

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО**

**ЛЮДИНА  
В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

**Матеріали  
VII Всеукраїнської науково-практичної конференції**

**30 листопада 2023 року**

**Кафедра гуманітарних наук, культури і мистецтва**

**КРЕМЕНЧУК 2023**

**УДК 17.023.12:004.738.5**  
**ББК 73**

**Редколегія збірника:**

Маслак В. І., д.і.н., професор кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва;  
Бутко Л. В., к.філол.н., доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва;  
Осадчий В. В., д. філос. (Ph.D) з мист., доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва;  
Саранча В. І. к.і.н., доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва;  
Тур О. М., д.н. із соц. комунік., професор кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва;  
Федоренко С. А., к.і.н., доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва;  
Шабуніна В. В., к.філол.н., доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва.

**Людина в інформаційному просторі** : Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (30 листопада 2023 р.) / [Гол. ред. В. І. Маслак]. Кременчук. 2023. 117 с.

Збірник містить виклад основних положень доповідей, виголошених на пленарному та секційних засіданнях VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Людина в інформаційному просторі». Представлено широкий спектр проблем, що дають змогу ознайомитися з результатами нових досліджень з розвитку інформаційного суспільства в Україні та світі, як в історичному розрізі, так і через призму сучасних подій.

Для науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти, учителів і учнів.

**УДК 17.023.12:004.738.5)**  
**ББК 73**

За достовірність фактичних даних, цитат, власних імен відповідають автори публікацій. Редакція зберігає за собою право скорочувати текст і робити правку.

© Кременчуцький національний  
університет імені Михайла  
Остроградського, 2023  
© Автори тез доповідей, 2023

## ЗМІСТ

### **ДОКУМЕНТ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН У КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**Анісімова О.**

ВПЛИВ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРОЦЕСИ  
СТВОРЕННЯ ТА ОБРОБКИ ДОКУМЕНТІВ У  
ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ..... 10

**Лукаш Г.**

ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ НА  
СПРИЙНЯТТЯ ЦИФРОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ..... 12

**Саранча В., Колотій А.**

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБИГУ  
В УКРАЇНІ..... 14

### **ІНТЕРНЕТ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**

**Разно К.**

ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОНТЕКСТІ  
СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОГО  
СУСПІЛЬСТВА..... 17

### **ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО – НОВА СТАДІЯ РОЗВИТКУ ЦИВІЛІЗАЦІЇ**

**Саранча В., Бондар А.**

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: СУЧАСНІ  
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ..... 20

**Березовський М.**

БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО  
СТАНУ..... 22

**Комишенко Д.**

МЕРЕЖЕВА ВІЙНА ЯК ВИКЛИК ДЛЯ СУЧАСНОГО  
ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА..... 24

<b>Сорока Є., Лактіонова В.</b> БРЕНДІНГ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	26
---	----

**ІСТОРИКО-ХУДОЖНЯ СКЛАДОВА  
СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

<b>Кудрицька Є.</b> ОБРАЗ ВОЇНА-ГЕРОЯ У НАРОДНИХ АФОРИСТИЧНИХ ВИСЛОВАХ.....	29
---	----

<b>Кульбачко П.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ІСТОРИЧНИХ ТА ХУДОЖНІХ ТВОРІВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ .....	31
--	----

<b>Мойсеєнко Н.</b> ДУХ ДАВНИНИ СУХОМЕЛЬНИЦЬКОГО КРАЮ: КРАЄЗНАВЧА КНИГА ВАСИЛЯ СУРМИЛА ТА ВІТАЛІЯ ПОСТРИГАНА «ПОДОРОЖ КРІЗЬ ЧАС»...	33
--	----

<b>Наливайко С.</b> РОЗВИТОК МИСТЕЦТВА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	35
--	----

<b>Остапенко А.</b> ВПЛИВ ДИЗАЙНУ НА СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ.....	37
---	----

<b>Фойда В.</b> ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ТИНЕЙДЖЕРІВ.....	39
--	----

**РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ:  
ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ**

<b>Ковальчук Н.</b> УКРАЇНСЬКА ПРЕСА НА ПОЛТАВЩИНІ НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ.....	42
--	----

<b>Можасва Ю.</b> ЄВГЕН ЧИКАЛЕНКО – ВИДАВЕЦЬ І РЕДАКТОР ГАЗЕТИ «РАДА».....	44
--	----

<b>Перерва А., Рябініна М.</b> МИХАЙЛО ГРУШЕВСЬКИЙ І ГАЗЕТА «РАДА».....	46
--	----

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

<b>Ставнича В.</b> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	49
--	----

## **СОЦІОКУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУЧАСНИЙ ВИМІР**

<b>Нехай В., Очковська А.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗАКЛАДІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ.....	52
---	----

<b>Нехай В., Рапацька Н.</b> УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ.....	54
--	----

<b>Нехай В., Романенко Х.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАЇЗМУ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ.....	56
--	----

<b>Солдатенко О.</b> ВАЖЛИВІСТЬ НАВИЧОК ВИКОРИСТАННЯ ІКТ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА В ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА.....	58
--	----

<b>Солдатенко О., Перетяцько Д.</b> ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНИХ ЗАХОДІВ.....	60
---	----

<b>Тур О., Шабуніна В.</b> ГОЛОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА КУЛЬТУРНОМУ ФРОНТІ УКРАЇНИ (2022 –2023).....	62
<b>Федоренко С., Лушакова А., Паламарчук Д.</b> ВИШИВКА ПОЛТАВЩИНИ: АУТЕНТИЧНІСТЬ КУЛЬТУРНОЇ ТРАДИЦІЇ.....	64
<b>Шабуніна В., Тур О., Чернявська О.</b> КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ.....	66
<b>Butko L., Chernyavs'ka O., Volya A.</b> INCLUSIVE PROGRESS IN THE SPHERE OF CULTURE IN UKRAINE .....	68
<b>Butko L., Lushakova A., Fedorenko S.</b> THEORETICAL UNDERSTANDING OF MUSEUM COMMUNICATION AS A COMPONENT OF ITS PR ACTIVITIES.....	70
<b>Соколенко В.</b> РОЛЬ БУККРОСІНГУ У РОЗВИТКУ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ.....	72

## **СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ**

<b>Синєокий О., Воробйов А.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА ВИРОБНИЧОГО ЦИКЛУ ПРОГРАМИ «XISTORY».....	75
<b>Хміль-Чуприна В., Матузко Д.</b> РЕГІОНАЛЬНІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «СХІДНИЙ ВАРІАНТ»).....	77

<b>Гордієнко Є.</b> ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СФЕРИ ЛЮДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	79
<b>Книш М., Бажан В.</b> ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВНЗ.....	81
<b>Корнієнко Н.</b> ОСОБЛИВОСТІ НОВИННОГО КОНТЕНТУ САЙТУ ПРИФРОНТОВОГО МІСТА.....	83
<b>Кожухар П.</b> КОМІКСИ ЯК ВИД СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА.....	85
<b>ХУДОЖНЯ СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ</b>	
<b>Ладонько Л., Духвин К.</b> ВИРАЖЕННЯ СВОБОДИ ТВОРЧОСТІ ЗАСОБАМИ СТРИТ-АРТУ.....	88
<b>Осадчий В., Гагарова О.</b> ТВОРЧІСТЬ ІВАНА-ВАЛЕНТИНА ЗАДОРОЖНОГО У ПРАЦЯХ УКРАЇНСЬКИХ МИСТЕЦТВОЗНАЦІВ...	90
<b>Руденко В., Палненко С.</b> СЮЖЕТНА ТА КОЛЬОРОВА ПАЛІТРА УКРАЇНСЬКОГО МУРАЛ-АРТУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	92
<b>Третяк А., Загорулько Є.</b> ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ФОТОГРАФІЧНОЇ СПРАВИ: ІСТОРИЧНИЙ РАКУРС.....	94
<b>Fedorenko S., Butko L.</b> BOOK GRAPHICS OF THE FIRST THIRD OF THE 20TH CENTURY: REPRESENTATION OF UKRAINIAN ART ABROAD.....	96

