

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**



«МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ»

Тези доповідей
XV міжнародної науково-практичної конференції
студентів і молодих вчених
м. Київ, 29 травня 2024 р.

Київ
Університет «Україна»
2024

УДК 316.774

*Затверджено до друку Вченою радою
Інституту філології та масових комунікацій
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
(протокол №11 від 29.06.2024 р.)*

Відповідальний за випуск: Сергій ПАЛІЄНКО

Редакційна група Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»: Петро ТАЛАНЧУК (головний редактор), Ганна ДАВИДЕНКО (заступник головного редактора), Оксана КОЛЯДА, Ірина ТАЛАНЧУК, Анастасія БАЗИЛЕНКО, Сергій ПАЛІЄНКО, Людмила ТАНСЬКА.

МЗ1 Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі : тези доповідей XV міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених, (м. Київ, 29 травня 2024 року). — К.: Університет «Україна», 2024. — 60 с.

ISBN 978-966-388-712-8

DOI: <https://doi.org/10.36994/978-966-388-712-8-2024-60>

У збірнику вміщено тези доповідей XV міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених «Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі», в яких відображено результати наукових досліджень у сфері культурології, масових комунікацій, філології, перекладознавства та туризму.

УДК 316.774

ISBN 978-966-388-712-8

© Університет «Україна», 2024

Секції 1-2. «Документознавство та інформаційна діяльність у системі сучасних наукових досліджень» та «Соціокультурні аспекти розвитку туристичної галузі»

Михайло Олійник

Культурологічні аспекти туризму в сучасних українських дослідженнях

При вивченні культурологічних аспектів туризму надзвичайно важливим є термінологічне визначення як самої дисципліни, так і її предметного поля. Адже і культура, і туризм являють собою складні та багатогранні соціальні феномени, які розглядаються тривалий час багатьма дослідниками та з різних позицій. Тому буде актуальним проаналізувати підходи українських вчених щодо цієї проблеми задля визначення спільного та відмінностей, що допоможе уникнути непорозумінь у майбутньому дослідженнях, викликаних різним змістом однакових термінів.

Відповідно метою даної доповіді є вивчення підходів українських дослідників до визначення культурології туризму як дисципліни та її предметного поля.

Так, ще в 2006 році вийшла стаття І.В. Братуся та В.А. Сіверса, присвячена культурологічним аспектам туризму. У ній дослідники висловлюють ідею, що дослідження культурологічної складової туризму полягає у вивченні механізмів, засобів та способів розуміння того, як в індивідуальній свідомості суб'єкта туристської діяльності відбувається трансформація та закріплення культурно значущої інформації. Відповідно культурологія туризму – це вивчення смислів того, що в історії отримує статус культурної події внаслідок її об'єктивізації (пам'ятки, природні зони, культові споруди, мистецькі витвори тощо), і до якої спрямований енергетичний потенціал руху особистості з метою отримання певного ціннісного ефекту шляхом здійснення подорожі, а також вивчення форм, засобів і методів такої подорожі [2].

Трохи згодом з'являється публікація В.В. Маслова, який до культурологічного аспекту дослідження туризму поміщає людину, туристичний статус якої реалізується через культурні відносини, зв'язки, поведінку. Відповідно, на думку цього дослідника, визначення соціокультурних вимірів

туризму допомагає з'ясувати його зміст і смисл як форми життєдіяльності людей. Причому особливого значення для культурологічного аналізу феноменів туризму набуває поняття цінності. Загалом же такий аналіз – вважає В.В. Маслов – це, насамперед, пошук відповіді на питання про культурну цінність туризму, як в суспільному, так і в особистому масштабі [4].

На початку 2010-х рр. два перші згадані автори разом з іншими колегами присвятили культурології туризму окремий розділ у колективній монографії з туризмології, де повторили висловлені в розглянутій статті тези, а також внесли певні доповнення. Що ж стосується культурології туризму, то автори пишуть, що вона являє собою вивчення і осягнення сенсів тих видів подорожей, які стають шляхами руху людського духу в осяганні самого себе. При цьому ця дисципліна набуває методологічного статусу, адже може дослідити ті смисли феномену туризму, які мають культурно-історичні маніфестації у процесі досягнення певного культурного результату, постаючи іноді як сам результат [5, с. 106].

Наприкінці того десятиліття до осмислення культурології туризму звернулася й В.В. Любарець. На думку цієї авторки, при системному розгляді та постає як ряд систем культурної діяльності, що формуються туристами в подорожах, і дозволяє досліджувати, розвиватися, пізнавати. З позиції ж культури ця дисципліна вивчає систему знань про туризм, і це дає можливість додатково вивчати його зміст як об'єкта культури. Одночасно культурологія туризму є й одним з напрямків вивчення культури бізнесу, поєднуючи вивчення туризму і культури, сприяючи при цьому подальшому розвитку і поглибленню туризмології [3].

У своїй статті, опублікованій на початку 2020-х рр., П. Берест. підтримує усі наведені вище тези, і висловлює думку, що дана дисципліна поєднує в собі різноманітні міждисциплінарні студії, а також сприяє подальшому розвитку самої культури та суспільства [1].

Отже, підсумовуючи викладене вище, можна зазначити, що ядро розглянутих концепцій українських вчених складає визначення культурології туризму як дисципліни, яка вивчає опанування людиною культури засобами

туризму, тобто під час подорожей. При цьому можна виділити більш вузький підхід, що обмежується лише наведеним визначенням, та більш широкий, який розширює предметне поле і до вивчення культури бізнесу.

Література:

1. Берест П. Культурологічні складові виникнення туристичних дестинацій в центральній Україні в XIX столітті. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: науковий збірник*. 2021. Вип. 39. С. 99–107. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v39i.504>.
2. Братусь І.В., Сіверс В.А. Культурологічні аспекти туризму. Вісник Національного авіаційного університету. 2006. №1(3). С. 127–135.
3. Любарець В.В. Культурологія туризму. *Дні науки філософського факультету – 2017* : Міжнародна наукова конференція, 25-26 квітня 2017 р. / КНУ імені Тараса Шевченка. Ч. 4. Київ, 2017. С. 152–154.
4. Маслов В.В. Культурологічний аналіз феноменів сучасного туризму *Праксеологія туризму: тези загальнокафедральної теми Кафедри філософії і соціальних наук КУТЕП*. К., 2009. С.37–43.
5. Сіверс В.А., Братусь І.В., Любимий Я.В., Слободенюк Е.В. Культурологія туризму. *Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія* / За заг. ред. В.К. Федорченка. Київ, 2013. С. 104–120.

Арсен Ключков

Інформаційна культура: підходи українських вчених до визначення поняття

В умовах повномасштабної війни України з РФ особливого значення набуває інформаційна сфера, яка також є одним з вимірів протистояння. У зв'язку з цим надзвичайно важливою є інформаційна культура, розвиток якої дозволяє населенню уникнути ворожого впливу та вберегти себе від дезінформації. Ця тема досліджується тривалий час, проте багато робіт побачили світ ще у минулому десятилітті. Тому надзвичайно актуальним є огляд сучасних досліджень українських вчених з цієї теми.

Обсяг доповіді не дозволяє розкрити всі аспекти цієї проблеми, обмежуючись лише одним із них. Метою дослідження є аналіз визначень

поняття «інформаційна культура» у працях українських дослідників, опублікованих у 2020-ті рр.

Так, Н.С. Уханова трактує інформаційну культуру особистості як відображення комплексу матеріально-інтелектуальних цінностей людини, які дозволяють ефективно застосовувати різноманітні способи роботи з інформацією, зокрема, бути учасником інформаційних правовідносин. Проте дослідниця розглядає дане поняття в контексті інформаційного права. У такому випадку, на її думку, основними ознаками інформаційної культури особистості є те, що та виступає вираженням правової свідомості особистості; залежить від зовнішніх джерел інформації; є наслідком формування інформаційного суспільства; виступає одним із індикаторів правової свідомості [4, с. 165].

Іншою авторкою, яка у своїй роботі розглядає дане поняття, є Т.І. Чаркіна. Вона вважає, що інформаційну культуру можна визначити як алгоритм поведінки людини в інформаційній сфері, орієнтований на інформаційне забезпечення людської діяльності. Дане поняття поєднує у собі комплексну характеристику особистісних, культурних, професійних якостей, що відповідають вимогам сучасності. При цьому визначальним чинником є інформація, зокрема вміння працювати з нею, критично осмислювати, творчо використовувати та відтворювати, а також знання про інформаційне середовище, закони його функціонування та розвитку. Інформаційна культура є інтегральним поняттям і формується сумісно із загальною культурою суспільства, зазнаючи таким чином впливу з боку сукупності всіх елементів останньої [5, с. 67–68].

До зазначеної проблеми в своїй статті звертаються Л.В. Ковальчук та Т.В. Міхайліна, які визначають інформаційну культуру як рівень досягнутого розвитку інформаційних зв'язків у суспільстві, а також як специфічну сферу життєдіяльності людей в інформаційній сфері, в якій відзначається ступінь досягнутого, тенденції розвитку. Дослідники також розкривають і склад даного поняття, куди, на їх думку входять: культура пошуку інформації, націлена на пошук ідей; переробка інформації, створення нових баз даних; культура ділового спілкування; здатність до самооцінки власної поведінки та дій; знання

етичних норм використання інформації та їх застосування. Наприкінці автори також згадують, що інформаційна культура певним чином співвідноситься з правовою культурою та професійною правничою етикою [2, с. 40–41].

О.В. Прудникова вважає інформаційну культуру складним поліфункціональним феноменом сучасного соціального буття, яка вбирає в себе етичні норми та принципи, що знаходять своєрідну інтерпретацію в її межах у зв'язку з особливими параметрами існування віртуального світу, закономірностями трансформацій взаємодії людини з інформаційними технологіями. Що стосується структури інформаційної культури, то на думку дослідниці, остання є поєднанням декількох елементів, таких як коректне поводження з інформацією та інформаційними технологіями, наявність знань про закономірності функціонування інформаційного середовища та дотримання етичних норм в інформаційному та віртуальному світах [3, с. 13].

На думку Ю.І. Горбаня та О.М. Олійник, інформаційна культура стосується здатності як окремих людей, так і спільнот, ефективно отримувати доступ, оцінювати та використовувати інформацію в різних формах [1, с. 382–384].

Отже, ядром усіх розглянутих визначень є вміння працювати з інформацією, а в залежності від напрямку досліджень, у дане поняття включаються правовідносини в інформаційній сфері, пов'язані з нею етичні норми та принципи, а також закономірності й особливості функціонування віртуального світу. При цьому в двох публікаціях інформаційна культура розглядається в контексті правової культури, у двох в контексті соціальної сфери, а в одній – культури загальної.

Література:

1. Горбань Ю., Олійник О. Інформаційна культура в контексті глобальних трендів сучасного суспільства. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку* (Напрям: культурологія). 2024. Вип. 48. С. 382–389. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.801>.

2. Ковальчук Л.В., Михайліна Т.В. Інформаційна культура як феномен інформаційного суспільства. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2023. №3. С. 38-41.

3. Прудникова О.В. Феномен інформаційної культури у вітчизняному науковому дискурсі. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2023. Вип. 4 (59). С. 6–16. <https://doi.org/10.21564/2663-5704.59.289689>

4. Уханова Н.С. Інформаційна культура особистості: сутність і зміст. *Інформація і право*. 2021. № 1 (36). С. 159–166.

5. Чаркіна Т.І. Проблеми дослідження інформаційної культури. Актуальні проблеми філософії та соціології : науково-практичний журнал. 2021. Вип. 33. С. 67–71.

Антоніна Коротєєва

Овертуризм – ознака післяепідеміологічного туризму

Відновлення світового туристичного потенціалу після міжнародної туристичної кризи спричиненої епідемією COVID-19 здійснюється поетапно: 2022 рік – відновлення міжнародних подорожей після пандемії, останньою європейською країною, що відмінила вимогу пред'явлення сертифікатів про вакцинацію була Іспанія на тлі заяв МООЗ про те, що до осені 2022 понад 600 млн. осіб в світі перехворіли і утворився стійкий колективний імунітет проти хвороби; 2023 рік – туристи мотивувалися бажанням отримувати від поїздок максимально, надолужували втрачені можливості, відкладений забезпечений грошима попит надмірно тиснув на ринкову пропозицію туристичних послуг, споживачі шукали нових вражень, занурювалися у культурно-історичну атмосферу країни тимчасового перебування; в останньому кварталі року Європейська туристична комісія (ЕТС) зафіксувала параметри потоку іноземних туристів до європейських країн майже на докризовому рівні (з різницею в -1.6%); 2024 рік - трендами вибору туристів стають, по-перше, відновлення здоров'я, бажання зустрічей з близькими людьми; по-друге, пошук глибоких позитивних вражень; по-третє, вибір – не відкладати на перспективу життєво важливі бажання. На думку експертів, користуватися попитом будуть: астротуризм, екодайвінг, спортивно-подієвий та концертний туризм, подорожі за «охолодженням» у північні країни літнього сезону, подорожі в «не сезон»,

спонтанні подорожі без плану, подорожі «цифрових кочівників», курортно-лікувальні та оздоровчі тури, тощо.

