

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОСВІТИ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ



АКТУАЛЬНІ СОЦІАЛЬНІ ТРЕНДИ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ НАУК



Збірник матеріалів III інтернет-конференції молодих науковців

м. Житомир, 16 квітня 2026 р.

УДК 37.05:101.1

A43

*Рекомендовано до друку Вченою радою Державного університету
«Житомирська політехніка» (протокол № 10 від 05.червня.2026 р.)*

Редакційна колегія:

Слюсар Вадим Миколайович – доктор філософських наук, професор;

Вітюк Ірина Костянтинівна – кандидат філософських наук, доцент;

Гордійчук Ольга Олегівна – доктор політичних наук, доцент;

Кондратюк Юлія Сергіївна – кандидат історичних наук, доцент;

Яблонська Надія Миколаївна – кандидат педагогічних наук.

A43 **Актуальні соціальні тренди як предмет соціогуманітарних та психологічних наук** : матеріали III інтернет-конференції молодих науковців, м. Житомир, 16 квітня 2026 р. / Ред. кол.: В. М. Слюсар, І. К. Вітюк, О. О. Гордійчук [та ін.] – Житомир : Житомирська політехніка, 2024. – 90 с.

ISBN 978-966-683-739-7

У збірнику вміщено матеріали доповідей учасників Інтернет-конференції молодих науковців «Актуальні соціальні тренди як предмет соціогуманітарних та психологічних наук». Публікації авторів стосуються актуальних питань філософії, журналістики, історії, ментального здоров'я у трендах психологічної науки; соціальної політики та соціальне забезпечення в Україні; освітніх та безпекових стратегій захисту України.

Збірник адресовано науковцям, практикам, здобувачам вищої освіти у галузях соціогуманітарних та поведінкових наук.

УДК 37.05:101.1

ISBN 978-966-683-739-7

© Житомирська політехніка, 2026

© Автори, 2026

Юлія Воркевич,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук, доцентка

кафедри журналістики та філософських студій,

Державний університет «Житомирська політехніка»

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ

У ХХІ столітті інформаційні війни набули статусу одного з ключових інструментів геополітичного протистояння. На відміну від традиційних форм збройної боротьби, вони спрямовані насамперед на вплив на свідомість індивідів та суспільства загалом, формування необхідних наративів, трансформацію громадської думки у потрібному напрямку. У цьому контексті інформація перестає бути лише засобом комунікації, перетворюючись на повноцінний інструмент політичного впливу та зброю.

Інформаційна війна є цілеспрямованим впливом на інформаційний простір та масову свідомість населення іншої країни у мирний або військовий час шляхом розповсюдження певної інформації з метою досягнення політичної, економічної або військової переваги та захист громадян власної країни від такого впливу. Це форма протистояння, у якій інформація стає основною зброєю, а інформаційні системи – головною мішенню [9]. Вона включає низку інструментів, серед яких ключовими є пропаганда, дезінформація, психологічні операції, маніпуляції, емоційний вплив, формування стереотипів та ін. [3]. Основною метою інформаційної війни є вплив на когнітивну та емоційну сфери людини з метою зміни сприйняття реальності. У цьому

контексті важливим є не стільки сам факт події, скільки її інтерпретація та спосіб подання в інформаційному просторі, що в умовах постправди набуває вирішального значення, адже саме інтерпретації, емоційні наративи та суб'єктивні переконання дедалі частіше витісняють об'єктивні факти. У такому середовищі інформаційний вплив спрямовується не на перевірку істинності повідомлень, а на їхню здатність викликати емоційну реакцію, формувати довіру або, навпаки, недовіру до певних джерел і акторів. Це призводить до трансформації механізму формування громадської думки: вона дедалі більше залежить від швидкості поширення інформації, її віральності та відповідності очікуванням аудиторії. У результаті створюється ситуація, коли масове сприйняття реальності може суттєво відрізнятись від фактичного стану речей, що відкриває широкі можливості для маніпуляцій [2].

Роль медіа в умовах гібридних конфліктів, інформаційних війн важко переоцінити, адже саме через медіа формуються уявлення про події, оцінки та моделі поведінки, що безпосередньо впливають на суспільну стабільність та національну безпеку. Медіа здатні як посилювати інформаційні впливи, так і виступати механізмом їх стримування. Інформаційний вимір є одним із визначальних і у війні РФ проти України [1; 10].

Російська пропаганда активно використовує дезінформацію, поширює фейкові наративи, спрямовані на дискредитацію української державності, підриє довіри до влади та деморалізацію населення. Серед них, регулярне викривлення фактів щодо військових подій, поширення міфів про «зовнішнє управління», «біолабораторії» та ін. [4; 5; 8; 12; 13]. Важливо, що такий інформаційний вплив спрямований не лише на внутрішню аудиторію України, але й на міжнародну спільноту з метою формування вигідного для агресора образу подій,

дискредитації України на міжнародній арені, послаблення підтримки з боку партнерів та впливу на громадську думку в інших державах.

Ефективність дезінформації зумовлена апеляцією до емоцій, страхів і стереотипів аудиторії. Найшвидше поширення – через цифрові платформи та соціальні мережі, які завдяки алгоритмам персоналізації підсилюють ефект «інформаційних бульбашок». Це ускладнює доступ до об'єктивної інформації та сприяє радикалізації поглядів. Використання штучного інтелекту, автоматизованих бот-мереж і технологій дипфейків суттєво розширює можливості створення та масштабування дезінформації, підвищуючи її переконливість і швидкість розповсюдження. Алгоритми платформ сприяють підсиленню резонансного контенту, що часто має емоційно забарвлений або маніпулятивний характер, тим самим посилюючи вплив пропагандистських повідомлень.

У таких умовах зростає значення медіаграмотності

Підвищення рівня медіаграмотності як здатності критично оцінювати інформацію, розпізнавати маніпуляції та протистояти пропагандистським впливам є одним із ключових напрямів забезпечення інформаційної безпеки, що передбачає розвиток критичного мислення, впровадження стандартів фактчекінгу, підтримку незалежних медіа та реалізацію освітніх програм [11].

Важливу роль у цьому процесі відіграють як державні інституції, так і громадянське суспільство [5; 6; 7].

Отже, інформаційні війни є невід'ємною складовою сучасних конфліктів і мають суттєвий вплив на формування громадської думки.

Український досвід підтверджує, що інформаційний простір стає полем боротьби, яке не поступається за значенням військовому. У цих умовах медіа відіграють ключову роль, виступаючи як інструментом впливу, так і засобом протидії дезінформації.

Ефективна протидія інформаційним загрозам можлива за умови поєднання інституційних механізмів, розвитку відповідальної журналістики, підвищення рівня медіаграмотності населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hordiichuk O., Halapsis A., Kozlovets M. How the information warfare turns into full-scale military aggression: the experience of Ukraine. *Przegląd Strategiczny*. 2023. № 16. Pp. 345–362. DOI: <https://doi.org/10.14746/ps.2023.1.25>
2. Hordiichuk O., Vorkevych Yu. Trust in fake information in the post-truth era during wartime: a media-philosophical perspective. International research conference «THE DAYS OF SCIENCE OF THE FACULTY OF PHILOSOPHY – 2026», April 23-24, 2026. Pp.
3. Waisbord S. Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*. 2018. 19(13). Pp. 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
4. Воробець Н. Інформаційна війна Росії проти України: динаміка впливу на суспільну свідомість і виклики для національного становлення. *Вісник Прикарпатського університету. Серія «Політологія»*. 2023. № 15. С. 18–25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-1-3>.
5. Гордійчук О. Вплив ментальності та політичних традицій українців на зміст та ефективність політичної комунікації. *Політичне життя*. 2025. 1. С. 94-103. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.1.6>
6. Гордійчук О., Воркевич Ю. Комунікація як прояв людської природи: вербальні та невербальні виміри. Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи: матеріали III Міжнародної наукової конференції, м. Житомир, 22 травня 2025 р. / Ред. кол.: В. Слюсар, Л. Червона, Н. Лакуша [та ін.]. Житомир:

Житомирська політехніка, С. 3-6. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/povnyj-tekst-1.pdf>

7. Гордійчук О., Дідківський В. Протидія пропаганді в умовах війни. Матеріали II Міжнародної наукової конференції «Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи», м. Житомир, 16-17 травня 2024 р. Житомир: Житомирська політехніка, 2024, С. 142–144. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/povnyj-tekst.pdf>

8. Гордійчук О., Савіцька В. Соціальні виклики цифрової епохи: маніпуляції, дезінформація трансформація мислення. Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи: матеріали III Міжнародної наукової конференції, м. Житомир, 22 травня 2025 р. / Ред. кол.: В. Слюсар, Л. Червона, Н. Лакуша [та ін.]. Житомир: Житомирська політехніка, С. 11-15. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/povnyj-tekst-1.pdf>

9. Енциклопедія сучасної України. Інформаційна війна. URL: <https://esu.com.ua>

10. Мішалова О., Гордійчук О. Війна росії проти України як «війна за ідентичність». Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2025. Випуск 59. С. 164–175. URL: <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.59.18>

11. Національний проєкт з медіаграмотності Міністерства культури та стратегічних комунікацій України «Фільтр». URL: <https://filter.mkip.gov.ua/>

12. Петришин Г. Інформаційна війна росії проти України: еволюція основних засобів, методів та динаміка наративів. Наукові праці МАУП. Серія «Політичні науки та публічне управління». 2025. Вип. 1(77). С. 117–128. DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1\(77\)-17](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1(77)-17)

13. Руднева А., Мальована Ю. Інформаційна війна рф проти україни у 2025 році: аналіз ключових наративів і психологічних механізмів впливу. Вісник Прикарпатського університету. Серія:

Політологія (з нагоди ювілею професора Василя Марчука). 2026. №
22. С. 297-304. DOI: <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-22-35>

Анастасія Олійник,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук,

доцентка кафедри журналістики та філософських студій

Державний університет «Житомирська політехніка»

РИТУАЛИ ПАМ'ЯТІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СВІДОМОСТІ МОЛОДІ

У сучасних умовах суспільно-політичних трансформацій, а особливо в період інформаційної, гібридної, повномасштабної війни РФ проти України [1; 2; 5], проблема формування активної громадської позиції молоді набуває особливої актуальності. Молодь є соціальною групою, яка не лише сприймає суспільні зміни, але й активно впливає на них, виступаючи носієм оновлених цінностей, ідей та моделей соціальної поведінки. Саме тому питання громадянського виховання, розвитку патріотизму, національної свідомості та соціальної відповідальності є одним із пріоритетних напрямів сучасної освіти й суспільної політики.

Громадянська позиція є інтегральною якістю особистості, яка проявляється у свідомому ставленні до власних прав і обов'язків, політичних інституцій та держави загалом, а також у готовності брати участь у вирішенні суспільно значущих питань [9]. Вона формується під впливом низки чинників: сім'ї, освітнього середовища, соціальних інститутів, засобів масової інформації, культурного простору, колективної пам'яті та ін. В умовах війни суттєво зростає значення ритуалів вшанування національних героїв, полеглих захисників, подій війни, а також державних та національних символів, які виконують консолідуючу функцію, сприяють формуванню активної

громадянської позиції

Ритуали вшанування є символічними діями осмислення й акцептації спільного досвіду боротьби та втрат, плекання пам'яті про минуле та формування спільної системи цінностей, колективної ідентичності. Вони спрямовані на збереження історичної пам'яті, вшанування національних героїв, загиблих захисників, жертв трагедій, відзначення важливих подій в історії держави. Такими ритуалами, насамперед, є хвилини мовчання, урочисті церемонії, покладання квітів, меморіальні акції, пам'ятні дати, громадські заходи до державних свят і днів скорботи.

Сучасні соціологічні дослідження підтверджують, що ритуали мають важливе соціально-консолідуюче значення, адже вони об'єднують людей навколо спільних цінностей, історичних символів і моральних орієнтирів. Як зазначає В. Купчишина, ритуали виступають механізмом згуртування суспільства та сприяють формуванню спільноти, що ґрунтується на єдності цілей, норм і соціальної відповідальності [7]. У цьому контексті участь молоді в ритуалах вшанування стає не просто формальною дією, а важливим елементом соціалізації особистості.

В Україні в умовах війни сформувалися нові суспільні ритуали, які мають глибоке символічне та виховне значення. Щодня о 9:00 по всій країні оголошується загальнонаціональна хвилина мовчання як вияв пам'яті, вдячності та шани до всіх, хто бореться за незалежність держави, до загиблих захисників і захисниць. Ця практика охоплює не лише державні установи, а й освітні заклади, підприємства, загалом публічний простір. У цей момент люди зупиняються у своїх справах, демонструючи спільну солідарність і повагу. Ще одним ритуалом, що пов'язаний з сучасною війною є висловлення вдячності та шани полеглим військовим під час похоронних процесій: небайдужі громадяни стають вздовж вулиці на коліно та схиляють голови. Такі дії

мають глибокий емоційний вплив, сприяють укоріненню цінностей вдячності, пам'яті та єдності.

У освітньому середовищі ці ритуали також набули важливого значення. У школах і закладах вищої освіти під час хвилини мовчання учні та студенти встають, перериваючи навчальний процес. За умови належного розуміння змісту цих практик вони є не формальністю, а усвідомленим актом вшанування, що сприяє формуванню громадянської свідомості, відповідальності та причетності до подій у державі, засвідчують цінність свободи, незалежності, кожного людського життя.

Участь молоді в акціях пам'яті, заходах на честь полеглих воїнів, волонтерських ініціативах, діяльності релігійних організацій [3; 4] та меморіальних церемоніях сприяє формуванню в неї почуття солідарності, емпатії та відповідальності за майбутнє держави. Дослідження О. Таран показує, що громадянські практики вшанування загиблих стали новими формами міської комеморації (від лат. *commemoratio* – згадування) та важливим чинником суспільної консолідації [10].

Виховною функцією ритуалів вшанування є те, що через участь у таких заходах молодь не лише отримує інформацію про історичні події, а й переживає їх на емоційному рівні. Саме емоційне переживання робить процес формування громадянської позиції більш глибоким і стійким. Повага до пам'яті полеглих, шанування державних символів, участь у громадських церемоніях виховують почуття обов'язку, патріотизму та готовності до соціальної активності.

Українські заклади освіти сьогодні активно інтегрують ритуали вшанування у виховний процес: проводять тематичні заходи, години пам'яті, патріотичні флешмоби, зустрічі з військовими та волонтерами. Це сприяє поєднанню освітнього та ціннісного компонентів виховання. Через таку системну виховну роботу формується активна

громадянська позиція сучасної молоді [10].

До того ж, ритуали вшанування стимулюють молодь до реальних дій у громадському житті. Після участі в меморіальних або патріотичних заходах молоді люди частіше долучаються до волонтерської діяльності, благодійних акцій, студентського самоврядування, громадських організацій тощо. Це підтверджує, що ритуал виступає не лише символічною формою пам'яті, але й каталізатором практичної соціальної активності [8], а сформовані внаслідок цього громадянські практики набувають важливого значення для національної безпеки, оскільки закладають її ціннісний фундамент – відповідальність, солідарність, готовність до участі у захисті держави та зміцненні суспільної стійкості [6, с. 34].

Отже, ритуали вшанування є важливим механізмом формування активної громадянської позиції молоді. Вони сприяють розвитку патріотизму, історичної пам'яті, громадянської відповідальності, національної свідомості та соціальної активності, що є необхідними умовами становлення свідомого громадянина сучасної України. Такі практики допомагають молодій людині усвідомити себе не лише окремою особистістю, а невід'ємною частиною національної спільноти, формуючи відчуття причетності, солідарності та спільної відповідальності за майбутнє держави.

В умовах війни ритуали вшанування набувають особливої ваги, оскільки виконують не лише меморіальну, а й мобілізаційну та консолідаційну функції: посилюють суспільну єдність, підтримують моральну стійкість, спонукають до активної громадянської участі. У ширшій площині це безпосередньо пов'язано зі зміцненням національної безпеки, адже сформовані через такі практики цінності відповідальності, солідарності, готовності до взаємодопомоги й захисту держави створюють її стійкий аксіологічний фундамент, підвищують рівень суспільної згуртованості та сприяють формуванню

громадян, здатних ефективно реагувати на сучасні виклики й загрози.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Hordiichuk O. The ideological and ontological causes of Russia's war on Ukraine. West versus East, tyranny versus democracy. *Ethnic in Progress*. 2023. Vol. 14, № 1. P. 4–23. URL: <https://doi.org/10.14746/eip.2023.1.1>
2. Hordiichuk O., Halapsis A., Kozlovets M. How the information warfare turns into full-scale military aggression: the experience of Ukraine. *Przegląd Strategiczny*. 2023. № 16. P. 345–362. URL: <https://doi.org/10.14746/ps.2023.1.25>
3. Kondratiuk Yu., Hordiichuk O., Vitiuk I., Sokolovskyi O. Main areas of international activity of Ukrainian Christian churches. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*. 2026. Vol. 46, № 1. Article 13. URL: <https://doi.org/10.55221/2693-2229.2721>
4. Sokolovskyi O., Sluysar V., Hordiichuk O. The experience of religious organizations in the formation and development of the chaplaincy movement in Ukraine. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*. 2024. Vol. 44, № 3. P. 74–92. URL: <https://doi.org/10.55221/2693-2229.2517>
5. Гордійчук О. Україна & росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни. Політичне життя. 2024. № 4. С. 61–70. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>
6. Гордійчук О., Гриценко Ю. Роль громадянського суспільства у захисті національної безпеки України. Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи: матеріали I Міжнародної наукової конференції, м. Житомир, 27–28 квіт. 2023 р. Житомир: Житомирська політехніка, 2023. С. 32–35. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/32.pdf>

7. Купчишина В. Ритуали як механізм згуртування суспільства. Габітус. 2025. № 79. С. 136–140. URL: https://habitus.od.ua/journals/2025/79-2025/part_1/79-1_2025.pdf
8. Курилюк Н. Потенціал молодіжних організацій в контексті формування активної громадянської позиції молоді. Науковий блог. 2013. URL: <https://naub.oa.edu.ua/potentsial-molodizhnyh-orhanizatsij-v-konteksti-formuvannya-aktyvnoji-hromadyanskoji-pozytsiji-molodi/>
9. Марушкевич А. Формування громадянської позиції сучасної молоді. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Педагогіка». 2015. № 1(1). С. 48–51. URL: <https://pedvisnyk.knu.ua/index.php/pedagogy/article/view/145>
10. Таран О. Громадянські практики вшанування загиблих — нові форми міської комеморації в умовах російсько-української війни. Народна творчість та етнологія. 2023. № 1(397). С. 36–47. URL: <https://nte.etnolog.org.ua/2023-rik/1/2688-z-istorii-ta-teorii-nauky/5436-hromadianski-praktyky-vshanutannia-zahyblykh-novi-formy-miskoi-komemoratsii-v-umovakh-rosiisko-ukrainskoi-viiny>
11. Slyusar V., Mosienko O. Historical policy of the Czech Republic and Slovakia: experience and practices. *Skhidnoievropeiskyi Istorychnyi Visnyk [East European Historical Bulletin]*. 2025. № 35. Pp. 218 – 230. <https://doi.org/10.24919/2519-058X.35.332687>

Єлізавета Іщук,

*учениця 10 класу Відокремленого підрозділу «Наукового ліцею»
Державного університету «Житомирська політехніка»*

Ольга Гордійчук,

*докторка політичних наук, кандидатка філософських наук, доцентка
кафедри журналістики та філософських студій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ ЛІДЕРА ТА ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ: МІЖ ОЧІКУВАННЯМИ СУСПІЛЬСТВА Й РЕАЛЬНІСТЮ

У сучасному світі образ політичного лідера формується на перетині суспільних очікувань, історичних умов та реальних можливостей влади. Лідерство вже не обмежується формальними повноваженнями, а передбачає здатність впливати на суспільство, формувати довіру, нести відповідальність за прийняті рішення.

