до норм української літературної мови в умовах перекладу міжнародної документації.*

***Ключові слова:** морська термінологія, запозичення, професійна лексика, етимологічний аналіз, стандартизація, терміносистема.*

Постановка проблеми. Українська морська термінологія формувалася впродовж тривалого історичного періоду під впливом численних мовних контактів, що зумовлено специфікою мореплавства як міжнародної сфери діяльності. Морська комунікація історично об'єднувала представників різних народів, а тому професійна лексика активно поповнювалася запозиченнями з грецької, латинської, голландської, німецької, італійської, турецької, англійської та інших мов. Значна частина сучасних українських морських термінів є результатом міжмовної взаємодії та адаптації іншомовних одиниць до норм української літературної мови.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного аналізу етимологічного складу української морської термінології в умовах активного розвитку морської галузі, стандартизації фахової мови та посилення ролі українськомовного професійного дискурсу. Особливого значення питання набуває у контексті сучасних процесів унормування морської терміносистеми та адаптації міжнародних морських документів українською мовою.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми формування та функціонування української морської термінології висвітлені в працях Т. Секунди [1], О. Горбача [2], Н. Корнодудової [3], А. Варинської [4], І. Фоміної [5], О. Андріянової [6] та інших науковців.

Одним із перших системних досліджень є праця Т. Секунди «Принципи складання української технічної термінології» [1], в цьому дослідженні автор обґрунтовує необхідність створення національної термінології на основі внутрішніх ресурсів мови, підкреслюючи роль словотвору, семантичної деривації та нормування. Хоча дослідження не є безпосередньо дотичним морській термінології, його положення стали методологічною основою для подальших галузевих розвідок. О. Горбач одним із перших здійснив системний опис української морської й судноплавної термінології, визначивши її історичні джерела та шляхи розвитку [2]. Н. Корнодудова досліджує походження, склад і функціонування морської термінології в українській літературній мові, акцентуючи увагу на процесах адаптації запозичених одиниць [3]. А. Варинська та Н. Корнодудова аналізують періоди становлення морської терміносистеми та відображення морських термінів у словниках і пам'ятках писемності [4]. І. Фоміна розглядає джерела поповнення української морської термінології та особливості її розвитку [5].

Попри наявність окремих наукових розвідок, проблема етимологічного аналізу морських термінів як результату міжмовних контактів потребує подальшого комплексного вивчення, стандартизації та уніфікації. Для дослідження української морської термінології етимологічний підхід є особливо актуальним, адже значна частина морських термінів сформувалася внаслідок тривалих міжмовних контактів - насамперед із грецькою, латинською, голландською, англійською, німецькою, італійською та турецькою мовами.

Передусім етимологічний аналіз дозволяє встановити джерела походження термінів і виявити історичні етапи формування терміносистеми. Через аналіз походження морських назв можна простежити розвиток морської галузі за видами діяльності в різні історичні періоди, зокрема, мореплавства та навігації, суднобудування та гідротехнічного будівництва. Наприклад, найдавніші морські найменування переважно походять із грецької та латинської мов, що пов'язано з розвитком античного мореплавства. Велика кількість запозичень із нідерландської та голландської мов пояснюється провідною роллю Нідерландів у розвитку морської справи XVII століття, тоді як англійські терміни активно проникають в сучасну морську лексику через міжнародний статус англійської мови у сфері судноплавства.

Метою нашого дослідження є аналіз етимологічного походження української морської термінології (на прикладі незначної кількості термінів) та визначення ролі міжмовних контактів у формуванні сучасної морської терміносистеми.

Завданнями дослідження є визначити основні джерела походження термінів, проаналізувати питомі та запозичені лексеми, дослідити адаптацію іншомовних термінів та охарактеризувати сучасні тенденції розвитку.

Виклад основного матеріалу. Формування української морської термінології відбувалося під впливом історичних, економічних та культурних контактів України з морськими державами через власні відкриті морські кордони. Як вже було зазначено раніше, значна частина морських термінів має іншомовне походження, що

пояснюється міжнародним характером мореплавства та торгівлі.