Овертуризм або надлишковий туризм передбачає формування туристичних потоків, що перевищують межі допустимих параметрів та призводять до небажаних наслідків, серед них: руйнування екологічної рівноваги, надмірне навантаження на туристичну інфраструктуру, і як результат, падіння якості обслуговування, зношення або руйнування об'єктів туристичної спадщини та значне ускладнення умов проживання для місцевих мешканців. Овертуризм має соціальні наслідки – протести місцевого населення через виснаження вичерпних ресурсів, зокрема водних на островах, що призводить до посухи; постійні черги до соціальних, банківських установ, ресторанів, кафе, барів; перевантаження громадського транспорту; створення труднодоступності пляжів та установ розваг та дозвілля.

Реакція на виклики овертуризму формувалася як стихійно, так і на рівні державного та місцевого регулювання. Стихійні протести на острові Тенеріфе в Іспанії об'єднали інтереси місцевих жителів та представників 20 суспільних екологічних організацій щодо обмеження надмірного припливу туристів. Хоча туристична галузь в середньому створює 35% річного ВВП Канарських островів протестувальники висувають вимоги щодо зменшення тиску на навколишнє середовище, острівну інфраструктуру, ринок житла шляхом обмеження кількості відвідувачів та тимчасової заборони на продаж нерухомості іноземцям.

Прикладом стримування надлишкових туристичних потоків на місцевому рівні можна вважати досвід рестриктивних заходів місцевого врядування в Італії. Зокрема, з квітня 2024 Венеція ввела туристичний податок на відвідання міста-лагуни для одноденних туристів в суботу та неділю, на свята, з 8.30 до 16.00 – 5 євро; та вже за першу декаду до казни міста поступило додаткових майже 1 млн. євро, що будуть спрямовані на утримання каналів, доріг, будівель. За принципом Венеції плату за вхід для нерезидентів вводять в містечках на узбережжі озер Комо та Лаго-Маджорі. У Флоренції введено заборону на розширення масштабів здачі в оренду житлового фонду. В Чінкве Терре

відповідно рішень місцевої влади потрібно бронювати заздалегідь місце і час, щоб проїхати через Via dell Amore – пішохідну дорогу вздовж моря з чарівним краєвидами. В Доломітах, щоб подолати гірські перевали, також потрібно забронювати проїзд автомобіля, мотоцикла. На Сардинії відвідати пляжі можна за попередньою реєстрацією при вході – 3,5 євро. Влада Сицилійських островів Лампедуза та Ліноза та островів Неаполітанської затоки – Капрі, Іскія, Прочіда – заборонила використання транспортних засобів нерезидентів на період з 25.07 до 5.09.2024.

Регулювання овертуризму також практикують шляхом переорієнтації туристичних потоків до менш відомих та розкритих туристичних дестинацій. В Нідерландах туристам пропонують відвідувати не Амстердам, де заборонено круїзним лайнерам заходити до центральних каналів, будувати нові готелі в історичному центрі, застосовано найвищий туристичний податок в Європі, а подорожувати до міста Лейден у Північній Голандії. В Греції використовують обмеження на відвідування афінського Акрополя, також ввели додатковий кліматичний податок для нерезидентів, посилили правила користування пляжами, тому рекомендують замість столиці відвідати острови Мілос, Фолегандрос. В Японії в Токіо вводять обмеження на кількість туристичних відвідувань, але одночасно влада опікується розширенням транспортних послуг, альтернативою пропонується відвідування міста Фукуока.

На Балі влада пропонує відмовитися від масового туризму шляхом введення квот на в'їзд іноземців – обов'язкове попереднє реєстрування і отримання дозволу на в'їзд за рік до поїздки – з метою боротьби з «невихованими» туристами, які вирізняються асоціальною поведінкою, пиятикою, нічними розвагами в містах.

Ще одним шляхом регулювання наслідків надмірного туризму є розгалужена система штрафів за порушення норм соціальної поведінки.

Таким чином специфічне явище овертуризм потребує контролю влади на місцевому на державному рівнях щодо обмеження, регулювання в часі та переорієнтації надмірних туристичних потоків.

Інформаційний сервіс публічних бібліотек в сучасному комунікаційному просторі

В останнє десятиліття діяльність публічних бібліотек України зазнає радикальних змін, адже, якщо традиційна бібліотека була фізичним простором для книг, журналів та інших друкованих джерел, сучасна публічна бібліотека України перетворюється на інформаційний простір з вільним доступом до величезної кількості джерел інформації, стає осередком масової комунікації різних груп населення.

Сьогодні знаходити, оцінювати і використовувати інформацію – це вміння, що є надважливим у цифрову еру. Читач, студент, науковець, який має ці навички, отримує значно більшу перевагу від їх вивчення і досліджень.

Бібліотека стає важливим відкритим простором для отримання і вивчення інформації і знань користувачами, для обігу цієї інформації, свого роду особливою ланкою в системі масової комунікації.

Новітні інформаційні технології збагачують можливості бібліотек в організації надання доступу до різних джерел інформації. Не менш вагомим у діяльності сучасної публічної бібліотеки є використання фізичного простору установи для якісних і різноманітних робочих просторів. Групові кімнати, пуфи, крісельця, зручні диванчики, автономні робочі місця дозволяють користувачам використовувати бібліотеку по- новому.

Якщо публічна бібліотека розраховує залишатися актуальною для своєї громади, вона має спрямовувати свої інформаційні послуги в тому ж напрямку – до технологічної інформації. Наразі потрібні інтерактивні бібліотеки, які заохочують використання технологій так само, як і використання книг. Бібліотеки, де читачі можуть самовиражатись та вгамовувати свій інформаційний голод, відчувати себе вільно, вчитися і самовдосконалюватися. Правильне розуміння трансформації публічної бібліотеки-це дійсно те, що потрібно суспільству, якому потрібні бібліотеки 21 століття, які відповідають, а може й випереджують інформаційні потреби глобалізованого століття.

Інтернет-ресурси також надають широкі можливості для пошуку та отримання необхідної інформації та все більше наближають сучасні публічні бібліотеки в Україні до створення віртуальних бібліотек.

Інноваційна технологія комплектування зумовлює новий підхід до накопичення документно-інформаційних ресурсів бібліотеки. Застосування новітніх інформаційних технологій допомагає відділу комплектування оперативно знайомитись з асортиментом книжкового ринку, використовуючи нові форми та джерела комплектування.

Неабияке значення для формування фонду публічних бібліотек в сучасних умовах мають електронні книги та журнали. Технологія представлення електронних документів розвивається в двох напрямках:

- за допомогою зчитувальних пристроїв, що дозволяють завантажувати текстові файли в якості електронної книги;
- шляхом створення електронних книг в он-лайнному доступі.

Формування традиційного та електронного фондів має відбуватися у тісному взаємозв'язку, оскільки вони повинні доповнювати один одного і забезпечувати бібліотечно-інформаційне обслуговування на якісному рівні.

Контент електронних бібліотек становлять: електронні версії видань, що випускаються бібліотеками; документи методичного, нормативно-правового характеру; колекції відсканованих видань з бібліотечного фонду, вільні від зобов'язань по авторському праву. Є різні версії відношення до інформаційних джерел віддаленого доступу. Одні спеціалісти вважають, що до складу електронної бібліотеки можуть входити тільки документи, що знаходяться на сервері бібліотеки. Інші притримуються точки зору, що документи, до яких забезпечений доступ на постійній основі являються елементом електронної бібліотеки і відомості про них, по можливості, повинні бути включені в електронний каталог.

Бібліотечні фонди України сьогодні є не лише культурним надбанням народу, чинником його суспільного прогресу, але й однією зі складових загальнодоступного інформаційного ресурсу держави. Від того, наскільки

якісно і повно вони сформовані, залежить ефективність роботи книгозбірень із задоволення різноманітних інформаційних потреб суспільства.

Література:

1. Бережна К. Інформаційний сервіс публічних бібліотек України: напрями розгортання в комунікаційному просторі. *Вісник Книжкової Палати*. 2016. №11. С. 9-12.
2. Вилегжаніна Т. Фонди публічних бібліотек як частина інформаційного простору країни. *Бібліотечна планета*. 2019. №2(84). С. 4-6.
3. Воскобойнікова-Гузєва О.В. Соціокомунікаційна діяльність бібліотек України в новітніх умовах. *Бібліотечний вісник*. 2016. №1. С.12-17.

*Тарас САГАЙДАЧНИЙ
Іван МАЛЬОВАННИЙ*

Місце та роль електронних бібліотек в інформаційному обслуговуванні осіб з особливими потребами

У сучасному інформаційному суспільстві усе більшої актуальності набуває потреба розширення можливостей зручного подання інформації для осіб з особливими потребами в різних доступних для їхнього сприйняття форматах. Розробляються та вдосконалюються інформаційні технології, методи та засоби, що реалізують комплектування та формування фондів бібліотек спеціалізованими інформаційними продуктами, що інтегрують інформацію різних типів для забезпечення інформаційних потреб осіб з різними формами нозології.

Важлива роль у цьому напрямку належить діяльності із створення бібліотечних баз даних та повнотекстових електронних бібліотек. Саме електронні бібліотеки повинні стати провідними бібліотечними інститутами, що забезпечують інформаційну підтримку та супровід освітніх та соціокомунікаційних процесів для осіб з особливими потребами.

Електронні бібліотеки фактично стають цифровими аналогами традиційних бібліотек, але в них за допомогою програмно-алгоритмічних комплексів створюється інформаційне середовище, яке надає можливості покращення доступу до інформації особам з особливими потребами.

Таким чином електронні бібліотеки стають є посередником між інформаційними потребами користувачів та адаптованим для їх забезпечення контентом. Н. Кунанець виділяє чотири групи завдань, виконання яких необхідне для ефективного забезпечення цього посередництва:

1. *Відбір контенту*: бібліотека аналізує та відбирає якісний контент, орієнтований на інформаційне забезпечення користувачів з різними нозологіями.

2. *Структурування контенту*: бібліотека структурує контент відповідно до можливостей сприйняття інформації користувачів з особливими потребами.

3. *Збагачення контенту*: бібліотека поповнює вміст електронної бібліотеки метаданими, екстрагованими бібліотекарями з наявних джерел.

4. *Бібліотечне обслуговування*: надання доступу до контенту для його використання користувачами.

Для ефективного і результативного аналізу та відбору відповідного контенту для поповнення фонду електронних бібліотек, а також пошуку в них релевантної інформації необхідні відповідні пошукові технології. В сучасних електронних бібліотеках використовуються два взаємопов'язаних підходи до пошуку: методи інформаційного та мультимедійного пошуку та пошук на основі метаданих.

Утвердження соціальної місії бібліотек як інституту, що забезпечує основні права людей з особливими потребами при доступі до різних видів інформації, інтелектуальної і творчої діяльності, спонукає до модернізації їх роботи, набуття функціональних засад інформаційно-ресурсного центру, який покликаний забезпечувати доступність і поширення інформаційних ресурсів для осіб з фізичними обмеженнями, а також поєднувати в собі інформаційні, освітні і загальнокультурні функції.

Література:

1. Басиста А. В. Захист прав людей з інвалідністю в практиці ООН та Ради Європи. Київ, 2017. 20 с.

2. Бондаренко В. Бібліотечне інтернет-обслуговування: стан та перспективи : монографія. Київ, 2016. 276 с.

3. Геркена В. Л. Забезпечення доступу до інформації людям з обмеженнями в життєздатності. Праці 10-ї Міжнародної конференції. Київ, 2003. Т.2. С. 1045–1050.

4. Дворкіна М. Я. Інформаційне обслуговування: соціокультурний підхід. Київ: 2001. 111 с. (Сучасна бібліотека; вип. 11).

5. Кунанець Н. Е. Інформаційно-бібліотечне обслуговування користувачів з особливими потребами: історія та сучасність : монографія. Львів : Галицька видавнича спілка, 2013. 439 с.

Андрій Гапонюк

Метамодернізм: напрями сучасних українських досліджень

Наш світ постійно змінюється, і кінець історії, проголошений Фукуямою зрештою виявився кінцем постмодерну. Проте питання, що саме прийде йому на зміну, тривалий час було дискусійним. Вченими було запропоновано низьку термінів і концепцій: пост-постмодернізм, цифромдернізм, автомодернізм, псевдомодернізм, альтермодернізм, але найбільш поширеним і загальноприйнятим стало поняття «метамодернізм». Дана концепція була запропонована Тімотеусом Вермюленом (Timotheus Vermeulen) та Робіном ван ден Аккером (Robin van den Akker) і розроблялася Люком Тернером (Luke Turner). Як зазначають перші два автори, метамодернізм ніби розгойдується між постмодернізмом і модерном, намагаючись подолати протиріччя між ними. Іншими словами, метамодернізм – це вияв сучасного глобального культурного процесу, в рамках якого протилежності трактуються, як складові істини, і кожен може самостійно обирати, у який її бік схилитися в той чи інший момент, безперервно продовжуючи пошуки.

Дана концепція широко застосовується для пояснення сучасних культурних явищ, і Україна також не є виключенням. До цієї теми протягом останнього десятиліття звертаються представники різних гуманітарних наук: філософії, культурології, літературознавства тощо. Тому буде актуальним дослідити, на яких саме аспектах проблеми фокусують увагу ти чи інші українські науковці. Саме це і ставить собі за мету ця доповідь.

Отже, культуролог І.В. Петрова аналізує метамодернізм як культурологічну концепцію [5]. Авторка наводить коротку історію вживання самого терміну, робить огляд основних праць, присвячених цьому явищу, і звертає увагу, що сучасні науковці розглядають метамодернізм як культурну парадигму, філософську течію або ж період історичного розвитку культури. На думку І.В. Петрової, сутність метамодернізму як культурологічної концепції зводиться до мови чуттєвості, яка задля розуміння сучасних культурних виявів, цілісно сприймає домінуючі в культурі тенденції, поєднуючи стилі та умовності минулого із стратегіями й пристрастями сучасності.