Образ лідера у різні часи має свої особливості. Наприклад, Платон вважав, що правити повинні мудрі та справедливі люди: «...держави доти не позбудуться всілякого лиха, поки в них не прийдуть до влади філософи...» [10, с. 81], бо лише вони здатні діяти в інтересах суспільства. Аристотель наголошував, що влада є справедливою лише тоді, коли вона служить спільному благу, а не особистим інтересам: «Державний лад – це встановлена система інституцій; при ньому всі чинники розподіляються на основі їхніх властивостей або з огляду на ту чи іншу загальну засаду (мова про засаду, що урівнює або злидарів, або заможних, або спільну для тих і тих)» [4, с. 102]. Прагматичний підхід до розуміння влади запропонував Нікколо Мак'явеллі. У центрі його поглядів реальні механізми утримання й зміцнення влади, де правитель повинен діяти гнучко, орієнтуючись на обставини, бути готовим до рішучих, інколи жорстких кроків заради стабільності

держави. Мак'явеллі підкреслював важливість авторитету правителя, здатності контролювати підданих, уникати хаосу; наголошував, що ефективний лідер має поєднувати силу і хитрість, уміти передбачати загрози та діяти на випередження. Тож його концепція лідерства суттєво відрізняється від ідеалістичних уявлень античних філософів: вона базується на реалістичному аналізі людської природи та політичної боротьби, де головною метою є не моральна досконалість правителя, а ефективне управління для збереження й зміцнення держави [9].

У різні історичні періоди та в різних державах лідери істотно відрізняються підходами до взаємодії із суспільством, формування власного образу. Ці відмінності зумовлені особистими рисами керівників, політичним режимом, культурою, рівнем розвитку медіа, а також низкою завдань та викликів, які потрібно долати. Одні лідери орієнтуються на відкритість і діалог, інші на контроль інформації, дистанціювання. У сучасному світі ефективність лідерства дедалі більше залежить від здатності будувати довіру й комунікувати прозоро [5; 6; 7].

Прикладом лідерства, орієнтованого на відкритість та чесну комунікацію із суспільством, є діяльність Вінстона Черчилля. Він не прагнув бути зручним для суспільства, діяв рішуче й відверто навіть у періоди критики. Відомі слова Черчилля: «Я не можу запропонувати нічого, окрім крові, тяжкої праці і поту» [2], виголошені у промові на посаді прем'єр-міністра у травні 1940 року в умовах загрози нацистського вторгнення під час Другої світової війни, демонструють руйнування суспільних ілюзій. Зазвичай від лідера очікують обіцянок легкого шляху й швидких перемог, однак саме ця чесність стала основою довіри. Не давати солодких обіцянок і говорити правду виявилось сильнішим за популізм [8], оскільки така відверта комунікація не лише сформувала реалістичне сприйняття ситуації, а й

мобілізувала суспільство до спільної відповідальності та тривалого спротиву.

Формування образу лідера через емоції та звернення до потреб суспільства демонструє Наполеон Бонапарт – один з найвидатніших військових геніїв [3], що цілеспрямовано створював образ «захисника нації» та «людини з народу», «необхідного лідера», щоб мобілізувати громадян. Він апелював до гордості, страху й надії. Це приклад того, як очікування суспільства можуть ставати інструментом політичної маніпуляції, що зрештою створює розрив між образом і реальністю.

Ці приклади ілюструють різні моделі лідерства: від чесного інформування суспільства до цілеспрямованого конструювання образу, що часто перетворюється на інструменти впливу й маніпуляцій.

У сучасному світі ці підходи зберігаються, але реалізуються значно швидше завдяки соціальним мережам та медіа. Так, наприклад, Борис Джонсон будував образ «своєї людини» – харизматичного, дотепного й нестандартного політика. Його приїзд до Києва 9 квітня 2022 року став яскравим символічним жестом, що підкріпив цей образ [1]. Втім, такий стиль згодом негативно позначився на його політичній кар'єрі. Натомість румунська політикиня Елена Ласконі обрала інший підхід, що полягає у прозорому лідерстві без гучних гасел, орієнтованому на реальні результати. Порівняння цих підходів показує, що суспільство часто тяжіє до яскравості й харизми та довіряє компетентності, професійності та правдивості.

Отже, конструювання образу лідера – це завжди баланс між очікуваннями суспільства і реальністю, який значною мірою реалізується через політичну комунікацію. Відповідальний лідер прагне говорити правду, навіть якщо вона незручна, будує довіру через послідовні дії, відкритий діалог, прозорість рішень, регулярний зворотний зв'язок із громадянами. Важливою є не лише змістовність

повідомлень, а й форма їх подачі: чіткість, доступність, відповідність реальним діям.

Популісти заповнюють інформаційний простір гучними, емоційними заявами, маніпулюють символами та спрощеними меседжами, створюючи розрив між ілюзією та дійсністю. У такому випадку комунікація перетворюється не на інструмент взаєморозуміння, а на засіб впливу й формування вигідного образу.

Здатність розрізняти ці підходи є важливою умовою розвитку зрілого суспільства, а підвищення політичної грамотності, що є ефективним запобіжником проти популізму та запорукою відповідального державного управління, де комунікація виступає основою довіри між владою та громадянами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. British PM Boris Johnson makes surprise visit to Zelenskyy. Al Jazeera. 9 April 2022. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2022/4/9/british-pm-boris-johnson-makes-surprise-visit-to-zelenskyy>
2. Churchill W. Blood, Toil, Tears and Sweat. Speech in the House of Commons, 13 May 1940. American Rhetoric. URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/WinstonChurchill-Blood>
3. Commentary Explorer Results. Commentary for Volume 2, Chapter 7 : Politics and the Duke. Life of Wellington. URL: <https://lifeofwellington.co.uk/commentary/chapter-7-politics-and-the-duke>
4. Арістотель. Політика / пер. з давньогрец. О. Кислюк. К.: Основи, 2005. 239 с.
5. Гордійчук О., Воркевич Ю. Комунікація як прояв людської природи: вербальні та невербальні виміри. Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи: матеріали III Міжнародної наукової конференції, м. Житомир, 22 травня 2025 р. / Ред. кол.: В. Слюсар, Л. Червона, Н. Лакуша [та ін.]. Житомир:

Житомирська політехніка, С. 3-6. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/povnyj-tekst-1.pdf>

6. Гордійчук О. Вплив ментальності та політичних традицій українців на зміст та ефективність політичної комунікації. *Політичне життя*. 2025. Квіт 2025. С. 94-103. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.1.6>

7. Гордійчук О., Шульська В. Політична комунікація в історичному розвитку та сучасному контексті. Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи: матеріали III Міжнародної наукової конференції, м. Житомир, 22 травня 2025 р. / Ред. кол.: В. Слюсар, Л. Червона, Н. Лакуша [та ін.]. Житомир: Житомирська політехніка, С. 16–19. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/povnyj-tekst-1.pdf>

8. Іщук Є., Гордійчук О. Криза як фактор зростання популізму та харизматичного лідерства в міжнародних відносинах. Національна безпека в умовах війни, післявоєнної відбудови та глобальних викликів XXI століття: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 11-12 грудня 2025 року. Житомир: Житомирська політехніка, С. 511–513. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2026/01/povnyj-tekst.pdf>

9. Мак'явеллі Н. Флорентійські хроніки; Державець / пер. з італ. А. Перепаді. Харків: Будинок друку, 2013. 472 с.

10. Платон. Держава / пер. з давньогрец. Д. Коваль. Київ: Основи, 2000. 355 с.

11. Слюсар В., Яблонська Н., Мосієнко О. Формування лідерських soft skills в закладах вищої освіти (на прикладі підготовки вчителів «Захисту України»). *International Scientific Journal of Universities and Leadership*. 2024. №17. С. 66-76.

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук, доцентка

кафедри журналістики та філософських студій,

Державний університет «Житомирська політехніка»

Анастасія Кравчук,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Яна Пасічник,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ФІНЛЯНДІЇ

Політична культура Фінляндії сформувалася як результат тривалого історичного розвитку інституцій, соціальної модернізації, взаємодії держави з громадянським суспільством. Її становлення пов'язане з періодами перебування у складі Швеції та Російської імперії, з процесами національного державотворення після здобуття незалежності у 1917 році. Важливою особливістю цього процесу є те, що фінська ідентичність конструювалася, насамперед, через розбудову ефективних інститутів – системи освіти, соціального забезпечення, публічного управління. Саме інституційний підхід до націєтворення визначив раціонально-правовий характер політичної культури [7].

Один з визначальних факторів формування політичної культури Фінляндії історично й на сучасному етапі є геополітичне розташування. Сусідство з агресивною авторитарною росією, досвід конфліктів та війн, зокрема Зимової війни (1939–1940 рр.) та наступних загроз анексії сформували у фінських громадян стійке усвідомлення необхідності зміцнення національної безпеки, захисту суверенітету та збереження демократичного ладу [6]. Символом цього

спротиву став фінський снайпер Сімо Хяюхя, чий досвід участі у бойових діях відображає характерні риси фінської оборонної культури – адаптивність до складних кліматичних умов, ефективне використання обмежених ресурсів та асиметричні тактики протидії чисельно переважаючому противнику [3]. У сучасних умовах це трансформувалося у підвищену увагу до інформаційної безпеки, стійкості державних інститутів та протидії зовнішнім впливам [6].

Ключовим етапом формування фінської політичної культури стала II пол. XX ст., пов'язана зі становлення скандинавської моделі соціальної держави, що базується на принципах соціальної рівності, універсалізму соціальних послуг та корпоративної взаємодії між державою, бізнесом, профспілками. Така модель сприяла розвитку консенсусної політики, у межах якої ключові рішення ухвалюються через переговори та компроміси між різними соціальними групами. Виборча система пропорційного представництва, що передбачає багатопартійність і коаліційні уряди, також інституційно закріпила культуру узгодження інтересів, зменшила рівень політичної поляризації [1].

Серед характерних рис політичної культури Фінляндії виокремимо високий рівень інституційної та міжособистісної довіри, правовий легалізм, орієнтацію на рівність перед законом, соціальну справедливість, розвинену громадянську участь. Довіра виступає фундаментальною категорією: громадяни демонструють високий рівень довіри до державних інституцій, зокрема до системи правосуддя та публічної адміністрації. Важливо, що значна частина населення Фінляндії залучена до діяльності громадських організацій, що формує розвинений соціальний капітал і сприяє стабільності демократичних інститутів. Політична культура також характеризується низьким рівнем конфронтаційності: публічні дебати

мають раціональний конструктивний характер, а політичні актори орієнтовані на досягнення спільного результату [1].

Окремої уваги заслуговує здатність фінського суспільства протистояти інформаційним загрозам, що значною мірою зумовлено сусідством із росією та активною політикою останньої у сфері інформаційного впливу. У відповідь Фінляндія сформувала комплексну модель протидії дезінформації, яка включає розвиток медіаграмотності, інтеграцію критичного мислення в освітні програми та міжвідомчу координацію у сфері стратегічних комунікацій. Освітня система відіграє тут ключову роль: вона не лише забезпечує високий рівень знань, але й формує здатність до критичного аналізу інформації, що знижує вразливість суспільства до пропаганди [2].

Тривалий час політика безпеки Фінляндії базувалася на збереженні нейтралітету, що підтримувалося домінуванням пацифістських настроїв у суспільстві та небажанням більшості фінів вступати у НАТО. Різка зміна відбулася після повномасштабного вторгнення РФ в Україну у 2022 році [4; 5; 10]. Рівень суспільної підтримки вступу до НАТО суттєво зріс і став домінуючим. Тож Фінляндія активізувала політику безпеки і вступила до НАТО у 2023 році [6]. Цей крок відображає трансформацію політичної культури у напрямі більшої орієнтації на колективну безпеку та стратегічну стійкість. Водночас зберігається баланс між безпековими пріоритетами та демократичними цінностями, що є свідченням інституційної зрілості держави. Важливу роль у цих процесах відіграло політичне керівництво країни, зокрема діяльність прем'єр-міністерки Санни Марін, за час перебування при владі якої відбулося подальше зміцнення підтримки цього курсу серед населення [11].

Сьогодні успішність Фінляндії проявляється у кількох ключових сферах. По-перше, це ефективне державне управління, яке базується на прозорості, підзвітності та низькому рівні корупції. По-друге,

соціальна політика, що забезпечує високий рівень добробуту, мінімізацію нерівності та соціальну захищеність громадян. По-третє, освітня система та інноваційна економіка, які забезпечують конкурентоспроможність країни на глобальному рівні. Успіх у цих сферах зумовлений поєднанням інституційної стабільності, культури довіри та здатності ефективно реагувати на зовнішні загрози, зокрема інформаційні та геополітичні [7; 8].

Додамо цікавий факт про практику, відому як «банна дипломатія». Сауна у Фінляндії є не просто традицією, а важливим елементом політичної культури, що відображає цінності рівності, довіри, горизонтальних зв'язків та неформального спілкування. Вона є національним символом і водночас інструментом дипломатії. Поряд із офіційними форматами (самітами, переговорами, урочистими прийомами та ін.) фінські дипломати використовують сауну як альтернативний простір для взаємодії. Тут зникає протокольна дистанція: без статусних атрибутів і формальностей учасники опиняються в умовно рівному становищі, що сприяє більш відкритому діалогу та зміцненню довіри. Саме тому при посольствах і консульствах Фінляндії в різних країнах облаштовують традиційні сауни як простір для неформальних зустрічей і підтримки міждержавних відносин [9].

Отже, політична культура Фінляндії є прикладом інституційно зрілої, консенсусної та орієнтованої на суспільне благо моделі. Її специфіка полягає у поєднанні історично сформованих цінностей рівності та правопорядку з сучасними механізмами соціальної держави, демократичного врядування та ефективної протидії зовнішнім впливам. В умовах зростання глобальних безпекових викликів фінський досвід демонструє важливість інтеграції політичної культури, освіти та інституційної політики у формуванні стійкого демократичного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Arter D. Scandinavian Politics Today. Manchester University Press, 2016.
2. European Commission. Tackling Disinformation: Finland's Approach to Media Literacy. 2020.
3. Gońda K. Simo Häyhä: fińska Biała Śmierć. Portal historyczny Histmag.org- historia dla każdego!. URL: <https://histmag.org/Simo-Hyh-finska-Biala-Smierc-12429>
4. Hordiichuk O., Halapsis A., Kozlovets M. How the information warfare turns into full-scale military aggression: the experience of Ukraine. Przegląd Strategiczny. 2023. (16). Pp. 345–362. DOI: <https://doi.org/10.14746/ps.2023.1.25>
5. Mishalova O., Hordiichuk O., Sokolovskyi, O. Russia's War in Ukraine as a "War for Identity" and Appropriation of Cultural Tradition. ETHICS IN PROGRESS. 2024. № 15(1). Pp. 73–94. DOI: <https://doi.org/10.14746/eip.2024.1.4>
6. NATO. Finland joins NATO. 2023.
7. OECD. Drivers of Trust in Public Institutions in Finland. Paris: OECD Publishing, 2021.
8. Poyet, C., Niemikari, R., Raunio, T. What makes democratic institutions resilient to crises? Applying a novel analytical framework to the case of Finland. Journal of Contemporary European Studies. 2024. № 32(1). Pp. 246–261.
9. Банна дипломатія: чому фіни проводять переговори у сауні – BBC News Україна. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64330697> (дата звернення:
10. Гордійчук О. Онтологічні причини війни Росії в Україні. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки. 2023. № 2 (94). С. 86–99. DOI: [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2\(94\).2023.86-99](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2(94).2023.86-99)

11. Ерман Г. Як прем'єрка Фінляндії Сання Марін завоювала симпатії українців і чому йде з посади - BBC News Україна, 3 квітня 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c1vqk3rgek2o>

Дарина Пархомчук,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук,

доцентка кафедри журналістики та філософських студій

Державний університет «Житомирська політехніка»

МЕДІА ЯК ЧИННИК КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В КЛАСИЧНИХ І СУЧАСНИХ ТЕОРІЯХ КОМУНІКАЦІЇ

У ХХІ столітті медіа перестали бути винятково технічним засобом передавання інформації між людьми. Вони дедалі більше визначають те, як людина сприймає соціальну реальність, інтерпретує події та формує власні уявлення про світ. Постійна присутність медіа в повсякденному житті, розвиток цифрових технологій і соціальних мереж призводять до трансформації соціальних зв'язків, комунікативних практик і навіть способів мислення. Відтак, сьогодні медіа виконують значно ширшу функцію, ніж виключно поширення інформації, як це було раніше. Вони впливають на структуру сприйняття реальності, задають рамки інтерпретації подій, формують домінуючі смисли та ціннісні орієнтири. Через медіа конструюються соціальні образи, моделі поведінки, уявлення про норму й відхилення, а тому медіа постають активними чинниками формування соціальних практик і колективної свідомості.

Засоби масової комунікації також суттєво впливають на правосвідомість сучасної людини, оскільки формують уявлення про право, справедливість, законність та межі допустимої поведінки в суспільстві [1]; відіграють важливу роль у політичних комунікаціях, визначаючи порядок денний, структуру політичної дискусії та способи сприйняття політичних подій [2]. Особливої актуальності ця роль

набуває в умовах війни РФ проти України, коли медіа стають не лише інструментом інформування, а й засобом інформаційної боротьби, формування громадської думки та міжнародного іміджу держави. У цьому контексті на перший план виходять питання медіаграмотності населення та необхідності системної протидії пропаганді й дезінформації [3].

Для того, щоб дослідити феномен сучасної медіареальності доцільно проаналізувати класичні теорії комунікації та підходи. Розгляд цих позицій дозволяє

простежити еволюцію уявлень про роль медіа й комунікації в суспільстві, а також допомагає у визначенні, як вони вплинули на осмислення цих понять.

Ключовим для розуміння цієї проблематики є поняття комунікації, яке трактується як процес продуктивної взаємодії, спрямованої на спільне творення смислу між учасниками соціальної взаємодії [10]. Науковий інтерес до комунікації особливо посилюється у XX ст. у зв'язку з розвитком засобів масової інформації та їх впливом на індивідуальну й масову свідомість [6, с. 88].

Історичний розвиток комунікації демонструє її тісний зв'язок із соціокультурними змінами. Зокрема, виокремлюють доіндустріальний, друкований і телевізійний етапи, кожен з яких супроводжувався зміною способів взаємодії та сприйняття інформації [5, с. 47–48].

У давніх суспільствах функцію медіа виконували міфи, які забезпечували цілісність світогляду, передавали соціальні норми й формували символічну реальність. Подальший розвиток комунікації у час Античності в межах культури пов'язаний із переходом від міфологічного до раціонального мислення, що стало можливим завдяки поширенню писемності та накопиченню знань. У римській

культури медіа набувають виразного політичного характеру, стаючи інструментом впливу на громадську думку через мистецтво, літературу та інші форми культурного виробництва [8].

У Середньовіччі комунікація інтерпретується як передавання божественної істини, що зумовлює її ієрархічний характер і залежність від теологічних доктрин. Комунікативна модель цього періоду репрезентується формулою «Бог – Священне Писання – Людина» [9, с. 95]. Основними формами комунікації виступають лекції та диспути, спрямовані на тлумачення текстів і логічне обґрунтування істини [7, с. 105].

Епоха Відродження знаменує собою перехід до антропоцентричної моделі комунікації, в якій зростає роль індивідуального досвіду, творчості та самовираження. У Новий час домінує раціоналістичний підхід, що пов'язує комунікацію з діяльністю розуму та прагненням до об'єктивного знання [9, с. 95].

Класичні теорії комунікації розглядають медіа як соціальні інститути, що виконують функції інформування, інтерпретації, соціальної інтеграції. Зокрема, Д. Мак-Квейл виокремлює позитивістські та критичні підходи до аналізу медіа, Н. Стівенсон доповнює цю класифікацію, пропонуючи розрізняти критичну, аудиторну та технологічну парадигми, які акцентують відповідно на ідеологічних механізмах, активній ролі аудиторії та впливі технологій на комунікаційні процеси [4, с. 14].

Сучасні підходи, зокрема культурні дослідження, розглядають аудиторію як активного учасника процесу продукування смислів, що свідчить про зростання ролі інтерпретації у медіапросторі. Водночас теорія соціальної відповідальності наголошує на необхідності регулювання медіа з метою запобігання негативному впливу на аудиторію, підкреслюючи суперечливість між об'єктивністю та суб'єктивністю відбору інформації [там же, с. 18–20].

Отже, еволюція медіа від міфологічних форм до сучасних цифрових технологій засвідчує, що вони не лише передають інформацію, але й формують сам спосіб мислення та сприйняття реальності. Медіа постають як простір боротьби за інтерпретацію істини, визначення смислів і конструювання соціальної дійсності, що актуалізує їх як одну з ключових філософських проблем сучасності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Базаєв О. Особливості впливу засобів масової комунікації на правосвідомість сучасної людини. Проблеми законності. 2025. Випуск 170. С. 321 – 337.
2. Гордійчук О. 2025. Вплив ментальності та політичних традицій українців на зміст та ефективність політичної комунікації. Політичне життя. (Квіт 2025), 94-103. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.1.6>
3. Гордійчук О., Дідківський В. Протидія пропаганді в умовах війни. Матеріали II Міжнародної наукової конференції «Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи», м. Житомир, 16-17 травня 2024 р. / Ред. кол.: О. А. Черниш, В. М. Слюсар, Л. М. Червона [та ін.]. Житомир: Житомирська політехніка, 2024, С. 142–144.
4. Зражевська Н. Теорія медіа та суспільства: навч. посіб. К.: Київ: ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 198 с.
5. Косенко Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
6. Лащук Ю. Особливості віртуального наукового спілкування: культурологічний контекст. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2010. Випуск 27. С. 87–93.