Вбачаємо, що важливим аспектом етимологічного аналізу є можливість визначити ступінь адаптації іншомовних одиниць до норм української мови. У процесі функціонування терміни зазнають фонетичних, граматичних і словотвірних змін. Наприклад, термін *лоцман* походить від голландського *loodsman*, однак, в сучасній українській мові він повністю адаптований до фонетичної та граматичної системи української мови. Аналіз таких трансформацій допомагає зрозуміти механізми інтеграції запозиченої лексики в українську терміносистему.

Крім того, етимологічний аналіз сприяє унормуванню та стандартизації термінології, оскільки вивчення первинного значення терміна та його семантичної еволюції допомагає уникати помилкових перекладів, калькування та термінологічної неузгодженості. Це має особливе значення для морської галузі, де точність терміновживання безпосередньо пов'язана з безпекою судноплавства та правильним тлумаченням міжнародних нормативних документів.

Етимологічні дослідження також дають можливість виявити питомі українські елементи в морській лексиці та визначити співвідношення національного й запозиченого компонентів у терміносистемі. Це важливо для розвитку українськомовного професійного дискурсу та формування національної термінологічної традиції. Частина морських термінів має давнє слов'янське походження (*вітрило, човен, стерно*), що свідчить про існування власних мовних ресурсів для позначення морських понять ще до активного впливу міжнародної морської лексики.

Зокрема, у сучасному термінознавстві етимологічний аналіз також розглядають як інструмент дослідження міжкультурної комунікації. Вбачаючи те, що морська термінологія є результатом багатовікових професійних контактів різних народів, її вивчення дозволяє простежити культурні та технологічні взаємовпливи. Для української морської термінології етимологічні дослідження є важливим підґрунтям формування цілісної, нормативної та функціонально ефективної терміносистеми.

Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє проілюструвати певні спостереження у процесі розвитку морської терміносистеми й виділити найбільш продуктивні джерела запозичень.

Матеріали здійсненого дослідження дозволяють згрупувати питомі українські та адаптовані одиниці морської термінології. Наприклад, питомі українські терміни мають характер термінів народного походження та лексики козацької доби (*човен, стерно, щогла*). Окремий історичний аспект досліджує О. Андріянова, яка аналізує військово-морську термінологію козацької доби як джерело сучасної терміносистеми [6].

Наведемо приклади етимологічного аналізу адаптованих морських термінів з:

Грецької мови: «**Якір**» - термін має давньогрецьке походження від анкуга - «рибальський гачок», «якір». Через латинське та старослов'янське посередництво термін увійшов до слов'янських мов. У процесі фонетичної адаптації в українській мові закріпилася форма «якір» [7].

«**Корабель**» - термін має середньогрецьке походження від *karabos* - морське судно. У давньогрецькій мові *káραβος* спочатку означало «морський рак» або «жук-олень». Згодом цю назву перенесли на легкі судна, обшиті шкірою, а пізніше - на дерев'яні кораблі. В українську мову слово потрапило дуже рано (ще в дохристиянські

часи) через безпосередні контакти з грецькими колоніями у Північному Причорномор'ї або через Візантію [8].

Голландської мови: «**Боцман**» - термін походить від голландського *bootsman*: *boot* - «човен»; *man* - «людина» [9]. Первісно термін означав особу, відповідальну за порядок на судні та керування палубною командою. Н. Корнодудова зазначає, що значна частина морських термінів потрапила до української мови через багаторівневі мовні контакти [3].

«**Лоцман**» - термін походить від голландського *loodsman*: *loods* - «провідник суден»; *man* - «людина» [8]. Лоцманом називають фахівця, який проводить судна складними ділянками водних шляхів. За спостереженнями А. Варинської, значна кількість навігаційних термінів має нідерландське походження [3].

Німецької мови: «**Штурман**» - термін походить від німецького *sturmann*: *sturm* - «кермо»; *mann* - «людина» [7]. О. Горбач наголошував, що німецькі та нідерландські запозичення становлять важливий пласт морської термінології [2].

«**Камбуз**» - термін походить від німецького *kambüse* - кухня на судні. Термін з'явився в німецькій мові для позначення куреня, а згодом закріпилося як назва корабельної кухні [10].

Французької мови: «**Екіпаж**» - термін походить від французького *équipage* - споряджати корабель. У французькій мові дієслово *esquiper* означало процес повної підготовки судна до виходу в море: завантаження провізії, встановлення вітрил та збір команди [10]. З часом значення звузилося від «усього необхідного для плавання» до безпосередньо особового складу судна. Цікаво, що пізніше термін перейшов у сухопутну сферу (карети, виїзди), а потім і в авіацію.