Філософія О.І. Оніщенко розглядає як сам феномен метамодернізму, так і його вплив на сучасне мистецтво, зокрема намагається дати оцінку «новій естетичній чуттєвості» – *quirky* [2]. Зробивши екскурс в історію становлення й розвитку постмодернізму, дослідниця переходить до огляду основних праць, присвячених власне метамодернізму, а також наводить його конкретні вияви на прикладі сучасного кіно і зупиняється на феномені «*quirky*». У результаті вона дійшла висновку, що обидва феномени культуротворення ще досі перебувають у процесі становлення і мають слугувати об'єктом для подальших досліджень.

Літературознавець В. Пахаренко у своїй статті аналізує вияви метамодернізму в сучасній українській літературі [3]. Так, дослідник наводить основні настанови модерну, постмодерну та метамодернізму, і визначає останній як глобальний культурний процес сьогодення, якому притаманне коливання між двома протилежностями й одночасне їх використання. Окрім цього, автор описує основні стильові риси метамодерністського мистецтва, наводить конкретні приклади, а також деталізує вияви метамодернізму в українській культурі.

Інша спеціалістка з літературознавства – С.О. Чернишова у своїй статті розглядає дослідження, присвячені проявам метамодернізму в сучасній літературі [4], звернувши увагу на зв'язок останнього з модернізмом. У результаті вона дійшла висновку, що у проаналізованих працях відзначено тяжіння художніх текстів до модерністської естетики, і дистанційованість від постмодерної гри значеннями і змістами.

Культурологія О.І. Губернатор розглядає метамодернізм як нову парадигму сучасних культурних практик і намагається виявити його особливості [1]. Спираючись на праці зарубіжних і вітчизняних вчених, вона наводить основні риси як самого метамодернізму, так і відповідних культурних практик, наголосивши, що останні не відмовляються від характерних жанрів та прийомів постмодерну, а пропонують власні підходи до їх використання.

Отже, до теми метамодернізму зверталися українські дослідники – фахівці з культурології, літературознавства та філософії. Представники першої науки розглядали його вияви в системі культури, зокрема особливості відповідних культурних практик, акцентуючи увагу на особливостях метамодернізму як культурологічної парадигми. Дослідження літературознавців зосереджені навколо проявів даного явища в сучасній зарубіжній та українській літературі, також вони підкреслюють його зв'язок з модернізмом. Особливостями же підходу філософів є феноменологічний розгляд даного явища та дотичного до нього явища «quirky». При цьому необхідно констатувати, що прояви метамодернізму в сучасній Інтернет-культурі досі залишаються поза увагою дослідників, а тому ця тема стане об'єктом подальших досліджень автора.

Література:

1. Губернатор О.І. Метамодернізм як нова парадигма сучасних культурних практик. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 1. С. 109–114.

2. Оніщенко, О.І. (2021). Метамодернізм: теоретична реальність чи «Фігура Філософії»? Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого. №27–28. С. 137-144. <https://doi.org/10.34026/1997-4264.27-28.2021.238837>

3. Пахаренко В. Метамодернізм як художній напрям: роздуми про новий тип світосприйняття. *Українська мова та література*. 2021. № 7–8. С. 56–68.

4. Чернишова, С.О. (2023). Домінанти метамодернізму: критична рецепція. *Сучасні літературознавчі студії*, 20, 85–90. <http://literature-studio.knlu.edu.ua/article/view/293576>.

5. Petrova, I. (2020). Metamodernism as a Concept of Cultural Studies. Issues in Cultural Studies, (36), 14-23. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221039>.

Євгеній Головатий

Теоретичні аспекти дослідження культури в працях сучасній українських етнологів

Українська нація зіткнулася з важкими випробуваннями, відстоюючи Незалежність і суверенітет власної держави. І в такий час особливого значення набуває власна автентична культура, яка спотворювалася та пригнічувалася протягом тривалого періоду. Щоб відродити культурну самобутність, у нагоді стає етнологія – наука, об’єктом вивчення якої є етнос і процеси його розвитку. Дослідженням української традиційної культури за радянських часів займалася етнографія, завдання якої зводилися лише до опису та спостережень. Проте після здобуття Україною Незалежності, їй на зміну прийшла етнологія, метою якої є проникнення в сутність процесів, що вивчаються, шляхом їх теоретичного осмислення. Але чи дійсно в українській етнологічній науці відбулися глибинні зміни в підходах, або ж зміни стосувалися тільки назви дисципліни? Відповідь на це питання сьогодні є актуальною як ніколи, адже після Перемоги відродження української культури має будуватися на міцному теоретичному підґрунті.

Отже, метою даної доповіді є аналіз вивчення теоретичних аспектів культури в працях сучасних українських етнологів. У якості джерел виступають монографії та статті, що вийшли з 2017 року, і авторами яких були українські етнологи.

Як показує аналіз публікацій, розміщених на сайті Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України, сучасні українські дослідники фактично не приділяють увагу вивченню теоретичних аспектів етнології, що можна проілюструвати за допомогою монографій, виданих даним інститутом. Наприклад, у книгах Н. Стішової «Українські календарні свята осіннього циклу» [5] та Й. Вархола «Календарна та сімейна обрядовість українців Словаччини» [1] має місце

досить ґрунтовний опис, аналіз та узагальнення емпіричного матеріалу, проте немає не тільки жодного теоретичного підрозділу, але не розглянуто жодну теоретичну проблему, пов'язану з темою дослідження. У монографії М. Олійник «Український одяг у системі міської культури Києва (друга половина ХІХ – початок ХХІ століття)» розгляд теоретичних питань зведено лише до одного абзацу, де авторка коротко торкається термінології, яка використовується для позначення вбрання [4, с. 62–63]. Також у періодичних виданнях даного інституту за цей період відсутні статті, присвячені теоретичним питанням української етнології.

Тим не менш, в українських етнологів наявні й теоретичні праці. І тут необхідно відзначити, перш за все Ю.І. Нікішенко. Так, дослідниця у відповідному розділі колективної монографії розглядає зміст основних понять, які використовуються етнологами та культурологами, зокрема, «етнос», «етнічність», «етнічна культура» і «традиційна культура» [2]. У іншій своїй статті Ю.І. Нікішенко аналізує зміст поняття «матеріальна культура» [3]. На нашу думку, такий інтерес до теорії можна пояснити тим, що авторка працює на кафедрі культурології НаУКМА, а отже, міждисциплінарний синтез і звернення то культурологічної теорії можуть бути одним із способів теоретизації сучасної української етнології.

Таким чином, можна констатувати, що переважна більшість українських етнологів у своїх працях не розглядає теоретичні проблеми, і преш за все, тут мова йде про співробітників Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського НАН України. Однак є вчені, які досліджують і цю сферу, зокрема слід відзначити Ю.І. Нікішенко – співробітницю кафедри культурології НаУКМА. Відповідно, звернення українських етнологів до теоретичних концепцій культурології та їх колаборація з культурологами можуть допомогти теоретизувати українську етнологію, що дасть змогу глибше осмислити традиційну культуру нашого народу.

Література:

1. Вархол Й. *Календарна та сімейна обрядовість українців Словаччини*. Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України, 2019. 268 с.

2. Нікішенко Ю.І. Етнологія та культурологія: спільні проблемні поля культуроцентричного світу. *Культурологія: Могилянська школа: колективна монографія* / наук. ред. та упоряд. М.А. Собуцький, Д.О. Король, Ю.В. Джулай. Київ, 2018. С. 205–234.

3. Нікішенко Ю. Матеріальна культура та окремі її складові в працях етнологів та культурологів. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Музеєзнавство і пам'яткознавство*. 2018. Вип. 1. С. 103–112.

4. Олійник М. *Український одяг у системі міської культури Києва (друга половина XIX – початок XXI століття)*. Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України, 2017. 312 с.

5. Стішова Н.С. *Українські календарні свята осіннього циклу*. Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України, 2017. 240 с.

Артем Ткаченко

Визначення традиційної культури в працях сучасних українських дослідників

Сьогодні, коли українці зі зброєю в руках відстоюють незалежність і територіальну цілісність нашої Держави, у нашому суспільстві наявний значний інтерес до відродження народних традицій і до української традиційної культури загалом. І хоч існує велика кількість наукових розвідок, присвячених конкретним аспектам цієї теми, теоретичних публікацій достатньо мало. Однак вивчення будь-якої наукової проблеми потребує чіткості та однозначності понять, які використовуються в дослідженні. Тому буде актуальним розглянути традиційну культуру саме в теоретичному плані.

Метою даної доповіді є аналіз визначень поняття «теоретична культура», наявних в працях українських вчених – етнологів і культурологів.

Перш за все, треба зазначити, що багато українських дослідників, які вивчають традиційну етнічну культуру українців, у своїх працях не наводять визначення цього поняття. Так, відома етнологиня – В.К Борисенко у своїй статті, безпосередньо присвяченій цій темі, констатує, «що в XV–XVIII ст. традиційна народна культура становила абсолютно розвинений феномен зі

складною системою матеріальних і духовних компонентів, регулятивних функцій повсякденного життя українців, з багатством різних жанрів усної народної творчості», не пояснивши, що саме вона розуміє під означеним поняттям [1, с. 38]. Однак у деяких працях інших дослідників подібні визначення наявні.

Так, М.А. Козловець зазначає, що традиційна культура містить в собі культурні шари різних епох і проявляється в її самоідентифікації з етносом, нацією, в народних традиціях, стереотипах соціальної поведінки і діях, повсякденних уявленнях, виборі культурних еталонів і соціальних норм, орієнтації на певні форми світогляду, в ментальності людей. При цьому, на його думку, традиційна, народна культура значною мірою збігається з етнічною, набуває яскраво виражений соціальний, національний компонент, змикається з різноманітними субкультурними утвореннями, із релігійними віруваннями зокрема. Відповідно функцією традиційної культури є унормування усіх аспектів життєдіяльності окремих людей, їх груп і суспільства загалом. До аспектів, які регулюються в рамках традиційної культури, даний дослідник відносять уклад життя, форми господарської діяльності, звичаї, обряди, регулювання стосунки між людьми власної та іншої віри, тип сім'ї, виховання дітей, ставлення до природи, світу, а також легенди, вірування, повір'я, знання та мову [2, с. 72].

Н.В. Марчук так само відстоює точку зору про злиття традиційної культури з етнічною чи національною. Адже, на її думку, традиційна культура – це культура, для якої характерні панування традицій, міфологічних та релігійних уявлень, колективістські стосунки між людьми, і для якої основоположним є поняття традиції – універсальної форми фіксації, закріплення і вибіркового збереження тих чи інших елементів соціокультурного досвіду, а також універсального механізму його передачі, що забезпечує стійку історико-генетичну спадкоємність в соціокультурних процесах. При цьому традиція виступає детермінантою суспільного життя [3, с. 80].

Проте інша дослідниця – Ю.І. Нікішенко вважає, що поняття «традиційна культура» та «етнічна культура» функціонально чітко не розділені, а їх зміст не

сформульовано, однак їх використання в якості синонімів, що зустрічається доволі часто, на її думку, є невірним з позицій теорії. Дослідниця дає визначення другому поняттю. Етнічна культура – це комплекс процесів та зв'язків, що забезпечують існування етносу в просторі й часі, його розвиток і стабільність, як окремого організму. При цьому етнічна культура чітко структурована та має декілька рівнів функціонування. Саме з «традиційно-побутовим» шаром етнічної культури, який є етнічною культурою у вузькому розумінні, – зазначає Ю.І. Нікішенко – іноді пов'язують поняття «традиційна культура», основу якого складає інше поняття – «традиція», під якою розуміється успадкований від минулого етносу комплекс норм і звичаїв, що регулюють життя суспільства. Безпосередньо традиційну культуру дослідниця визначає як стадіальний етап розвитку культури етносу, яка відповідає в хронологічному плані добі первісності та раннім етапам цивілізаційних процесів. Тобто мова йде про своєрідну модель суспільства та його культурного розвитку, коли домінанта стереотипів поведінки, орієнтація на колективну свідомість та підкорення власного «я» колективному «ми» визначали спосіб складання та функціонування на синхронному та діяхронному рівнях специфічного комплексу культурних явищ [4, с. 222, 230–232].

Отже, таким чином можна констатувати, що далеко не всі науковці, які займаються вивченням української традиційної культури, дають визначення самому цьому поняттю, проте й серед тих вчених, які звертаються до теоретичних питань, відсутній єдиний погляд на дану проблему. Зокрема, можна виділити два підходи. Згідно з першим, поняття «етнічна культура» та «традиційна культура» є фактично тотожними, а згідно другого, традиційна культура являє собою стадіальний етап розвитку культури етносу, що відповідає первісності та початку цивілізаційного розвитку.

Література:

1. Борисенко В.К. Традиційна етнічна культура українців в історичному розвитку. *Народна творчість та етнологія*. 2013. № 5. С. 27-39.
2. Козловець М.А. Традиційна культура українців як духовно-ментальний феномен. *Традиційна культура в умовах глобалізації: виклики війни*. Матеріали

науково-практичної конференції, м. Харків, 17 – 18 червня 2022 р. / Обласний організаційно-методичний центр культури і мистецтва. Харків, 2022. С. 72–77.

3. Марчук Н.В. Традиційна та масова культури: компаративний аналіз. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія.* 2015. Вип. 16. С. 79–86.