<b>Галич П.</b> ТРАДИЦІЙНІ ПРИКРАСИ УКРАЇНОК: ГОЛОВНИЙ УБІР.....	<b>98</b>
<b>Горбенко С.</b> РОЗВИТОК КАЛЕНДАРНОЇ СПРАВИ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ У ХІХ СТОЛІТТІ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ.....	<b>100</b>
<b>Гуденко К.</b> МИСТЕЦТВО У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ.....	<b>102</b>
<b>Дерябіна І., Кривошапка Д.</b> ІНФОГРАФІКА В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ.....	<b>104</b>
<b>Загвоздіна А.</b> МІЛТОН ГЛЕЙЗЕР: ТВОРЧІ ЗДОБУТКИ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ.....	<b>106</b>
<b>Котляр А.</b> ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ.....	<b>108</b>
<b>Лук'яненко Н.</b> РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПАТЕРНУ В ДИЗАЙНІ.....	<b>110</b>
<b>Матвієнко К.</b> ЕВОЛЮЦІЯ ТА ТРЕНДИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	<b>112</b>
<b>Панфілова Я.</b> РОЛЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У ФОРМУВАННІ ЕКОЛОГІЧНО СТАЛОГО СУСПІЛЬСТВА.....	<b>114</b>
<b>Піліпішина А.</b> РІЗНОВИДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СТЕНДІВ.....	<b>116</b>





**ДОКУМЕНТ ЯК  
СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН У  
КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ  
ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**



# ВПЛИВ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРОЦЕСИ СТВОРЕННЯ ТА ОБРОБКИ ДОКУМЕНТІВ У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

*Професор Ольга Анісімова*

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Стрімкий розвиток інформаційних технологій призвів до глобальної інформатизації суспільства та використання нових технологій у багатьох сферах людської діяльності. Сучасний розвиток ІТ-технологій пов'язують із цифровою революцією, яка істотно змінює картину світу навколо нас і структуру відносин у ньому. Значні технологічні та функціональні розширення торкнулися і процесів створення та обробки документів. Мета нашої розвідки – простежити дію нових технологій інформаційного суспільства на ці процеси.

Невіддільним складником сучасного бізнесу та адміністративної сфери став електронний документообіг. Проте його розвиток ще не завершений і перед ним стоїть багато цікавих викликів. Зокрема, одним із ключових трендів є розвиток штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання. ШІ може значно полегшити та автоматизувати обробку документів, виявлення помилок та зв'язків між ними. Штучний інтелект здатен забезпечити більш точну та ефективну роботу з цифровими документами, роблячи їх обробку швидшою та економнішою [2]. Навіть у галузі права експерименти з використанням ШІ показали чудові результати. Зокрема, компанія LawGeex, яка спеціалізується на розробці ШІ для юристів, експериментальним шляхом доказала, що десять найкращих юристів-випускників Університету Вірджинії у порівнянні з розробленою компанією ШІ довше аналізують документи (60 проти 18 хвилин) та менш точно здійснюють їх аналіз (83% проти 95%) [1].

Наступна інновація – широке використання блокчейн-технології, які зможуть гарантувати безпеку та надійність електронних документів [2]. Ця технологія дозволяє створювати незмінні та автентичні записи, які можна використовувати для підтвердження унікальності інформації та забезпечення довіри до них. Принцип роботи блокчейна досить простий: його можна представити як «комірну» книгу, яка є в кожного учасника події і яка постійно оновлюється. У цю книгу, всі блоки якої зв'язуються в єдиний ланцюжок – блокчейн, можна вписати будь-яку подію – від фінансових операцій з криптовалютою Bitcoin, Ethereum тощо до результатів голосування на виборах президента або ідентифікаційних даних [2]. Блокчейн створює нові можливості з пошуку, організації, оцінки та передання будь-яких дискретних одиниць. По суті, це нова організаційна парадигма для координації видів людської діяльності.

Висновок. Штучний інтелект, блокчейн, створення єдиного електронного простору відіграють ключову роль у розвитку процесів створення та обробки документів цифрового суспільства. Багато хто вважає, що майбутнє блокчейну та штучного інтелекту, швидше за все, буде взаємопов'язане. Можна стверджувати, що вони будуть одними з найважливіших технологій у найближчі десятиліття.

#### **Список використаних джерел:**

1. Соснін О. Цифровізація як нова реальність України. *LexInform. Юридичні новини України*. URL: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/tsyfrovizatsiya-uk-nova-realnist-ukrayiny/> (дата звернення: 14.11.2023).
2. Що чекає на електронний документообіг у майбутньому? URL: <https://tsecrypto.com/article/blokchejn-ta-shtuchnyj-intelekt-ai-varianty-vykorystannya-ta-potenczial-synergiji/> (дата звернення: 08.11.2023).

# ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКУМЕНТІВ НА СПРИЙНЯТТЯ ЦИФРОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

*Професор Галина Лукаш*

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Стрімкий розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій надав можливість створювати та зберігати значний обсяг інформації в електронному вигляді та призвів до використання електронних документів у всіх сферах суспільного життя. Метою нашої розвідки постала необхідність оцінити швидкість і точність розуміння реципієнтами інформації, представленої в електронному документі.

Електронні документи вміщують величезний масив інформації, інтерактивних елементів, гіперпосилань тощо. Це призводить до збільшення обсягу інформації, і відповідно, до збільшення когнітивного навантаження. Звернення до різних форматів документів (текст, графіка, відео) може впливати на спосіб, яким люди обробляють інформацію. Важливо, які аспекти дизайну електронних документів (шрифти, кольори, розміщення тексту та мультимедійних елементів) забезпечують сприйняття інформації, оскільки одним із акторів як інформаційних процесів, так й еволюції інформаційних систем є культура. Наприклад, перегляд великої кількості графіки чи відео може вимагати більше зусиль для сприйняття, порівняно з текстовою інформацією [1].

Учені різних країн відзначають, що людський мозок еволюціонував ще сотні тисяч років тому – і з тих часів практично не змінився. Природа налаштувала його передусім на сприйняття аналогової інформації, пов'язаної, наприклад, зі збиральництвом або полюванням на диких звірів. Але в сучасному світі наш мозок перевантажений щоденним впливом найрізноманітнішої абстрактної

інформації. У зв'язку із застосуванням електронних пристроїв (смартфонів, ноутбуків, планшетів) та використанням інтернет-сервісів (електронна пошта, месенджери, навчальні платформи, застосунки для проведення відеоконференцій та занять) науковці навіть говорять про довготривалий негативний вплив на наші когнітивні здібності [1]. З цього випливає, що використання е-документів може сприяти мультитаскінгу – швидкому перемиканню між різними інформаційними ресурсами, вмінню виконувати декілька завдань чи дій одночасно або швидко перемикатися між ними. Хоча для деяких людей це може здаватися ефективним способом використання часу, усе ж воно може мати кілька негативних виявлень. Це також впливає на когнітивне навантаження реципієнтів [2].

Додаткових зусиль для обробки інформації порівняно зі звичайним читанням вимагають елементи інтерактивності – відкривання гіперпосилань, уведення опитувань у формах чи взаємодія з мультимедійним вмістом.

Висновуючи, наведем деякі поради щодо роботи з електронними документів з точки зору полегшення їх сприйняття, зокрема: полегшити сприйняття інформації може добре структурований контент документів; посилання на додаткові ресурси; використання графічного контенту: ілюстрацій, діаграм, графіків та інших графічних елементів для візуалізації інформації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Салата Г., Бачинська Н. Культура і комунікація: як культура впливає на сприйняття інформації. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2019.187982>
2. Bret Stetka Media Multitasking Disrupts Memory, Even in Young Adults. Scientific American, 28.10.2020. URL: <https://zbruc.eu/node/101326> (дата звернення: 07.11.2018).

# РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В УКРАЇНІ

*Доцент Віктор Саранча*  
*Студентка Анна Колотій*

**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

У зв'язку зі стрімким розвитком технологій та зростанням значення інформаційних технологій у всіх сферах життя, впровадження та розвитку електронних документів у сучасному світі є актуальним завданням.

Електронний документообіг є однією з ключових складових сучасної інформаційної технології, яка дозволяє ефективно використовувати інформаційні ресурси та забезпечує збереження, обмін та опрацювання документів у цифровому форматі. Україна не є винятком, і електронний документообіг стає все більш популярним та актуальним у різних галузях [2].

Перевагами електронного документообігу є: підвищення оперативності, своєчасності, точності, прозорості, ефективності реалізації бізнес-процесів. Це дозволяє зменшити часові, трудові та фінансові витрати, пов'язані з опрацюванням інформації й документації, а також мінімізувати ризики, викликані впливом людського фактору. Водночас недоліками електронного обігу є необхідність відповідального програмного забезпечення для кожного суб'єкта [1].