«**Тоннаж**» - термін походить від французького *tonnage* - винна бочка [11]. Історично місткість судна вимірювалася не вагою, а кількістю стандартних бочок вина, які воно могло вмістити в трюмі - яскравий приклад того, як назва тари стала фундаментальним технічним терміном для вимірювання розміру корабля.

Англійської мови: «**Контейнер**» - термін походить від англійського *container*: *to contain* - «містити», «вміщувати», яке, в свою чергу, має латинське коріння: *continere* - «утримувати разом» й є відносно новим у морській терміносистемі та пов'язаний із розвитком контейнерних перевезень і глобальної логістики ХХ століття.

«**Док**» - термін походить від англійського *dock*, яке, за даними етимологічних словників, має середньонідерландське або середньоніжньонімецьке походження *dokke* - «водостічна канава», «водний прохід» [9]. Термін характеризується високим ступенем інтернаціоналізації та є спільним для багатьох мов світу.

На наш погляд, морська галузь належить до сфер підвищеної відповідальності, де неправильне розуміння терміну або неточність перекладу можуть призвести до аварійних ситуацій, помилок навігації чи порушення міжнародних норм безпеки. Саме тому міжнародні документи - IMO, SOLAS, MARPOL, COLREGs містять суворо стандартизовану термінологію, що повинна мати точні відповідники в національних мовах. У контексті морської освіти українська морська термінологія виконує також важливу державотворчу й культурну функцію.

Не можна не зважати на те, що сучасний стан української морської термінології засвідчує наявність певних проблем, зокрема, термінологічної варіантності, калькування з російської та англійської мов, відсутності єдиного стандарту перекладу

міжнародних документів, недостатньої кількості сучасних українськомовних фахових джерел та паралельного функціонування застарілих і новітніх термінів. Усе це зумовлює необхідність подальших термінознавчих досліджень, стандартизації та систематизації морської лексики.

Висновки. Отже, українська морська термінологія є результатом тривалих міжмовних контактів і відображає історичний розвиток мореплавства та міжнародної професійної комунікації. Найбільший вплив на формування морської терміносистеми мали грецька, латинська, голландська, німецька та англійська мови.

Етимологічний аналіз морських термінів дозволяє простежити шляхи їх проникнення в українську мову, виявити особливості адаптації іншомовних одиниць та встановити закономірності розвитку морської терміносистеми.

У межах отриманих результатів можна спланувати перспективу подальшого студіювання в цьому напрямі через процеси стандартизації, уніфікації та адаптації до міжнародних вимог й відповідності нормам української літературної мови морської термінології.

ЛІТЕРАТУРА

1. Секунда Т. Принципи складання української технічної термінології. Вісник Інституту Української Наукової Мови. 1930. 2, 11-22.
2. Горбач О. Українська морська й судноплавна термінологія. Мюнхен, 1958. 30 с.
3. Корнодудова Н. М. Походження, склад і функціонування морської термінології в українській літературній мові. Мовознавчий вісник. 2010. Вип. 10. С. 280-284.
4. Варинська А. М., Корнодудова Н. М. Становлення української морської термінології. Термінологічний вісник. 2021. Вип. 6. С. 296-308.
5. Фоміна І. Л. Формування української морської термінології та перші джерела її поповнення. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2018. № 37. Т. 1. С. 76-78.
6. Андріянова О. Джерела формування української військово-морської термінології у Козацьку добу. Морська держава. 2004. №2. С58-60.
7. Етимологічний словник української мови : у 7-ми т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Редкол.: О.С. Мельничук (голов. ред.) [та ін]. Київ Наукова думка. 1983 (Словники України). Т. 6 : У - Я / уклад. Г. П. Півторак [та ін]. 2012. 568 с.
8. Етимологічний словник української мови : у семи т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Редкол.: О.С. Мельничук (голов. ред.) [та ін]. Київ Наукова думка. 1983 (Словники України). Т. 3 : Кора - М / уклад. Р. В. Болдирев [та ін]. 1989. 552 с.
9. Етимологічний словник української мови : у семи т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Редкол.: О.С. Мельничук (голов. ред.) [та ін]. Київ Наукова думка. 1983 (Словники України). Т. 1 : А - Г / уклад. В. Є. Дудко, Р. В. Болдирев [та ін]. 1982. 552 с.
10. Етимологічний словник української мови : у семи т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Редкол.: О.С. Мельничук (голов. ред.) [та ін]. Київ Наукова думка. 1983 (Словники України). Т. 2 : Д - КОПЦІ / уклад. Л. К. Артем'єва, В. Є. Дудко, Л. П. Марченко [та ін]. 1985. 560 с.