7. Лозниця С. Контroversійні підвалини комунікативних стратегій: історико-філософський аспект. Мультиверсум. Філософський альманах. 2020. Випуск 2 (172). Том 1. С. 100–122.
8. Ороховська Л. Мас-медіа як складова людської комунікації. Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія. 2011. Вип 1. С. 135–138.
9. Плахтій М., Сулятицька Т. Комунікативна природа людського буття. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2022. Випуск 37. С. 94–102.
10. Словник термінів у сфері штучного інтелекту / упорядники: Чумаченко Д., Мішкін Д., Андрієнко О., Краковецький О., Турута О., Дубно О., Хрущова Д., Кобрін А., Авдєєва Т., Кравець І., Герасимяк В., Шабанов О., Бистрицька А. Київ: Міністерство цифрової трансформації України, 2024. 37 с.

Анна Северенчук,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Мирослава-Олександра Махачек,

здобувачка вищої освіти

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук, доцентка кафедри журналістики та філософських студій Державного університету «Житомирська політехніка»

ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ШВЕЦІЇ ЯК МОДЕЛЬ ДЕМОКРАТИЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ТА СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ: ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ Й СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Політична культура Швеції формувалася під впливом тривалого й відносно поступового розвитку, що визначив специфіку її сучасної демократичної моделі. На відміну від багатьох європейських держав, її шлях не супроводжувався різкими революційними потрясіннями, а характеризувався еволюційними змінами, компромісами та високим рівнем суспільної довіри [1].

Історично ця держава характеризується трансформацією від відносно аграрної та економічно відсталої країни до високорозвиненого постіндустріального суспільства з усталеною моделлю держави загального добробуту. Сучасні соціально-економічні показники, зокрема рівень життя та тривалість життя населення, належать до найвищих у світі [1; 2; 7], що свідчить про ефективність обраної моделі розвитку.

У сфері зовнішньої політики Швеція поступово відмовилася від історично притаманної їй військової експансії, яка в минулому зумовлювала участь у європейських династичних конфліктах.

Натомість держава сформувала стратегію міжнародної поведінки, засновану на принципах нейтралітету та політичного балансу між різними ідеологічними системами. Такий підхід сприяв активній участі шведських представників у діяльності Організації Об'єднаних Націй та їх залученню до виконання відповідальних міжнародних функцій. З 1814 року країна не брала участі у воєнних конфліктах, послідовно дотримуючись доктрини неприєднання в мирний час як передумови збереження нейтралітету в умовах війни, що стало одним із ключових принципів її зовнішньополітичної ідентичності у ХХ столітті [1].

Швеція є конституційною монархією, де монарх (наразі Карл XVI Густав) виконує переважно представницькі та символічні функції. Політична влада зосереджена в парламенті (Риксдазі), що визначає засади державної політики. Адміністративним і політичним центром країни є Стокгольм. Функціонування політичної системи характеризується високим рівнем інституційної прозорості, підзвітності та низькими показниками корупції. Політична еліта демонструє орієнтацію на публічну службу, що проявляється у відсутності надмірних привілеїв та збереженні соціальної близькості до громадян. Економічна модель Швеції поєднує ринкові механізми із розвиненою системою соціального забезпечення [1; 7]. Високий рівень оподаткування компенсується широким доступом до суспільних благ, зокрема освіти, охорони здоров'я та тривалих програм соціальної підтримки сімей.

Такий підхід забезпечує високий рівень соціальної захищеності та довіри громадян до держави. Водночас Швеція є важливим учасником глобальної економіки, представленим відомими компаніями, такими як ІКЕА, Volvo та Spotify, які відображають інноваційний потенціал та конкурентоспроможність держави на міжнародному рівні.

Додамо, що Швеція є однією з п'яти найбільших донаторів для українських Збройних сил і підтримки українського населення в умовах війни РФ проти України [5; 6; 9]. Нещодавно, 17 квітня 2026 р. король Карл XVI Густав відвідав нашу державу з офіційним візитом, разом з президентом Володимиром Зеленським вшанував загиблих українських військових, відвідав реабілітаційний центр для поранених воїнів [10].

Ключовим елементом повсякденної культури Швеції є концепт «lagom», що інтерпретується як принцип помірності та збалансованості, тобто уникнення надмірності й дефіциту на користь гармонійного соціального й індивідуального існування. У науковому дискурсі він розглядається як неформальна соціальна норма, що впливає на моделі поведінки індивідів і колективів, зокрема у сферах споживання, праці, соціальної взаємодії. Орієнтація на стриманість, рівновагу та відсутність демонстративної розкоші корелює з високими показниками соціальної довіри, рівності та якості життя у шведському суспільстві [7]. Така культурна установка також сприяє зниженню соціальної напруги, підтримці стабільності політичних інститутів, оскільки формує консенсусну модель поведінки, орієнтовану на компроміс та взаємну відповідальність.

Важливою складовою соціальної взаємодії є практика «fika», що передбачає регулярні перерви на каву та неформальне спілкування. Вона виконує не лише побутову, а й соціально-інтеграційну функцію, виступаючи своєрідним механізмом горизонтальної комунікації. У межах організаційної культури «fika» сприяє зміцненню довіри між працівниками, зниженню ієрархічних бар'єрів, формуванню більш відкритого й кооперативного середовища. Так навіть неформальні практики стають елементом ширшої системи соціальної згуртованості, характерної для шведської політичної культури.

У цьому контексті важливе значення має й високий рівень

соціальної довіри, який вважається однією з ключових ознак скандинавської моделі суспільства. Довіра до державних інституцій, правоохоронних органів та соціальних структур є системоутворювальним чинником політичної стабільності, що забезпечує ефективність демократичного врядування та низький рівень корупції. Це дозволяє розглядати шведську політичну культуру як таку, що базується не лише на формальних інститутах, а й на глибоко вкорінених культурних нормах взаємної відповідальності [8].

Культурний простір Швеції має значний вплив на міжнародному рівні. Літературна спадщина Астрід Ліндгрєн сприяла формуванню гуманістичних цінностей у дитячій літературі та стала важливою частиною світового культурного канону [7]. Музичний гурт АВВА перетворився на глобальний культурний феномен, що значно підвищив впізнаваність шведської культури у світі, закріпив її імідж як відкритої, інноваційної, культурно впливової держави.

Також зі Швецією пов'язане виникнення поняття «Стокгольмський синдром», що описує специфічний механізм психологічної адаптації до екстремальних умов. Термін виник після пограбування банку в Стокгольмі у 1973 році, коли заручники, які кілька днів перебували під загрозою життя, демонстрували емоційну прихильність до викрадачів і недовіру до поліції [3]. Таке ставлення пояснюють прагненням знизити рівень загрози та психологічно адаптуватися до ситуації, у якій навіть незначні прояви «доброзичливості» з боку агресора можуть сприйматися як гарантія безпеки. Після завершення інциденту це іноді проявлялося у відмові співпрацювати зі слідством або у виправданні дій злочинців [там же]. Попри популярність у медіа, «стокгольмський синдром» не має офіційного статусу в сучасних психіатричних класифікаціях і розглядається як дискусійне поняття, яке зазвичай інтерпретують

як різновид травматичного зв'язку в умовах ізоляції та загрози життю.

Політична та соціокультурна модель Швеції є результатом тривалого історичного розвитку, у межах якого сформувалися ефективні інститути демократії, високий рівень соціальної відповідальності та стійкі гуманістичні цінності. Важливу роль у цьому процесі відіграли символічні постаті національної історії: король Густав I Ваза заклав основи централізованої державності, Альфред Нобель сприяв утвердженню інтелектуального авторитету країни на міжнародному рівні, Рауль Валленберг став уособленням гуманістичних принципів і пріоритету прав людини. Культурна репрезентація держави у світовому просторі значною мірою пов'язана і з діяльністю Грети Гарбо. Сукупність історичних, політичних та культурних чинників дозволяє розглядати Швецію як приклад держави, де ефективне врядування поєднується з високим рівнем суспільної довіри та стійкістю демократичних інститутів.

Отже, політична культура Швеції є результатом поєднання історично сформованих соціальних практик, високого рівня інституційної довіри та культурних норм помірності й соціальної рівноваги. Це створює підґрунтя для стабільної демократичної системи, ефективного врядування та високого рівня суспільної згуртованості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Encyclopaedia Britannica. *Sweden*. URL: <https://www.britannica.com/place/Sweden>
2. Freedom House. Freedom in the World 2024: Sweden. <https://freedomhouse.org/country/sweden/freedom-world/2024>
3. History.com. *Stockholm Syndrome*. URL: <https://www.history.com/articles/stockholm-syndrome>

4. Hordiichuk O. The Ideological and Ontological Causes of Russia's War on Ukraine. West versus East, Tyranny versus Democracy. *Ethnic in progress*. 2023. Vol. 14, 1. Pp. 4-23. <https://doi.org/10.14746/eip.2023.1.1>
5. Hordiichuk O., Halapsis A., Kozlovets M. How the information warfare turns into full-scale military aggression: the experience of Ukraine. *Przegląd Strategiczny*. 2023. (16). Pp. 345–362. DOI: <https://doi.org/10.14746/ps.2023.1.25>
6. Mishalova O., Hordiichuk O., Sokolovskyi, O. Russia's War in Ukraine as a "War for Identity" and Appropriation of Cultural Tradition. *ETHICS IN PROGRESS*. 2024. № 15(1). Pp. 73–94. DOI: <https://doi.org/10.14746/eip.2024.1.4>
7. Sweden.se. *Official website of Sweden*. URL: <https://sweden.se/>
8. Ulfsdotter Eriksson, Ylva & Larsson, Bengt & Sjöstrand, Glenn. Trust in 'the Swedish model': Exploring relational, institutional and personal trust in Swedish industrial relations. *Economic and Industrial Democracy*. 2026. DOI: 10.1177/0143831X261425504
9. Гордійчук О. Онтологічні причини війни Росії в Україні. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки*. 2023. № 2 (94). С. 86–99. DOI: [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2\(94\).2023.86-99](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2(94).2023.86-99)
10. Король Швеції Карл XVI Густав перебуває з візитом у Львові. *Радіо Свобода*, 17 квітня 2026. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-korol-shveciji-vidviduje-lviv/33734479.html?utm>
11. Slyusar V., Kutashev I., Slyusar K., Shpytalenko H. Historical memory as a component of media policy in the context of irredentist conflicts. *Society and Security*. 2025. №1 (7). Pp. 49 – 54.

Катерина Хомяк,

здобувачка вищої освіти

факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук,

доцентка кафедри журналістики та філософських студій

Державний університет «Житомирська політехніка»

ІНТЕГРАЦІЯ СХІДНОЇ ФІЛОСОФІЇ У ЗАХІДНУ КОУЧИНГОВУ ПРАКТИКУ

На сучасному етапі коучинг як практика особистісного розвитку активно розширює свої межі та дедалі частіше інтегрує ідеї східних філософських традицій, зокрема індуїзму, даосизму та буддизму. Така тенденція зумовлена загальним зростанням інтересу до тем самоусвідомлення, внутрішньої гармонії та особистісних трансформацій. Починаючи з XXI століття, у суспільстві відбулися суттєві зміни, пов'язані з посиленням уваги до ментального здоров'я, емоційної стійкості, саморозвитку [5]. У цьому контексті коучинг розглядається як підхід, що дозволяє досягати цілей через усвідомлення внутрішніх ресурсів людини та розвиток її потенціалу.

Водночас процес інтеграції східної філософії у західну коучингову практику супроводжується низкою суттєвих викликів, що зумовлені відмінностями культурних, світоглядних та методологічних основ. Однією з ключових проблем є концептуальна різниця у розумінні цілей [2; 4]. У буддизмі та інших східних традиціях головною метою є звільнення від страждань через усвідомлення непостійності всього існуючого, подолання прив'язаностей та ілюзії сталого «Я» [3]. Натомість західна коучингова модель орієнтована на постановку та досягнення конкретних цілей, розвиток ефективності та реалізацію

особистісного потенціалу [6, с. 33]. Тож виникає певне протиріччя між ідеєю внутрішнього «відпускання» та прагненням до зовнішнього «досягнення», що ускладнює їх гармонійне поєднання.

Ще одним важливим викликом є методологічна несумісність підходів. Східні практики здебільшого базуються на інтуїтивному досвіді, медитації, спогляданні та внутрішньому спостереженні, які не завжди мають чітку структурованість і вимірювані результати [3]. У той же час західний коучинг передбачає чітко організований процес, наявність чітко спланованих етапів роботи, визначених часових рамок, орієнтацію на досягнення вимірюваних результатів [1]. Це створює труднощі у процесі адаптації східних практик до коучингових стандартів, які вимагають системності й чіткої результативності.

Окремо слід виділити ризик спрощення та культурної апропріації. Такі глибокі філософські поняття, як метта (любовна доброзичливість), каруна (співчуття) та саті (усвідомленість) [3; 7], у західному контексті часто використовуються у спрощеному або частково відірваному від їх духовного змісту вигляді. Це призводить до втрати їх первинної глибини та перетворення складних філософських категорій на інструментальні техніки саморозвитку. У деяких випадках це також супроводжується комерціалізацією східних практик, що викликає етичні дискусії щодо коректності їх використання.

Також важливими у контексті дослідження є етичні розбіжності між буддійською філософською традицією та західною коучинговою практикою. У буддизмі постать духовного наставника, зокрема Будди, виконує роль провідника, який не лише підтримує людину, але й спрямовує її до глибинного розуміння істини, подолання страждань та досягнення стану внутрішнього звільнення. Така взаємодія має виражений духовний характер, передбачає наявність авторитетної

фігури, яка задає напрямок розвитку, формує певну систему цінностей та практик.

Натомість у коучинговій моделі взаємодії ключовим принципом є паритетність відносин між коучем та клієнтом. Коуч не виступає експертом у житті клієнта, не нав'язує готових рішень чи власних інтерпретацій ситуації. Його основне завдання полягає у створенні безпечного та підтримуючого простору, в якому клієнт самостійно досліджує власні ресурси, формулює цілі, знаходить шляхи їх досягнення. Такий підхід базується на повазі до автономії особистості та її здатності до саморефлексії, саморозвитку [3]. У зв'язку з цим виникає етична напруга між двома моделями взаємодії. Перенесення ролі духовного авторитету або наставника в коучингову практику може призвести до порушення базових принципів коучингу, зокрема нейтральності, недирективності та рівноправності сторін. Це, у свою чергу, може змінити саму природу коучингового процесу, перетворивши його з інструменту самостійного пошуку рішень на форму зовнішнього керівництва.

Інтеграція східної філософії у західну коучингову практику є складним, багатовимірним й певною мірою суперечливим процесом. З одного боку, вона відкриває нові можливості для поглиблення коучингового підходу, зокрема через розвиток усвідомленості, внутрішньої рівноваги, емоційної стабільності особистості. З іншого боку, така інтеграція супроводжується низкою концептуальних, методологічних та етичних нюансів. Тому запозичення елементів східних практик потребує виваженого та критичного підходу. Важливо зберігати автентичний зміст філософських концепцій, не спрощуючи їх до рівня інструментів, а також адаптувати їх до професійних стандартів коучингу. Лише за умови такого балансу можлива ефективна інтеграція, яка не порушує ні етичних принципів коучингу, ні глибинної сутності східних філософських традицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. International Coaching Federation. ICF core competencies 2019 [Електронний ресурс]. -- Режим доступу: <https://coachingfederation.org/wp-content/uploads/2024/12/icf-cs-core-competencies-2019.pdf>
2. Kondratiuk Y., Hordiichuk O., Yablonska N., Vitiuk I. Coaching Technologies for Unlocking Postgraduate Students' Inner Potential. *International Scientific Journal of Universities and Leadership*. 2025. 19. pp. 127-134.
3. Wallace B. A. Buddhist Psychology and the Cognitive-Behavioral Tradition [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/12081645.pdf>
4. Yablonska N., Kondratiuk Yu., Yevchenko O., Hordiichuk O. Coaching and consulting: basics of personal branding. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Pedagogical Sciences*. 2025. № 3. P. 54-62.
5. Гордійчук О. О., Кондратюк Ю. С., Яблонська Н. М. Стоїцизм як філософська основа коучингу: керування емоціями та внутрішня свобода у складних життєвих обставинах. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2025. Вип.2(98). С. 133-143.
6. Захарова К. О. Коучинг як інноваційна технологія формування професійної компетентності майбутніх фахівців : навч.-метод. посіб. Черкаси : ЧДТУ, 2017. 62 с.
7. Свідомість (саті): мистецтво жити зараз Prosvetlenie. Квітень 2025. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://prosvetlenie.com.ua/ua/blog/mindfulness-sati/>
8. Слюсар В., Кондратюк Ю., Яблонська Н., Слюсар М. Коучингові моделі у формуванні лідерських якостей фахівців з військової справи (моделі GROW та CLEAR). *Society and Security*. 2025. № 6(12). С. 93-98.

Катерина Чмут,

Студентка групи ЖР-1

Факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя

Державного університету «Житомирська політехніка»

Ольга Гордійчук,

докторка політичних наук, кандидатка філософських наук, доцентка

кафедри журналістики та філософських студій,

Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ДОБИ ПОСТ ПРАВДИ

Сучасний інформаційний простір переживає фундаментальні трансформації, які науковці називають «епістемічною кризою» – ситуацією, коли люди втрачають спільну мову та єдині критерії перевірки фактів [7].

У епоху постправди класична істина, заснована на перевірених фактах і раціональній аргументації, поступово відходить на другий план, натомість домінантними стають емоції, суб'єктивні враження та особисті переконання аудиторії. Інформація дедалі частіше сприймається не через призму її достовірності, а через здатність викликати емоційний відгук, підтвердити вже наявні уявлення, відповідати ціннісним орієнтирам особистості чи соціальної групи. У такому середовищі значно зростає роль медіа, соціальних мереж та алгоритмів поширення контенту, які підсилюють ефект «інформаційних бульбашок», сприяють поляризації суспільства. Як наслідок, маніпулятивні практики, дезінформація та фейкові новини отримують ширші можливості впливу на громадську думку, що становить серйозний виклик для демократичних інститутів, політичної комунікації та процесів ухвалення рішень [3; 4].

Логічним продовженням цієї тенденції стає глибинна трансформація самої природи політики та механізмів її функціонування. Політика вже не є окремою автономною сферою діяльності, її невід'ємною складовою стають політичні комунікації, які визначають спосіб формування, поширення та сприйняття політичних смислів [9, с. 94]. Роль медіа набуває фундаментального значення у конструюванні політичної реальності.

Політична подія наразі вважається «реальною» не стільки тоді, коли вона відбулася фізично, скільки тоді, коли набула «віральності», тобто отримала масове поширення в інформаційному просторі. Це зміщує акцент з факту події на її медійне представлення та резонанс. У цьому контексті медіа та політичні актори утворюють своєрідний симбіоз, у межах якого найбільш ефективно просувається той наратив, що відповідає логіці цифрових платформ і алгоритмам поширення контенту. Важливо, що такий наратив не обов'язково відображає об'єктивну реальність, проте здатен формувати масові уявлення про неї [7]. Ця тенденція особливо небезпечна в умовах інформаційних та гібридних війн [2; 5], коли інформаційний простір є полем боротьби, а маніпуляція наративами стає інструментом досягнення стратегічних цілей.

Віральність штучно формується через скоординовані інформаційні кампанії, використання бот-мереж, таргетовану рекламу та алгоритмічне підсилення потрібного контенту, що дозволяє не лише викривляти сприйняття окремих подій, але й формувати альтернативні картини реальності, які впливають на політичні настрої, рівень довіри до інституцій, суспільну згуртованість.

У контексті гібридних загроз віральний контент часто апелює до страхів, ідентичності, ціннісних конфліктів, що значно підвищує його ефективність і ускладнює критичне осмислення інформації. У результаті інформаційний вплив має не менш серйозні наслідки, ніж

традиційні військові дії, оскільки дестабілізує політичну систему зсередини, посилює поляризацію суспільства та підриває здатність держави до консолідованої відповіді на зовнішні виклики.