Електронний документообіг має великий потенціал для подальшого розвитку в Україні. Розвиток цифрових технологій та відкритих даних, прийняття законів, що регулюють використання електронного документообігу, а також зростаюча кількість компаній та постачальників, які надають послуги з електронного документообігу, сприятимуть розвитку цього напрямку [2].

Розвиток електронного документообігу в Україні може принести значні позитивні зміни в різних сферах. Зменшення бюрократії, пришвидшення процесів прийняття рішень та покращення взаємодії бізнесу та держави – це лише частина переваг розвитку електронного документообігу. Звичайно, важливо враховувати питання безпеки та конфіденційності. Тому важливо розробляти та впроваджувати спеціальні заходи для захисту електронних документів від несанкціонованого доступу, вірусів та інших загроз. Для цього необхідно використовувати сучасні методи та технології шифрування, а також забезпечувати безпечне зберігання електронних документів [2].

Електронний документообіг є важливим етапом для розвитку електронної документації та управління. Сьогодні ми можемо користуватися веб порталом «Дія», де застосоване зручне використання електронних документів та їх обіг. Портал «Дія» став значною частиною цього електронного трансформаційного процесу в Україні. Електронний документообіг через «Дію» сприяє полегшенню взаємодії з урядовими органами, що має значний потенціал для подальшого розвитку е-уряду та покращення якості надання послуг.

Отже, електронний документообіг має високий потенціал для зростання та вже впливає на багато різних галузей. А завдяки вдосконаленням і розширенням зможемо очікувати більшої ефективності від його використання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Корольок Т. Стан та тенденції розвитку організації документообігу в інформаційній системі управління підприємством. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 6. С. 79–89
2. Лавренюк Т. А. Сучасний стан розвитку електронного документообігу. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* (27-28 квітня 2023 р.). С. 82–84



# **ІНТЕРНЕТ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**



# ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

*Студентка Катерина Разно*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

На сьогоднішній день соціальні мережі міцно увійшли в наше повсякденне життя. На стадії становлення вони в основному використовувалися лише для спілкування та розваг, але сьогодні соціальні мережі стають повноцінним інструментом для бізнесу. Тому історія виникнення та розвитку, перспективи функціонування соціальних мереж перетворюються в один із актуальних напрямів наукових досліджень.

Поняття «соціальна мережа» має кілька значень у поняттєво-категоріальному апараті соціології. Основне, широке значення припускає трактування соціальної мережі як структури, що складається з вузлових елементів і зв'язків між ними – соціальної павутини [1, с. 155].

Виділяють різні види соціальних мереж. Наприклад, публічні або закриті, лише для співробітників певної компанії, корпорації, де працівники розміщують конфіденційну інформацію. Соціальні мережі також поділяють за спрямованістю: для розваги, пошуку роботи, професійного зростання, наукового спрямування тощо [2].

Соціальні аналітики намагаються прогнозувати розвиток соціальних мереж, зокрема, Д. Арmano вважає, що соціальні мережі будуть більш популярними і більш мобільними. При цьому виділяють такі тенденції:

1. Соціальні мережі стануть менш «соціальними» у міру того, як групи починають відсіювати «непотрібних» членів;

2. Корпорації будуть прагнути використовувати цей механізм, тому що все більше компаній переконалося, що в соціальних мережах можна краще й ефективніше організувати обслуговування клієнтів;

3. В міру того, як бізнес буде усвідомлювати значимість використання внутрішніх і зовнішніх мереж, соціальні мережі будуть ставати більш небезпечними;

4. Компанії формалізують політику використання соціальних мереж, включивши до неї правила взаємодії працівників один з одним;

5. Мобільність стане невід'ємною рисою соціального спілкування [1, с. 158].

Становлення інформаційного суспільства призвело до загальної комп'ютеризації та впровадження інформаційно-телекомунікаційних технологій в усі сфери життя. Соціальні мережі, будучи не тільки засобами масової комунікації, а й механізмом конструювання комунікативного простору, виконують низку функцій, створюючи ціннісний базис свого існування.

Тож, ми маємо всі підстави стверджувати, що соціальні мережі є новим, але дуже динамічним феноменом інформаційного суспільства, проблемне поле якого потребує подальших досліджень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лобовікова О.О. *Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства* / О.О. Лобовікова, А.С. Мельніков // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна, 2011. Випуск 5. С. 154-160.
2. Романенко О.В. *Погляди сучасних зарубіжних дослідників на роль соціальних медіа в політичній комунікації* [Електронний ресурс]. URL : [http://www.nbuu.gov.ua/portal///SocGum/Gileya/2012\\_62/Gileya62/P14\\_d0c.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal///SocGum/Gileya/2012_62/Gileya62/P14_d0c.pdf) (дата звернення: 14.11.23).

Науковий керівник – проф. О. М. Тур



**ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО –  
НОВА СТАДІЯ  
РОЗВИТКУ ЦИВІЛІЗАЦІЇ**



# **ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: СУЧАСНІ ТЕНДЕНТЦІ РОЗВИТКУ**

*Доцент Віктор Саранча*

*Студентка Анастасія Бондар*

**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

Інформаційне суспільство – це не просто нова фаза розвитку, але й велика метаморфоза, що визначає наше сприйняття світу та взаємодії одне з одним. У світі, насиченому технологіями та непередбачуваними змінами, поняття інформаційного суспільства стає еталоном для нових можливостей і суттєвих викликів.

Інформаційне суспільство значно впливає на економіку, перетворюючи її залежність від обробки та обміну інформацією. Це суспільство, де дані перетворюються на валюту, а технології визначають конкурентоспроможність. Під впливом цього нового етапу розвитку, парадигми ведення бізнесу і стратегії економічного зростання переглядаються, враховуючи потужність та швидкість обміну інформацією [3].

Не менш важливим є вплив інформаційного суспільства на політику. Зміна влади і взаємодія між громадянами та урядом переходять в цифровий формат, де інтернет та соціальні мережі стають платформами для вираження громадської думки та організації політичних рухів.

У сфері культури інформаційне суспільство змінює способи сприйняття і творення знань. Зараз культурні цінності та виразні форми вираження широко поширюються через віртуальний простір, забезпечуючи нові шляхи комунікації та взаєморозуміння між різними культурами.

Однак цей перехід до інформаційного суспільства є нерівномірним. Країни знаходяться на різних етапах цього

розвитку, що обумовлено не лише їхньою економічною ситуацією, але й культурним контекстом та доступністю технологій [2].

Інформаційне суспільство, у якому інформаційна революція тісно пов'язана з розвитком технологій, включаючи штучний інтелект (ШІ), розширює горизонти можливостей та викликів для цивілізації. Штучний інтелект виступає каталізатором нових технологічних досягнень, що переписують правила гри у багатьох аспектах суспільного життя. В області політики, системи ШІ можуть підтримувати прийняття рішень та підвищувати рівень громадської участі. Забезпечення відповідального використання ШІ стає важливою передумовою для сталого розвитку та збереження гуманітарних цінностей у новому інформаційному ландшафті.

Також забезпечення приватності, боротьба з кіберзагрозами та забезпечення рівного доступу до інформації стають важливими завданнями на шляху до сталого розвитку цього нового етапу цивілізації. [1].

Отже, інформаційне суспільство визначає новий контекст для світового розвитку, де інформація стає центральним елементом у всіх сферах життя. Це не просто новий етап, але й нові можливості та виклики для формування майбутнього нашої цивілізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бурячок В. Л., Гулак Г. М., Толубко. Інформаційний та кіберпростори: проблеми безпеки, методи та засоби боротьби : підручник. Львів : Магнолія. 2021. 448 с.
2. Інформаційне суспільство: сучасні теорії та моделі (соціально-філософський аналіз). Автореф. дис. канд. філософ. наук: 09.00.03. Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ, 2006. 17 с.
3. Мей К. Інформаційне суспільство. Скептичний погляд. [пер. з англ. М. Войницька]. Київ : К.І.С., 2004. 220 с.

# БІБЛІОТЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

*Студент Микита Березовський*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Бібліотеки України в умовах воєнного стану відіграють надзвичайно важливу роль у житті суспільства. У цей непростий час вони стають центрами, де громадяни можуть отримати доступ до інформації, знань та ресурсів, необхідних для адаптації [1].

Також сприяють формуванню громадянської свідомості та патріотизму, розповсюджуючи матеріали про історію, культуру та досягнення України.