11. Етимологічний словник української мови : у семи т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Редкол.: О.С. Мельничук (голов. ред.) [та ін]. Київ Наукова думка. 1983 (Словники України). Т. 5 : Р - Т / уклад. Р. В. Болдарев [та ін]. 2006. 704 с.

...

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-74

ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНШОМОВНИХ ТЕРМІНІВ БОКСУ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ

Михайло Філонов

здобувач третього(освітньо-наукового) рівня вищої освіти
кафедри українського прикладного мовознавства
філологічного факультету
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: 0009-0000-6755-7469

***Анотація.** У статті досліджено іншомовні спортивні терміни в боксі як важливий сегмент сучасного українського спортивного дискурсу. Основну увагу приділено англomовним термінам, що активно функціонують у спортивній журналістиці, коментаторському мовленні, аналітичних матеріалах і професійній комунікації. Визначено основні способи входження боксерської термінології до української мови та її перекладу: транскодування, калькування, напівкалькування, описовий переклад, конкретизацію, генералізацію.*

***Ключові слова:** спортивна термінологія, бокс, іншомовні терміни, переклад, транскодування, калькування, лексико-семантичні трансформації, спортивний дискурс.*

Спортивна термінологія загалом є відкритою, динамічною та чутливою до міжнародних комунікативних впливів системою, що активно поповнюється запозиченнями. Для боксу така тенденція є особливо закономірною, оскільки міжнародна комунікація в цьому виді спорту тривалий час здійснювалася саме англійською мовою. Унаслідок цього значна частина назв технічних дій, ударів, суддівських рішень, бойових стратегій, стилів ведення поєдинку та елементів підготовки має англomовне походження.

До найбільш уживаних іншомовних одиниць у боксерському дискурсі належать назви ударів (*jab* [6, с. 248], *uppercut* [6, с. 90]), бойових дій і технічних елементів (*clinch* [6, с. 390], *guard*, *stance*, *sparring* [6, с. 718]), результатів або бойових станів (*knockout* [6, с. 542], *knockdown* [6, с. 542]), суддівських рішень (*split decision*, *unanimous decision*, *technical knockout*), а також стилів ведення бою й типів бійців (*southpaw*, *counterpuncher*).

Одним із найпродуктивніших способів входження іншомовної боксерської термінології до українського спортивного дискурсу є транскодування. У перекладознавчій традиції цей спосіб тлумачиться як передавання іншомовної одиниці шляхом відтворення її фонетичної або графічної форми засобами мови

перекладу [5, с. 208]. Через транскодування в українській спортивній мові закріпилися такі одиниці, як *нокаут, нокдаун, джеб, хук, аперкот, клінч, спаринг*. Ці терміни є показовими з погляду їхньої високої адаптаційної спроможності, оскільки вони зберігають зв'язок із міжнародною термінологічною системою, є короткими та зручними в комунікативному використанні. Наприклад: *knockout – нокаут; knockdown – нокдаун; jab – джеб; hook – хук; uppercut – аперкот; clinch – клінч*.

Поряд із транскодуванням, у перекладі іншомовної боксерської термінології важливу роль відіграють калькування, напівкалькування та описовий переклад. Ці способи особливо продуктивні тоді, коли буквальне фонетичне запозичення не забезпечує достатньої зрозумілості для адресата або коли структура іншомовної одиниці дозволяє передати її значення засобами української мови без істотної втрати змісту [1, с. 43; 3, с. 201]. У боксерській термінології це спостерігаємо в таких відповідниках: *technical knockout – технічний нокаут; split decision – роздільне рішення суддів; unanymous decision – одноголосне рішення суддів*.

Напівкалькування поєднує елементи запозичення та перекладу, що особливо характерно для спортивного дискурсу з його тенденцією до компромісу між професійною автентичністю та зрозумілістю. До таких прикладів належать: *fight card – файт-кард / картка боїв; ring generalship – рингова майстерність; title shot – титульний шанс / шанс на титул*.