4. Нікішенко Ю.І. Етнологія та культурологія: спільні проблемні поля культуроцентричного світу. *Культурологія: Могиланська школа : колективна монографія* / наук. ред. та упоряд. М.А. Собуцький, Д.О. Король, Ю.В. Джулай. Київ, 2018. С. 205–234.

Сергій Камінський

Дизайн-менеджмент: сучасні підходи до вивчення

Дизайн є особливим видом творчої діяльності, у якій поєднуються техніка та мистецтво, являючи собою невід’ємну складову сучасної культури. Дизайнер за своєю природою є одночасно і художником, і проєктуальником, беручи натхнення з культурної спадщини людства і прокладаючи шлях у майбутнє. Ця сфера є ключовою для впровадження інновацій, що дуже важливо на сучасному етапі розвитку нашої держави. При цьому ефективним інструментом реалізації даного процесу виступає дизайн-менеджмент – новий підхід до управління не тільки розробкою продуктів і послуг, але й стратегічним плануванням й організацією бізнес-моделі. Але розвиток даного напрямку має починатися не з чистого аркушу, тому сьогодні є дуже актуальним огляд останніх напрацювань українських вчених в сфері дизайн-менеджменту.

Метою даної доповіді є аналіз статей українських вчених по зазначеній темі, задля виявлення напрямів досліджень, що будуть перспективними в майбутньому.

Так, у публікації Л.О. Лігоненко розкривається історія та періодизація розробки концепції дизайн-менеджменту, дається характеристика його сучасної парадигми та здійснюється систематизація теоретико-методологічних основ цього напрямку. Зокрема дослідник зазначив, що дизайн-менеджмент може застосовуватися для різних компаній та у різних сферах діяльності, використовуючись для розробки зовнішніх і внутрішніх продуктів та

впровадження організаційних інновацій, дозволяючи «зазирнути в майбутнє» очима та думками споживачів, що є пріоритетною стратегією бізнесу в сучасних умовах. [4].

Метою статті Н.А. Єфременкової є пошук чинників підвищення ефективності бізнесу та визначення ролі дизайн-менеджменту як об'єднуючого елементу для дизайну, дизайн-мислення, бренд-менеджменту, технологій і конкурентних стратегій. Дослідниця також звертає увагу на важливе місце дизайну в інноваційному розвитку технологій та як чинника культурного й економічного розвитку суспільства. На її думку, дизайн прокладає шлях інноваційними процесами в суспільстві, сприяє створенню та використанню сучасних технологій, змінюючи реалії та непомітно створюючи простір навколо людини з цілою системою об'єктів майбутнього [3].

Н.О. Матійко та Ю.С. Манецька вивчають концептуальні засади дизайн-менеджменту як інструменту розвитку ринкової економіки, обґрунтовуючи ініціювання процесу дизайн-мислення при формуванні маркетингової стратегії. Також авторки розглядають створення бренду України, коли, відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020», у травні 2018 року було презентовано бренд «Україна Зараз (Ukraine NOW UA)», але згодом той був перероблений, що викликало суперечливі відгуки в суспільстві [5].

У колективній публікації А.А. Антоненка, О.С. Бойка, та В.В. Палія обґрунтовується роль дизайн-менеджменту в регіональному управлінні в якості основи повоєнної відбудови та розвитку, що, на думку авторів, дозволить забезпечити надходження інвестицій та впровадження інновацій. Адже дизайн-менеджмент інтегрує дизайнерські процеси у стратегію та операційну діяльність організацій, об'єднує естетичні, функціональні та економічні аспекти управління, спрямовані на покращення продукції та послуг, поєднуючи креативність і бізнес-стратегії. Також дослідники вважають, що цей інструмент може допомогти регіонам адаптуватися до сучасних викликів, забезпечивши стійкий розвиток та підвищення якості життя населення, ефективно використання ресурсів і залучення інвестицій для досягнення успіху в довгостроковій перспективі [1].

Інші автори – Л. Бовш, А. Расулова та Р. Расулов, розглядають роль дизайн-менеджменту як концепції ефективного проєктування бізнесу, зокрема, висуваючи гіпотезу про те, що застосування його принципів позитивно впливає на кінцеві результати та сприяє більш інноваційному й адаптивному підходу до вирішення бізнес-завдань. На їхню думку, дизайн-менеджмент є міждисциплінарною концепцією, що сформувалася на перетині дизайну, менеджменту, брендингу, проєктування, інжинірингу бізнес-процесів, організаційної поведінки та стратегічного управління. Автори також торкаються й концепції культурного дизайн-менеджменту, який розглядає дизайн як засіб вираження та збереження культурної ідентичності, виходячи безпосередньо з врахування культурних особливостей та традицій при розробленні продуктів/послуг, адаптації дизайну до конкретних ринків і культурних середовищ. Також у статті наводяться й практичні інсайти використання дизайн-менеджменту у сфері гостинності в Україні [2].

Отже, сучасні українські дослідники розглядають концептуальні засади дизайн-менеджменту, його роль в ефективному проєктуванні та просуванні бізнесу, у якості інструменту формування маркетингової стратегії, а також застосування напрацювань цієї сфери для регіонального розвитку. Що стосується культурологічних аспектів, то автори статей звертають увагу на створення бренду України та концепцію культурного дизайн-менеджменту, проте ці теми не є основними і згадуються побіжно. Тому буде слушним подальше детальне вивчення цієї проблематики, зокрема дослідження можливості застосування дизайн-менеджменту задля впливу через інновації на культурний розвиток нашої країни.

Література:

1. Антоненко А.А., Бойко О.С., Палій В.В. Дизайн-менеджмент у регіональному управлінні: основні засади та напрями розвитку. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024. № 3. С. 118-122.

2. Бовш, Л., Расулова, А., Расулов, Р. Дизайн-менеджмент як концепція ефективного проєктування бізнесу. *Міжнародний науково-практичний журнал товари ринки*. 2024. Вип. 51(3). С. 40–59. [https://doi.org/10.31617/2.2024\(51\)03](https://doi.org/10.31617/2.2024(51)03)

3. Єфременкова Н.А. Дизайн-менеджмент як інструмент підвищення конкурентоспроможності. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. №3(23). С. 142-148.

4. Лігоненко Л.О. Дизайн-менеджмент як методологія пошуку та впровадження інновацій *Академічний огляд*. 2020. №2(53). С. 64–75 <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2020-2-53-7>

5. Матійко Н.О., Манецька Ю.С. Дизайн-менеджмент як нова реальність при формуванні маркетингової стратегії . *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2020. № 4. Т2. С.91–101.

Артем Михайленко

Вплив відкритої агресії на культурні практики українців

Події, що розпочалися у лютому 2022 року без перебільшень викликали справжню трансформацію усіх сторін суспільного життя в Україні. Вже зараз, після більше ніж двох років війни цілком зрозуміло, що українське суспільство радикальним чином змінилося, і ці глибинні зміни формуватимуть траєкторію його розвитку у стратегічній перспективі. Симптоматично, що суспільні трансформації внаслідок війни «наклалися» в часі зі змінами, які обумовлені всеохоплюючу технологізацію та диджиталізацію людської цивілізації. Внаслідок цього виникають складні для оцінки та розуміння ефекти, які, окрім усього іншого стосуються і культури.

Зазначимо, що в сучасній академічній літературі зустрічається чимало наукових позицій, в яких висвітлено погляди на сутність поняття «культурні практики». Загальновизнано, що поняття «культурні практики» відносно нещодавно увійшло в ряд дефініцій соціогуманітарних наук. Зокрема, в цьому контексті згадуються наукові праці англійських авторів у середині 70-х рр. минулого століття.

На наш погляд, існує потреба у компаративному аналізові цього поняття. Так, у роботі О. Копієвської зазначається наступне: «Ми будемо розуміти

Cultural Studies як сукупність методологічно і дисциплінарно гетерогенних, але тематично взаємопов'язаних концептуальних дискурсів в межах яких досліджується сучасна культура для якої характерні мозаїчність, фрагментарність, різноманітність, гібридність та ін.» [1].

В свою чергу, Г. Меднікова зазначає, що існують: «...такі культурні практики як туризм, реклама, шопінг, футбол та інші, пов'язані з повсякденним буттям людини і показали, що це світ комфортного, зрозумілого у своїх межах існування, і саме в ньому відбувається сенсотворення, а не у сфері «високої культури», що працює з ідеалами, високими Істинами, Абсолютом. Концепт «культурні практики», введений представниками Бірмінгемської школи культурологічного аналізу дозволив вивчати повсякденність як частину культури багатоаспектне і комплексне» [2].

Зазначимо, що в контексті трансформації культурних практик в період війни варто акцентувати на ролі культури у формуванні світоглядної траєкторії буття українців. Варто безпосередньо визнати, що в умовах відкритої агресії саме «культурний фронт» відіграє надзвичайно важливу роль для держави та українського суспільства. Так, питання національної безпеки та оборони на сьогодні є домінуючими, і залишатимуться такими протягом багатьох років. Проте, як показує набутий досвід, «прогалини» у формуванні справді патріотичних культурних практик надзвичайно дорого обходяться Україні.

Тут варто звернути увагу на той факт, що частині українського суспільства на протязі багатьох років нав'язувалися за допомогою різноманітних культурних практик світоглядні стереотипи, які не мали нічого спільного зі справжнім державотворенням, а були орієнтовані на утримання України в концепті «пострадянського» культурного простору. Таке нав'язування відбувалося за допомогою частини проросійського політикуму, контролю за діяльністю засобів масової інформації, концертів різноманітних російських виконавців тощо. Досить часто на державницькому рівні така діяльність ігнорувалася, що і призвело до формування в Україні прошарку людей, які відверто вороже сприймали будь-які проукраїнські культурні практики.

За рахунок різноманітних обмежень на діяльність засобів масової інформації частково вдалося вирішити зазначені проблеми, але зараз акцент боротьби на культурному фронті перемістився у віртуальне середовище. Саме віртуальне культурне середовище на сьогодні стало важливою рисою культурних практик багатьох українців. З цього приводу відомий соціолог М. Кастельс зазначає, що прямо зараз відбувається поступове формування нового соціально-комунікативного простору, специфічної медіареальності, яка об'єднує користувачів мережі та актуалізує сучасне суспільство як відкрите суспільство [3]. Максимальна відкритість цієї «культури реальної віртуальності» не завжди грає на руку Україні та її громадянам. Досить часто ми є свідками формування певних стереотипів, які виникли внаслідок «споживання» інформації з віртуального середовища. Ці стереотипи досить «м'яко» формують серед українців панічні настрої, пригнічують психоемоційний стан.

Війна вкотре змусила замислитися про роль культури у житті сучасного українця. Треба відверто визнати, що навіть, починаючи з 2014 року, коли фактично відбулася перша спроба окупувати українські території, і держава, і значна частина суспільства фактично проігнорували складні виклики, що виникли у культурній сфері. Таке самозаспокоєння – прямий наслідок «культурної агресії» проти України, яка тривала фактично з перших років незалежності. Тут варто згадати обурення окремих громадян квотами на телебаченні та радіо на україномовні твори, заборонаю на виступ російських артистів, чи вперте просування ними ж ідеологем щодо релігійних питань.

Так, відкрита агресія суттєво змінила погляди багатьох українців на питання культурного розвитку нашої держави, проте це не виключає необхідності держави в таких умовах реалізувати культурну політику, спрямовану на подальше абстрагування України від пострадянського культурного простору та його ключових, фундаментальних ідеологем.

Література:

1. Копієвська О. Культурні практики в дискурсі cultural studies. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. №2. С.49-53.
2. Меднікова Г. С. Концепт «культурні практики» та його роль в трансформації сучасної культури. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер. 7: Релігієзнавство. Культурологія. Філософія*. 2017. Вип. 37(50). С. 30–39.
3. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. К.: «Видавництво «Ваклер», 2007. 304 с.

Осадчук Андрій

Українська мода як символ опору та патріотизму після вторгнення РФ

Мода завжди відбивала культурні та історичні контексти суспільства. Українська мода, особливо під час періодів кризи та війни, стає особливо важливою як інструмент вираження національної ідентичності та опору. В умовах повномасштабного вторгнення російських окупантів, мода перетворюється на потужний символ патріотизму, згуртованості та незламного духу українського народу. Це спонукає нас розглянути, як українська мода перетворюється та впливає на формування національної свідомості після вторгнення. Актуальність цього дослідження підтверджується не лише потребою зрозуміти культурний вплив моди в умовах конфлікту, а й важливістю розуміння ролі моди як культурного явища у формуванні суспільних цінностей та національної ідентичності.

Після повномасштабного вторгнення, мода перестає бути просто засобом вираження стилю, перетворюючись на важливий символ опору та ідентичності. Вона втілює стійкість, мужність та непохитність українського народу у боротьбі за свободу. Дослідження про те, як українська мода формується та впливає на культурний ландшафт після вторгнення, має важливе значення для розуміння її ролі у зміцненні національної свідомості та підтримки бойового духу.

Мета нашого дослідження полягає у виявленні ключових тенденцій та перспектив подальшого розвитку української моди в умовах соціально-

політичної кризи. Основним завданням є аналіз концептуальних засад української моди після початку повномасштабної агресії російської федерації. Ми також зосередимося на дослідженні поглядів українських модельєрів та фахівців щодо ролі моди в умовах війни.

Українська мода стає потужним інструментом на культурному фронті. Кожен елемент одягу, кожен візерунок, кожен аксесуар втілює національну гордість та патріотизм. Вишиванки, вишиті сорочки, національні кольори - синій та жовтий, тризуб - всі ці елементи не лише виражають любов до рідної землі, але й є потужним сигналом опору, демонструючи всьому світу, що Україна не здається.