Під час воєнного стану діяльність бібліотек України змінилась. Вона має нові функції [2]:

1. Інформаційна та просвітницька діяльність.

Бібліотеки надають важливу інформацію населенню, проводять курси, як врятувати собі або комусь життя, просувають в маси авторів, що підтримують Україну.

2. Волонтерська та гуманітарна допомога.

У бібліотеках люди, що мають в чомусь потребу, можуть отримати все необхідне, а деякі установи навіть мають кухню та житло для внутрішньо переселених осіб у підвальних приміщеннях. Також багато бібліотек проводять волонтерські та благодійні збори.

3. Надання підтримки.

Дуже важливо підтримувати психічне здоров'я в нормі під час страшних подій. І деякі бібліотеки допомагають з цим. Вони проводять онлайн або офлайн конференції з психологами.

4. Захист інформаційного простору.

Бібліотеки проводять курси та вебінари з теми, як захиститися від російських фейків і пропаганди та як дотримуватися кібербезпеки.

#### 5. Допомога ЗСУ.

В багатьох бібліотеках організують збори на потреби ЗСУ. Також, часто в читальних залах можна побачити, як люди плетуть маскувальні сітки.

#### 6. Формування Національної цифрової бібліотеки України.

Зараз деякі бібліотеки збирають дані, факти та свідчення про цю війну, щоб в майбутньому на основі цього можна було писати історію і наукові роботи.

#### 7. Поширення української культури.

Деякі бібліотеки збирають українські книжки та відправляють до інших країн, які допомагають біженцям. Таким чином відбувається культурний обмін.

Бібліотеки все ще виконують свої функції: видають та зберігають друковані і рукописні матеріали, займаються просвітницькою діяльністю тощо. Але з початком військових дій в них з'явилися нові функції і завдання, котрі беззаперечно наближають нашу перемогу.

### Список використаних джерел:

1. Новальська Ю. В. Публічні бібліотеки України в умовах воєнного стану. Публічні бібліотеки України в умовах воєнного стану. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Актуальні питання збереження та інноваційного розвитку наукових бібліотек* : матеріали міжнар. наук. конф., м. Київ, 4–5 жовт. 2022 р.
2. УСЕ ДЛЯ ПЕРЕМОГИ! ВОЛОНТЕРИ У БІБЛІОТЕКАХ ОБЛАСТІ: аналіт. довідка з досвіду роботи. Департамент культури, національностей, релігій та охорони об'єктів культурної спадщини Одес. облдержадмін., Одес. обл. універс. наук. б-ка ім. М. Грушевського. Одеса, 2022. 12 с. фот. – 15x21,5. 40 прим.: б. ц.

Науковий керівник – проф. В. І. Маслак

# МЕРЕЖЕВА ВІЙНА ЯК ВИКЛИК ДЛЯ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

*Студент Денис Комишенко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

На початку ХХІ століття набули важливості несилові форми боротьби в сучасних збройних та незбройних конфліктах [3]. У інформаційній епосі нововведення війн полягає не тільки у знищенні кордонів, але й у переміщенні центру уваги протистоянь на інформаційну площину.

Мережева війна – це новий рівень розуміння цілей і завдань війни, де учасники використовують мережеві форми організації, стратегії та технології, адаптовані до умов інформаційного суспільства. Ця війна охоплює соціокультурний простір і має на меті досягнення абсолютного контролю над усіма учасниками історичного процесу.

Такий вид війни здійснює тотальне руйнування базових характеристик нації в різних геополітичних просторах та зазвичай відбувається у прихованій формі [2].

З'являється новий вид зброї – інформаційна, яка отримує глобальне визнання і чітку класифікацію.

Несподіваний успіх поєднання технологій руйнування державних структур з інформаційно-комунікаційними технологіями в соціальних мережах неодноразово продемонстровано у можливостях та ефективності цього синтезу.

Використання Інтернету в цілях війни може призводити як до позитивних, нешкідливих наслідків, так і до руйнівних наслідків для ІКТ та людей, включаючи країни. Тому, такі війни є особливим типом інформаційних конфліктів [1].



Вони поступово витісняють традиційні війни, оскільки розвиток комунікаційних технологій та мережових практик сприяє переходу до більш вигідних і легших мережових конфліктів [3].

Мережева війна розгортається на більш витончених рівнях, використовуючи інформаційні технології, дипломатичні зв'язки, неурядові організації та залучаючи представників ЗМІ, журналістів, блогерів та інші складові інформаційного суспільства. Тому, мережеву війну можна визначити як соціально-політичну та соціально-економічну інновацію.

Наразі в Україні масштабно функціонує інформаційний фронт. Держава періодично стикається з кібератаками та поширенням дезінформації, які мають на меті посіяти розбрат серед громадян. Проте країна різними способами намагається ефективно чинити опір атакам.

Отже, мережева війна являє собою конфлікт нового покоління, який відзначається якісно новим рівнем міждержавного протистояння та воєнного мистецтва. Однією з головних її цілей є руйнування смислової єдності світу та людини, що веде до ліквідації основних цінностей народу та держави, національної, конфесійної та культурної ідентичності. Тому, у центрі війни, як і раніше, знаходиться людина...

#### **Список використаних джерел:**

1. Кротюк В. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс : монографія. Харків : ФОП Федорко М.Ю., 2021. 558 с.
2. Горова С. Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення. : монографія. Київ : НБУВ ім. В. І. Верн., 2017. 467 с.
3. Шумка А. В., Черник П. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протистояння початку ХХІ століття. *Військово-науковий вісник*. 2013. № 19. С. 243–255.

Науковий керівник – проф. В. І. Маслак

## **БРЕНДІНГ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

*Студентка Євгенія Сорока*  
*Студентка Валерія Лактіонова*  
**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

У формуванні інформаційного простору, крім традиційних ЗМІ, сьогодні активну роль відіграють новітні електронні ЗМІ, такі, як-от: телебачення, телеконференції, електронна пошта, електронні банки даних.

На сьогоднішній день маємо справу з колосальним пришвидшенням надходження інформації від її джерела до споживачів, що й дозволяє говорити про революційний вплив даного новітнього виду ЗМІ на інформаційний простір у цілому.

Інформаційна інфраструктура суспільства – середовище, яке забезпечує можливість збору, передачі, зберігання, обробки та розповсюдження інформації та належить до складу технологічних й організаційних компонентів інформаційного простору. «Інформаційна інфраструктура суспільства утворюється сукупністю: інформаційних і телекомунікаційних систем та мереж зв'язку індустрії засобів інформатизації, телекомунікації зв'язку; систем формування і забезпечення збереження інформаційних ресурсів; системи забезпечення доступу до інформаційно-телекомунікаційних систем, мереж зв'язку та інформаційних ресурсів» [1, с. 114].

Через сучасну інформаційну насиченість ринку споживачі постійно стикаються з великою кількістю засобів рекламної комунікації. Фірмовий стиль може відіграти ключову роль в успіху компанії. «Розвиток соціальної системи в цілому забезпечується шляхом її самоідентифікації на основі співставлення соціальної

реальності та інформації, прийняття відповідних рішень на різних рівнях соціальної дії. Ефективність інформаційного простору залежить від змісту, який формується в сучасних умовах різними соціальними агентами» [2, с. 53–55].

Бренд – це маркетинговий інструмент організації, який одночасно є цінним фінансовим активом, оскільки спонукає споживачів здійснювати купівлі, під впливом цілеспрямованого сформованого у них сильного асоціативного сприйняття сутності товару.

Однак сильне асоціативне сприйняття у споживачів не виникає спонтанно, а цілеспрямовано формується організацією, і саме цей чинник демонструє брендинг як процес безпосередньої реалізації бренду [3, с. 110].

У сучасному світі бренд відіграє величезну роль, пронизує практично всі сторони життя суспільства.


Таким чином, очевидним стає те, що структура бренду – це, по суті, просто структура уявлень, ідей, думок, елементів та інших чинників, за допомогою яких споживач створює значення бренду.

Створений фірмовий стиль, на основі даних, отриманих при аналізі зібраної інформації, має покращити сприйняття та надає можливість більш детально ознайомитися з необхідною інформацією.