Якщо раніше медіа виконували роль посередника між політиками та суспільством, забезпечуючи передачу та верифікацію інформації, то сьогодні спостерігається перехід до так званого «платформного суспільства» [6], де цифрові платформи (Facebook, Instagram, TikTok, X та ін.) перестають бути лише каналами комунікації, натомість вони активно впливають на структуру політичного дискурсу. Їхні алгоритми визначають, який контент стане видимим, отримає підтримку та поширення, а який залишиться непоміченим.

Сучасна трансформація механізмів впливу на суспільну думку свідчить про докорінну зміну парадигми контролю над інформаційним простором. Традиційна цензура як інструмент обмеження доступу до інформації поступово втрачає ефективність, поступаючись місцем більш складним і менш помітним практикам (наприклад, стратегії інформаційного надлишку). За умов перенасичення інформаційного середовища увага аудиторії стає обмеженим ресурсом, а відтак боротьба ведеться за інтерпретацію фактів, пріоритезацію, емоційне оформлення. Це створює сприятливі умови для маніпуляцій.

У стані перманентного інформаційного перенасичення аудиторія опиняється в ситуації, коли дефіцит уваги стає критичнішим за дефіцит даних, що ускладнює верифікацію істинного змісту серед масивів маніпулятивного контенту. Цей процес підсилюється використанням мікротаргенту на основі аналізу великих даних (Big Data), за допомогою яких політичні актори транслюють персоналізовані, а подекуди й взаємовиключні меседжі вузьким сегментам електорату, досліджуючи їхню ефективність у режимі реального часу. Відтак формується феномен алгоритмічної легітимності, де критерієм значущості або істинності контенту

виступає не його якісна валідація, а кількісні показники залученості. У цій системі інтерактивність перетворюється на пастку легітимації, де «економіка залученості» стає фундаментом політичного впливу.

Кожна цифрова взаємодія користувача (лайк, коментар, репост) фактично є формою «мікро-голосування», що легітимізує ідеї в ієрархії мережевих алгоритмів. Проте така активність значною мірою є ілюзорною, оскільки цифрова архітектура медіапростору, згідно з актуальними дослідженнями [1], сприяє виникненню «ехо-камер». Ці закриті інформаційні бульбашки провокують афективну поляризацію, що ми спостерігали, наприклад, під час виборчих процесів у США (2020 р.), у Бразилії (2022 р.), де цифровий розрив між таборами прихильників різних кандидатів став непереборним через алгоритмічне підкріплення вже наявних упереджень [4].

Додатковим інструментарієм у межах симбіозу медіа та політики виступає технологія астротурфінгу – автоматизованої імітації масової підтримки через мережі ботів [8], що створює штучний консенсус, змушуючи реальних індивідів підлаштовуватися під сконструйовану «більшість». У координатах постправди, де емоційний відгук переважає над раціональним аналізом, подібні механізми зумовлюють виникнення цифрової модифікації «спіралі мовчання». Користувачі уникають висловлення альтернативних думок, що не відповідають вірально домінуючому нарративу, що остаточно закріплює віртуальну модель політичної реальності як єдино можливу.

Отже, взаємодія медіа та політики в умовах постправди є переходом від класичної демократії до платформного управління соціальною перцепцією, а також підтверджується онтологічна трансформація політичного факту: у стані епістемічної кризи фізична першооснова події поступається її цифровій віральності, де легітимність нарративу визначається не істинністю, а здатністю до алгоритмічного масштабування.

Відповідно, формується феномен алгоритмічної легітимності: інтерактивність користувачів трансформується із вільного волевиявлення на механізм самовідтворення владних наративів. У цій системі економіка залученості стає новим базисом політичного впливу, де кількісні метрики мережевої активності автоматично конвертуються у статус «істинності» контенту, підпорядковуючи політичний зміст медіатехнологічним алгоритмам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. George A. The UK's Online Safety Bill: more revisions needed to ensure legislation tackles harms on the web. Global government forum. 2022. URL: <https://surl.li/nfizbo>
2. Hordiichuk O., Halapsis A., Kozlovets M. How the information warfare turns into full-scale military aggression: the experience of Ukraine. *Przegląd Strategiczny*. 2023. № 16. Pp. 345–362. DOI: <https://doi.org/10.14746/ps.2023.1.25>
3. Hordiichuk O., Vorkevych Yu. Trust in fake information in the post-truth era during wartime: a media-philosophical perspective. International research conference «THE DAYS OF SCIENCE OF THE FACULTY OF PHILOSOPHY – 2026», April 23-24, 2026. Pp.
4. Lance Bennett W., Livingston S. *The Disinformation Age*. 2021. URL: <https://surl.li/ofxnas>
5. Mishalova O., Hordiichuk O., Sokolovskyi, O. Russia's War in Ukraine as a "War for Identity" and Appropriation of Cultural Tradition. *ETHICS IN PROGRESS*. 2024. № 15(1). Pp. 73–94. DOI: <https://doi.org/10.14746/eip.2024.1.4>
6. Van Dijck J., Poell Th., De Waal M. The platform society as a contested concept. *Public values in a connective world*. 2018. URL: <https://surl.li/bborip>

7. Waisbord S. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*. 2018. 4(1). Pp. 17–34.

8. Woolley S. Propaganda, Social Media, and Political Bots. *Manufacturing Consensus*. 2023. URL: <https://surl.li/tnwnlq>

9. Гордійчук О. Вплив ментальності та політичних традицій українців на зміст та ефективність політичної комунікації. *Політичне життя*. Квіт 2025. С. 94-103. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.1.6>

10. Slyusar V. M., Khrystokin G. V., Yastrebova A. O. Is dialogue possible in the post-truth era? (Media philosophy and social and communication studies) *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2023. № 1 (93). P. 29 – 40.

Олександр Мосієнко,

кандидат історичних наук,

*доцент кафедри журналістики та філософських студій
Державного університету «Житомирська політехніка»*

Катерина Чмут,

Студентка групи ЖР-1

Факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя

Державного університету «Житомирська політехніка»

НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ ФРОНТІ: ВІЛЬЯМ ГОВАРД РАССЕЛ І КРИМСЬКА ВІЙНА ЯК СТАРТ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Вільям Говард Расселл увійшов в історію як перший сучасний воєнний кореспондент, чия робота під час Кримська війна започаткувала нову епоху у висвітленні збройних конфліктів. Його репортажі з фронту не лише інформували британське суспільство про реальний стан армії, а й вплинули на громадську думку та політичні рішення. Саме з його діяльності бере початок традиція військової журналістики як важливого елемента інформаційного фронту.

Військова журналістика історично постала як спосіб донесення правди з поля бою, однак із розвитком медіа вона перетворилася на інструмент впливу на громадську думку. У сучасних конфліктах інформація перетворюється на зброю, а репортажі, кадри й наративи можуть змінювати хід подій не меншою мірою, ніж військові операції. Саме тому військова журналістика тісно перетинається з інформаційною війною, де боротьба точиться не лише за території, а й за інтерпретацію реальності.

Проблема становлення військової журналістики посідає центральне місце у дослідженнях еволюції масових комунікацій ХІХ ст. Саме в цей період преса трансформується з інструмента державного інформування у потужний соціальний механізм

формування суспільної думки, моралі та історичної пам'яті.

Однією з ключових постатей цього процесу став Вільям Говард Расселл – кореспондент лондонської газети The Times, який заклав основи сучасної концепції військової журналістики як публічного простору свідчення, контролю й гуманістичної рефлексії [6].

Значна частина наукових досліджень українських та зарубіжних дослідників присвячена діяльності В. Г. Рассела та ролі військової журналістики в інформаційній війні (Е. Госкінс, Б. О'Локлін, І. Копотун, Г. Маклафлін, Е. Ламберт).

Расселл уперше продемонстрував, що журналіст може бути не лише спостерігачем, а й моральним агентом історії, здатним впливати на політичні рішення та суспільні настрої. Слід зазначити, що саме його репортажі з Кримської війни (1853–1856 рр.) стали водорозділом між героїчною риторикою традиційних військових описів і документальною правдою, що базується на емпіричному спостереженні, гуманітарному співчутті та аналітичній оцінці подій. Як слушно зазначає Грег Маклафлін, саме діяльність Расселла перетворила журналістику з «дзеркала війни» на «етичну трибуну суспільства», що визначає моральні межі влади [7].

Середина XIX століття ознаменувалася технологічними інноваціями, які кардинально змінили природу інформаційних потоків. Телеграф, ілюстрована преса та фотографія створили передумови для зародження феномену оперативної інформації. Кримська війна стала першим конфліктом, у якому інформаційні повідомлення передавалися майже в режимі реального часу. Расселл, користуючись телеграфом, фактично започаткував нову форму журналістського комунікативного акту – «репортаж у прямому часі» (real-time war reporting), що визначив медіапарадигму наступних століть [5]. Завдяки цьому репортажі Расселла не лише

документували події, а й втручалися в політичний процес, формуючи суспільний тиск на уряд. Таким чином, відбувся процес медіатизації війни – перенесення військових подій у сферу публічної моралі та політичної відповідальності [4].

Расселл започаткував принцип журналістського спостереження зсередини конфлікту, поєднавши емпіричну точність із художньою експресією. Його тексти вирізнялися не лише фактологічністю, а й глибокою емоційною ангажованістю. У статтях із Балаклави та Севастополя він створив «антиміф» війни, показавши її як драму людських страждань, а не як тріумф імперської слави [3]. Його описові техніки – деталізація побуту, фіксація тілесності, акцент на людських переживаннях – започаткували традицію журналістики людського виміру (human interest reporting). Фрази на кшталт «солдати вмирають не від куль, а від нестачі хліба й тепла» [9] вивели репортаж за межі інформаційного жанру, наблизивши його до соціальної критики. Завдяки Расселлу війна перестала бути сферою військової таємниці – вона стала предметом публічного аналізу й культурної рефлексії. Його образи – «тонка червона лінія», «атака легкої бригади» – увійшли до британського національного міфу, сформувавши новий тип візуально-медійного історичного наративу [6]. Через взаємодію з літературою та живописом вікторіанської доби журналістика отримала статус співтворця історичної пам'яті.

Репортажі Расселла стали першим прикладом журналістики, що безпосередньо вплинула на політичну реальність. Згідно з даними British Online Archives [2], його статті викликали потужний суспільний резонанс, що призвів до парламентських дебатів та відставки уряду лорда Абердіна. Відтак воєнна журналістика перетворилася на одну з форм громадського контролю над владою.

У процесі своєї діяльності Расселл постійно зіштовхувався з етичними дилемами – балансом між правом суспільства на правду і

вимогами військової цензури. Армійське командування звинувачувало його у «зраді нації», однак він залишався вірним принципу публічної відповідальності журналіста. Його позиція – «правда передусім» – стала прототипом сучасного етичного кодексу воєнного кореспондента [10].

Парадоксальним наслідком діяльності Вільяма Расселла стала доволі жорстка урядова цензура журналістської діяльності – нібито задля збереження військової таємниці, забезпечення успіху операцій і підтримання морального духу армії та цивільного населення. Під час Першої світової війни міністерства оборони фактично встановили прямий контроль над пресою, відряджаючи своїх представників до редакцій різних газет, аби наглядати за публікаціями й обмежувати небажану інформацію. Вітчизняні фахівці на прикладі США відзначають, що з кінця XIX ст. до війни у В'єтнамі військова журналістика існувала насамперед у вигляді пропаганди [1, с.5].

Сучасна воєнна журналістика повертається до методологічної спадщини Расселла. Етичний дискурс, започаткований Расселлом, визначив ключові параметри професійної журналістської поведінки: незалежність, відповідальність перед суспільством і гуманістичний імператив. Ці принципи нині лежать в основі міжнародних стандартів, що регулюють діяльність репортерів у зонах бойових дій. Репортажі з російсько-української війни у *The Guardian* та *Reuters* (2022–2025 рр.) [8; 11] демонструють еволюцію його принципів у цифрову добу: використання мультимедійних технологій, геолокаційних доказів і краудсорсингу доповнює головний постулат Расселла – достовірність як моральний акт. Таким чином, його метод перетворюється на універсальну матрицю гуманістичної журналістики в умовах глобальних конфліктів.

Постать Вільяма Говарда Расселла є наріжним каменем у розвитку воєнної журналістики як наукової та професійної категорії.

Його діяльність започаткувала триєдиний вимір журналістики – епістемологічний (журналіст як історик сучасності), етичний (журналіст як моральний свідок) і соціальний (журналіст як каталізатор реформ).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Копотун І. М., Коропатнік І. М., Микитюк М. А., Павлюк О. О., Пасіка С. П., Петков С. В. (Укл.). (2023). Військова журналістика. український аспект: становлення української військової журналістики; місце військової журналістики у медіапросторі в період воєнного стану; правові підстави діяльності військових журналістів під час воєнних дій. ВД «Професіонал».
2. British Online Archives. (2022). William Howard Russell and the cultural legacy of the Crimean War. <https://microform.digital/boa>
3. Figes, O. (2012). The Crimean War: A history. Picador. <https://libcat.ru/knigi/dokumentalnye-knigi/istoriya/military-history/156979-orlando-figes-the-crimean-war.html>
4. Hoskins, A., & O’Loughlin, B. (2010). War and media: The emergence of diffused war. Wiley. <https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-3772215-e767336d33.pdf>
5. Lambert, A. (2016). The Crimean War: British grand strategy against Russia, 1853–56 (2nd ed.). Routledge. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781317037002_A26652962/preview-9781317037002_A26652962.pdf
6. Maynooth University. (2022). How Irishman William Howard Russell invented modern war reporting. <https://www.maynoothuniversity.ie>
7. McLaughlin, G. (2016). The war correspondent (2nd ed.). Pluto Press.

<https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/32791/605051.pdf>

8. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

9. Russell, W. H. (2014). The British expedition to the Crimea (Reprint ed.). Routledge. <https://www.gutenberg.org/cache/epub/46242/pg46242-images.html>

10. Ethical Journalism Network. (2016). Journalists at war: From Crimean War to Ukraine crisis. <https://ethicaljournalismnetwork.org>

11. The Guardian. (2022–2025). Ukraine war coverage. <https://www.theguardian.com>

12. Slyusar V. Informational Violence in the Symbolic Exchange and Modern Mediareality: the Modus Dimension. Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences. 2019. № 1 (85). P. 25-35.

Олександр Мосієнко

кандидат історичних наук,

*доцент кафедри журналістики та філософських студій
Державного університету «Житомирська політехніка»*

Анастасія КРАВЧУК

Студентка групи ЗУ-1

Факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя

Державного університету «Житомирська політехніка»

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Актуальність теми наукової статті обумовлена гострою необхідністю вивчення технологій медіаосвіти серед молоді у школі та вузі як ефективного інструменту формування творчої, самостійної та критично мислячої особистості. Стрімке зростання інформаційних потоків і роль соцмереж, поширення дезінформації (особливо в умовах війни) збільшує вразливість молоді як активних споживачів цифрового контенту.

Мета роботи проаналізувати рівень медіаграмотності студентської молоді в Україні, дослідити шляхи її підвищення у контексті інформаційної безпеки.

Сучасні засоби комунікації займають важливе місце у житті кожної людини, впливаючи формування цінностей і моделей поведінки. Особливо значуща їхня роль для молоді, яка проводить значну частину часу в медіасередовищі, де здійснюється основна частка особистого спілкування. Враховуючи вплив засобів масової інформації в суспільстві, особливу увагу слід приділити розвитку медіаосвіти. У наш час медіаграмотність і медіакомпетентність набувають особливої значущості.

Значна частина наукових досліджень українських дослідників присвячена або розвитку і впровадженню медіаосвіти, або ж аналізу інформаційного простору України, зокрема цифрових показників медіаграмотності (І. Брюховецька, Т. Уварова, Г. Степанова, Г. Нерсесян).

У статті стисло викладаються особливості українського досвіду впровадження медіаграмотності в освіті серед молоді та науково-педагогічних працівників та впровадження курсів медіаграмотності серед студентів на прикладі Державного університету «Житомирська політехніка».

Чим більше часу молодь проводить у соцмережах, тим вищий ризик сприйняття фейків як правдивої інформації. Наявність навіть базових навичок медіаграмотності суттєво підвищує здатність ідентифікувати фейки та маніпуляції. Молодь в Україні активно споживає цифровий контент, однак рівень її медіаграмотності у 2022 р. виявився недостатнім для ефективного розпізнавання фейкових новин.

Концепція впровадження медіаосвіти в Україні розглядає медіаграмотність як важливу складову медіакультури, що охоплює здатність ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні технології, здійснювати комунікацію та самовираження за допомогою медіазасобів, а також знаходити, аналізувати й інтерпретувати інформацію з різних джерел. Вона передбачає свідоме та критичне сприйняття медіаконтенту, уміння відокремлювати об'єктивну реальність від її віртуальних або маніпулятивних інтерпретацій, розуміти механізми конструювання медіареальності, а також усвідомлювати владні відносини, міфи й форми соціального контролю, що транслюються через медіа [3, с.8]. За визначенням Т. Уварової та Г. Степанової, медіаграмотність є комплексом знань і навичок, ключовими серед яких виступають критичне сприйняття,

аналіз та оцінювання медіатекстів, а також розуміння їхнього політичного й культурного контексту [9, с. 268].

Актуалізація потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти зумовлена сучасними суспільно-політичними викликами, зокрема необхідністю протидії зовнішній інформаційній агресії та деструктивному впливу іноземної пропаганди [3, с.5]. Важливість медіаграмотності молодого покоління для протидії російській інформаційній агресії українське суспільство усвідомило повною мірою після 2014 р. [4; 5, с.56].

У цьому контексті особливого значення набуває медіаграмотність педагогічних працівників, оскільки саме вони виступають ключовими посередниками між інформаційним середовищем і здобувачами освіти. Рівень їхньої медіакомпетентності безпосередньо впливає не лише на якість освітнього процесу, а й на формування у здобувачів навичок безпечної поведінки в інформаційному просторі, що дозволяє розглядати медіаграмотність педагогів як важливий компонент забезпечення інформаційної безпеки в освіті. Науково-педагогічні працівники сприяють активізації самостійного пошуку, відбору та критичного аналізу медіаінформації, а також формують у здобувачів здатність ефективно й усвідомлено використовувати різноманітні медіаресурси в освітній та професійній діяльності [1, с.170].

У 2021 р. було розроблено Рамку цифрової компетентності як ключового інструменту підвищення рівня цифрової грамотності населення України. Її впровадження було спрямоване на підтримку державної політики та планування освітніх ініціатив, орієнтованих на розвиток цифрових навичок і практичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій серед різних соціальних і професійних груп. На порталі «Дія. Цифрова освіта» було

представлено рамки цифрових компетентностей для педагогічних і науково-педагогічних працівників. Європейська рамка цифрової компетентності педагогів DigCompEdu визначає систему цифрових компетентностей педагогічних працівників усіх рівнів освіти. З шести основних областей компетентності дві – «Цифрові ресурси» та «Сприяння розвитку цифрової компетентності здобувачів» передбачають критичне оцінювання інформації, розвиток інноваційного мислення та медіаграмотності, що є необхідною умовою інформаційної безпеки [1, с.171].

Детальніше розглянемо як вирішувались поставлені завдання на прикладі освітнього простору Державного університету «Житомирська політехніка» в умовах повномасштабної війни. У 2023 р. в Державному університеті «Житомирська політехніка» було організовано тренінг «Медіаграмотність та фактчекінг» за участі представників VoxCheck, спрямований на формування у здобувачів освіти навичок критичного мислення, розпізнавання фейкової інформації та маніпуляцій, а також ознайомлення з інструментами перевірки фактів і протидії дезінформації в умовах сучасного інформаційного середовища [8]. У вересні 2024 р. студенти спеціальності «Журналістика» взяли участь у тренінгу з інформаційної гігієни, який провів редактор Суспільне Житомир Дмитро Клименко. Під час заняття учасники вчилися розпізнавати фейкові новини, AI-згенеровані фото та маніпуляції в медіа. Особливу увагу приділили правилам інформаційної гігієни: критичному мисленню, перевірці джерел та свідомому користуванню соціальними мережами [6]. У березні 2025 р. тренінг «Медіастійкість: безпека в епоху штучного інтелекту» доповнив знання студентів та викладачів щодо впливу штучного інтелекту на інформаційний простір, розпізнавання фейків та захисту від медіаманіпуляцій [7]. Теоретичну базу знань на таких тренінгах доповнювали практичні вправи у

форматі гри, де учасники тренували критичне мислення та навички перевірки інформації.