Патріотичні гасла, що з'являються на одязі, викликають до дії, нагадуючи про важливість єдності та стійкості. Фрази "Слава Україні", "Героям слава", "Україна понад усе" прикрашають футболки, сумки, кепки та інші елементи гардеробу, не лише як модний тренд, але й як маніфест національної гордості та незламності. Кожен, хто вибирає такий одяг, стає учасником великої боротьби, висловлюючи свою підтримку країні.

Особливе значення має використання в моді символів, пов'язаних із Збройними Силами України. Камуфляжні елементи, емблеми військових підрозділів, патріотичні нашивки - все це відображає глибоку повагу до українських захисників та підкреслює важливість підтримки армії. Така мода не лише надихає національну свідомість, але й допомагає збирати кошти на підтримку військових потреб, сприяючи зміцненню обороноздатності країни.

Українські дизайнери використовують свої колекції не лише як вираз патріотизму, але й як платформу для підтримки та допомоги. Благодійні покази мод, аукціони, продаж колекцій із символічним змістом - все це сприяє збиранню коштів на допомогу постраждалим від війни, підтримку ЗСУ, відновлення зруйнованих міст і сіл. Так, перший після повномасштабного російського вторгнення показ українських дизайнерів в Україні, який відбувся в червні 2023 року, був благодійним та мав ключовою метою збір коштів для Національного військово-медичного клінічного центру Головного військового клінічного госпіталю. У Кропивницькому на модному показі "KropFashionDay"

також збирали кошти для допомоги ЗСУ. Літковська Лілія вважає, що «Більшість також усвідомили свою соціальну відповідальність як бізнесу: усі донатять, багато хто робить власні збори, кожен розуміє, що від допомоги, яку ми надаємо ЗСУ, залежить майбутнє країни». Мода стає інструментом активного соціального впливу, допомагаючи об'єднувати ресурси та зусилля для спільної мети - перемоги.

Українська мода під час війни набуває також міжнародного значення. Відомі українські дизайнери та бренди активно беруть участь у міжнародних модних показах, демонструючи світові не лише свої таланти, але й культурне багатство та незламний дух своєї країни. У травні 2022 на показі у Лондоні моделі Лілії Літковської вийшли на подіум у бронежилетах із жовтими стрічками на рукавах, демонструючи захист і боротьбу. У березні 2024 року в Лос-Анджелесі на показі Андре Тана демонстрували фільм про те, якою прекрасною державою є Україна, та що з нею відбувається зараз, під час повномасштабного вторгнення РФ. Такі моделі та вчинки українських дизайнерів привертають неабияку увагу міжнародної спільноти, сприяючи підвищенню інтересу до української культури та підтримці з боку іноземних партнерів.

Модна індустрія виступає не лише як механізм впливу на стиль життя та індивідуальний спосіб вираження, але й як важливий елемент культурної дипломатії, виступаючи як символ культурної резистентності. Українська мода, у звичайних умовах вже відображає культурну ідентичність та виражає національну спадщину, в умовах конфлікту стає ще більш важливою, перетворюючись на засіб активного вираження опору та підтримки національної ідентичності. Думки модельєрів та представників модної індустрії підтверджують цю тезу, вони активно використовують свої колекції та образи як спосіб виразу національної гордості та солідарності. Українська мода стала відображенням стійкості, мужності та незламного духу, демонструючи світові, що українська нація непереможна.

Українська мода під час війни стає символом національного опору та патріотизму. Вона не лише відображає культурну ідентичність та виражає

національну спадщину, але й перетворюється на потужний інструмент активного опору та підтримки. Українські дизайнери та модні бренди використовують свої колекції для вираження національної гордості, збирання коштів на підтримку ЗСУ та допомогу постраждалим, а також для популяризації української культури на міжнародній арені. Мода стає важливим елементом культурної дипломатії та символом незламності українського духу, допомагаючи зміцнювати патріотичний дух та об'єднувати українців у боротьбі за свободу і незалежність.

Дмитро Мокрій

Підходи до класифікації нематеріальної культурної спадщини в Україні.

Україна багата на нематеріальну культурну спадщину, яка передається із покоління в покоління та втілює в собі духовні цінності, історичні надбання та унікальність українського народу.

Саме ця спадщина є важливим джерелом національної гордості та ідентичності, чиє збереження і популяризація сприяють культурному розвитку та соціальній згуртованості суспільства [1]. На сьогоднішній день існує ряд різноманітних підходів до класифікації нематеріальної культурної спадщини, які враховують різні аспекти культурної спадщини та дозволяють систематизувати її.

Метою роботи є дослідження різноманітних підходів до класифікації нематеріальної культурної спадщини в Україні.

Розрізняють декілька підходів до класифікації нематеріальної культурної спадщини, кожен з яких має свої особливості і враховує різні аспекти культурного спадку. Розглянемо кожен із них:

1. Тематичний підхід до класифікації нематеріальної культурної спадщини, що базується на систематизації культурних елементів за різними темами або категоріями. Цей підхід дозволяє структурувати величезну кількість культурних проявів, групуючи їх за спільними характеристиками або напрямками.

Наприклад, фольклор, який об'єднує різноманітні види народної поезії, казок, легенд, прикмет та інших усних традицій, які передаються з покоління в покоління [2]. Ремесла та майстерності, що включають в себе різноманітні традиційні ремесла, такі як вишивка, гончарство, вибивання металу, вишивання, ткацтво тощо, які є важливою частиною культурної спадщини та мають велике значення для збереження національної ідентичності. Також сюди відносяться такі тематичні категорії, як музика, танці, обряди, тощо.

2. Географічний підхід, за яким нематеріальну культурну спадщину класифікують за її географічним розташуванням [3]. Це дозволяє врахувати регіональні та етнічні відмінності в культурній спадщині, адже у різних регіонах України проживають різні етнічні групи з власними культурними традиціями. Географічний підхід допомагає вивчити специфіку культурного спадку кожної етнічної групи в контексті їхнього місця проживання.

3. Етнографічний підхід. За цим підходом нематеріальну культурну спадщину класифікують за етнічними або національними групами. Відомо, що у деяких регіонах України проживають етнічні меншини, зокрема, угорці, татари, поляки, що мають власні культурні традиції та спадщину. Етнографічний підхід дозволяє вивчати та документувати цю культурну різноманітність.

Кримськотатарський орнамент можна розглядати як важливий елемент нематеріальної культурної спадщини України з етнографічного підходу, який відображає багатство та різноманітність культурних традицій кримськотатарського народу [4].

4. Історичний підхід до класифікації нематеріальної культурної спадщини в Україні полягає в тому, щоб розглядати та систематизувати культурні елементи з урахуванням їхнього історичного походження, розвитку та еволюції протягом часу.

При використанні даного підходу існує можливість розгляду нематеріальної культурної спадщини у контексті різних історичних етапів, таких, як періоди князівства, Київської Русі, часів козацтва, колоніального впливу та інших

часових проміжків історії України. Кожен з цих етапів має свої унікальні культурні особливості та відповідну спадщину.

Наприклад, кобзарство, як традиційне українське музично-поетичне мистецтво, можна розглядати як важливий елемент нематеріальної культурної спадщини України з історичного підходу. Кобзарство має глибокі історичні коріння, які сягають стародавніх часів. Кобзарі були своєрідними бардами, які несли історії, традиції та культурні цінності українського народу через виконання пісень і розповіді на кобзі [5]

У підсумку проведеного дослідження, констатуємо, що Україна, як країна з багатою культурною спадщиною, використовує різні підходи до класифікації нематеріальної культурної спадщини, включаючи тематичний, географічний, історичний та етнографічний.

За допомогою тематичного підходу можна систематизувати нематеріальну культурну спадщину за конкретними темами та аспектами, що дозволяє глибше зануритися у різноманітні аспекти культури та їх значення для суспільства. Географічний підхід відображає регіональні особливості та унікальність культурних традицій різних частин України. Етнографічний підхід звертає увагу на культурні особливості та традиції конкретних етнічних груп. Історичний підхід допомагає розуміти еволюцію та зміну культурних практик протягом часу.

Усі ці підходи сприяють розумінню та оцінці значення культурної спадщини для сучасного українського суспільства. Вони надають можливість зберегти, дослідити та популяризувати неповторну культурну різноманітність України, сприяючи тим самим збереженню та підтримці культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Література:

1. Нематеріальна культурна спадщина України. (Частина 1). *Миколаївський обласний центр народної творчості*. URL: <https://ocnt.com.ua/nematerialna-kulturna-spadshhyna-ukrayiny-chastyna-1/> (дата звернення 18.05.2024)

2. Нематеріальна культурна спадщина України. *Український центр культурних досліджень*. URL: https://uccs.org.ua/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2018-08-17_2.pdf (дата звернення 18.05.2024)
3. Кудінова І. П, Терзі С. М. Культурна спадщина – бренд туристичної України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 2023 . Вип.7, ч.2. с. 27–40.
4. Кримськотатарський орнамент включили до попереднього списку ЮНЕСКО. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-crimea/3063671-krimskotatarskij-ornament-vklucili-do-poperednogo-spisku-unesko.html> (дата звернення 19.05.2024)
5. Кобзарство. *Український центр культурних досліджень*. URL: <https://uccs.org.ua/arkhiv-novyn/kobzarstvo/> (дата звернення 19.05.2024)

Секції 3–4. «Українська філологія: шляхи та перспективи розвитку» та «Актуальні проблеми перекладознавства»

Павло Вдовін

Мова як нематеріальна культурна спадщина: концептуальні підходи українських вчених

Для України в умовах глобалізації, постколоніального синдрому, діяльності активістів «руського міра», окупації частини території Донбасу і Криму, зухвалого, безпричинного, жорстокого військового нападу 24 лютого 2022 року Росії на Україну, а також нанесення великої моральної шкоди українському народу, його цінностям, культурним пам'яткам, особливе значення має позитивний імпульс для згуртування суспільства, що ставить перед вченими важливість актуальності дослідження концептуальних підходів нематеріальної мовної спадщини.

Метою є дослідити концептуальні підходи українських вчених до визначення поняття мови, як нематеріальної культурної спадщини, для збереження її під час агресії Росії проти України.

Термін "нематеріальна культурна спадщина" означає ті звичаї, форми показу та вираження, знання та навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремими особами як частина їхньої культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється спільнотами та групами під впливом їхнього оточення, їхньої взаємодії з природою та їхньої історії і формує у них почуття самотності й наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного різноманіття й творчості людини.[1]

Зоя Босик к.к, Лілія Снігирьова к.ф.н, Валентина Телеуця к.ф.н відносять до мовної спадщини усні традиції та форми вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини, та вважають найбільш перспективний пошук елементів нематеріальної культурної спадщини серед таких жанрів як обрядова лірика, частівки, легенди й перекази, пов'язані з походженням місцевих географічних об'єктів і назв, розповіді, малі прозові жанри й казки.[2]

Кудерська Надія к.ю.н, Кудерська Ірина м.п. зазначають, що українська мова є мовою найбільшого корінного етносу України і невід'ємною ознакою його ідентичності, носієм нематеріальної культурної спадщини українського народу. В ній закодована вся історія народу, багатовіковий досвід, здобутки культури, духовна самобутність. Нині у фазі згасання знаходяться мови малих народів караїмів та кримчаків АР Крим, гагаузька, представників якої можна зустріти на Одещині. Ці мови зникають разом зі своїми народами.[3]

Людмила Герус к.мист. посилається на «Конвенцію про охорону нематеріальної культурної спадщини» де до об'єктів охорони нематеріальної культурної спадщини віднесено: усні традиції і форми вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини; виконавські мистецтва; звичаї, обряди, свята; знання та практики, що стосуються природи та всесвіту; традиційні ремесла.[4]

Віталій Клімчук вважає, що сутність ідентичності кожної нації визначає засіб спілкування. Багатство й своєрідність української мови відоме всьому світу і її привабливості не викликають ні в кого сумніву. Мовний конфлікт у нашій державі виник у зв'язку з далеко не дипломатичним витісненням рідної мови іншою, а з російською мовою, яка в політичному плані відіграла роль агресивної зброї у боротьбі за право володіння не тільки нашою свідомістю і територіями, а й повним знищенням українців як нації. Тема мовного спілкування претендує як на першочергове обговорення, так і на конкретний докір опонентів. Чи на часі порушувати це питання в державі, яка потерпає від цинічного ворога, що прийшов «освободжати русскоязычных» від гноблення затятих українських «нацистів»?[5]

Таким чином, різні вчені вказують на різні аспекти мовної спадщини. Зокрема, Зоя Босик, Лілія Снігирьова та Валентина Телеуця вважають, що усна традиція та форми вираження, такі як обрядова лірика, легенди, перекази та казки, є найбільш перспективними для дослідження у контексті нематеріальної культурної спадщини. Кудерська Ірина, Кудерівська Надія та Людмила Герус відзначають роль української мови як ключового елементу ідентичності українського народу та акцентують на необхідності охорони української мови

як невід'ємної частини культурної спадщини. Віталій Клімчук зазначає, що мова використовується як засіб політичного впливу та агресії проти української національної ідентичності.

Отже, українські вчені підкреслюють важливість дослідження та збереження української мови як нематеріальної культурної спадщини в умовах глобалізації та агресії Росії, що є важливим для збереження культурної самобутності та ідентичності українського народу.