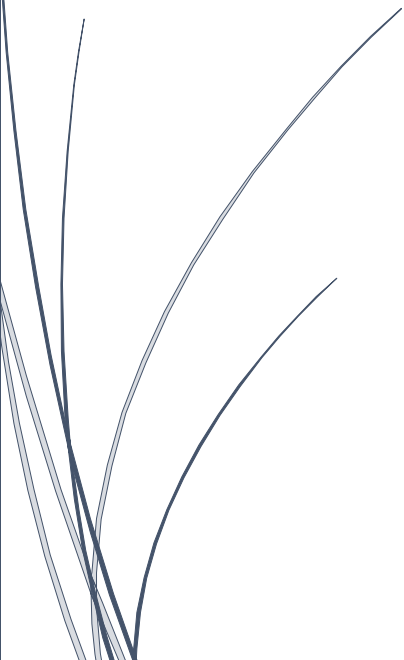
#### **Список використаних джерел:**

1. Сергеева Н. В. Дизайн інформаційних об'єктів у середовищі міста: спроба визначення. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Дизайн – освіта*. Харків, 2007. № 7. С. 114–115.
2. Сосницький Ю. О. Виявлення принципів організації об'єктів реклами в предметно-просторовому середовищі міст. *Народознавчі зошити: збірка наукових праць*. Львів, 2017. № 6. С. 53–60.
3. Schultz M., Chernatony L. (2002). Problems of corporate branding. *Corporate Reputation Review Journal*, 5(2/3), 105–112.

Науковий керівник – доц. Л. В. Бутко



**ІСТОРИКО-ХУДОЖНЯ СКЛАДОВА  
СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО  
ПРОСТОРУ**



## ОБРАЗ ВОЇНА-ГЕРОЯ У НАРОДНИХ АФОРИСТИЧНИХ ВИСЛОВАХ

*Учениця Єлизавета Кудрицька*  
Кременчуцький ліцей № 30 «Олімп»  
імені Н. М. Шевченко

Образ воїна, героя-захисника в українському фольклорі, як правило, пов'язаний з козацтвом. Це зумовлено історичними обставинами, в яких розвивалася Україна. Саме козаки для українців споконвіку є уособленням чоловіка-воїна, здатного захистити Батьківщину від іноземних загарбників, втіленням воїнських чеснот. Можна стверджувати, що концепт козацтва є ключовим для української нації. У мові кожного народу функціонують словесні знаки-коди (концепти), які формують мовну картину світу окремої нації.

Учені вже давно помітили, що духовний код нації, її культурний потенціал зашифровано в різноманітних текстах.

Образ героя-захисника, справжнього козака є наразі культурно вагомим для української етноспільноти, оскільки в умовах російської агресії в ментальності українців відбулася актуалізація його значення. Усвідомлення важливості образу козака як захисника української землі зумовлена зміною поглядів українського суспільства на роль воїна у захисті та визволенні країни від загарбників. Суспільство, яке перебуває в стані війни потребує особливої згуртованості, а також єдності в поглядах на ситуацію. І таким консолідуючим символом для українців став козак.

Образ козака розкривається у різних жанрах усної народної творчості: думах, піснях, казках, легендах тощо. Малі жанри фольклору не є винятком.

Козак є героєм багатьох прислів'їв. Він зображується як смілива й рішуча людина, віддана Україні. На думку, І. Синиці, свідомість українців, відображена у прислів'ях та приказках, зафіксувала бажання волі, свободи, незалежності як найбільш типову ознаку козака [2, с. 491].

Н. Кириленко і С. П'ятаченко виокремлюють низку ознак, які притаманні образу козака у народних афористичних висловах. Козаки зображуються як «вільнолюбиві, сміливі, веселі, справжні патріоти, кмітливі, завжди на коні, із шаблею, цінують козацькі звичаї, ліричні, щирі, шанобливі, живуть у гармонії з природою» [1, с. 91]. Українські прислів'я про козаків і воїнську славу будують у свідомості реципієнтів позитивну стереотипну оцінку воїна-захисника й патріота своєї Батьківщини – ідеального героя, постаті-символу, здатної стати взірцем для наслідування та загальнонаціональної пошани.

Отже, прислів'я, які є стислим висловом повчального характеру, відображають специфіку національного менталітету, адже містять інформацію про норми, цінності та ідеали суспільства. Образ козака, захисника рідної землі, є одним з ключових у прислів'ях, оскільки історія України нерозривно пов'язана з козацтвом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кириленко Н. І., П'ятаченко С. В. Фольклор і література: художня рецепція етнокультурних кодів: монографія. Суми: ФОП Цьома С.П., 2019. 127 с.
2. Синиця І. А. Відображення бінарності світосприйняття в інтерпретації архетипних образів української культури. *Життя – у слові: Збірник наукових праць на пошану академіка Віталія Макаровича Русанівського (1931–2007)*. К., 2011. С. 489–495.

Науковий керівник – Ю. О. Бровко

# ОСОБЛИВОСТІ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ІСТОРИЧНИХ ТА ХУДОЖНІХ ТВОРІВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

*Студент Поліна Кульбачко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Історичні твори – це літературні твори, які відтворюють у художній формі історичні події та процеси. Вони можуть бути написані у різних жанрах, таких як роман, повість, оповідання, драма, поезія тощо.

Художні твори — це твори мистецтва, які передають художній образ світу. Вони можуть бути створені в різних видах мистецтва, таких як література, музика, живопис, скульптура, кіно тощо [3].

Історичні та художні твори відіграють важливу роль у формуванні інформаційного простору. Вони відображають історичні події та процеси, формують суспільну свідомість і є важливим культурним кодом сучасного суспільства.

У сучасному інформаційному просторі представлення історичних та художніх творів має ряд особливостей.

Історичні та художні твори значно доступніші, ніж раніше. Завдяки розвитку Інтернету та електронних технологій їх можна знайти та прочитати в будь-якому місці світу. Це сприяє поширенню історичного та художнього знання, а також підвищує інтерес до цих тем [1].

Вони використовуються у різноманітних формах. Також можуть бути представлені у вигляді книг, статей, публікацій у ЗМІ, фільмів, телепередач, театральних вистав, концертів та інших заходів. Це дозволяє донести їх до широкої аудиторії та зробити їх більш доступними для розуміння.

Історичні та художні твори часто використовуються в якості інструментів впливу на суспільну думку. Вони

можуть використовуватися для пропагування певних ідей або цінностей, а також для формування громадської думки щодо певних питань.

Історичні романи та фільми часто використовуються для популяризації історії. Вони дозволяють людям дізнатися про історичні події та процеси в цікавій та доступній формі [4].

Вони можуть бути створені про будь-яку тему, про будь-який період часу, про будь-яку країну чи народ. Вони можуть розповідати про реальні події, про вигадані історії, про мрії та прагнення людей.

Історичні та художні твори часто використовуються в якості культурних кодів. Вони допомагають людям зрозуміти своє місце в історії та культурі, а також формують їхню ідентичність.

Особливості представлення історичних та художніх творів у сучасному інформаційному просторі створюють нові можливості для їхнього використання.

Вони дозволяють донести історичне та художнє знання до широкої аудиторії, а також використовувати їх в якості інструментів впливу на суспільну думку [2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Інформаційне суспільство: поняття та сутність URL: <http://jure.in.ua/tema-2-informatsijne-suspilstvo/> (дата звернення: 12.11.2022).
2. Сучасний інформаційний простір URL: <http://surl.li/nbnhm> (дата звернення: 11.11.2023).
3. Людина у сучасному інформаційному просторі URL: <http://surl.li/dcqdg> (дата звернення: 11.11.2023).
4. Information society URL: <http://surl.li/qirt> (дата звернення: 11.11.2023).

Науковий керівник – проф. О. М. Тур



# ДУХ ДАВНИНИ СУХОМЕЛЬНИЦЬКОГО КРАЮ: КРАЄЗНАВЧА КНИГА ВАСИЛЯ СУРМИЛА ТА ВІТАЛІЯ ПОСТРИГАНА «ПОДОРОЖ КРІЗЬ ЧАС»

*Студентка Ніна Мойсеєнко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Поняття «краєзнавство» – структурно багатоманітне, різноаспектне, стосується різних напрямів життєдіяльності краю і не завжди підлягає однозначному тлумаченню [1, с. 19-20]. Краєзнавство опрацьовує не лише природничі і соціогуманітарні дослідження, місцевий колорит, але й незмірно розширює й організує коло людей, зацікавлених у дослідженні рідного краю. Джерела масовості краєзнавства і його популярності полягають в усвідомленні спільності доль людей, які мешкають поруч. Особиста причетність до своєї історії створює у людини, з одного боку, відчуття захищеності, а з другого – відповідальності перед майбутніми поколіннями за збереження успадкованих від минулого безцінних духовних скарбів. Зв'язок поколінь, що змінюють одне одного на певній території, стає видимим і відчутним. Коли людина доєднується до вічного, то вона усвідомлює себе співучасником історичного процесу, творцем нетлінного [2, с. 6–7].