У 2025 р. громадська організація «Детектор медіа» у межах кількісного дослідження визначила індекс медіаграмотності населення України, що відображає здатність свідомо сприймати, критично інтерпретувати інформацію та ефективно використовувати медіа. Дослідження у порівнянні з попередніми хвилями 2020–2024 рр. засвідчило загальне зростання рівня медіаграмотності. Зокрема, зросла частка респондентів із рівнем медіаграмотності вище середнього. Найвищі показники фіксуються серед молоді віком 18–25 років, при цьому понад 60% аудиторії з високим рівнем медіаграмотності становлять особи з вищою або незакінченою вищою освітою [2, с.15-17].

Окремо фахівці відзначають підвищення здатності аудиторії до виявлення дезінформації та маніпуляцій: зросла частка респондентів, які перевіряють джерела інформації, орієнтуються на візуальні докази та враховують наявність альтернативних точок зору. Зменшилася частка осіб, які оцінюють достовірність повідомлень інтуїтивно, що свідчить про підвищення критичності сприйняття інформації. Загалом спостерігається зростання чутливості до маніпулятивних повідомлень, зокрема через однобічне висвітлення подій, відсутність або неточність інформації та бракування посилань на джерела [2, с. 61-62].

Отже, можна стверджувати, що медіаграмотність студентської молоді є одним із ключових чинників забезпечення інформаційної безпеки в умовах стрімкого розвитку цифрового медіасередовища. Вона формує здатність критично сприймати, аналізувати та оцінювати інформаційні потоки, що є необхідною умовою протидії дезінформації, маніпуляціям та пропагандистським впливам. Український досвід засвідчує зростання уваги до розвитку

медіаграмотності як на державному, так і на інституційному рівнях. Впровадження цифрових компетентнісних рамок, освітніх ініціатив, тренінгів і програм неформальної освіти сприяє підвищенню рівня інформаційної культури студентської молоді та інтеграції медіаграмотності в освітній процес. Перспективним є порівняння українського досвіду підвищення медіаграмотності з світовим та європейським, вплив ШІ на медіаграмотність та інформаційну безпеку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Брюховецька І., Прийма А., Плетеницька Л. Цифрова медіаграмотність науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти як запорука успіху у процесі викладання. Інноваційна педагогіка. 2024. Т. 2, вип. 70. С. 169–172. URL: https://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2024/70/part_2/37.pdf (дата звернення: 18.05.2026).
2. Індекс медіаграмотності українців: 2020–2025 / ред. М. Наумова. 2026. 101 с. URL: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/248338/zvit-ml-2025-6-khvylyu_final-3.pdf (дата звернення: 18.05.2026).
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / ред.: Л. А. Найдьонова, М. М. Слюсаревський. Київ, 2016. 16 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/концепція-медіаосвіти.pdf> (дата звернення: 18.05.2026).
4. Медіаграмотність як запорука успіху в ЖДТУ. <https://news.ztu.edu.ua>. Новини Житомирської політехніки. 20.04.2018. URL: <https://news.ztu.edu.ua/2018/04/mediagramotnist-yak-zaporuka-uspihu-v-zhdtu/> (дата звернення: 18.05.2026).
5. Нерсесян Г. А. Медіаграмотність молоді — запорука протидії

інформаційній агресії. Інвестиції: практика та досвід. 2018. вип. 6. С. 56–60.

6. Студенти-журналісти вивчали базові правила інформаційної гігієни. <https://news.ztu.edu.ua>. Новини Житомирської політехніки. 16.09.2024. URL: <https://news.ztu.edu.ua/2024/09/studenty-zhurnalisty-vyvchaly-bazovi-pravy-la-informatsijnoyi-gigiyeny/> (дата звернення: 18.05.2026).

7. Тренінг для студентів університету «Медіастійкість: безпека в епоху штучного інтелекту». <https://news.ztu.edu.ua>. Новини Житомирської політехніки. 10.03.2025. URL: <https://news.ztu.edu.ua/2025/03/studenty-zhytomyrskoyi-politehniky-pidvyshhyly-mediagramotnist-u-sferi-shtuchnogo-intelektu/> (дата звернення: 18.05.2026).

8. Тренінг «Медіаграмотність та фактчекінг» від “VoxCheck” для факультету національної безпеки, права та міжнародних відносин. <https://news.ztu.edu.ua>. Новини Житомирської політехніки. 14.11.2023. URL: <https://news.ztu.edu.ua/2023/11/trening-mediagramotnist-ta-faktcheking-vid-voxcheck-dlya-fakultetu-natsionalnoyi-bezpeky-prava-ta-mizhnarodnyh-vidnosyn/> (дата звернення: 18.05.2026).

9. Уварова Т., Степанова Г. Медіаграмотність як пріоритетна компетенція в сучасній освіті. Наукові записки міжнародного гуманітарного університету. 2020. № 32. С. 268–271. URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v32/65.pdf> (дата звернення: 18.05.2026).

10. Slyusar V. Informational Violence in the Symbolic Exchange and Modern Mediareality: the Modus Dimension. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2019. № 1 (85). P. 25-35.

Дар'я РУДЗЕЙ,
*студентка 2-го курсу спеціальності «Середня освіта
(Англійська мова та зарубіжна література)»*

Кошелєва Марина Володимирівна,
*старший викладач іноземної мови
Державний університет «Житомирська політехніка»*

ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS УЧНІВ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У сучасному глобалізованому суспільстві система освіти дедалі більше орієнтується не лише на формування предметних компетентностей, а й на розвиток особистісних якостей, які забезпечують успішну соціалізацію та професійну самореалізацію людини. Саме тому особливої актуальності набуває проблема розвитку soft skills — комплексу універсальних навичок, необхідних для ефективної взаємодії, комунікації, адаптації до змін та продуктивної діяльності в умовах інформаційного суспільства. У цьому контексті урок англійської мови має значний потенціал, оскільки іноземна мова виступає не лише навчальною дисципліною, а й засобом міжкультурної комунікації та соціальної взаємодії.

Поняття soft skills охоплює широкий спектр соціальних, комунікативних та особистісних умінь, серед яких: комунікабельність, емоційний інтелект, критичне мислення, креативність, здатність працювати в команді, адаптивність, лідерство, навички самопрезентації та вміння розв'язувати проблеми. На відміну від hard skills, які мають професійно-технічний характер, м'які навички є універсальними та застосовуються в різних сферах діяльності. За результатами дослідження Margaret Robles, роботодавці розглядають саме комунікацію, професіоналізм,

відповідальність і вміння працювати в команді як ключові характеристики конкурентоспроможного працівника [1].

У сучасній педагогічній науці розвиток soft skills тісно пов'язується з компетентнісним підходом до навчання. Концепція Нової української школи наголошує на необхідності формування наскрізних умінь, серед яких критичне мислення, ініціативність, співпраця та здатність до навчання впродовж життя. Урок англійської мови є сприятливим середовищем для реалізації таких завдань, адже процес вивчення мови передбачає постійну взаємодію, висловлення власної думки, аналіз інформації та співпрацю з іншими учасниками освітнього процесу.

Комунікативна спрямованість сучасної методики викладання англійської мови створює природні умови для формування соціальних та міжособистісних навичок. Використання діалогічного мовлення, рольових ігор, дискусій, дебатів та інтерактивних вправ сприяє розвитку в учнів уміння слухати співрозмовника, аргументовано висловлювати власну позицію, знаходити компроміси та будувати ефективну комунікацію. Особливо важливою є групова та парна робота, під час якої учні навчаються взаємодіяти, розподіляти ролі та нести відповідальність за спільний результат [2].

Одним із найбільш ефективних засобів формування soft skills є проєктна діяльність. Метод проєктів дозволяє інтегрувати мовні знання з практичними життєвими ситуаціями, розвиваючи в учнів самостійність, креативність і навички співробітництва. Під час виконання проєктів учні здійснюють пошук інформації, аналізують джерела, презентують результати власної роботи англійською мовою та взаємодіють у команді. Така діяльність сприяє не лише розвитку мовленнєвої компетентності, а й формуванню відповідальності, лідерських якостей та навичок тайм-менеджменту.

Важливу роль у розвитку soft skills відіграють інтерактивні технології навчання. Інтерактивна модель передбачає активну участь кожного учня в освітньому процесі, створення ситуацій співпраці та діалогу. Серед найбільш ефективних методів можна виокремити «brainstorming», «case study», «think-pair-share», вебквести, проблемно-пошукові завдання та ситуативне моделювання. Використання таких методів стимулює розвиток критичного мислення, здатності до аналізу та оцінювання інформації, а також вміння приймати рішення в нестандартних ситуаціях [4].

Особливого значення у процесі формування soft skills набуває цифровізація освіти. Сучасний учитель англійської мови дедалі частіше виступає фасилітатором цифрового навчального середовища, використовуючи онлайн-платформи, інтерактивні сервіси, відеоконференції та мультимедійні ресурси. Відповідно до European Commission та рамки цифрових компетентностей педагогів DigCompEdu, ефективний педагог має сприяти розвитку в учнів цифрової грамотності, інформаційної культури, навичок самоорганізації та відповідального використання інформації [3]. Робота з цифровими інструментами під час уроків англійської мови допомагає учням розвивати адаптивність, самостійність і вміння працювати в умовах цифрової комунікації.

Не менш важливим аспектом є формування міжкультурної компетентності як складової soft skills. Вивчення англійської мови передбачає ознайомлення учнів із культурою, традиціями та соціальними нормами інших країн, що сприяє розвитку толерантності, емпатії та відкритості до міжкультурного діалогу. У процесі аналізу автентичних текстів, перегляду відеоматеріалів і спілкування з носіями мови учні навчаються поважати культурне різноманіття та ефективно взаємодіяти в мультикультурному середовищі.

Формування soft skills на уроках англійської мови значною мірою залежить від педагогічної майстерності вчителя. Саме вчитель визначає характер комунікації в класі, створює психологічно безпечне освітнє середовище та мотивує учнів до активної участі у спільній діяльності. Важливо, щоб педагог не лише застосовував сучасні методи навчання, а й виступав прикладом ефективної комунікації, співпраці та відкритості до нових ідей.

Таким чином, урок англійської мови має значний потенціал для комплексного формування soft skills учнів. Завдяки комунікативній природі предмета, використанню інтерактивних технологій, проєктної діяльності та цифрових ресурсів учитель може ефективно розвивати в учнів навички співпраці, критичного мислення, креативності, самоорганізації та міжкультурної взаємодії. Системне формування soft skills у процесі навчання англійської мови сприяє підготовці конкурентоспроможної, мобільної та соціально активної особистості, здатної успішно функціонувати в умовах сучасного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Robles M. M. Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace. *Business Communication Quarterly*. 2012. Vol. 75 (4). P. 453–465.

2. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах : підручник / кол. авторів під керівн. С. Ю. Ніколаєвої. Київ : Ленвіт, 2002. 320 с.

3. Redecker C. European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2017. 95 p.

4. Максимець О. М. Інтерактивні методи формування soft skills майбутніх фахівців при вивченні мовознавчих дисциплін. Актуальні питання гуманітарних наук. 2024. Вип. 73, том 2. С. 340–344.

Богдан Вознюк,
студент групи ЗУ-2

Державний університет «Житомирська політехніка»

Юлія Кондратюк,
кандидат історичних наук, доцент

Державний університет «Житомирська політехніка»

ДІЯЛЬНІСТЬ АРМІЇ УНР НА ТЕРИТОРІЇ ЖИТОМИРЩИНИ

Армія - є універсальним чинником захисту суверенітету будь-якої держави. Життєстійкість держави безпосередньо залежить від стану збройних сил і їх боєздатності.

Тема боротьби за належність України ніколи не втрачала свою актуальність. Багато науковців неодноразово досліджували дане питання для аналізу всіх позитивних та негативних сторін та прорахунків лідерів на певних історичних етапах.

Метою статті є висвітлення діяльності армії УНР на теренах Житомирщини.

Після вступу Директорії до Києва, відразу була відновлена назва держави – Українська Народна Республіка та сформовано уряд на чолі з В. Чехівським. Становище нової влади було досить складним, оскільки Україна виявилася оточеною ворогами з усіх боків та мала велику потребу в армії та озброєнні. В Директорії була відсутня дієва зовнішня політика та не завжди ефективно вирішувалися внутрішні проблеми, тому розбудова армії була найбільш надійним гарантом існування УНР.

Про хід військової політики і військового будівництва Директорії писав український історик та політолог В. Яблонський: "Спосіб захоплення і творіння влади Директорією диктував умови і механізми формування державних інституцій. Не була винятком армія. Вона сама потерпала у тій ситуації. В ході постійних воєнних дій військо було цементуючим стрижнем, який обростав іншими інституціями. Під час повстання і після нього в Україні напівстихійно утворювалися

повстанські загони, відділи, сотні, курені, полки. Чисельність часто не відповідала їх назві і призначенню новоствореної військової одиниці. Командири загонів на загал були політично заангажовані та досить рівнополярно налаштовані, відповідно орієнтуючись на різні сили в центрі. Тому найголовніше завдання центральної влади полягало в тому, щоб звести формування в єдину боєздатну армію з належною дисципліною [1].

Загальна чисельність війська Директорії сягала близько 150 тис. бійців, але це були переважно стихійні, погано організовані повстанські загони, що швидко розпадалися. Більшість з них складалася з селян, які прагнули повернутися до мирного життя та отримати землю. Утримання такої великої армії також було непосильним для уряду в економічному аспекті.

24 листопада 1918 року вважається днем створення армії УНР, адже саме в цей день Симон Петлюра видав відповідний наказ: «Скласти армію для оборони Української Народної Самостійної республіки». Згідно з цим документом до складу армії УНР були зараховані наступні підрозділи: загін та студентський полк січових стрільців, Чорноморський кіш, Сіра дивізія, Запорізький загін, 1-й полк залізничників та 2-й Український корпус (Подільський). Даний наказ також передбачав місця для інших частин, що хотіли перейти на бік Директорії, але при умові, що вони визнають самостійність УНР та забороняв залишати її лави протягом двох місяців. Проте даний пункт наказу виявився не досить прорахованим, оскільки через два місяці чимало добровольців вирішили покинути армію [2, С. 12].

Розглянемо більш детально найкращу, з точки зору організації, частину тогочасної Української армії - Групу Січових Стрільців (далі – ГСС). Правильна організація полягала в посиленні підрозділів артилерії, враховуючи їх велике значення на полі бою. Потужні технічні підрозділи та розвинені запасні частини, яких інші формування взагалі не мали, дозволяли не відривати бійців від передової для проведення мобілізації, збору місцевих ресурсів чи забезпечення тилу. Завдяки

цьому на фронті могли перебувати вже навчені, підготовлені та певною мірою дисципліновані військові, що на той час мало надзвичайно велике значення. Звісно, будь-яка організація має і негативні сторони. Перша з них полягала в тому, що полки не були зведені у вищі одиниці, наприклад бригади чи дивізії, що значно ускладнювало координацію роботи частин, вимагало багато засобів для підтримки зв'язку, що в свою чергу призводило до негативних результатів певних військових операцій, особливо коли потрібно було приймати негайні рішення. Другим недоліком організації була недостатня кількість корпусної кінноти, що значно обмежувало можливості командування: розвідку не вдавалося проводити вчасно й у всіх потрібних напрямках, бракувало сил для здійснення необхідних маневрів, а під час наступів не було можливості повною мірою використовувати досягнуті успіхи.

На теренах нашої області бойові дії проходили майже по всій території. Розглянемо та коротко охарактеризуємо бої за м. Новоград-Волинський та м. Коростень. Для наступу на м. Новоград-Волинський та подальшого переслідування противника командування ГСС призначило 10-ту дивізію та кінний дивізіон Франца Бориса, що вже 19 серпня 1919 року досягли району Колодянка – Радулино, де ворог не чинив жодного опору та наступного дня штурмом взяли м. Новоград-Волинський і перейшла річку Случ. Противник намагався стримати подальший наступ, підтягнувши резерви з м. Коростень. Тим часом 2-й Галицький корпус наближався до м. Житомира, 11-та дивізія та Штаб Групи залишилися в м. Шепетівці.

Після підсилення своїх підрозділів свіжими силами з м. Коростеня ворог перейшов у контрнаступ проти 10-ї дивізії під м. Новоград-Волинський і на східному березі Случі розгорілися запеклі бої. Противник постійно намагався обійти північний фланг ГСС. Через значну атаку с. Олександрівка та с. Чижівка, штабом ГСС було прийнято рішення підтягнути з м. Шепетівка 11-ту дивізію до м. Новоград-Волинський та упродовж 21–22 серпня 1919 року дане рішення було

виконано. Помилкою командування стало надмірне розтягнення сил у глибину, хоча тоді вважалося, що деморалізований ворог не зможе чинити серйозного опору. Наступного дня більшовицькі війська Червоної Армії значно посилили тиск на схід від м. Новоград-Волинський з одночасним завданням потужного удару по с. Олександрівка. Попри тривале стримування ворога ГСС не змогли утримати свої позиції та залишили м. Новоград-Волинський. Ворог скористався не достатньою організованістю відступу, перейшов у наступ та з кожним днем атакував ще з більшою наполегливістю ГСС. Попри це, протягом 26-27 серпня 1919 року наступ стримувався. Проте виснаження стрільців змусили вночі з 27 на 28 серпня 1919 року відвести частини на нові позиції: 10-ту дивізію — на лінію Березова Гать–Пулини, 11-ту — Курне– Великий Луг, кінний дивізіон — до Стрибіжа, 2-й Галицький корпус займав район Черняхова.

Протягом наступних трьох днів ворог безперервно намагався вибити ГСС. Війська то просувалися уперед, то змушені були знову відступати. Деякі атаки не вдавалося відбити. Повільний рух II Галицького корпусу на м. Коростень дав змогу ворогу зміцнити свої позиції на фронті, що позбавляло ГСС можливості звузити фронт і виділити резерви для маневру.

1 вересня 1919 року, відповідно до наказу II Галицького корпусу (до складу якого входила ГСС) про загальний наступ на м. Коростень, ГСС поставили завдання повторно зайняти м. Новоград-Волинський та з заходу підтримати наступ корпусу на м. Коростень. Уночі було здійснено перегрупування та обидва фланги перейшли в наступ. Ворог не витримав тиску й почав відходити. 4 вересня 1919 року, після короткого бою, ГСС опанували райони Теснівка–Тупальці та Кропивня–Броники. Наступного дня вони змінили напрям наступу. Штаб наказав переслідувати противника з метою вийти на лінію Бараші–Симони й Мар'янівка–Немилянка. Тим часом кінний дивізіон Франца Бориса діяв проти більшовиків, які, залишившись відрізними від м. Коростень стрілецькою піхотою й під загрозою наступу кінноти

на м. Новоград-Волинський, почали поспіхом відступати. У безсиллі втримати місто, більшовики піддали його інтенсивному артилерійському обстрілові, внаслідок чого, значна частина згоріла. ГСС увійшли до м. Новограда-Волинський й зайняли там свої позиції.

З визволенням м. Новоград- Волинський, українські війська повернули собі значні та багаті території, звільнивши їх від окупанта. Було забезпечено контроль над залізницею Бердичів-Шепетівка, а також частково над лініями Шепетівка-Коростень. Українські частини здобули у ворога значні військові трофеї та велику кількість залізничного майна — паротяги й вагони, яких гостро бракувало Армії УНР. Оволодіння залізничними шляхами значно полегшило маневрування військ та постачання боєприпасів і харчів.

Більшовицькі війська, наблизившись до м. Коростень, також отримали перевагу в маневреності, адже мали змогу оперативно перекидати резерви в трьох напрямках та активно чинити опір. Розуміючи важливість м.Коростеня, як стратегічного вузла як для українських військ так і для противника, ГСС докладали чималих зусиль для швидшого заволодіння цим ключовим залізничним вузлом.

Те, що ГСС не вдалося здобути м. Коростень, зовсім не означає, що вони не прагнули цього, або не докладали всіх можливих сил. Незважаючи на сильний опір і відсутність артилерійської підтримки (за поодинокими винятками), частини ГСС долаючи важкий шлях почали просуватися в напрямку Сушки – Білка - Яблунець – Мокляки. Ворог перейшов до контратак.

8 вересня 1919 року коли ГСС почала наступ: (10-та дивізія — на Рафалівку, 11-та — на Бондарівку) більшовики, обійшовши ліси, вдарили в тил 10-ї дивізії, атакували її штаб у Сушках і частково захопили його разом із канцелярією. У цій сутичці кінна сотня 10-ї дивізії зазнала значних втрат, зокрема загинув її командир, сотник Матвій Загаєвич.