Література:

1. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/995_d69.
2. Босик З. О., Снігирьова Л. М., Телеуця В. В. Нематеріальна культурна спадщина України: Метод. розроб. Київ : М-во культури України Укр. центр культур. дослідж., 2017. 48 с. URL: https://uccs.org.ua/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2018-08-17_2.pdf.
3. Кудерська Н. І., Кудерська І. О. Нематеріальна культурна спадщина України, її об'єкти (прояви). Європейські перспективи. 2015. № 7. С. 59–67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evpe_2015_7_13.
4. Herus L. Preservation of the Intangible Cultural Heritage: Ukrainian Experience. the Ethnology Notebooks. 2020. Vol. 151, no. 1. P. 3–14. URL: <https://doi.org/10.15407/nz2020.01.003>.
5. Клімчук В. Мова як носій нематеріальної культурної спадщини України. nmsk-volyn.com.ua. URL: http://www.nmck-volyn.com.ua/news_detail.php?id=833.

Людмила Сипко

Асоціативні моделі мислення в сучасній українській поезії

Незаперечною істиною є те, що будь-який художній образ включає в себе елемент асоціативності. За визначенням «Літературної енциклопедії», художня асоціація – це «зв'язок уявлень, коли одне з них у людській свідомості викликає низку інших...» [2]. На асоціаціях побудовані такі тропи, як метафора, метонімія, порівняння; їх також можна вважати смисловим компонентом гіперболи, літоти, оксиморона, уособлення, алегорії. Особливо вагому роль відіграє асоціативна складова у поетичній творчості, оскільки саме через вдало

знайдену асоціацію можна чи не найшвидше створити короткий, але яскравий образ.

Процес творення асоціативного образу залежить від особливостей мислення поета: одні частіше схилиються до використання традиційних асоціативних рядів, інші – відзначаються високим рівнем суб'єктивності і через асоціації демонструють читачеві оригінальність, неповторність сприйняття навколишньої дійсності. Водночас чимало майстрів художнього слова вдаються в асоціативних моделях до абсолютно несподіваного, а часом парадоксального, ірраціонального поєднання далеких понять. Як правило, поетичні твори, у яких асоціативні елементи відіграють вагому роль серед розмаїття зображувально-виражальних засобів, вимагають напруженої роботи читацької уяви, додаткового вміння включати в процес рецепції неабияку творчу фантазію.

Асоціативна образність була притаманна поетичній творчості упродовж всього її історичного розвитку. Її називають органічною складовою східної поезії з найдавніших часів, оскільки остання широко культивувала поетику натяків, недомовленостей, паралелей. У європейській поетичній спадщині асоціативність мислення найбільшою мірою виявила себе у кінці XIX – на початку XX століття – період зародження і розквіту модернізму. Розвиток сучасної української поезії засвідчує, що нинішні майстри поетичного пера, обираючи засоби художньої виразності, теж надають одне з чільних місць образам, побудованим на асоціаціях. Звісно ж, ця стильова ознака притаманна поетичним творам різною мірою, оскільки вона є лише однією зі складових художнього мислення конкретного митця. Для нашого дослідження ми скористались матеріалом вільної інтернет-енциклопедії (стаття «Сучасна українська література», закладка «Відомі сучасні українські поети») [1], яка допомогла нам окреслити коло популярних нині авторів. Наведемо приклади використаних ними асоціативних образів:

Традиційний	З високим рівнем суб'єктивності	Парадоксальний, ірраціональний
<i>чорний птах повік</i> (Г. Чубай)	<i>Ми – крапельки ртуті на рівному полі</i> (Ю. Іздрик)	<i>Сухим окрайчиком на чарці / лежать на водах небеса</i> (І. Римарук)
<i>І очей отих терен</i> (П. Вольвач)	<i>Кров на смак – ніби дикий глід</i> (К. Бабкіна)	<i>Парад настінних пащ</i> (про вікна у будинках) (Ю. Андрухович)
<i>Чорна, як мармур, ніч</i> (І. Павлюк)	<i>Кобза – бабця гітари; Цукор – весела сіль</i> (І. Павлюк)	<i>Було чуття [любові] материкове, залишилися тільки фрагменти острівні</i> (І. Низовий)
<i>Оголена, мов дроти, / тиха, наче вода</i> (С. Жадан)	<i>Де небо і дно – два великі екрани</i> (Д. Лазуткін)	<i>Час, як безсилий хірург, опускає руки</i> (О. Короташ)
<i>Порозуміння між ними стоїть стіною</i> (І. Шувалова)	<i>Сніг літає і пахне, як висхлі суцвіття черешні</i> (К. Калитко)	<i>Лежали слова, як жінки послулі</i> (А. Любка)
<i>І звисають краплини, мов китиці</i> (Е. Євтушенко)	<i>Весна, як повстання, прийшла сюди</i> (І. Павлюк)	<i>Час тісний, як хліб у будці</i> (О. Лишега)
<i>Й наче вихор, твій голос / Завис поміж ними</i> (Л. Голота)	<i>Дихання – мій землетрус</i> (А. Любка)	<i>Йде перший сніг, немов пророк</i> (В. Герасим'юк)

Запропоновану нами класифікацію асоціативних моделей можна вважати певною мірою умовною і суб'єктивною, але зібраний нами матеріал може послугувати основою для більш широкого дослідження.

Література

- Відомі сучасні українські поети (Сучасна українська література). URL: <https://is.gd/wEoK3p>
- Художня асоціація. Літературна енциклопедія. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/dic/show.php?w=194>

Леся Домніч

Транслітерація та транскрибування у двосторонньому перекладі між українською та англійською мовами

У сучасному глобалізованому світі зростає потреба у точному та зрозумілому обміні інформацією між різними мовами та системами письма.

Транслітерація та транскрибування, як методи перенесення тексту з однієї писемності в іншу, є ключовими інструментами для забезпечення цього процесу, однак вони мають свої особливості, різні цілі та підходи. Важливо розуміти відмінності між цими методами, щоб ефективно застосовувати їх у відповідних контекстах.

Транслітерація — це процес перетворення перетворення літер і символів однієї писемності на інші літери та символами іншої писемності (перетворення графічної форми слова). Головним принципом транслітерації є те, що кожна літера або символ однієї мови відповідає певній літері або символу іншої мови. До прикладу, ім'я "Тарас Шевченко" транслітерується як "Taras Shevchenko" латиницею. Таким чином, транслітерацію використовують, коли потрібно зберегти точну відповідність між символами двох мов, наприклад, у паспортних даних, картографії або бібліографії.

Натомість транскрибування — це процес передачі звукової форми слова за допомогою іншої системи письма, в якому передається звучання слова, а не його написання. Транскрибування використовується для точного відтворення вимови слів іншої мови або діалекту (передає його фонетичну форму); цей процес надає змогу читати слово так, як воно написане в оригіналі, зберігаючи структуру слова, коли важливо правильно передати звучання. Принципом транскрибування є те, що кожен звук однієї мови передається відповідним звуком іншої мови. До прикладу, українське слово "книга" транскрибується англійською як "knyha". Отже, транскрибування використовують у лінгвістиці для точного відтворення вимови слів іншої мови, у навчанні мови, а також для правильного читання іноземних імен і назв.

Для правильного транскрибування слів і власних імен з англійської мови українською керуються Українським правописом (2019 року), Законом України "Про забезпечення функціонування української мови як державної", державними стандартами (ДСТУ, а саме: ДСТУ 9112:2021 "Транслітерація українського алфавіту латиницею"; ДСТУ ISO 9:2003 "Транслітерація кирилических алфавітів латинськими літерами") і рекомендаціями Інституту мовознавства. Це забезпечує точність і послідовність у передачі звуків

іншомовних слів українською мовою. Транслітерація та транскрибування найчастіше використовуються у таких контекстах:

- паспортні документи: при перекладі імен та прізвищ для міжнародних паспортів;
- бібліографія та академічні роботи: для правильного цитування та посилань на іноземні джерела;
- локалізація програмного забезпечення: для адаптації інтерфейсів до мовних особливостей користувачів;
- ЗМІ та публікації: для передачі іноземних імен та термінів.

Підсумовуючи, можна зазначити, що використання транслітерації та транскрибування при двосторонньому перекладі між українською та англійською мовами відіграє важливу роль у забезпеченні якісного та зрозумілого комунікаційного процесу.

*Анастасія Анісімова,
Леся Домініч*

Канадський і британський варіанти англійської мови: відмінності та спільності

Виявлення основних відмінностей між канадською і британською англійською мовами у сфері лексики, фонетики, орфографії та граматики, глибокі дослідження різниць між канадською і британською англійською мовою є актуальними, оскільки ці відмінності допомагають глибше зрозуміти культурні, соціальні та історичні особливості Канади та Великої Британії, сприяють якісному перекладу текстів; такі знання корисні у професійній діяльності, зокрема у сфері міжнародного бізнесу, лінгвістики та викладання англійської мови у закладах освіти.

Англійська мова в різних англomовних країнах характеризується своїми унікальними рисами, обумовленими як позалінгвістичними (зовнішніми), так і внутрішньолінгвістичними факторами. Відповідно, науковці виділяють такі національні варіанти англійської мови, як британський, американський, канадський та австралійський. Як і всі мови, канадська англійська постійно

розвивається та еволюціонує, транслюючи соціальні, економічні та культурні зміни в країні. Канадську англійську мову можна найкраще описати як продукт різноманітних історичних змін у країні - вона сформувалася в результаті угод і міграцій між британцями та американцями.

Знання відмінностей між канадським та британським варіантом англійської мови також сприяють кращій інтеграції суспільства та ефективнішому спілкуванню з носіями мови; більш глибокому розумінню мовних варіантів англійської мови, що є важливим для збереження культурної ідентичності та підвищення якості міжкультурної комунікації. Питанню вивчення особливостей канадської англійської мови присвячені праці українських лінгвістів: О. Русавської, Н. Бондаренко, Г. Люшинської та інших.

Канадська англійська є однією з двох офіційних мов у Канаді (інша — французька, яка є першою мовою для 21,3% канадців). Відома особливість канадської англійської — вимова французьких слів за французькими правилами. Наприклад, канадські їздові собаки відповідають на команду *mush* (від французького *marcher* — йти). Інші приклади включають *portage* (перенесення каное) та *saboteur* (прибережне торгове судно). Вивіски та лексика часто двомовні.

Окрім цього канадська мова містить набір англійських діалектів, але найпоширенішим є стандартна канадська англійська. На сучасному етапі досліджень канадського варіанту англійської мови відсутнє загальноприйняте визначення терміна "канадизм". У "Словнику канадизмів" (*Dictionary of Canadianisms on Historical Principles*) цей термін визначається як "слово, вираз канадського походження".

Англійська мова в Канаді поєднує традиції британської англійської (особливо в правописі) та американської англійської, яка значно впливає на лексику та фонетику. Наприклад, Канада є членом Співдружності, що є наслідком історичних колоніальних зв'язків із Великою Британією, тому в ній є багато британських орфографічних особливостей (наприклад, "centre" замість "center"). Але Канада також територіально межує зі США, тому запозичила багато американської лексики (наприклад, "truck" замість "lorry"). Хоча вимова

більшості слів в канадській англійській збігається з американським або британським варіантами, є й унікальні особливості, наприклад, специфічне використання вигуку "eh!" для підтвердження або запитання.

Цікавими в мові також є запозичення в канадських індіанців (крі та дене), наприклад, chipmunk (бурундук), moose (лось) та muskrat (ондатра), запозичення, такі як parka (пуховик), kayak (каяк) та husky (хаскі).

Лінгвісти відзначають, що канадську англійську легше розуміти європейцям, порівняно з американською та британською. Це зумовлено менш агресивною вимовою "r" та "a" і відсутністю швидкої, "носової" мови, як це, наприклад, характерно для британців. Канадська англійська вирізняється чіткішою вимовою, без "ковтання" закінчень і "мовної гумки".

Канадська англійська слідує більшості британських правил орфографії, граматики та пунктуації. Наприклад, канадці зберігають багато британських коренів в орфографії: favourite (улюблений) та colour (колір), але також використовують американські варіанти, наприклад, analyze (аналізувати). У граматиці канадської англійської також є особливості, які відрізняють її від британської англійської. Наприклад, у британській англійській частіше використовується теперішній перфектний час для позначення нещодавніх подій, тоді як в канадській англійській – простий минулий час. Крім того, у британській англійській колективні іменники можуть використовуватися з дієсловами в однині або множині (наприклад, "the team are winning"), тоді як у канадській англійській вони частіше вживаються з дієсловами в однині ("the team is winning").

Таким чином, канадська англійська є унікальним варіантом англійської мови, що відображає культурні та соціальні впливи Канади, і її відмінності від британської англійської підкреслюють багатогранність англійської мови в цілому та її здатність відображати культурні й соціальні впливи різних країн, оскільки ця мова збагачена іноземною лексикою через багатомовне населення.

На основі представленого тексту можна зробити такі висновки, що англійська мова в кожній англomовній країні має свої унікальні риси, що обумовлені як зовнішніми, так і внутрішніми факторами; канадська англійська

як національний варіант англійської мови, має численні запозичення з французької мови, індіанських мов; вона поєднує традиції британської та американської англійської, відображаючи історичні колоніальні зв'язки з Великою Британією та територіальну близькість до США.

*Станіслав Ковалишен
Леся Домніч*

Особливості австралійської англійської мови

Австралійська англійська мова (Australian English, AusE) є варіантом англійської мови, який виник в Австралії. Вона має багато спільного з британською англійською (BrE) та американською англійською (AmE), але існують суттєві відмінності у вимові, словниковому запасі, правописі та граматиці.