Кожен край, кожен населений пункт має свою неповторну історію. Знання історії рідного краю розкриває нам цілий величезний світ подій, повчальних історій, історичних особистостей і доль. Бо людина, яка любить, цікавиться і знає історію власного краю – це без сумніву той відповідальний та свідомий громадянин. На території Онуфріївського краю розгорталось чимало історичних подій, які є невід'ємною частиною історії українського народу. Саме формування сучасної історії краю сягає своїм корінням життя минулих поколінь. Думаю, це і стало

підставою до укладання збірки історичних оповідань та легенд В. Сурмила та В. Постригана «Подорож крізь час».

Краєзнавці Василь Сурмило та Віталій Постриган зробили величезну роботу з опрацювання архівних матеріалів, спогадів та фотодокументів. Дослідники вивчали історію рідного краю не лише за паперовими матеріалами, а мандрували від села до села, шукали старожилів, записували їхні розповіді про конкретні події в історії населеного пункту. Саме це і є жива пам'ять про минуле нашої країни. Можливо, комусь із читачів ця книга нагадає пережите життя людей того часу, а хтось, можливо, впізнає своїх далеких родичів [3]. Крізь призму легенд та історичних оповідань автори показують різні епохи історії Онуфріївської громади та Кременчука з його околицями, дух тих часів, настрої та звичаї як верхівки, так і низів суспільства. Книга написана чіткою, доступною колоритною мовою, що дає змогу читачеві відчутти дійсну зацікавленість і зануритися в багатий краєзнавчий матеріал. Особливою родзинкою книги є те, як вплетено місцеві легенди в достовірні факти, тим самим це надає народній пам'яті наукове обґрунтування.

Тож, є всі підстави, що книга буде надзвичайно цікавою і корисною для широкого кола читачів Онуфріївського краю, особливо для учнів старших класів, вчителів, істориків, краєзнавців, працівників музеїв і просто для тих, кого зацікавить минуле Сухоомельницького краю.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кушнарєнко Н. М. Бібліотечне краєзнавство: підручник. Київ : Знання. 2007. 502 с.
2. Голубко В.Є., Качараба С.П., Середяк А.В. Історичне краєзнавство: навч. посіб. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка. 2005. 130 с.
3. Сурмило В. І., Постриган В. В. Подорож крізь час. Харків : друкарня «БУКЛАЙН». 2023. 113 с.

Науковий керівник – проф. К. Л. Сізова

## РОЗВИТОК МИСТЕЦТВА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

*Студентка Софія Наливайко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Століттями українську культуру знищували та привласнювали собі росіяни. Було заборонено друкувати, викладати, перекладати книги українською мовою, якщо це все-таки реалізовувалось, то такі книги спалювали; пам'ятки мистецтва руйнували або вивозили з території України тощо. Це повторюється і зараз, але нас й нашу історію ніколи не вдасться стерти.

Всі галузі культури відіграють важливу роль, оскільки вони формують фундамент, на якому висвітлюється нинішня українська ідентичність.

Художник Дмитро Вовк, який родом з Маріуполя, у рідному місті протягом 8 років малював стінопис у дитячих садках, школах, кав'ярнях, лікарнях і т.д. Однак з початку повномасштабного вторгнення Дмитро був змушений переїхати до Львова. Згодом біля центру підтримки переселенців «Я – Маріуполь» він намалював 30-метровий стінопис [1]. Мета даної роботи: звернути увагу до військовополонених й внутрішньо переміщених осіб, оборони міста-героя Маріуполя і «Азовсталі».

Важливим аспектом сучасного життя є культура візуальної комунікації, самоствердження, протесту, інформації. Ця культура проявляється у багатьох формах: від дизайну пакування до плакатів, мемів, ілюстрацій, стріт-арту та графіті [2]. Саме тому з новою силою також почали розвиватись такі напрями як ілюстрація та графічний дизайн.

На думку Петра Нагірного, проректора Львівської академії мистецтв та графічного дизайнера, дизайн – це

інструмент збереження нашої культури, проте не спадщини, а сьогодення [1].

Народні звичаї українців, що передаються століттями, теж зазнають змін. Так у фольклорі виникають нові герої – переселенці, волонтери, військові тощо. Вони зображаються за допомогою різдвяних вертепів та шопків, доповнюючи узвичаєні біблійні історії новими сюжетами. Різдвяні колядки також змінюються, а для вертепів пишуться нові сценарії.

Наприклад, до адаптації залучається «Авантюра» – аматорський артвертеп, що 4 рік поспіль трансформує різдвяний сценарій. Він розробляє зміни, які відповідають теперішнім подіям. Цього року колектив запросив на виставу військовослужбовців, які перебувають у відпустці або на реабілітації. Вертеп також самостійно побував у військових частинах та госпіталях [1].

Війна внесла свої корективи в суспільно-культурне життя України. Митці стали акцентувати свою увагу на відродженні самобутньої української культури, тим самим показуючи креативність та патріотизм у своїх роботах. Саме фахівці культурної галузі доносять всьому суспільству ідею ідентичності українського народу. Тому, розвиток мистецтва є одним із ключових аспектів культурного життя.

#### Список використаних джерел:

1. Крізь вогонь війни. Як росіяни привласнювали собі українських художників – трансформація та майбутнє нашого мистецтва. *Vikna*. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/podorozhi/mystecztvo-pid-chas-vijny-yak-kulturnyj-svit-reaguye-na-vijnu-v-ukrayini/> (дата звернення: 30.10.2023).
  2. Шиян О. «Війна збагатить мистецтво». *ZAXID.NET*. URL: [https://zaxid.net/viyna\\_v\\_ukrayini\\_vpliv\\_na\\_kulturu\\_traditsiyi\\_tvorc\\_hist\\_n1555908](https://zaxid.net/viyna_v_ukrayini_vpliv_na_kulturu_traditsiyi_tvorc_hist_n1555908) (дата звернення: 30.10.2023).
- Науковий керівник – проф. В. І. Маслак

# ВПЛИВ ДИЗАЙНУ НА СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

*Студентка Аліна Остапенко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Дизайн у сучасному інформаційному середовищі відіграє важливу роль, впливаючи на спосіб, яким люди сприймають інформацію. Від вебсайтів до соціальних медіа, від мобільних додатків до друкованих видань – дизайн визначає загальне сприйняття, залучення та взаємодію з інформацією.

Його вплив відображається у різних аспектах нашого життя, створюючи атмосферу, яка впливає на наші емоції, рішення та спосіб сприйняття навколишнього світу. Дослідження дизайну як чинника, який формує сучасну інформаційний простір, надає можливість зрозуміти його значущість на функції.

«Дизайн здійснює практику у світі побутових речей, частіше всього – утилітарних, тому він не мислимий без користі і необхідності, а ця практика направлена на замовлення цивілізаційних запитів, таких, як функціональність і комфорт, у сфері формо-і середовиществорення» [1, с. 80–82].

Дизайн має значний вплив на інформаційне середовище завдяки таким головним аспектам:

Сприйняття інформації: дизайн визначає, як ми сприймаємо інформацію. Чіткий, естетичний та функціональний дизайн допомагає полегшити засвоєння інформації та сприйняття контенту.

Взаємодія користувача з інформацією: інтуїтивний дизайн сприяє зручній та ефективній взаємодії з інформацією. Добре спроектовані інтерфейси дозволяють користувачам швидко знаходити потрібну інформацію.

Створення емоційного враження: кольори, шрифти, композиція – усе це може викликати певні емоції та асоціації, формуючи враження від інформації.

«Нині з метою розширення комунікаційних можливостей багато людей та організацій використовують інформаційний дизайн. Конкретні люди й організації користуються візуалізацією даних та інфографікою, щоб передати внутрішній і зовнішній аудиторії концентровану інформацію, полегшити й прискорити процес її сприйняття. Використання засобів, що роблять інформацію цікавішою й доступнішою для цільової аудиторії, – важливий крок на шляху до успіху» [2, с. 287–291].

Адаптація до різних платформ та пристроїв: розвиток різноманітних пристроїв вимагає певного пристосування, яке забезпечує коректне відображення інформації на різних платформах.