Командир 1-го полку СС підполковник Іван Андрух швидко зреагував: кинув частину свого полку у фланговий удар по ворогу, що

прорвався в Сушки. Це дозволило врятувати обози й штаб, після чого ворог розפורшився в лісах. Однак на ліквідацію раптового наскоку пішов час, що призвело до затримки наступу. 8 вересня 1919 року ГСС вдалося зайняти ряд сіл (Мошну, Рудню, Ушицю). II Галицький корпус лівим крилом зайняв Ушомир і вже обстрілював м. Коростень. Проте ворог підтягнув значні резерви й перейшов у рішучий контрнаступ по всьому фронту. Основні удари були спрямовані на праве крило II Галицького корпусу від Чопович, а також у центр — з м. Коростеня. Більшовики активно використовували бронепоезди. II Галицький корпус почав швидко відступати, а слідом за ним - Січові Стрільці: сил для маневру та самостійного удару з метою підтримки галичан їм забракло [3, С. 286].

Під час відступу ГСС стримувала ворога на по всій лінії фронту та 12 - 13 вересня 1919 року ще тривали бої на лінії Бараші – Симони – Андрієвичі та Романівка – Гали – Олександрівка відповідно. На ділянці 10-ї дивізії ГСС кілька разів переходили в контратаки. У 1-го полку були значні втрати, внаслідок чого війська відійшли до м. Новоград-Волинський. Протягом наступного дня ворог проводив розвідку позицій і обстрілював це місто. ГСС змушені були відступати, не витримавши атаки. 18 вересня 1919 року, за наказом Штабу Дієвої Армії, ГСС вийшовши з підпорядкування II Галицького корпусу, почала відступ на м. Новоград-Волинський. Метою було відійти до залізниці Бердичів–Шепетівка та згрупуватися: 10-та дивізія — у Полонному, 11-та — у Шепетівці. Штаб Групи розмістився в Городищі. II Галицький корпус відійшов до м. Бердичева.

Наступ, що тривав майже місяць і був спрямований на оволодіння Коростенем, завершився невдачею. Українське військо не лише не змогло взяти важливий вузол, але й відійшло до лінії Бердичів–Шепетівка, утративши територію, здобуту раніше. Основні причини були такі:

1. Відсутність чітких інструкцій командування щодо стосунків із поляками.

2. Недружнє ставлення польських частин у районі м. Новоград-Волинського, що змусило ГСС відступити та зірвати успішний наступ на Коростень.

3. Надто повільний рух II Галицького корпусу на м. Коростень.

4. Мала кількість сил Січових Стрільців для охоплення м. Коростеня із заходу й відмова II Галицького корпусу від маневру замість фронтальних атак.

5. Стійкий опір ворога біля м. Коростеня.

6. Затримка українських частин, яка дала більшовикам час підтягнути резерви.

7. Нерішучі дії командира II Галицького корпусу, який відступив до Житомира після першої невдачі [3, С. 287].

Також розглянемо останній бій Армії УНР, що завершив період збройної боротьби за українську державність. Другий Зимовий похід 1921 р., (інша його назва – Листопадовий рейд), який став останньою героїчною спробою вояків Армії УНР та українських повстанців збройним шляхом відновити втрачену державність. Це трагічна, але водночас знакова подія в історії державотворення України. Цей похід скоріше був актом відчаю та безумовного патріотизму людей, які не хотіли миритися з поразкою.

Юрко Тютюнник, разом із низкою військових генералів і діячів УНР не бажав здаватися. Вони вважали, що потрібно вирушати у великий похід на Україну по тилах більшовицької армії. Підготовка походу тривала від літа 1921 року, а сам похід розпочався в листопаді цього ж року. Армія УНР, що прийняла участь в Другому Зимовому поході складалася з трьох груп: Волинської, Подільської та найменшої – Бессарабської [5, С. 2].

12 листопада 1921 року колону на лінії Коростень – Радомишль – Житомир, Ю. Тютюнник прагнув з'єднати з повстанським загonom отамана В. Нельговського. Проте тютюнівці зіткнулись з передовими загонами червоної дивізії Г. Котовського. Ситуацію ускладнило погіршення погоди: почалися великі снігопади з міцними морозами. В

цих умовах було вирішено повернути колону і здійснити переправу через річку Тетерів, маючи на меті сховатися у лісах. Для цього потрібно було здійснити перехід на відстань більше 100 верст та ще й при постійному переслідуванні ворогом. 17 листопада 1921 р. Волинська група опинилась в оточенні під с. Малі Миньки в районі містечка Базар і була змушена прийняти нерівний бій. Згадуючи його жорстокий перебіг, Р. Сушко писав: «Ворожий перстень ще не був замкнений, але ще наша задня сторожа була в селі, як бригада Котовського вдарила по ній і змусила до затяжної оборони. Рівночасно в кіннім ладі заатакував з двох сторін колону підвод з нашими раненими, що їхали посередині колони. Настало пекло. Це не був бій маневрової війни, це була різня. Не було пощади. Ранені наші на підводах, заатаковані кіннотою, хватили за ручні гранати. Та ворог поновив напір під прикриттям своїх скорострільних „тачанок“. Кого не вирубав ворог, забрав у полон. Рештки 4-го і 5-го куріня збірної бригади під керуванням одчайдушного сот. Григоряка добігли до ліса, но і тут вже стрінув їх ворог, полонив і їх. Решта мучеників остала на полі бою.» [4, с. 223].

Біля селища Базар українські війська були оточені та розгромлені. Лише незначній кількості, зокрема й Юркові Тютюннику, вдалося втекти. Полонених старшин відправили до Києва та Житомира, а решту – 359 осіб – розстріляли. Р.Сушко відзначає їх виключну мужність в останні хвилини їхнього життя: «Не сумні вони були, а поважні і горді. Рішучо станули над могилою. Москалі навели скоростріли ... Грімке, потужне „Слава“ крикнули повстанці і понісся гімн „Ще не вмерла“, аж заглушили цей могутній спів ворожі скоростріли, тихо стало, лиш стогін-скарга нісся з братської могили. Наповнилась могила вщерть 359 тілами мучеників за Волю України, за її славу» [4, с. 223].

Чи були ці люди введені в оману керівництвом, яке запевняло в підтримці, чи ними просто керував безмежний патріотизм – сказати важко. Адже вони свідомо йшли на вірну смерть. Це був акт відчаю і

самопожертви. Для цих хлопців найважливішою була українська ідея, а не власне життя. Переживши особисто трагедію Другого Зимового походу, Р. Сушко згодом у одній із своїх праць висловив власне бачення причин його невдачі. Серед них: запізнілі строки виступу, оскільки на осінь 1921 р. на Великій Україні повстанський рух пішов на спад; осінньо-зимова пора була невдалою для проведення рейду; зрада польських «союзників», які попри обіцянки не озброїли групу; прорахунки Ю. Тютюнника, який як командир групи приховав від старшин багато недоліків, які мали місце під час підготовки і проведення цього рейду [4, с. 224].

На перший погляд, цей, здавалося б, безглуздий і приречений прорив у зимові сніги не приніс жодних безпосередніх результатів – лише криваву трагедію. Проте його відгомін проявився через багато років в ідеології ОУН -УПА, які були натхненні героями Базару й продовжили боротьбу за Україну.

Діяльність Армії Української Народної Республіки на Житомирщині у 1919–1921 рр. засвідчила вирішальну роль збройних сил у процесі державотворення в умовах воєнної агресії та політичної нестабільності. Попри організаційні труднощі, нестачу ресурсів і прорахунки командування, українські війська, зокрема Січові Стрільці, продемонстрували високу боєздатність, дисципліну та відданість національній ідеї. Бої за Новоград-Волинський і Коростень мали важливе стратегічне значення, однак чисельна й технічна перевага противника не дозволила закріпити досягнуті успіхи. Кульмінацією збройної боротьби став Другий Зимовий похід 1921 року — героїчна, але приречена спроба відновлення української державності. Поразка під Базаром і масова загибель вояків Армії УНР стали символом самопожертви та незламності українського духу. Незважаючи на відсутність безпосередніх військових результатів, цей похід мав потужний ідейний вплив і став моральним орієнтиром для подальшої визвольної боротьби українського народу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Житомирщина: Базар, радіація та вовки, села без людей, церква – пуста, тунель конання (КП частина 2) [відео]. YouTube. URL: https://youtu.be/FCho7LLV_uU.
2. Кравчук М. Держава та армія УНР в добу Директорії та їх правове закріплення *Evropský politický a právní diskurz*. - 2018. - Sv. 5, Vyd. 6. - С. 88-96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2018_5_6_15
3. Кучабський В. Воєнно - історичний нарис Корпус січових стрільців.-Київ: Центр учбової літератури, 2022,-520 с.
4. Стопчак М. Другий зимовий похід армії УНР в українській зарубіжній історіографії міжвоєнного періоду / М. Стопчак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Історичні науки». – Острог, 2018. – Вип. 27 /– С. 220–226.
5. 151 окрема механізована бригада. 24 листопада в мілітарній історії України
URL: <https://www.facebook.com/share/v/17Ty8hMtHS/>

*Кожухар Данило,
студент групи ЖР-3
Державний університет «Житомирська політехніка»
Юлія Кондратюк,
кандидат історичних наук, доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»*

УКРАЇНЬСЬКА ПРЕСА В ЧАСИ «ХРУЩОВСЬКОЇ ВІДЛИГИ» (1953–1964 РР.)

Період середини ХХ століття став епохальним для радянського суспільства, позначившись переходом від тоталітарного стиснення до часткової лібералізації, що суттєво змінило обличчя тогочасної журналістики. Після смерті Й. Сталіна у 1953 році курс Микити Хрущова на десталінізацію та розвінчання «культу особи» відкрив нові можливості для медіапростору, які раніше здавалися немислимими, але ці зміни відбувалися в межах жорсткої комуністичної парадигми. Це був час, коли суспільство, виснажене десятиліттями репресій та страху, почало обережно вдихати повітря відносної свободи. Українська преса цього часу опинилася в унікальній та водночас суперечливій ситуації: залишаючись формально частиною ідеологічної машини КПРС, вона паралельно стала інкубатором для відродження національної ідентичності та нових соціокультурних смислів, що заклали фундамент для майбутнього національного відродження. Журналістика перестала бути лише сухим ретранслятором директив, поступово перетворюючись на майданчик, де, попри цензуру, пробивалися живі думки.

Система преси УРСР у досліджуваний період продовжувала зберігати жорстку вертикаль підпорядкованості партійним органам. Кожне слово, що потрапляло на сторінки газет, мало відповідати генеральній лінії партії та проходити через фільтри Головліту (Головного управління у справах літератури та видавництва). Однак

«відлига» принесла легалізацію «контрольованої критики», яка стала своєрідним клапаном для соціальної напруги, дозволяючи журналістам висвітлювати реальні проблеми побуту та виробництва. Влада зрозуміла, що повне замовчування проблем веде до стагнації, тому преса отримала дозвіл обговорювати господарські прорахунки, бюрократизм та побутове невігластво, не торкаючись при цьому ідеологічних основ ладу. А. Москаленко зазначає, що такі зміни створювали умови для розширення тематичних меж, але не для зміни загального ідеологічного вектора розвитку суспільства [5, с. 21].

Основою журналістики залишався принцип партійності, проте форми його реалізації ставали менш агресивними, з'явився запит на більшу щирість та емоційність у текстах. В. Здоровега наголошує, що в цей час відбувалася поступова модернізація засобів журналістського впливу та пошук більш «людяних» методів взаємодії з аудиторією через жанри нарису та фейлетону [2, с. 40]. Журналісти почали звертати увагу на внутрішній світ людини, її повсякденні турботи та моральні дилеми, що суттєво відрізнялося від сталінського плакатного стилю.

Найбільш радикальні змістовні трансформації відбулися в сегменті «товстих» часописів. Журнали «Дніпро», «Вітчизна» та газета «Літературна Україна» перетворилися на головні інтелектуальні майданчики для молодшої генерації митців, де вперше за довгі роки почали звучати теми, далекі від прославлення вождів. Саме на сторінках цих видань відбувалося народження феномену шістдесятництва. Публікації творів Василя Симоненка, Івана Драча та Ліни Костенко змінили акценти суспільного дискурсу: від колективізму до антропоцентризму та захисту людської гідності. Читач, звиклий до оспівування «будівництва комунізму», раптом побачив у пресі роздуми про совість, кохання та право бути собою.

Як зазначає Я. Грицак, саме через канали преси шістдесятники

з змогли легітимізувати в суспільній свідомості поняття національного болю та історичної пам'яті, поєднуючи українську традицію з універсальними гуманістичними цінностями [1, с. 284]. В. Поповик додає, що літературна періодика виконувала функцію «колективного організатора» нової інтелектуальної еліти, створюючи простір для дискусій про мову та історію [6, с. 115]. Ці видання ставали центрами тяжіння для небайдужої молоді.

Окреме місце в системі медіа посідав часопис «Перець», який став одним із наймасовіших видань УРСР, чий феномен полягав у здатності балансувати на межі дозволеного. В умовах цензурного нагляду журнал виробив специфічні методи комунікації:

- прояв невдоволення: через висміювання «перегібів на місцях», халатності окремих чиновників або дефіциту товарів журнал створював видимість контролю над владою та давав людям відчуття, що їхні скарги почуті;

- езопова мова: використання метафор та карикатур дозволяло уважному читачеві зчитувати критику системних вад, про які було заборонено писати прямо [6, с. 118]. Часто за образом недолугого завгоспа прочитувалася критика всієї радянської економічної моделі;

- національна ідентичність: використання живої української мови, народних жартів та колориту було формою опору русифікації. С. Єкельчик визначає цей феномен як важливий елемент народження модерної нації в межах радянської системи [4, с. 192], де преса грала роль єдиного ланцюга між різними верствами населення.

Досліджуючи період «відлиги», неможливо оминати працю Івана Дзюби «Інтернаціоналізм чи русифікація?», яка стала інтелектуальним

маніфестом епохи та підбила підсумок трансформаціям у пресі. Хоча ця праця була написана як лист до ЦК, вона відобразила весь той біль, який накопичувався в журналістських та літературних колах. Автор переконливо доводить, що попри зовнішнє пожвавлення та лібералізацію, українська преса все одно залишалася в лещатах адміністративного тиску, який системно обмежував розвиток національної культури та мови [3, с. 84].

Дзюба акцентує увагу на тому, що офіційна журналістика, навіть у найсміливіші роки «відлиги», так і не наважилася відкрито виступити проти політики «злиття націй», яка загрожувала самому існуванню українського друкованого слова. Він критикує стан тодішньої публіцистики за її відірваність від реальних потреб народу та неможливість чесного обговорення проблем русифікації у великих містах УРСР [3, с. 142]. Таким чином, праця Дзюби фіксує момент, коли інтелектуальний пошук шістдесятників вийшов за межі дозволеної партією преси у простір «самвидаву», де вже не було місця для компромісів із совістю.

Доповнюючи аналіз праці І. Дзюби, варто зауважити, що мовне питання в тодішній пресі стало ареною для прихованого протистояння між ідеологічною уніфікацією та прагненням зберегти національну самобутність. Журналістика «відлиги» здійснила спробу вивести українську мову за межі «сільського» амплуа, впроваджуючи її в дискусії про сучасну науку, мистецтво та нові гуманістичні цінності [1, с. 284]. Водночас через систему обмеження накладів та штучне стимулювання передплати на загальносоюзні видання, влада проводила політику поступового витіснення українського слова з інформаційного простору великих міст [3, с. 142]. У цій ситуації преса, зокрема часопис «Перець», виконувала роль «мовного заповідника», де використання живої мови та висміювання «мовних перевертнів» ставало формою легального опору русифікації [6, с. 118]. Це дозволило

зберегти тяглість традиції та підготувати ґрунт для того, щоб у майбутньому українська ідея змогла вийти з цензурних лещат у простір вільного самовираження.

Попри певне розширення тематичних горизонтів у добу «відлиги», репресивний апарат Головліту продовжував здійснювати негласний нагляд за медіа. Цензура нікуди не зникла, вона лише змінила свій характер. С. Єкельчик вказує на те, що «межі дозволеного були глибоко внутрішньо засвоєні працівниками пера», що мінімізувало ризики відкритих конфліктів [4, с. 198], але водночас обмежувало творчий політ.

Завершення періоду «відлиги» стало очевидним через замовчування пресою знакових подій, які хвилювали тогочасне суспільство. Зокрема, виступи української інтелігенції під час прем'єри фільму «Тіні забутих предків» у вересні 1965 року були повністю проігноровані офіційними виданнями. Це стало остаточним сигналом про згортання реформ. Це наочно демонструє, що 79едіа система, попри певні послаблення, залишалася герметичною та залежною від коливань партійного курсу, який уже взяв курс на згортання реформ [4, с. 200]. Як тільки «зверху» було прийнято рішення про взяття курсу на неосталінізм, журналістика миттєво втратила залишки живої дискусії. Преса повернулася до перевірених часом інструментів:

- формалізм: переважання сухих звітів та статистичних перемог над реальним аналізом проблем;
- ідеологічна одноманітність: уніфікація думок, де кожне видання ставало лише копією центральної партійної лінії.

Отже, українська преса 1953–1964 років була глибоко суперечливим явищем. Вона не змогла і не могла подолати партійну монополію на правду в умовах радянського ладу, проте виконала незамінну функцію «культурного щита», зберігши тяглість української

традиції. Трансформація жанрів, поява нових імен, індивідуалізація стилів та майстерне використання езопової мови підготували інтелектуальний ґрунт для наступних етапів українського національного відродження. Хоча після 1964 року ідеологічні гвинти знову почали закручувати, «насіння», посіяне журналістами-шістдесятниками, вже встигло дати коріння. Цей досвід довів, що навіть у герметично закритому суспільстві прагнення до свободи слова знаходить лазівки для самовираження. Традиція, збережена в цей період, стала тим містком, по якому українська ідея перейшла від підпілля до масового руху за незалежність у кінці 1980-х років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Грицак Я. Нарис історії України. — Київ, 1996. — 320 с.
2. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. — Львів, 2004. — 225 с.
3. Дзюба І. Інтернаціоналізм чи русифікація? — Київ, 1965. — 256 с.
4. Єкельчик С. Україна: народження модерної нації. — Київ, 2011. — 205 с.
5. Москаленко А. Історія української журналістики. — Київ, 1999. — 168 с.
6. Поповик В. Історія преси в Україні. — Київ, 2001. — 125 с.

Вікторія Мірутенко,
студентка групи ЖР-3,

Державний університет «Житомирська політехніка»

Юлія Кондратюк,
кандидат історичних наук, доцент

Державний університет «Житомирська політехніка»

Історія маніпуляцій у рекламі: еволюція методів впливу на споживача

Реклама є однією з найдавніших форм масової комунікації, що супроводжує розвиток економічних і соціальних відносин у суспільстві. Її основна функція полягає в інформуванні про товари та послуги, однак з розвитком ринкової конкуренції вона поступово трансформувалася в інструмент психологічного впливу на споживача.

У сучасному медіасередовищі реклама не лише формує попит, але й активно впливає на цінності, поведінку та стиль життя людини. Саме тому дослідження історії маніпулятивних методів у рекламі є актуальним для розуміння механізмів впливу на масову свідомість.

У науковій літературі існують різні підходи щодо витоків реклами. Частина дослідників вважає, що до її ранніх проявів можуть належати навіть печерні малюнки та символи [4, с. 1].

Навіть на цьому етапі можна виділити прототипи маніпуляції: вплив через страх (зображення полювання, небезпеки), вплив через силу образу, закріплення інформації через візуальне повторення.

Ці ранні форми впливу можна пояснити через базові механізми людського сприйняття, які формуються як ланцюг інстинктивних реакцій. Як зазначав Р. Чалдіні, людина часто реагує на зовнішні стимули автоматично, використовуючи сформовані психологічні стереотипи та моделі поведінки [6, с. 12]. Саме тому візуальні образи,

навіть у найпростіших формах, здатні викликати швидку емоційну реакцію без раціонального аналізу.