Австралійська англійська мова, її основний акцент та лексика, яка виникли у кінці XVIII століття в результаті взаємодії з аборигенами перших поселенців, а саме з Великої Британії, (зокрема її південних графств), згодом з Ірландії, Шотландії, має специфічні риси, характерні лише для австралійського варіанту. Проте вплив BrE залишається домінантним й до тепер.

AusE має відмінну систему голосних звуків. Однією з найхарактерніших рис є вимова дифтонгів, таких як /ai/ в слові "ride" та /ou/ в слові "go", які мають тенденцію до переднього зсуву, тобто вимовляються з передньою артикуляцією, що відрізняється від британського та американського варіантів.

AusE також має особливості у вимові приголосних. Наприклад, фонема /t/ у середній позиції між голосними часто вимовляється як альвеолярний клап (звучить як швидкий /d/), подібно до AmE, але з менш вираженою інтенсивністю.

В AusE є певні відмінності у використанні артиклів. Наприклад, артикль "the" може використовуватися у виразах, де в інших варіантах англійської мови він може бути пропущений. Також у розмовній мові часто використовуються скорочені форми, такі як "gonna" замість "going to".

Прийменники в AusE також можуть відрізнятися від британських та американських відповідників. Наприклад, замість "in the team" часто вживають "on the team", що більше характерно для AmE.

Австралійська англійська має значну кількість запозичень з аборигенських мов, особливо для позначення місцевої флори, фауни та культурних понять. Наприклад, слова "kangaroo", "koala", "billabong" та "boomerang" походять з різних аборигенських мов.

AusE відома своїм унікальним сленгом. Наприклад, слово "arvo" означає "afternoon", "barbie" - "barbecue", а "mate" використовується як дружній звертальний вираз. Ідіоми також можуть бути специфічними, наприклад, "flat out like a lizard drinking" означає бути дуже зайнятим.

AusE переважно слідує британській орфографії, однак є певні відмінності. Наприклад, у словах на зразок "realize" та "organize" використовується американська форма із закінченням -ize, а не британська -ise. Також слова на зразок "color" та "honor" можуть писатися як "colour" та "honour" відповідно.

В Австралії існує офіційна мовна політика, яка підтримує австралійську англійську як основну мову країни, одночасно визнаючи багатомовність суспільства. Урядові документи, освіта та засоби масової інформації переважно використовують AusE, але також визнають та підтримують мови аборигенів та інші меншини.

Підсумовуючи, можна зазначити, що AusE є унікальним варіантом англійської мови, який має свої особливості у вимові, граматиці, лексиці та орфографії; розвивалась під впливом колонізації, міграції та географічної ізоляції від Британії; функціонують регіональні варіанти та діалекти, хоча вони менш виражені, ніж у Великобританії чи США. Основні відмінності полягають у вимові та лексичному складі, але загалом AusE є досить однорідною по всій країні. Тому знання історичного розвитку AusE, її фонетичних та граматичних особливостей, лексичних відмінностей та соціолінгвістичних аспектів її використання необхідні перекладачам, письменникам та редакторам для роботи з текстом для різних англомовних аудиторій.

Секції 5-6. «Редакційно-видавничі процеси в системі масової комунікації» та «Засоби масової комунікації в сучасній соціокультурній картині світу»

Людмила Павленко

Українське радіо в часи війни

У цій доповіді на прикладі роботи Українського радіо (Національної суспільної телерадіокомпанії України) досліджено організацію радіомовлення в умовах повномасштабної війни, а також роль радіо для аудиторії під час війни. 24 лютого 2022 року українське радіомовлення, як і телевізійне, опинилося під загрозою численних ризиків, які могли призвести до призупинення чи навіть повного припинення національного мовлення. Але мовлення встояло і продовжувало інформувати аудиторію про ситуацію в країні. Це дослідження включає в себе низку фактів, аналіз яких свідчить про те, що навіть в еру найновіших інформаційних технологій, радіо, одна з найдавніших технологій, може ефективно виконувати інформативну та інші функції засобів масової інформації і тому є важливою складовою системи ЗМІ країни, а у певних кризових умовах, спричинених війною, радіо може залишатися єдиним доступним джерелом інформації для аудиторії. [1], [2], [3], [4].

Об'єктом нашого дослідження є Українське радіо, оскільки саме ця платформа Суспільного отримала відгук аудиторії про виключну важливість радіо в умовах війни. Предмет дослідження – форми і методи організації роботи радіостанції, контент, створений українським радіо під час війни. часові рамки дослідження: 24 лютого 2022 року - 24 червня 2023 року. Мета: зафіксувати та проаналізувати, як змінювалася робота редакції Українського радіо, контент радіостанції у перші дні і місяці повномасштабного російського вторгнення та впродовж майже півтора року після вторгнення.

Коли йдеться про український телерадіоефір в умовах повномасштабної війни, то насамперед говорять про інформаційний марафон “Єдині новини”, запущений владою країни 24 лютого 2022 року, в день повномасштабного російського вторгнення. Оскільки Українське радіо є частиною Суспільного мовлення, то функціонує у тісній співпраці з телевізійними каналами

Суспільного мовлення (UA: ПЕРШИЙ, регіональні телеканали). Ця синергія у певні найскладніші моменти допомогла втримати ефір. Українське радіо також долучалося до ретрансляції марафону, але тимчасово. Повномасштабне російське вторгнення та обставини, пов'язані і спричинені війною – бойові дії, окупація, відсутність електропостачання, стабільного якісного інтернету та мобільного зв'язку через обстріли та руйнування російською армією критичної інфраструктури України спонукали українців у пошуках інформації частіше звертатися до радіо як засобу масової інформації, який вже кілька десятиліть поспіль втрачає популярність в аудиторії, котра надає перевагу телебаченню та інтернету. Під час блекаутів пізньої осені та взимку 2022 року радіоприймач на батарейках став одним з найзатребуваніших товарів на рівні з електричними генераторами. Ціна найпростішого такого гаджета сягала розміру мінімальної пенсії в Україні. Причина цього маркетингового явища зрозуміла: коли зникало електропостачання та мобільний зв'язок, єдиним джерелом інформації залишалися новини, які можна було почути по радіо. Там можна було дізнатися і адреси так званих “пунктів незламності”, обладнаних електрогенераторами та зв'язком, і орієнтовний час, коли варто очікувати повернення електропостачання, і почути про те, чи оголошено наразі у тому або іншому регіоні повітряну тривогу - чи є загроза російських бомбардувань. Предметом першої необхідності було радіо для українців і в умовах російської окупації. Адже окупанти відразу ж блокували будь-які українські медіа, блокували мобільний зв'язок та інтернет. В окупованих регіонах переважно не було електропостачання. відтак, вся інформація до українців в окупації надходила лише від окупантів. У таких умовах радіоприймач став єдиним джерелом об'єктивної інформації. У цій статті немає даних, які могли б засвідчити масштаб звернення аудиторії саме до радіо як до основного засобу масової інформації в таких умовах, при цьому з численних відгуків тих, хто вирвався з окупації, пережив блекаут, від мешканців деокупованих населених пунктів, можна зробити висновок, що цей масштаб є значним. [1], [5]

Література:

1. “Радіо врятувало нам життя”. Як приймачі допомагали людям під час окупації”. Дарина Коломієць. Сайт “Суспільне. Новини” URL: <https://suspilne.media/303930-radio-vratuvalo-nam-zitta-ak-prijmaci-dopomagali-ludam-pid-cas-okupacii/> 27 жовтня 2022]
2. Довідник з історії європейської комунікації. Розділ 9. Міжнародне радіомовлення під час Другої світової війни. Нельсон Рібейро, Ганс-Ульріх Вагнер, Агнешка Морріс. 13 серпня 2019 р. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/chapter-epub/10.1002/9781119161783.ch9#accessDenialLayout>
3. The Handbook of European Communication History. Chapter 9. International Radio Broadcasting During World War II Nelson Ribeiro, Hans-Ulrich Wagner, Agnieszka Morriss.
4. Radio Wars: Broadcasting in the Cold War. Linda Risso. Pages 145-152 | Published online: 17 May 2013. Download citation <https://doi.org/10.1080/14682745.2012.757134https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14682745.2012.757134?scroll=top&needAccess=true&role=tab>
5. Ukrainian practice of the military radio broadcasting development during the military conflict. Tetiana Hyrina / Journal of Geography, Politics and Society. 2018, 8(1), pp. 64–70.

*Олена Лазор
Олександра Москалюк*

Функції піар-кампаній у зовнішній та внутрішній політиці держави

Піар-кампанія – це цілеспрямоване використання комплексу PR-засобів, рекламних матеріалів, форм і методів впливу на громадську думку з метою популяризації іміджу, підтримки репутації, створення публіситі (популярності, публічності) компанії та її керівників.

Піар-кампанії виконують великий комплекс функцій в економічній, соціальній, політичній та духовно-культурній сферах життєдіяльності суспільства. У кожній із названих ділянок призначення піар-кампаній мають

певні особливості, які виявляються передусім у процесі їх реалізації, пов'язаному із соціальним середовищем тієї чи іншої галузі.

Однак за своєю сутністю основні функції єдині, загальні в усіх сферах суспільства. Зокрема, виокремлюють наступних п'ять: аналітично-прогностична, організаційно-технологічна, управлінська, інформаційно-комунікативна, консультативно-методична.

Якщо зупинитися конкретно на розгляді функцій піар-кампаній у веденні зовнішньої і внутрішньої політики країни, то стає зрозумілою важливість функціонального призначення піар-кампаній.

У сфері зовнішньої політики технології та стратегії PR-кампаній формують програми, концепції і взаємозв'язки між державами, які допомагають досягти взаєморозуміння, компромісу і суспільної гармонії. Стратегії PR допомагають інформувати міжнародне співтовариство про зовнішню політику держави, створювати позитивний імідж у міжнародних інформаційних потоках, розповсюджувати позиційні матеріали під час протокольних заходів у межах міжнародних організацій та неофіційних форумів.

Паблік рилейшнз у зовнішній політиці – це функція державного управління, яка вивчає та оцінює настрої й ставлення міжнародної спільноти (уряди, бізнес, неурядові організації, ЗМІ), розробляє та реалізує програму дій, спрямовану на досягнення кращого розуміння міжнародною спільнотою та позитивного ставлення до акцій держави на міжнародній арені.

Сьогодні можна говорити про реалізацію піар-кампаніями у зовнішній політиці держави наступних ролей: формування іміджу країни, подолання і попередження кризових ситуацій у зовнішньополітичній діяльності, лобізм. Щодо останнього, лобіювання – це процес впливу зацікавлених груп (політичних, економічних, соціальних, комерційних) або юридичних та фізичних осіб на вироблення і прийняття рішень структурами всіх гілок влади.

В міжнародних паблік рилейшнз особлива роль належить створенню іміджу держави. Імідж визначається як створення образу з певною метою, для відповідного реагування на нього. У стратегіях PR використовують для

створення іміджу три основні засоби: пропаганду (пропаганда зовнішньої політики), публіситі і рекламу.

Піар-кампанії є також безумовно важливим чинником формування внутрішньої політики держави, вони забезпечують загальний внутрішньополітичний курс країни у всіх сферах життєдіяльності.

Складовою внутрішньої політики держави є виборчі технології. Це сукупність прийомів, методів, процедур та варіантів політичної дії, які використовують суб'єкти політичної діяльності (політичні лідери, політичні партії, громадські організації, рухи та групи тиску) задля отримання максимального результату впродовж електоральної кампанії. Виборчі технології містять у собі комплекс, який складається з політичної реклами (яка поділяється, у свою чергу, на офіційну та неофіційну), типи політичної поведінки лідерів відповідно до проголошеної політичної програми (яка також є частиною виборчої технології).

Таким чином, піар-кампанії є важливим інструментом формування іміджу країни, забезпечення економічного, політичного, гуманітарного напрямку державного управління, створення образів діячів різних галузей життєдіяльності.

Олена Лазор

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ТЕКСТ: АНАЛІЗ ВИЗНАЧАЛЬНИХ ОЗНАК

Нині у сучасному журналістичнознавстві попри розлогі та масштабні студії існує проблема остаточного самодостатнього дефінітивного означення феномену публіцистичного тексту. Активно вивчається специфіка реалізації публіцистичного стилю в літературній мові, проте досі не запропоновано кваліфікаційно-диференційних ознак творів, які зараховують до публіцистики, як окремого виду творчості.

Спробуємо тезово окреслити засадничі характеристики публіцистичного тексту.

1. Злободенність, позачасова актуальність та масштабність розробленої теми. У публіцистичних творах вербалізовано соціально значущі питання, гостро й полемічно аналізуються факти дійсності. Виступи є своєчасними, перебувають на хвилі викликів життя, пишуться «на злобу дня».

2. Публіцистичний текст є результатом творчої діяльності, відмінним від наукового і художнього відображення дійсності. «Публіцистика починається там, де є мисль», - стверджував відомий публіцист А. Аграновський. У подієвій інформації зміст зводиться, як правило, до повідомлення про подію. Тема ж публіцистичного твору – не тільки об'єкт висвітлення, але й певне питання, проблема. Тут важлива не тільки новизна фактів, а насамперед унікальність думки.

3. Суб'єктивність викладу, авторська індивідуальність. Публіцистичні тексти – «особистісно зафарбовані», у них чітко викристалізовується авторська позиція у вигляді певної ідеологічної та естетичної концепції.