У сучасному світі дизайн став незамінним елементом впливу на інформаційне середовище. Він допомагає створювати зручні та ефективні інтерфейси, покращує засвоєння інформації та викликає потрібні емоції [3].

Завдяки постійному розвитку та адаптації до потреб сучасного користувача, дизайн продовжує відігравати ключову роль у формуванні інформаційного простору, роблячи його більш доступним, привабливим та функціональним для всіх користувачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Захарова О. Дизайн як культурний феномен. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2010. Вип. 42. С. 80–82.
2. Соболев О. Генеза інформаційного дизайну. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2016. Вип. 28. С. 287–291.
3. Joyce M. *Designing for Print: The Art and Science*. London: Inez Incorporated, 2018. 208 p.

Науковий керівник – доц. Л. В. Бутко

## ТЕНДЕНЦІ СУЧАСНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ТИНЕЙДЖЕРІВ

*Учениця Вікторія Фойда*  
Кременчуцький ліцей № 30 «Олімп»  
імені Н. М. Шевченко

Дитяча література як окремий різ вид літературного мистецтва виникла порівняно недавно – століттями діти зростали на творах усної народної творчості та книгах, розрахованих на дорослого читача. З розвитком загальної освіти та педагогіки цей сегмент літератури відокремився від інших. Головним критерієм, за яким дитяча література відрізняється від дорослої, вчені називають функціональні особливості – дитяча література має передусім розвивати і виховувати.

Дитяча література є невід’ємною частиною всієї художньої літератури, галуззю мистецтва, засобом образного пізнання світу. Будується «дитяча література» за тими ж законами мистецтва слова, що й уся художня література взагалі; підіймає ті ж проблеми; має такі ж жанри. Особливості визначаються освітньо-виховними завданнями і віком читачів. Дослідниця називає основною відмінною рисою дитячої літератури органічне злиття мистецтва з вимогами педагогіки, адже така література орієнтується на розвиток естетичної свідомості дитини, на формування її світогляду [1, с. 9]. Тобто на перший план висувається не естетична або розважальна, а дидактична функція. Від дитячої літератури вимагається, щоб вона допомагала дитині дорослішати, адаптуватися до соціуму, доносила до неї комплекс норм поведінки і ціннісних орієнтацій сучасного суспільства, знайомила з ідеалами та зразками для наслідування, тобто формувала майбутнього громадянина. І особливо це стосується літератури для дітей підліткового віку, коли дитина починає входити до

суспільства як самостійний індивід, шукати своє місце в ньому. Підлітковий вік характеризується психологами як дуже напружений, адже відбувається стрімкий розвиток людини (фізіологічний і психологічний). У сучасному світі в суспільстві з нестабільною соціальною, економічною, екологічною, психологічною ситуацією найсутужніше живеться підліткам. Це пов'язується з особливим етапом їх психічного розвитку – етапом переходу від дитинства до дорослості. Суперечливість розвитку, властива цьому періоду, нині, на думку вченого, значно посилюється.


Інформаційне суспільство змушує дитину раніше зіштовхуватися з інформацією, яку їй складно сприймати та правильно інтерпретувати. Смерть, насильство, секс, злочини, наркотики і алкоголь з медійного простору через екрани гаджетів легко потрапляє до дітей. Як слушно зауважує Е. Огар, «зло дорослого життя тепер майже безперешкодно «мігрує» в дитячу субкультуру і відповідно в дитячий медійний дискурс» [2, с. 57]. І це повинні мати на увазі письменники, які працюють для підліткової читацької аудиторії. Сучасний тинейджер знає набагато більше про зворотній бік життя, ніж його ровесник двадцять років тому. Сьогоднішній підліток, скоріше за усе, не повірить творам, в яких добро завжди перемагає зло, він вже звик отримувати задоволення від трилерів та агресивних комп'ютерних ігор.

#### **Список використаних джерел:**

1. Варданян М. В. Дитяча література: навчально-методичний посібник. 2-е вид., випр. і допов. Кривий Ріг : Видавничий центр КДПУ. 2018. 128 с.
2. Огар Е. Дитина і зло у сучасному медійному просторі: конструктивні та деструктивні складові взаємин. *Вісник Сумського державного університету. Сер.: Філологія.* 2007. № 1. С. 56–60.

Науковий керівник – Н. Л. Юраш





**РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧА  
ДІЯЛЬНІСТЬ:  
ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ВЕКТОРИ  
РОЗВИТКУ**



## УКРАЇНЬСЬКА ПРЕСА НА ПОЛТАВЩИНІ НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

*Учень 11 класу Назар Ковальчук*  
Ліцей «Політ» при обласному коледжі  
«Кременчуцька гуманітарно-технологічна академія»

Важливим джерелом з історії Полтавщини початку ХХ століття були газети, які друкувалися в губернії. Вони відображали життя краю цього періоду. Без їх ґрунтовного вивчення не можливо зрозуміти природу національного руху періоду капіталізму. Проблему розвитку преси досліджують, як історики так і філологи. Серед них варто виділити праці: С. Наріжного, Т. Пустовіта, Н. Сидоренко.

Журнал «Рідний край» та газета «Хлібороб» – з'явилися в період 1905-1907 років, коли царський уряд дав дозвіл на друк часописів українською мовою. Вивчення видавничої історії цих видань та аналіз їхньої літературної спадщини вказує на непересічне значення названих часописів в українській культурі. Їх видання були закономірним наслідком суспільно-політичних процесів, що відбувалися в Україні в перші десятиріччя ХХ століття. Ключову роль в становленні україномовної періодики відіграли брати Шемети. Вони відразу після Маніфесту 17 жовтня на свій страх і ризик без офіційного дозволу, почали друк в листопаді 1905 року газети «Хлібороб». Побачили світ лише 5 номерів газети, а потім їх заборонила влада.

Продовжили національну справу співробітники часопису «Рідний край» М. Дмитрієв, Г. Коваленко, П. Мирний, О. Пчілка. Тижневик з'явився в кінці 1905 року в Полтаві і друкувався там до середини 1907, а потім через переслідування влади, змушений перевестись до Києва. У ньому містилися рубрики під назвами: «Що потрібно для нашого народу, особливо для селян, хліборобів та всіх трудящих людей; Що діється на Україні, а також в Галичині

і на Буковині; Що діється в цілій Росії. Звістки з столиць; Що діється про чужих землях, що єсть там доброго, що нам би годилося». [1] Також у тижневику друкувалися науково-популярні стаття та літературні твори.

Душею «Рідного краю» була О. Пчілка. На його сторінках вона вмістила нариси про Т. Шевченка, П. Житецького, М. Лисенка, Д. Яворницького та ін. [1, с. 159–160].

Значну увагу тижневик приділяв народній освіті, зокрема Андрій Кашенко помістив нарис «Про народну школу на Україні». Автор наголосив на необхідності запровадження освіти для дітей рідною мовою. Однак, спроба відкрити в Полтаві навчальний заклад з українською мовою викладання не мала успіху. Г. Коваленко у статті «Українські катедри в університетах» підняв проблему створення у вишах навчальних осередків, які б досліджували українську історію, мову, літературу, мистецтво.

З початком Першої світової війни, коли російська влада фактично заборонила українську пресу, О. Пчілка перенесла тижневик до Гадяча і була змушена друкувати його за російським правописом (так званою ярижкою).

Історія розвитку української преси потребує подальшого дослідження. На черзі стоїть видання ґрунтовної монографії з минулого української журналістики, в якій би взяли активну участь історики, філологи, літературознавці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Потужна сила рідного слова. До 100-ліття виходу у світ перших україномовних видань Східної України. Упор. Н. Сидоренко. Полтава : РІК. 2005. 444 с.

Науковий керівник – доц. В. О. Крот

## ЄВГЕН ЧИКАЛЕНКО – ВИДАВЕЦЬ І РЕДАКТОР ГАЗЕТИ «РАДА»

*Студентка Юлія Можасєва*

Обласний коледж «Кременчуцька гуманітарно-технологічна  
академія імені А. С. Макаренка

Євген Чикаленко нині відомий українському суспільству як громадський діяч, меценат національної культури. На жаль у радянські часи його ім'я замовчувалося владою. Про нього писали лише як про буржуазного ліберала і націоналіста. Після 1991 року громадський діяч став повертатися в українську історію. Розпочалося перевиданн його мемуарів та щоденників.[1, 2]. Життя і творчу спадщину мецената досліджують сьогодні І. Старовойтенко, Н. Миронець, І. Гирич.