Описовий переклад застосовується тоді, коли термін не має усталеного однослівного відповідника в українській мові або коли його безпосереднє запозичення не забезпечує достатньої семантичної прозорості. Такий спосіб є особливо актуальним для назв тактичних або стилістичних характеристик бійця: *southpaw – боксер із лівосторонньою стійкою; counterpuncher – боксер, який працює на контратаках; switch-hitter – боєць, який змінює стійку під час бою*.

Застосовують також лексико-семантичні трансформації, які дозволяють узгодити термін із нормами мови перекладу, контекстом уживання та прагматикою повідомлення [4, с. 132]. «Конкретизація значення - це лексична трансформація, внаслідок якої слово (термін) ширшої семантики в оригіналі замінюється словом (терміном) вужчої семантики» [3, с. 39]. Показовими є такі приклади: *stance – бойова стійка; guard – захисна позиція / блок; movement – робота ніг / пересування по рингу*. Генералізація, навпаки, передбачає використання ширшого за значенням слова в мові перекладу. У спортивному дискурсі цей прийом найчастіше зумовлений прагненням спростити сприйняття інформації або уникнути надмірної термінологічної деталізації [2, с. 170]. Наприклад, *counterpuncher – боксер; southpaw – боєць; corner team – команда боксера*.

Активне використання іншомовних термінів зумовлене глобальним характером професійного боксу, впливом англійської мови та розвитком спортивно-медійної комунікації. Найпродуктивнішим способом входження іншомовних боксерських термінів в українську мову є транскодування. Водночас важливу роль відіграють калькування, напівкалькування, описовий переклад і лексико-семантичні трансформації, що забезпечують адаптацію термінів до норм української мови та потреб дискурсу. Частина іншомовних боксерських термінів уже повністю інтегрувалася в українську спортивну терміносистему, інші функціонують через контекстуально зумовлені або описові моделі. Це підтверджує поетапний характер

мовної адаптації термінології та залежність її функціонування від комунікативного середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білозерська Л. П., Возненко Н. В., Радецька С. В. Термінологія та переклад: навч. посіб. Вінниця: Нова Книга, 2010. 232 с.
2. Горда В., Пушик Н. Перекладацькі трансформації у відтворенні ономастичного простору авторського тексту. Закарпатські філологічні студії. 2021. Вип. 16. С. 166 -171.
3. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: навч. посіб. Вінниця: Нова Книга, 2004. 576.
4. Козачук А. М. Перекладацькі трансформації та прийоми: термінологічні виклики у перекладознавстві. Нова філологія. 2023. № 89. С. 129-136.
5. Остроушко О. А. Лексичні трансформації при перекладі англійських інформаційних текстів українською мовою. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2010. Вип. 5. С. 201-208.
6. Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука. 1-е видання, Київ: Українська радянська енциклопедія, 1974. 776 с.

DOI 10.32782/2026-05-27-29-230-75

ТЕРМІНОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З АУДИТОРІЄЮ

Софія Кузьмук

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
3 курсу спеціальності 061 Журналістика,
Одеський національний морський університет

Людмила Дідур

старший викладач кафедри журналістики та мовної комунікації
Одеський національний морський університет
ORCID: 0000-0003-2618-2116

Іван Ненов

заслужений журналіст України, член НСЖУ,
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Одеський національний морський університет
ORCID ID: 0000-0001-8672-0110

***Анотація.** У статті розглянуто явище «журналістикознавчої термінології» та його різновиди. Проаналізовано основні проблеми, що викликані використанням сучасних термінів.*

***Ключові слова:** журналістикознавчий термін, журналістика, питомий термін, запозичений термін, термінологія.*

Постановка проблеми. Разом із швидким розвитком світу, зростає кількість термінів стосовно усіх галузей праці. Журналістика, як канал передачі інформації від влади до народу, від світу до людей, так само обростає лексикою, яка слугує найменуванням для нових гілок продукції ЗМІ. Проте сучасні терміни не завжди є доречними: зростає проблема використання неправильних найменувань, нагромадження складною лексикою (незрозумілою для аудиторії), переваги запозиченої лексики над питомою.

Мета і завдання цього дослідження полягає у розкритті явища «журналістикознавчий термін», порушенні та обґрунтуванні проблем, які спричиняє новітня термінологія у журналістиці, а також їх розв'язання.