4. Суворі логічність, що має на меті переконати читача в певній оцінці суспільних явищ. Найбільш повно цю рису можна простежити в жанрі статті, що відрізняється глибиною аналізу фактів.

5. Емоційність (за потреби пристрасність і пафосність). Суворі логічний виклад матеріалу поєднується з проявом емоційного ставлення публіциста до зображуваного. Експресивність на синтаксичному рівні є важливою рисою публіцистичного мовлення (використання градацій, паралелізмів, риторичних питань тощо).

6. Фактографічність, тобто опора на реальні факти (іноді може бути присутній авторський домисел, але лише в межах добре відомих реальних відомостей).

7. Образність. Щоб вплинути на уявлення й почуття реципієнта, митець звертається до образного віддзеркалення світу, яскравого опису подій, поведінки людей, обставин, думок зображуваних осіб, але з суворим дотриманням фактів. Образність – спосіб естетичного освоєння дійсності, який полягає у специфічному відтворенні життя за допомогою образів. Публіцист

вдається до різних видів образу, починаючи від словесного або образного виразу, художньої деталі, образної картини і закінчуючи образом-персонажем. Образ є формою існування змісту твору, носієм думки, який виразно розкриває читачеві ідею, впливає на людське почуття.

8. **Метафоричність.** Це провідна ознака публіцистичного дискурсу, що виступає водночас і засобом впливу на масову аудиторію, і способом самореалізації автора-митця, втіленням його психічної потреби у творчості.

9. **Аргументованість.** У контексті публіцистичних текстів аргументи набувають особливого значення, адже докази спрямовані на підтримку суб'єктивних авторських суджень.

10. Головна мета публіцистичного тексту – збудження громадської думки, вплив на суспільну свідомість через гостропроблемне звернення до спільноти людей. Публіцистичний текст покликаний розв'язувати одночасно завдання інформування й формування громадської думки.

11. Публіцистичні тексти матеріалізуються через такі жанрові форми, як нарис, есе, промова, стаття, памфлет, фейлетон, рецензія, лист тощо.

Таким чином, поважний і глибокий аналіз соціальних проблем, свіжість міркувань і слова, міцна й надійна, а головне – достовірна, аргументаційна база – ось основні ознаки публіцистичного тексту.

Софія Павленко

Механізм впливу соціальної мережі Твіттер на соціокультурний дискурс

Соціальна мережа Твіттер створена у 2006 році завоювала популярність у всьому світі як зручний спосіб розповсюдження думок та новин. Як соціальна мережа, Твіттер має значний вплив на сучасну культуру, виступаючи платформою для комунікації, самовираження та обміну інформацією. З соціокультурного погляду, Твіттер цікаво розглянути через кілька ключових аспектів, включаючи його роль у формуванні суспільних дискурсів, вплив на суспільно-політичне становище, розвиток культурних дискурсів, а також його функцію як засобу конструювання індивідуальних та колективних ідентичностей.

Твіттер став важливим інструментом у формуванні та поширенні суспільних дискурсів. Завдяки його характерній швидкості та доступності, платформа дозволяє користувачам оперативно реагувати на події, обговорювати соціально значущі теми та організовувати громадські ініціативи. В цій частині ми розглянемо вплив соціальної мережі Твіттер на суспільний дискурс. А саме як процес інтеграції соціальної мережі Твіттер в соціокультурний дискурс вплинув на сучасний стан простору дискусії та методів ведення публічних деба.

З погляду на формат мережі мікроблогів Твіттер став популярним не тільки серед звичайних людей, але також став способом наближення знаменитостей і політиків до звичайного користувача. Це значно вплинуло на відносини публіки з недосяжною до тих пір суспільною групою. Фальшиве враження наближення розпалює феномен парасоціальних стосунків користувачів соціальних мереж з медійними особистостями. Феномен цей цікавий для дослідження з огляду на вплив на суспільний дискурс. Між іншим, ми можемо аналізувати як дискурси Твіттеру впливають на суспільну поляризацію через культуру скасування, яка активізує дискурси про мораль та цінності нашого часу. Не менш цікавим є проведення аналізу як саме це явище впливає на наше сприйняття суспільних дискурсів щодо цінностей як процесу оціночного судження. Зокрема, Твіттер відіграв важливу роль у таких рухах, як #MeToo та Black Lives Matter, де хештеги стали символами масових соціальних змін. Платформа сприяє горизонтальній комунікації, де кожен користувач має можливість бути почутим незалежно від соціального статусу. Але чи це дійсно так? Чи соціальна платформа надає виключно позитивні зміни, які розвивають процес проведення дискурсу? Та чи не стає Твіттер механізмом розповсюдження фальшивих голосів в цій дискусії? Твіттер як соціальна мережа виконує важливу функцію у конструюванні індивідуальних та колективних ідентичностей, що дозволяє індивідам виражати свою приналежність до певних груп або ідеологій, формувати свою особисту "брендовану" ідентичність. Колективні ідентичності формують дискурс, перетворюючи його з вираження окремих голосів в битву поляризованих сторін, що вбиває інтелектуальну натуру дискурсу,

Тож метою мого дослідження є дослідити Твіттер як культурний феномен – а точніше впливи соціальної мережі на дискурси сучасного суспільства. З метою цього ми визначимо роль Твіттеру у формуванні дискурсів та їх учасників, механізми цієї соціальної мережі які формують певний спосіб ведення дискусії та можливі довгострокові наслідки. Розуміння культурних аспектів Твіттеру дозволяє краще усвідомити, як сучасні технології змінюють наше суспільство та комунікативні процеси.

Олексій Колесніков

**Сучасні концептуальні засади вивчення зв'язків з громадськістю:
український погляд**

Зв'язки з громадськістю є важливою складовою суспільних комунікацій, і ця тема сьогодні доречна в Україні як ніколи, адже можливість для влади та бізнесу доносити потрібні меседжи до громади, а для громадян – давати зворотній зв'язок, дуже важлива для зміцнення нації та єдності в такий непростий час. При цьому особливого значення набувають паблік рилейшнз в соціокультурній сфері, яка слугує основою для виховання патріотизму та національної свідомості. У цьому напрямі в нашій країні вже зроблені значні практичні кроки, які стали об'єктом вивчення українських науковців. Відповідно сьогодні буде актуальним зробити певні узагальнення щодо результатів їхньої роботи. Тому метою даної доповіді є аналіз концептуальних засад вивчення PR в Україні, що розглядається на прикладі соціокультурної сфери. У якості джерел автором використано наукові статті українських вчених.

Так, Н.В. Варцаба у своїй роботі здійснює огляд історії зв'язків з громадськістю в США та СРСР, наводить основні праці американських, європейських, російських і українських вчених, присвячені проблемам PR-діяльності. Також дослідниця детально розглядає моделі PR-діяльності, запропоновані Д. Грюнінгом [1].

Інша вчена – Є.О.Кияниця також вдається до аналізу PR-моделей у соціально-культурній сфері різних країн. Зокрема вона розглядає зв'язки з громадськістю у США, Великій Британії, країнах Західної Європи та в Україні,

описуючи основні риси кожної моделі, які відрізняються як за масштабами діяльності, так і за обсягом застосування PR-технологій [3].

Стаття Л. Обух присвячена дослідженню ефективності використання PR-служби та застосування відповідних стандартів у системі менеджменту академічної музики в Україні, адже, на думку її авторки, академічне музичне мистецтво є найменш вивченим з точки зору музичного менеджменту. У підсумку дослідниця наводить основні PR-напрями або шляхи взаємозв'язку соціальних, економічних, політичних суб'єктів між собою та з соціальним середовищем, такі як побудова стратегії з подальшою її реалізацією, формування корпоративної культури, здійснення комунікацій та робота з персоналом [4].

У публікації О. Хлистун, хоч сама авторка і формулює мету своєї статті як визначення та обґрунтування основних напрямів дослідження зв'язків з громадськістю в сучасному шоу-бізнесі, мова йде швидше про фокус уваги при застосуванні PR-технологій у цій сфері. Зокрема, дослідниця виділяє: 1) чітке визначення цілей зв'язків з громадськістю в шоу-бізнесі, що найбільше опосередковано конкретною морфологічною складовою мистецтва; 2) дослідження особливостей PR в різних художньо-мистецьких сферах; 3) вивчення особливостей роботи над іміджем артистів та акторів; 4) визначення основних компетентностей та дослідження різних аспектів підготовки майбутніх фахівців у сфері шоу-піару [5].

Група інших авторів займається вивченням значення та ролі масових комунікацій у системі ефективного PR-менеджменту підприємств соціокультурної сфери. Дослідивши дану проблему, О. Дутчак, В. Шикеринець і В. Орлова дійшли висновку, що система масової комунікації у системі PR-менеджменту підприємств зазначеної сфери має виражені іміджеві можливості. При цьому важливу роль в активізації діяльності установ даної галузі також відіграють соціально-економічні чинники [2].

Отже, розглянувши публікації, присвячені вивченню PR-діяльності в соціокультурній сфері, можна визначити основні проблеми, над якими працювали їх автори, та концептуальні засади, що лежали в основі даних

досліджень. Серед проблем слід виділити історію становлення та вивчення зв'язків з громадськістю в США, Європі та в Україні, основні моделі паблік рилейшнз у соціокультурній сфері та особливості масових комунікацій у них, особливості PR-діяльності у системі менеджменту академічної музики та в шоу-бізнесі. При цьому в основу деяких з цих досліджень автори поклали метод моделювання, зокрема використання моделі PR-діяльності Д. Грюнінга, а також застосовували порівняльний метод.

Література:

1. Варцаба Н.В. Розвиток PR у сфері культури: до історіографії питання. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. №3. С. 118–126. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2018.150619>.
2. Дутчак, О., Шикеринець, В., Орлова, В. Масові комунікації в системі р-менеджменту підприємств соціокультурного сервісу. *Наукові перспективи*. 2022. № 6(24). С. 82–91. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-6\(24\)-82-91](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-6(24)-82-91).
3. Кияниця Є.О. Основні моделі зв'язків з громадськістю в соціально-культурній сфері. *Інтегровані комунікації*. 2016. №1. С. 36-42. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2016.1.6>.
4. Обух Л. PR у системі менеджменту академічної музики. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: науковий збірник*. 2019. Вип. 33. С. 84–90. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi33.295>.
5. Хлистун О. PR в шоу-бізнесі: актуальні напрями дослідження. *Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство»*. 2022. Вип. 46. С. 41–45. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.46.2022.257966>.

ЗМІСТ

Михайло ОЛІЙНИК Культурологічні аспекти туризму в сучасних українських дослідженнях	3
Арсен КЛОЧКОВ Інформаційна культура: підходи українських вчених до визначення поняття	5
Антоніна КОРОТЄЄВА Овертуризм – ознака післяепідеміологічного туризму	8
Іван МАЛЬОВАНІЙ Інформаційний сервіс публічних бібліотек в сучасному комунікаційному просторі	11
Тарас САГАЙДАЧНИЙ Місце та роль електронних бібліотек в інформаційному обслуговуванні осіб з особливими потребами	13
Андрій ГАПОНЮК Метамодернізм: напрями сучасних українських досліджень	15
Євгеній ГОЛОВАТИЙ Теоретичні аспекти дослідження культури в працях сучасній українських етнологів	18
Артем ТКАЧЕНКО Визначення традиційної культури в працях сучасних українських дослідників	20
Сергій КАМІНСЬКИЙ Дизайн-менеджмент: сучасні підходи до вивчення	23
Артем МИХАЙЛЕНКО Вплив відкритої агресії на культурні практики українців	26
Андрій ОСАДЧУ Українська мода як символ опору та патріотизму після вторгнення рф	29
Дмитро МОКРІЙ Підходи до класифікації нематеріальної культурної спадщини в Україні	32
Павло ВДОВІН Мова як нематеріальна культурна спадщина: концептуальні підходи українських вчених	36
Людмила СИПКО Асоціативні моделі мислення в сучасній українській поезії	38
Леся ДОМНІЧ Транслітерація та транскрибування у двосторонньому перекладі між українською та англійською мовами	40
Анастасія АНІСІМОВА, Леся ДОМНІЧ Канадський і британський	

варіанти англійської мови: відмінності та спільності	42
Станіслав КОВАЛИШЕН, Леся ДОМНІЧ Особливості австралійської англійської мови	45
Людмила ПАВЛЕНКО Українське радіо в часи війни	47
Олена ЛАЗОР, Олександра МОСКАЛЮК Функції піар-кампаній у зовнішній та внутрішній політиці держави	49
Олена ЛАЗОР» Публіцистичний текст: аналіз визначальних ознак	51
Софія ПАВЛЕНКО Механізм впливу соціальної мережі твіттер на соціокультурний дискурс	53
Олексій КОЛЕСНИКОВ Сучасні концептуальні засади вивчення зв'язків з громадянською: український погляд	55

Наукове видання

«МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ»

Тези доповідей

XV міжнародної науково-практичної конференції
студентів і молодих вчених
м. Київ, 29 травня 2024 р.

*Автори несуть особисту відповідальність за повноту висвітлення
досліджуваного питання, системність викладу матеріалів, достовірність
наведених фактів та їхню автентичність, правильне цитування, академічну
добросовісність.*

Електронне видання

*Підписано до друку 26.12.2024 р.
Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 3,5.
Наклад 100 прим. Зам. № ...*

*Видавець і виготовлювач: Університет «Україна».
03115, м. Київ, вул. Львівська, 23,
тел./факс (044) 424-40-69, 424-56-26
E-mail: ukraina.vdk@email.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 405 від 06.04.2001.*