Однак більш усталеною є думка, що перші більш виразні рекламні форми з'явилися у Давньому Єгипті, Греції та Римі [4, с. 1]. В зазначених цивілізаціях реклама вже виступає як форма публічної комунікації, що використовується для інформування про товари, послуги та події. З точки зору маніпулятивного впливу, важливою особливістю цього етапу є формування довіри через публічність. Саме тому вже в античних цивілізаціях можна простежити ранні механізми впливу, що ґрунтувалися на ефекті публічного авторитету, довірі до простору (храмів, площ і міського середовища як своєрідного “гаранта правди”), а також на візуальній помітності та елементі перебільшення вигоди чи якості послуг. Так, у Мемфісі зафіксовані оголошення про послуги тлумачення снів, в Ефесі — кам'яні рекламні написи про заклади, а в Римі широко використовувалися настінні оголошення у людних місцях, що ще більше підсилювало їхній вплив через постійну видимість та соціальний контекст сприйняття [4, с. 1].

Значний етап у розвитку реклами пов'язаний із XV століттям, коли з'являються перші друкарські верстати та починається поширення друкованих рекламних постерів [4, с. 1]. На цьому етапі формується важливий маніпулятивний ефект — довіра до друкованого слова. Інформація, подана у вигляді друкованого тексту, сприймалася як більш офіційна та правдива. Крім того, починає використовуватися повторення однакових повідомлень, що, як зазначає Р. Чалдіні, формує відчуття достовірності через ефект знайомості [2, с. 7]. Також з'являється акцент на новизні товару, що створює ілюзію його переваги над іншими.

У XVII столітті реклама виходить за межі текстових оголошень і починає активно використовувати візуальний вплив через появу вітрин та спеціальних рекламних площ [4, с. 1]. Вітрина

перетворюється на інструмент не лише демонстрації, а й цілеспрямованого формування бажання.

Основна маніпуляція цього етапу полягає у захопленні уваги через образ: правильне розміщення товарів і візуальна привабливість викликають емоційний інтерес ще до раціональної оцінки. Як зазначає Дж. Шугерман, ефективна реклама повинна “зачепити” людину з першого погляду [7, с. 9]. Ф. Грейвс підкреслює, що такі рішення часто приймаються миттєво й емоційно [2, с. 6].

У XVIII–XIX століттях, із розвитком друкованої преси, реклама набуває масового характеру та починає активно використовувати маніпулятивні прийоми впливу на споживача. Одним із ключових є створення дефіциту (“лише сьогодні”, “обмежена кількість”), що стимулює швидке прийняття рішення. Цей механізм відповідає принципу дефіциту, описаному Р. Чалдіні, згідно з яким обмеженість ресурсу підвищує його суб’єктивну цінність [6, с. 24]. Подібні оголошення широко використовувалися в газетній рекламі XIX століття для товарів масового попиту.

Іншим прийомом є статусна апеляція, коли товар подається як ознака соціального рівня (“для джентльменів”, “для вищих класів”). Як зазначає Ф. Грейвс, споживчий вибір часто визначається не раціональними характеристиками товару, а бажанням відповідати певному соціальному образу [2, с. 37]. Таким чином, реклама переходить від інформування до формування соціального престижу через покупку.

У XX столітті з розвитком радіо та телебачення реклама стає масовою та набуває яскраво вираженого емоційного характеру [4, с. 1]. Основний акцент зміщується з інформування про товар на формування образу життя, до якого має прагнути споживач. У цей період активно використовуються маніпулятивні техніки соціального доказу, емоційного програмування, створення ідеалізованих моделей

поведінки та страху соціальної невідповідності.

Яскравим прикладом є кампанії Coca-Cola, у яких продукт подається не як напій, а як символ радості, свята та соціальної єдності. Таким чином формується емоційна прив'язаність до бренду, коли споживач купує не товар, а відчуття [5, с. 1]. У тютюновій рекламі (зокрема Marlboro) активно використовувалися образи “сильної особистості” та “свободи”, що створювало ілюзію статусу та привабливості продукту, а також застосовувалися псевдоавторитети для підвищення довіри [1, с. 1]. У телевізійній рекламі середини ХХ століття часто демонструвалися щасливі родини та ідеальні побутові сцени, що формувало уявлення про “нормальне життя”, до якого потрібно прагнути.

Як зазначає Р. Чалдіні, подібні рішення значною мірою базуються на соціальних сигналах і автоматичних реакціях людини, а не на раціональному аналізі [6, с. 5]. Ф. Грейвс підкреслює, що споживачі купують не сам продукт, а образ себе, який він символізує [2, с. 41], а Н. Еяль пояснює це через механізм формування звички за допомогою повторюваних емоційних стимулів [3, с. 47].

У ХХІ столітті реклама повністю переходить у цифровий простір, де ключову роль відіграють соціальні мережі Instagram та TikTok. Її головна особливість — персоналізація впливу, коли контент підбирається під інтереси та поведінку конкретного користувача.

Основними маніпулятивними механізмами стають таргетинг, що створює ефект “індивідуального звернення”, та інфлюенсер-маркетинг, який підсилює соціальний доказ через довіру до блогерів. Також широко використовується нарративна реклама, що маскується під звичайний контент і знижує критичне сприйняття.

Як зазначає Н. Еяль, цифрові платформи вибудовують поведінку користувача через цикл “тригер — дія — винагорода”, формуючи рекламні звички та постійне залучення [3, с. 47]. У результаті реклама

XXI століття стає не лише способом просування товарів, а й інструментом керування увагою та поведінкою в цифровому середовищі.

Отже, протягом усієї історії реклама поступово ускладнювала свої маніпулятивні механізми, зберігаючи головну мету — вплив на поведінку споживача. Від простих візуальних і текстових повідомлень до сучасних цифрових технологій вона еволюціонувала від інформування до керування увагою та прийняттям рішень людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1.Альтериман Д. Історія ковбоя Marlboro [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<https://bazilik.media/istoriia-kovboia-malboro/>).

2.Грейвс Ф. Клієнтологія. Чого насправді хочуть ваші покупці. – 2010.

3.Еяль Н., Гувер Р. На гачку. Як створювати продукти, що формують звички / пер. з англ. – Київ, 2014.

4.Історія зовнішньої реклами від античності до XXI століття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<https://ceha.com.ua/ua/%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%83%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D1%8B/>).

5.Кока-Кола (брендові матеріали) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<https://gifter.com.ua/articles/sekreti-brendu-coca-cola/127#:~:text=Coca%2DCola%20%2D%20%D1%86%D0%B5%20%D0%BD%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%20%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D1>

%96%D0%B9%2C,%D1%8F%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%20%D1%81%D0%B8%D0%BC%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D1%81%D0%B2%D1%8F%D1%82%D0%B0%2C%20%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D1%96%D1%97.).

6. Чалдіні Р. Психологія впливу / пер. з англ. – Київ, 2019–2024.

7. Шугерман Дж. Як створити крутий рекламний текст / пер. з англ. – Київ, 2020.

8. Slyusar V. M., Koval V. O. Advertising in the modern urban space: a socio-philosophical analysis. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2020. № 2 (88). С. 146-156.

Вікторія Яценко,

студентка групи ЖР-2,

Державний університет «Житомирська політехніка»

Юлія Кондратюк,

кандидат історичних наук, доцент

Державний університет «Житомирська політехніка»

Історія розвитку жіночих періодичних видань

Ринок періодики для жінок сьогодні нараховує тисячі видань - від друкованих журналів до цифрових платформ. Вони є домінуючим сегментом у глобальній медіаіндустрії. Доказом цього є постійне зростання прибутків у провідних брендів, наприклад Hearst UK. Кількість платних підписок на їхню продукцію перевищила 1 мільйон у 2025 році [1]. Проте, незважаючи на це, історія розвитку жіночих видань та їх трансформація під впливом історичних, політичних та економічних змін у світі є недостатньо систематизованою. Тому виникає потреба у чіткому визначенні основних етапів їхнього розвитку та окресленні визначних рис періодики у різні переломні моменти.

Поява періодики була зумовлена розвитком друкарства, пошти та потребою суспільства в утамуванні інформаційного голоду, що виник на фоні розширення міжнародної торгівлі[2]. Перші газети з'явилися в Європі на початку XVII століття, а виокремлення жіночих газет відбулося тільки наприкінці століття як результат зростання ролі жінки. Першим таким часописом став британський тижневик "The Ladies' Mercury". Він з'явився у Лондоні 27 лютого 1693 року [3, с.45]. Журнал складався з порад та відповідей на "найделікатніші та найцікавіші запитання": мода, кохання, заміжжя, гумор, домашнє господарство, етикет, плітки і т.д.. Через сміливість піднімати такі радикальні питання в консервативному суспільстві та комерційні

конфлікти редактора видання припинило своє існування, але згодом з'явилися "The Female Tatler"(1709) та "The Female Spectator"(1744-1746), що продовжили справу попередника, укріплюючи статус жінки як господині, дружини та матері.

У середині XIX століття починає зароджуватися рух за жіночі права і з'являється суфражистська преса. Першим спеціалізованим виданням, яке стало місцем для дискусій на цю тему, став "The English Woman's Journal", що виходив 1858-1864 роках [4, с. 55]. Журнал належав Ленгемському колу однодумців, своєрідний аналог джентельменських клубів, які писали про освіту, умови праці та майнові права для жінок. Після просвітницьких видань почала з'являтися преса, що вела повноцінну політичну кампанію. "Votes for Women" видавалася у 1907-1918 році і пройшла шлях від щомісячника за 3 пенси до щотижневика за 1 пенс, бо редактори перестали сподіватися на прибутковість цієї справи. Натомість вони почали агресивну рекламну кампанію з безліччю торгових точок та курсуючими автобусами, що сповіщали про нові номери. Такі методи викликали невдоволення влади та людей, які вважали їхню боротьбу непотрібною, але були і ті, що захоплювалися ними. Як повідомлялося у номері "Votes for Women" від 29 жовтня 1909 року, один із перехожих дав продавчині газети 10 шилінгів на знак "смівості та наполегливості суфражисток" [5, с. 66].

Перша світова війна змінила наповнення усіх тогочасних видань з розважального контенту на мобілізаційний, особливо у країнах-учасницях. Жіноча періодика через це почала повертатися до образу "берегині дому" для виконання своїх обов'язків перед країною. Але почали подекуди з'являтися нові образи: робітниця, сестра милосердя, добровольця, тощо. Найвпливовішим журналом став американський "Ladies' Home Journal", кількість платних підписок на нього перевищувала 1 мільйон. Редактор видання Едвард Бок описував

видання так: “авторитетний центр обміну інформацією для всіх проблем, з якими стикаються жінки вдома” [6, с. 311-312]. Наповненням були художні твори, поради для облаштування житла, звернення політиків, журналістські розслідування та, звичайно, реклама. Щодо прав жінок це видання було за вищу освіту, але проти виборчого права, що робить його амбівалентним в очах сучасних дослідників.

Під час Другої світової війни вже кожне видання було змушене висвітлювати тему жінок на виробництві, так як через мобілізацію чоловічої половини населення до виробництва почали активно залучати жіночу. Також їх залучали до волонтерської діяльності у шпиталях, школах та інших місцях. Але домашні справи та виховання дітей все ще залишалися їхнім основним обов’язком. Популярною темою стало обговорення “проблем дітей працюючих матерів”, тим самим висловлюючи занепокоєння змінами у суспільстві, але й не протестуючи проти них. Тому почали з’являтися статті, які відверто ставили під сумнів можливість поєднання кар’єри, материнства та домогосподарства, наприклад: “You Can’t Have a Career and Be a Good Wife” (січень 1944) та “Meet the Berckmans: The Story of a Mother Working on Two Fronts” (жовтень 1942). Вони обидві були опубліковані у журналі “Ladies’ Home Journal” і входять до збірника “Women’s Magazines, 1940-1960: Gender Roles and the Popular Press” за редакцією Ненсі Уолкер [7].

Наступною віхою розвитку жіночої періодики стала друга хвиля феміністичного руху у 1960-х роках. Термін фемінізм за визначенням української дослідниці Ольги Гомілко – це “соціальний, політичний, культурний та інтелектуальний рух, спрямований як на досягнення рівних прав жінок, так і на встановлення нового порядку, в якому стандарт не визначався би чоловічими мірками” [8, с. 124-127]. Гаслом руху стало “the personal is political”, що легітимізувало обговорення

особистого досвіду жінок у періодичних виданнях. Почали підніматися такі теми, як репродуктивні права, домашнє насильство, рівність в оплаті праці, доступ до професій та домагання. Одним із найпопулярніших в цьому аспекті стало американське видання “Ms. Magazine”, засноване у 1971 році, яке виходить і сьогодні [9]. Результати цього періоду не однозначні. З однієї сторони, видання сприяли поступовій зміні усталених уявлень про жінку, її ролі, можливості та проблеми. З іншої сторони – комерційна залежність періодики позбавила цей рух радикальності, аби залишити при собі рекламодавців та читачів, що не підтримували фемінізм. Це перетворило рух з соціальної потреби до змін на індивідуальний вибір.

Цифровізація стала найбільш трансформаційним етапом для усіх періодичних видань, спричинивши кризу друкованого формату. Цей процес триває з 1990-х років і донині. Сталі критерії, як-от фіксована періодичність виходу, обмежені канали зворотного зв'язку, монологічність викладу, змінився на нові підходи, що були зумовлені розвитком технологій. Трансформація “від журналу-об'єкта до журналу-бренду” - так назвала цей процес дослідниця Брук Ерін Даффі у своїй праці “Remake, Remode: Women’s Magazines in Digital Age”[10]. Сучасне жіноче видання репрезентує себе як комунікаційну платформу через соціальні мережі, вебсайт, відео, електронні розсилки та створення мобільних застосунків. Це ще більше популяризувало обговорення гендерних питань та репрезентацію жіночого досвіду у патріархальному світі.

Отже, розвиток жіночої періодики є невід'ємною складовою світових процесів. У дослідженні було визначено й охарактеризовано основні етапи цієї еволюції - від появи першого жіночого видання до сучасної цифрової галузі. Узагальнюючи, можна стверджувати, що видання завжди відображали актуальні погляди і проблеми суспільства на роль жінки. І хоча однаковою рисою для кожного етапу

є одночасна легітимізація усталених гендерних ролей і поступове їхнє переосмислення, сам соціокультурний феномен створення цього відгалудження у періодиці є важливим для боротьби за жіночі права і можливості як на початку свого шляху, так і зараз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Brooker, A. Women's interest magazine sales 2025: Harper's Bazaar grows in print and digital. Press Gazette. URL: https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/media_metrics/womens-interest-magazine-sales-2025-harpers-bazaar-grows-in-print-and-digital/
2. Pinzani, A. Habermas and Capitalism: An Historic Overview. 2022 URL: https://www.researchgate.net/profile/Alessandro-Pinzani/publication/366441586_Habermas_and_Capitalism_An_Historic_Overview/links/63a1d86341663a23c0713549/Habermas-and-Capitalism-An-Historic-Overview.pdf
3. Stearns B.-M. The First English Periodical for Women 1930. URL: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdf/10.1086/387869>
4. Rayes M. La posición social de la mujer según The English Woman's Journal 2015. URL: <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/3062/Rayes%2c%20M.%20La%20posici%20social%20de%20la%20mujer%20seg%20ban...pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Votes for Women. 1909. ЖОВТЕНЬ 29 с.66
6. Snyder B. D. Confidence Women: Constructing Female Culture and Community in "Just Among Ourselves" and the Ladies' Home Journal 1998. С. 311–312. URL: https://www.academia.edu/4188911/Confidence_Women_Female_Culture_and_Community_in_Just_Among_Ourselves_and_the_Ladies_Home_Journal?sm=b&rhid=39068532044

7. Women's Magazines, 1940-1960: Gender Roles and the Popular Press. Boston 1998

8. Гомілко О. Є. Фемінізм. Філософія освіти: навчальний посібник Київ 2021 С. 124-127

9. About us. Ms. Magazine URL: <https://msmagazine.com/about/>

10. Brooke E. D. Remake, Remodle: Women's Magazines in Digital Age URL: https://www.academia.edu/3699861/Remake_Remodel_Womens_Magazines_in_the_Digital_Age

Слюсар Микола,

асистент,

Сидорчук Артем,

здобувач вищої освіти

(Державний університет «Житомирська політехніка»

Теоретичні засади дослідження гонзо-журналістики: теорія гейткіпінгу

Утвердження нових медіа в цифрову епоху позначається розмиванням меж між традиційною журналістикою, яка діє на основі як правових, так і етичних норм, та новітніми медіаформами, які в тій чи іншій мірі можуть не відповідати їм. До останніх можна віднести гонзо-журналістику, що містить у собі жанрове розмаїття репортажу, есеїстики та літературного наративу, відмовляючись від принципу об'єктивності на користь передачі суб'єктивного досвіду автора. Тобто мова не йде про повну відмову від професійних стандартів взагалі, а радше про їх переосмислення, адже зберігається фактологічна точність, але вона «доповнюється» авторською позицією та використанням інструментарію суб'єктивізму. Гонзо-журналістика виникла в сімдесятих роках минулого століття на працях Х. С. Томпсона, який у цій медіаформі передбачав передачу емоційного стану автора, особисту інтерпретацію подій. Як зазначає О. Мітчук, «гонзо-текст поєднує репортажну оперативність із суб'єктивною рефлексією автора, що створює ефект безпосередньої присутності у подієвому середовищі» [1, с. 129]. У доцифрову епоху гонзо-журналістика знаходилася на маргінесі журналістської діяльності, а з розвитком соціальних мереж, електронних медіа із окремими авторськими розділами для ведення блогінгу, її стилістичні принципи стають популярними в сучасну. Характерними рисами гонзо-журналістики є розміщення на першому плані емоційно-експресивної

оповіді журналіста, у той час як подія відходить на другий; авторський стиль передбачає використання метафор, порівнянь, гумору, іронії, сарказму, цитат, обсцентних слів; значима роль журналіста у виборі та висвітленні подій, які на його думку, найважливіші і здатні мотивувати сприйняття інформації реципієнтами [2, с. 124]. Осмислення цього феномену потребує теоретичного та методичного інструментарію, потужним пізнавальним потенціалом першого слугують теорії масових комунікацій, зокрема теорія гейткіпінгу (gatekeeping theory).

Теорія гейткіпінгу виникає одразу після Другої світової війни і ставить за мету пояснити, яким чином здійснюється фільтрація великої кількості інформації від комунікатора до аудиторії. Один із основоположників Курт Левін розробив модель «каналів» та «воріт», вказуючи на специфіку здійснення масової комунікації, в яких канали упорядковано поділені на секції, а також наявна множина точок прийняття рішення («воріт»), визначаючи, чи інформація пройде у наступну секцію. Згодом Девід Меннінг Уайт, ґрунтуючись на емпіричних дослідженнях доводить, що вибір новин є суб'єктивним і залежить від особистих уподобань редактора, який і виконує в медіа функцію «воротаря». Інші дослідники, які розробляли цю теорію додали інші фактори впливу на прийняття рішень, зокрема на рутинність виконання завдань та наявність дедлайнів (Вальтер Гібер), ролі журналістів у якості «множинних воротарів» (Джон МакНеллі), специфіки диференціації професійної діяльності журналістів на збирачів новин і обробників новин (Абрахам Басс). А останні дослідження присвячені «цифровим воротам». Враховуючи, що новинний контент формується шляхом проходження таких воріт як цінності журналістської оцінки новин, організаційні методи збору новин, економічні обмеження, інформаційні та комунікаційні технології, можемо констатувати зростання ролі цифрової аудиторії у відборі новин та взаємодії журналістів з користувачами [3, с. 468].