Виклад основного матеріалу. Жодна галузь не може існувати без власної термінології. Вона використовується фахівцями для кращого взаєморозуміння, а також зберігає автентичність того чи іншого роду діяльності. Світ швидко змінюється, разом із тим вдосконалюється і термінологія, породжуючи все новіші терміни. Журналістика, як сфера комунікації, одна з найперших галузей, що вбирає в себе новітні тренди. Задля того, аби поглибитися у тематику спеціалізованих понять, варто спочатку розглянути явище «журналістикознавчого терміну».

Місце термінології у журналістиці та публіцистиці розглядали такі дослідниці, як: Н. Писарська, А. Гомон, М. Заверющенко, Н. Дашенко та Н. Орлова. Перші три дослідниці у праці «Наукова термінологія у сучасній публіцистиці: особливості застосування» [6] вивчали особливості застосування термінів з різних сфер у публіцистиці. Н. Дашенко у праці «Термінологія журналістики: питома й запозичене» [4] порушила проблематику використання іноземних слів у сучасній журналістиці. Але саме науковиця Н. Орлова у роботі «Термінологія журналістикознавча чи журналістська: до проблеми розмежування понять» [5] надала дефініцію поняттю «журналістикознавчий термін».

Як зазначає вищезазначена дослідниця, термін журналістикознавчий не є офіційно закріпленим, проте може використовуватися за аналогією з іншими галузями [5, с. 69]. Аби визначити поняття, авторка наукової праці посилається на довідник Д. Григораша «Журналістика у термінах і виразах». За сумісною версією, журналістикознавчий термін - це «сукупність слів і сполучень слів, що позначають одиничні або недостатньо визначені за змістом й обсягом поняття професійної діяльності журналістів і працівників ЗМК. Вони охоплюють широке коло специфічних типових різновидів минулих і сучасних, усних, графічних і видових засобів і форм агітації і пропаганди» [2; 5, с. 69].

У свою чергу Д. Григораш вносить журналістикознавчі терміни у сфери: теорії журналістики, публіцистики, організації редакційної роботи газет, журналів, літературної практики, поліграфічної техніки, радіомовлення телебачення, системи друкованої інформації та пропаганди, друкарства, суспільно-політичної основи професії та творчої лабораторії журналіста [2].

Проте, журналісти послуговуються не лише власною термінологією. За словами дослідника В. Лейчика: «журналіст може вдало розкривати значення спеціальних термінів за допомогою своїх - журналістських», але далі також додає: «це терміни науки, виробництва, політики, культури, тільки більш зрозумілі масовому читачеві-слухачу». Вдалим доповненням слугує праця О. Харченка «Особливості розвитку

сучасної журналістської термінології англійської мови», де автор вказує: до складу лексики ЗМІ входить суспільно-політична, військова, економічна, медична, спортивна, юридична, будь-яка інша термінологія (залежно від журналістського твору), загальноживана лексика, а також слова жаргонного та сленгового походження [7].

Якщо розглядати журналістикознавчі терміни в контексті їхнього походження, відрізняють дві категорії: питомі та запозичені. Питання «чому не можна послуговуватися лише українськими термінами» порушує Н. Дашченко, пояснюючи це у контексті професійної діяльності. За її словами, професійна діяльність - це «не одноразовий процес, а послідовне накопичення досвіду, який і виявляє доцільні мовні засоби, що найкраще обслуговують певне виробниче середовище» [4, с. 21]. Тобто журналісти використовують не тільки власні мовні ресурси, а також рухаються за сучасними трендами та запозичують лексику з тих мов, які вже сформували власні терміни на позначення того чи іншого явища.

З посиланням на словник-довідник І. Михайлина, науковиця робить вибірку, що засвідчує: 16% - питомі слова, 60% - запозичені. Окремо також підраховано слова, які складаються з українських та запозичених елементів - 146 слів (24%). Найбільше слів медійники запозичили з англійської та латинської - 127 та 85 слів (блог, брифінг, інсайдер, візуальність, диктор, інтонація [1; 4, с. 21]). Також увійшли до складу терміни французького, грецького, німецького, італійського, провансальського, арабського, іспанського, полінезійського та російського походження [4, с. 22].