У контексті дослідження гонзо-журналістики варто відзначити, що теорія гейткіпінгу дозволяє проаналізувати особливості трансформації механізмів відбору інформації в умовах персоналізованого медіавиробництва. Якщо у традиційних медіа функції воротарів також виконують редакції та професійна спільнота, то гонзо-журналістика акцентує саме на ролі медійника, який не обов'язково може бути професійним журналістом, на його здатності самостійно визначати критерії значущості інформації. Ворота «цінності журналістської оцінки новин» у традиційних медіа слугують для відбору інформації за принципом суспільної значущості, оперативності, об'єктивності. У гонзо-журналістиці цінністю є суб'єктивна значущість події для самого автора, репрезентативність індивідуального досвіду та здатність новини викликати емоційну реакцію аудиторії, тобто суб'єктивна інтерпретація постає критерієм новинної цінності. Журналіст стає співтворцем новин. Ворота «організаційні методи збору інформації» в гонзо-журналістиці є малоефективними, адже рутинна, яка структурується інституційно як орієнтація на редакційні завдання, використання інструментів верифікації даних, тут поступається місцем діяльності журналіста як вільного агента. Відтак і вибір методів збору інформації – інший, орієнтований на власне проживання події (замість стандартизованих інтерв'ю), фіксацію фрагментів розмов, вражень. На перший план виходять імпровізація, ситуативність та нелінійність діяльності журналіста. Третє обмеження – економічними чинниками, що передбачає врахування інтересів власників, рекламодавців, можливостей для охоплення аудиторії. Певною мірою в гонзо-журналістиці через менший вплив редакційної політики дія цих воріт також може бути меншою, утім у комплексі господарських механізмів, системи монетизації цифрових платформ, краундфандингу він зберігається. Цікавим є зміщення акцентів, де в ролі «воротаря»

виступає, по-перше, аудиторія, яка підтримує авторський стиль журналіста, орієнтуючи спрямованість його матеріалів лояльністю спільноти, а по-друге, алгоритми цифрових платформ, які встановлюють залежність продукування контенту від вірусного сприйняття аудиторії, емоційності, а не від професійності медійника. Ворота «інформаційні та комунікаційні технології» актуалізуються в цифрову епоху, адже останні десятиліття суттєво знизився рівень технологічного супроводу для включення у сферу масових комунікацій. Нині фіксується суттєве здешевлення доступу до інструментів самостійного виготовлення медіапродукції, зростає роль алгоритмічних систем цифрових платформ, що суттєво сприяє розвитку гонзо-журналістики, орієнтованої на емоційну, суб'єктивну та провокативну подачу інформації [4: 5]. Нині у науковому дискурсі активно обговорюється теорія мережевого гейткіпінгу, яка визначає воротами «вхід до мережі або вихід з неї», а їх унікальність полягає у тому, що незважаючи на наявність множини альтернативних джерел новин, з точки зору мережевого контролю доступу, аудиторія постійно слідкує за конкретним поширювача новин, якого психологічно сприймають основним джерелом [6, с. 13-19]. Тому конкретний автор, який працює в жанрі гонзо-журналістики, послідовно транслюючи власний досвід, сприймається аудиторією як основне джерело осмислення подій.

Таким чином, теорія гейткіпінгу постає продуктивним методологічним інструментом для осмислення гонзо-журналістики, оскільки дозволяє простежити, як класичні механізми відбору інформації – цінності журналістської оцінки новин, організаційні методи збору матеріалу, економічні обмеження та інформаційно-комунікаційні технології – зазнають суттєвої трансформації в умовах персоналізованого медіавиробництва. Аналіз чотирьох воріт засвідчує, що гонзо-журналістика не стільки скасовує дію гейткіпінгу, скільки

перерозподіляє її, переносячи функції воротаря з редакційно-інституційного рівня на рівень окремого автора, лояльної аудиторії та алгоритмічних систем цифрових платформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мітчук О. А. Гонзо-журналістика у структурі кризового медіадискурсу регіональних медіа як комунікаційна модель емоційного впливу. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2026. Том 37 (76). № 2. С. 128 – 132.
2. Білоус Р. Авторські інтенції у гонзо-журналістських матеріалах. Knowledge, Education, Law, Management. 2025. № 1 (69). С. 118 – 126.
3. Schwalbe C. B., Silcock W. B., Candello E. Gatecheckers at the Visual News Stream. Journalism Practice. 2015. № 9 (4). P. 465 – 483.
4. Slyusar V. Informational Violence in the Symbolic Exchange and Modern Mediareality: the Modus Dimension. Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences. 2019. № 1 (85). P. 25-35.
5. Slyusar V., Sokolovskyi O., Slyusar M. PR activity of Muslim organizations of Ukraine (on the example of the RAMU "Ummah"). Occasional Papers on Religion in Eastern Europe. 2024 Vol. 44 : Iss. 1 , Article 6. Pp. 91-104.
6. Deluliis D. Gatekeeping Theory from Social Fields to Social Networks. Communication Research Trends. 2015. Vol. 34: No. 1, Article 1.

Микола Слюсар,

асистент,

Христина Коломієць,

здобувачка вищої освіти

(Державний університет «Житомирська політехніка»)

Теоретичні засади дослідження гонзо-журналістики: теорія фреймінгу

Сучасна цифрова епоха позначається структурними трансформаціями медіапростору, появою нових медіа, зростання популярності окремих жанрів, серед яких і гонзо-журналістика. Він поєднує елементи репортажу, есеїстики з акцентом на передачу індивідуального досвіду перебування у події журналіста, що позначається експресивністю та емоційністю. Жанр, який зародився у 1970-х роках на основі праць Хантера С. Томпсона, завдяки розвитку соціальних мереж та блогінгу заново утверджує себе в сучасному медіапросторі. Осмислення цього феномену потребує теоретичного та методичного інструментарію, потужним пізнавальним потенціалом першого слугують теорії масових комунікацій, зокрема теорія фреймінгу. Вона вперше була сформульована ще в 1972 році Грегорі Бейтсоном, а через два роки обґрунтована Ірвінгом Гофманом у праці «Аналіз фреймів» і її висхідним положенням є «медіа зосереджує увагу на певних подіях і потім поміщає їх у поле значення» [1], що вирізняє її від теорії порядку денного зосередженістю на сутності актуальних для громадськості питань, а не на окремих темах. «Фрейм» розуміється як спосіб презентації інформації, на основі якого аудиторія її обробляє, тобто актуалізується проблема специфіки взаємовідношень «передача – сприйняття». Медіа створюють фрейм з метою отримання кінцевого результату передачі новин – бути сприйнятими аудиторією у контекстах з іншою попередньою інформацією, опосередковуючись запропонованими інтерпретаційними рамками.

Теорія фреймінгу пояснює, у який спосіб відбувається репрезентація та

інтерпретація інформації у жанрі гонзо-журналістики. Американський вчений Роберт М. Ентман застосовуючи теорію фреймінгу для аналізу фрагментованості медіадискурсу кінця ХХ століття, що останні десятиліття стала більш очевидною, визначає чотири функції, які виконують фрейми: визначають проблеми, діагностують причини, здійснюють моральні судження та пропонують засоби розв'язання [2, с. 52]. Стосовно гонзо-журналістики, можемо визначити, що виконання першої функції здійснюється не просто як нейтральний опис, констатація проблеми, а, навпаки, зображує журналіста як безпосереднього учасника процесів, подій, пов'язаних з нею. Використання елементів оповідей сенсаційного чи хаотичного змісту додають описуваній проблемі драматичного характеру, привертаючи увагу аудиторії більшою мірою, ніж здатен на це нейтральний репортаж. З іншого боку, суб'єктивізм презентації журналістського матеріалу не завжди дозволяє автору показати проблему як загальнозначущу, а більш як локальну, прив'язану до його досвіду.

Виконання функції діагностування причин у гонзо-журналістиці набуває системного характер, адже через творчий підхід поєднання вивчення об'єктивних фактів з власними спостереженнями журналіст здатен застосовувати нестандартні підходи до аналізу проблеми, розкривати приховані причини подій. А використання притаманних цьому жанру журналістики риторичних засобів іронії, гіперболи і провокації дозволяє надати конкретному діагнозу експресивного забарвлення, стимулюючи залученість громадськості до подальшого обговорення. Оскільки гонзо-журналістика передусім покладається на поєднання фактологічного аналізу з літературно-художніми елементами, в ній причинно-наслідкові зв'язки висвітлюються переважно у метафоричній та символічній формах. Раціональні пояснення та обґрунтування поступаються емоційному впливові.

Щодо функції моральних суджень, то саме завдяки відкритості авторської оцінки вона є найбільш вираженою в гонзо-журналістиці. Оскільки на першому плані виступає оповідач, прийняття аудиторією його

суб'єктивного стилю репортажів перетворює його на морального арбітра, роль, яка в ідеалі має бути зарезервована для громадськості [3]. Це суттєво актуалізує дискусію про суспільну відповідальність автора, про припустимість моральних оцінок, за яких журналістська рефлексія підмінюється особистими цілями, не пов'язаними з сумлінним виконанням професійної діяльності (гонзо-журналістика не заперечує стандарти журналістики саме у цьому аспекті). Водночас зазначимо, що моральні судження тут мають провокаційно-амбівалентний характер, тобто через суб'єктивність вони можуть бути цинічними, суперечливими, що якраз має на меті спонукати аудиторію до дискусії з автором. Реалізація четвертої функції у гонзо-журналістиці суттєво відрізняється від інших жанрів, оскільки сам автор здатен формулювати рекомендації, не обов'язково апелюючи до думки експертів. По суті такий журналістський текст стає радше маніфестом, ніж раціональним поясненням. Тому цінність запропонованих рішень не стільки в прагматичному розв'язанні проблеми, скільки через їх абсурдний чи сатиричний характер спровокувати суспільну дискусію, пошук нелінійних способів її вирішення [4: 5].

Отже, застосування теорії фреймінгу до аналізу гонзо-журналістики дозволяє виявити специфічний спосіб реалізації усіх чотирьох функцій фрейму (визначення проблем, діагностування причин, моральних суджень і пропозиції засобів розв'язання) у жанрі, принципово зорієнтованому на суб'єктивність і авторську присутність. Гонзо-журналістика трансформує нейтральні інструменти фреймування у провокативні, емоційно насичені та амбівалентні конструкції, в яких межа між журналістською рефлексією і маніфестом, між фактом і літературним прийомом є свідомо розмитою.

1. Arowolo O. S. Understanding Framing Theory. Lagos State University, 2017 <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25800.52482>.

2. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*. 1993. Volume 43, Issue 4. Pp. 51 – 58, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
3. The Questionable Morality of Gonzo Journalism. 2019. 6 Sep. <https://www.prindleinstitute.org/2019/09/the-questionable-morality-of-gonzo-journalism/>
4. Slyusar V. Informational Violence in the Symbolic Exchange and Modern Mediareality: the Modus Dimension. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2019. № 1 (85). P. 25-35.
5. Slyusar V., Sokolovskyi O., Slyusar M. PR activity of Muslim organizations of Ukraine (on the example of the RAMU "Ummah"). *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*. 2024 Vol. 44 : Iss. 1 , Article 6. Pp. 91-104.

Вадим Слюсар

Доктор філософських наук, професор

(Державний університет «Житомирська політехніка»)

Метод епістемологічного аналізу медіапрактик у дослідженнях нових медіа

Поняття «техно-епістемологія» наразі лише набуває поширення у дослідницькій парадигмі поведінкових наук. Як окремий концепт він запроваджується у праці Мішеля ван Ейка та Ніколаса Хамтолта Клакстона «Переосмислення поняття технології в освіті: техно-епістемологія як риса, притаманна людській практиці» [1]. У дослідницькому вимірі техно-епістемологія у цифрову епоху постає методологічним підходом, який пропонує концептуальну рамку для дослідження у медіасфері, особливо нових медіа, які розуміються як соціотехнічне середовище. Як підхід він володіє вихідними установками та зумовленими ними стратегією, тактикою та методами дослідження. Засадничими положеннями можна визначити: знання – це не лише соціальний, а й технологічний феномен [6], технології є медіаторами людського досвіду і практик, які активно формують відносини між людиною та світом [8], практичне «технічне» знання і теоретичне знання злилися, ключовим елементом техно-епістемології стає довіра до технологічних систем. І хоча техно-епістемологія не володіє специфічними методами наукових досліджень, можна виокремити комплекс з різних наук, який формує цілісний інструментарій на основі зазначених вихідних принципів, зокрема методи аналізу технологічного посередництва знання (або аналіз інструментальної медіації), метод епістемологічного аналізу медіапрактик, медіативний дискурс-аналіз, конструктивістський метод, метод мережевого аналізу, порівняльний аналіз епістемних структур [4: 5].

Актуальним для дослідження нових медіа на основі техно-епістемологічної парадигми є метод епістемологічного аналізу медіапрактик, який передбачає складання матриці епістемологій журналістики,

враховуючи, як саме виробництво, поширення та споживання контенту формують знання. На відміну від описаного вище методу, який акцентує на змісту змін відносин у сучасному медіапросторі під впливом технологій, на ролі конкретного артефакту в трансформації сприйняття, цей метод звертає увагу на епістемних аспектах практик – як саме усі компоненти процесу виробництва новин продукують знання. Тобто на перший план виходять регулярно повторювані дії медійника. Зазначений аспект означає вивчення нових медіа, як таких, що перетворюють новинну інформацію на знання, застосовуючи аналітичну схему «виробництво – артикуляція – обґрунтування – використання». Ідею практичної парадигми вивчення медіа висловив Nick Couldry (Нік Колдрі), який стверджував про необхідність аналізу того, яким саме чином люди та технології впливають на медіа, а також як останні формують соціальні практики. Він вказує на наступні наслідки акцентування у наукових дослідженнях із соціальних комунікацій на практиці: антифункціоналізм, відкритість до мінливої та складної організації практики, а також прагнення зрозуміти принципи та механізми, за якими впорядковуються практики [6, с. 123]. Норвезькі вчені Р. Заміс та О. Вестлунд пропонують аналітичну матрицю епістемології журналістики, яка складається з 10 вимірів, на яких відбувається ідентифікація ключових акторів та учасників простору журналістики, обґрунтування знання та практики, визначення форм знання, опис характеристик представлення та тексту [7]. Зокрема на основі цієї матриці можна визначити особливості їх функціонування на кожному вимірі у порівнянні з традиційними. Візьмемо до прикладу партисипативну журналістику, яка передбачає активне долучення аудиторії до збору інформації та створення новин. Так, у першому вимірі – соціальні ролі – вона залучає також і редакторів соціальних мереж, і громадяни до виробництва новин, у той час, як традиційна обмежується вузьким колом професіоналів. Вимір «технологічні актанти вказує на можливості застосування у партисипативній журналістиці платформ соціальних мереж із можливістю коментування аудиторією новин, у той час

як традиційна обмежується власними системами управління контентом. Вимір «підхід до аудиторії» вказує на протилежність залучення глядачів / читачів – пасивні утримувачі традиційної та активні учасники партисипативної. Щодо «практики, норми, ролі та рутини», то тут виявляється подібність обох форм щодо контролю медіапроцесів, але друга форма медіа спонукає аудиторію до спільного виробництва новин; «претензії на знання» – вказується на зміщенні акцентів від ролі авторитета журналіста на колективне виробництво знання. Це ж стосується і форм знання (в партисипативній журналістиці воно не має завершеної форми) і наративних структур (інтегрується з користувацьким контентом). Також вона має більш суб'єктивний характер, ніж традиційна, як і більшу кількість інтерпретаторів. Застосування методу епістемологічного аналізу медіапрактик на основі аналітичної матриці дозволяє системно унаочнити трансформації в медіапросторі цифрової доби. Нові медіа розширюють коло учасників виробництва новин, переосмислюють зміст, функції та способи формування знання. Вони виступають не лише каналами передачі інформації, а середовищем конструювання на основі трансльованих знань соціальної реальності.

Техно-епістемологія виступає перспективною методологічною основою вивчення нових медіа, що постають особливим соціотехнічним середовищем, і дозволяє розглядати технології не як нейтральні інструменти, а як активні медіатори, які сприяють виробництву та споживання знань у цифрову епоху. У нових медіа через алгоритмічний принцип персоналізованого споживання контенту відбувається взаємодія людської та технічної інтерпретації. Застосування методу епістемологічного аналізу медіапрактик для дослідження нових медіа дозволяє виявити трансформації в соціальних ролях, практиках, формах знання, наративних структурах.

Список використаної літератури

1. Eijck M. V., Claxton N. X. Rethinking the notion of technology in education: Techno-epistemology as a feature inherent to human praxis. *Science Education*. 2009. № 93. Pp. 218 – 232. <https://doi.org/10.1002/sce.20308>
2. Freiman O. Towards the Epistemology of the Internet of Things Techno-Epistemology and Ethical Considerations Through the Prism of Trust. *International Review of Information Ethics*. 2014. № 22. Pp. 6 – 22. <https://doi.org/10.29173/irie124>
3. Verbeek P. P. Toward a Theory of Technological Mediation: A Program for Postphenomenological Research Berg J.K., Friis O., Crease Robert C., *Technoscience and Postphenomenology: The Manhattan Papers*. London: Lexington Books., 2016. Pp. 189 – 204.
4. Христокін Г., Верховцева І., Слюсар В. Класична, некласична і постнекласична раціональність: структурна кореляція і епістемічна вразливість в умовах кіберсуспільства. *Вісник Київського Авіаційного Інституту. Серія: Філософія. Культурологія*. 2025. № 42(2). С. 41 – 49. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.42.21000>
5. Slyusar V. The epistemological potential of agenda and framing theories in the study of pr activities of religious organizations. *Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series: Philology. Journalism*. 2026. 37 (76). V 1 T. 2. Pp. 414 – 420. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.1.2/60>
6. Couldry N. Theorising media as practice. *Social Semiotics*. 2004. № 14 (2). P. 115 – 132. <https://doi.org/10.1080/1035033042000238295>
7. Zamith R., Westlund O. Digital Journalism and Epistemologies of News Production. Matthew Powers (ed.) *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. New York: online edn, Oxford Academic, 2015. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.84>
8. Slyusar V., Sokolovskyi O., Slyusar M. PR activity of Muslim organizations of Ukraine (on the example of the RAMU "Ummah"). *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*. 2024 Vol. 44 : Iss. 1 , Article 6. Pp. 91-104.

ЗМІСТ	
Воркевич Юлія, Гордійчук Ольга ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ	3
Олійник Анастасія, Гордійчук Ольга РИТУАЛИ ПАМ'ЯТІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СВІДОМОСТІ МОЛОДІ	9
Іщук Єлізавета, Гордійчук Ольга КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ ЛІДЕРА ТА ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ: МІЖ ОЧІКУВАННЯМИ СУСПІЛЬСТВА Й РЕАЛЬНІСТЮ	15
Пасічник Яна, Кравчук Анастасія, Гордійчук Ольга ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ФІНЛЯНДІЇ	20
Пархомчук Дарина, Гордійчук Ольга МЕДІА ЯК ЧИННИК КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В КЛАСИЧНИХ І СУЧАСНИХ ТЕОРІЯХ КОМУНІКАЦІЇ	26
Махачек Мирослава-Олександра, Северенчук Анна, Гордійчук Ольга ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ШВЕЦІЇ ЯК МОДЕЛЬ ДЕМОКРАТИЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ТА СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ: ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ Й СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ	31
Хомяк Катерина, Гордійчук Ольга ІНТЕГРАЦІЯ СХІДНОЇ ФІЛОСОФІЇ У ЗАХІДНУ КОУЧИНГОВУ ПРАКТИКУ	37
Чмут Катерина, Гордійчук Ольга РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ДОБИ ПОСТПРАВДИ	41
Мосієнко Олександр, Чмут Катерина НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ ФРОНТІ: ВІЛЬЯМ ГОВАРД РАССЕЛ І КРИМСЬКА ВІЙНА ЯК СТАРТ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	47
Матеюк Олег, Джонсон Деніель МЕДІАГРАМОТНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД	53

Рудзей Дар'я ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS УЧНІВ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	60
Кондратюк Юлія, Вознюк Богдан ДІЯЛЬНІСТЬ АРМІЇ УНР НА ТЕРИТОРІЇ ЖИТОМИРЩИНИ	65
Кожухар Данило, Кондратюк Юлія УКРАЇНСЬКА ПРЕСА В ЧАСИ «ХРУЩОВСЬКОЇ ВІДЛИГИ» (1953–1964 РР.)	75
Мірутенко Вікторія, Кондратюк Юлія ІСТОРІЯ МАНІПУЛЯЦІЙ У РЕКЛАМІ: ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДІВ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА	85
Кондратюк Юлія, Яценко Вікторія ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЖІНОЧИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ	87
Слюсар Микола, Сидорчук Артем ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКИ: ТЕОРІЇ ГЕЙТКІПІНГУ ТА ФРЕЙМІНГУ	93
Слюсар Микола, Чмут Катерина ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКИ: ТЕОРІЇ ПОРЯДКУ ДЕНОГО ТА КУЛЬТИВАЦІЇ	98
Слюсар Вадим МЕТОД ЕПІСТЕМОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ МЕДІАПРАКТИК У ДОСЛІДЖЕННЯХ НОВИХ МЕДІА	102

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ СОЦІАЛЬНІ ТРЕНДИ ЯК ПРЕДМЕТ
СОЦІОГУМАНІТАРНИХ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ НАУК**

Збірник матеріалів Інтернет-конференції молодих науковців

(м. Житомир, 16 квітня 2026 р.)

Матеріали подано в авторській редакції, за зміст матеріалів, підбір джерел та коректність цитування несуть відповідальність автори та їх наукові керівники.

Видавець і виготівник

Державний університет «Житомирська політехніка»
вул. Чуднівська, 103, м. Житомир, 10005

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ЖТ № 08 від 26.03.2004 р.