Переважання запозиченої лексики у журналістиці не завжди є хорошим показником. Проблематикою використання часто стає калькування, через неправильний переклад, нагромадження термінологією, незрозумілою аудиторії, втрата ужитку питомих слів. До цих проблем також додається і некоректне вживання найменувань-скорочень, що змінюються в процесі реорганізації [6, с. 190].

Журналістам варто пам'ятати, що вони виконують роль посередників між владою та звичайними людьми, а отже мова повинна бути простою та зрозумілою. Переобтяження важкою термінологією може призвести до втрати уваги та непорозуміння з аудиторією.

Розв'язання проблеми пропонують вже згадувані науковиці Н. Писарська, А. Гомон, М. Заверющенко. Серед способів пояснення аудиторії складних лексем, вони виділяють: розгорнуте тлумачення змісту терміну навести у дужках, через двокрапку або тире та шляхом використання сполучників. Також цим тлумаченням може слугувати «вербальна інтрига» - «реципієнт починає розуміти зміст через різні методи непрямого тлумачення» [6, с. 190] або у контексті.

Висновки. Отже, журналістика, як і будь яка інша галузь не може існувати без термінології. Вона послуговується як власними журналістикознавчими термінами: лід (як короткий виклад журналістського матеріалу), стаття, інтерв'ю, репортаж, анонс так і термінами з інших галузей (в залежності від обраної теми та зібраного матеріалу). Сучасні тенденції диктують свої правила, які зумовлюють появу запозичених термінів, наведених вище. З цього випливає проблематика: неправильне використання лексики та непорозуміння з аудиторією. Саме тому варто пояснювати слухачам/читачам/глядачам що саме Ви мали на увазі (якщо це слово неможливо замінити простим/питомим).

ЛІТЕРАТУРА

1. «Терміни й жаргонізми ньюзруму». Детектор медіа. Інтернет-ресурс. URL: <https://detector.media/production/article/2238/2002-08-07-terminy-i-zhargony-nyuzrumu/>
2. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. Львів : Вища школа, 1974. 295 с.
3. Баришполець О. Т. «Український словник медіакультури». Національна академія педагогічних наук. Інститут соціальної та політичної психології. Київ, 2014, 196 с. URL: <https://ispp.org.ua/wpcontent/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf>
4. Дашенко Н. Л. «Термінологія журналістики: питоме й запозичене». 2020 р, 9 с.. URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/may/21673/5_0.pdf
5. Орлова Н. В. «Термінологія журналістикознавча чи журналістська: до проблеми розмежування понять». Мовознавство. Літературознавство. Вип 29, том 3, 2020, С.66-71. URL: https://www.apnhjournal.in.ua/archive/29_2020/part_3/11.pdf
6. Писарська Н. В, Гомон А. М, Заверющенко М. П. «Наукова термінологія у сучасній публіцистиці: особливості застосування». Том 34 (73) № 1 Ч. 2 2023, С. 187-192. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/1685a56d-9963-4d89-ba1d-b69d9cf1340e/content>
7. Харченко О. В. Особливості розвитку сучасної журналістської термінології англійської мови (1960 - 1990-ті роки): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ: Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, 1999. 234 с.

Наукове видання

**МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО
ДІАЛОГУ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ**

**Збірник матеріалів
V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

27-29 травня 2026 року

Дизайн та верстка: В.С. Назарчук

Підписано до друку 27.05.2026 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Гарнітура Arial Narrow. Цифровий друк.

Ум. друк. арк. Наклад 100.

Віддруковано з готового оригінал-макету.

Видавець і виготовлювач : Одеський національний морський університет

Україна, 65009, м. Одеса, вул.Мечникова, 34 Тел.:

+38 (048) 732-17-35

E-mail: **office@onmu.org.ua**

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7024 від 23.12.2019 р.

ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

ФІЛІЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА
«НАЦІОНАЛЬНА СУСПІЛЬНА ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ УКРАЇНИ»
«ОДЕСЬКА РЕГІОНАЛЬНА ДИРЕКЦІЯ»

УЛ: ОДЕСА

ОДЕСЬКА ОБЛАСНА ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНА ГАЗЕТА
«ЧОРНОМОРСЬКІ НОВИНИ»



ПРОФЕСІЙНА СПІЛКА РОБІТНИКІВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ



СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНА РЕГІОНАЛЬНА ГАЗЕТА «ВЕЧІРНЯ ОДЕСА»