Мета нашого дослідження проаналізувати діяльність Є. Чикаленка як видавця і редактора першого українського часопису на Наддніпрянщині «Рада».

Перша російська революція 1905-1907 років привела до часткової лібералізації політичного ладу в Російській імперії. Царський уряд дозволив українцям мати свої друковані видання та створювати культурні товариства. Євген Чикаленко вирішив скористатися політичною ситуацією, яка склалася в часи революції. Він розпочав клопотання перед владою про дозвіл на видання газети українською мовою. Наприкінці 1905 року вийшов у світ перший номер часопису «Громадська думка». Меценат, добре знаючи ставлення уряду до українців на всякий випадок виклопотав ще другий дозвіл. І цей крок виявився вдалим, бо через кілька місяців «Громадська думка» була заборонена. І тоді у вересні 1906 року Є. Чикаленко почав видавати газету «Рада».

Створення українського часопису на під російській Україні наразилося на об'єктивні і суб'єктивні труднощі. По-

перше, російські чиновники намагалися будь-яким способом перешкодити поширенню газети. Вони штрафували її редакцію за «крамольні» публікації. Жандарми по селах переслідували її читачів-селян, конфісковуючи її номери на пошті. По-друге, тогочасне українське суспільство у своїй більшості було неграмотним. У нас не було своєї школи з українською мовою викладання. По-третє, бракувало досвідчених журналістів та й просто людей знайомих з газетною справою. Тому газета з перших днів виявилася збитковою для її видавця

Є. Чикаленко попри всі труднощі вирішив для себе видавати часопис. Він писав у щоденнику, що припинення виходу «Ради» через брак коштів буде для України поразкою «другим Берестечком». [1, с. 112] Тому попри її збитковість він продовжував її фінансувати докладаючи на її потреби приблизно 10-12 тисяч рублів щороку. Він продав частину своєї землі, але підтримав газету. Ради справедливості хочу зазначити, що йому допомагали інші меценати, зокрема В. Смиренко, В. Леонтович. Євген Чикаленко дотримався власної клятви газета «Рада», попри всі перешкоди продовжувала існувати. Її заквив російський уряд після початку Першої світової війни у 1914 році.

Висновок. Отже, газета «Рада», яку редагував і фінансував Є. Чикаленко, відіграла позитивну роль в українській культурі. Вона сприяла формуванню і зростанню національної свідомості серед широких верств нашого громадянства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чикаленко Є. Х. Зібрання творів. В 7. Т. 1. Спогади. Уривки з моїх споминів за 1917 р. Київ : ТОВ «Рада». 432 с.
2. Чикаленко Є. Щоденник (1907-1917). У 2-х томах. Київ : Темпора. Т. 1. 428 с.

Науковий керівник – доц. В. О. Крот

## МИХАЙЛО ГРУШЕВСЬКИЙ І ГАЗЕТА «РАДА»

*Студентка Альона Перерва  
Студентка Маргарита Рябініна*

**Обласний коледж «Кременчуцька гуманітарно-технологічна академія імені А. С. Макаренка»**

М. Грушевський та Є. Чикаленко посідають помітне місце в українській культурі. Одним з напрямків їхньої спільної діяльності було видання газет і журналів. Обидва вони співпрацювали з часописом «Київська Старина», який виходив російською мовою наприкінці 19 на початку 20 століття. Історик разом з І. Франком та Й. Маковеєм у Галичині заснували журнал «Літературно-науковий вісник» (ЛНВ). Редакційно-видавничу роботу названих осіб досліджували Л. Винар, І. Гирич, І. Старовойтенко та ін.

Мета нашої доповіді проаналізувати участь М. Грушевського в газеті «Рада»

Одним з результатів російської революції 1905-1907 років став царський маніфест 17 жовтня, який декларував свободу слова для підданих імперії Романових. Формально названий документ скасовував Емський указ 1876 року. Є. Чикаленко скористався лібералізацією режиму в країні і наважився на видання щоденної газети українською мовою. Перший номер часопису під «назвою «Громадська думка» побачив світ 31 грудня 1905 року. Однак через кілька місяців газету заборонили і тоді Є. Чикаленко почав видавати «Раду». Вона, як і всі українські часописи, що з'явилися в Російській імперії зіткнулася з однаковими труднощами. Серед яких були: репресії з боку російської влади, невелика кількість постійних передплатників, брак журналістів, які мали досвід у газетній справі.

Є. Чикаленко звернувся по допомогу до М. Грушевського, який тоді редагував «ЛНВ». Історик прибув до Києва й розпочав реформу «Ради». Він узяв на себе

вирішення практично всіх проблем щодо подальшого видання часопису. Вчений бажав перетворити газету в поступово-демократичну, запросивши на секретаря Симона Петлюру, який належав до соціал-демократів Цим кроком він намагався залучити до «Ради» українців різних політичних переконань. М. Грушевський прагнув, щоб газета не тільки вижила, але й стала об'єднувальним чинником для всіх людей, яким не байдужа доля української культури. [1, с. 7–8].

Участь М. Грушевського в газеті «Рада» позитивно вплинула на неї, хоча її тираж суттєво не зріс, але залишався відносно стабільним. Фінансово часопис був збитковим, проте з-за підтримки Є. Чикаленка, В. Самиренка, В. Леонтовича. він продовжував існувати і позитивно впливав на українське суспільство.

Можна погодитися, що М. Грушевський своєю участю в газеті у перші роки її існування посприяв популярності видання. Історик покликав зі Львова цілу команду журналістів на чолі з І. Джиджорою, допомогли часопису в перші роки.


Аналізуючи співпрацю історика з «Радою», варто зазначити, що в 1906–1907 роках він фактично керував газетою, однак, згодом вчений відійшов від неї і створив тижневик «Село».

Отже, М. Грушевський впродовж всього існування газети впливав на її роботу. Одночасно «Рада» сприяла популяризації імені вченого серед українського громадянства

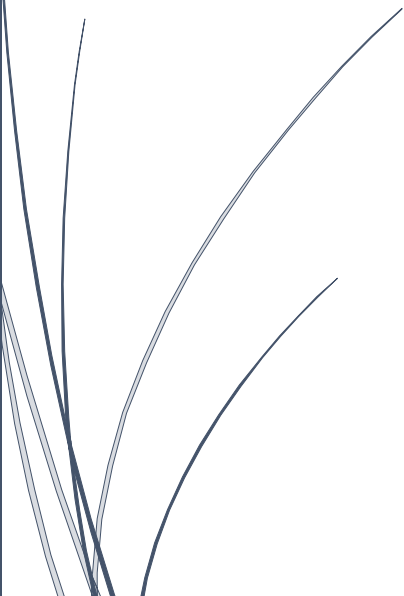
#### **Список використаних джерел:**

1. Чикаленко Є. Щоденник 1907–1919. Київ : Темпора, 2004. Т. 1. С. 7–8.

Науковий керівник – доц. В. О. Крот



**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ  
ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО  
СУСПІЛЬСТВА**





# ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Студентка Вікторія Ставнича*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Цифровізація всіх сегментів життєдіяльності громадян є основною тенденцією сучасного соціуму. *Цифрова трансформація суспільства як перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань характеризується інноваційними розробками та є рушійною силою багатьох перетворень.* Застосування інформаційних технологій на сучасному етапі є важливою ознакою, що характеризує реформування української системи охорони здоров'я та передбачає розроблення нових підходів до аналізу процесів у ній. У медичній галузі та сфері охорони здоров'я використання новітніх ІТ відкриває нові можливості для покращення взаємодії пацієнт-лікар, підвищує якість медичного обслуговування, спрощує доступ до медичних послуг. Диджиталізація медицини спрямована на полегшення процесу отримання медичних послуг населенням та спрощення «паперової» роботи лікарів [1].

На даний час в Україні запроваджена електронна система охорони здоров'я eHealth, що в свою чергу складається з Центральної бази даних, яка містить передбачені законодавством реєстри, програмні модулі, інформаційну систему Національної служби здоров'я України та забезпечує можливість створення, перегляду, обміну інформацією та документами між реєстрами, державними електронними інформаційними ресурсами, електронними медичними інформаційними системами, а також з медичної інформаційної системи, яка дає змогу автоматизувати роботу суб'єктів господарювання у сфері

охорони здоров'я, створювати, переглядати, обмінюватися інформацією в електронній формі, зокрема з центральною базою даних

eHealth – це сучасна, зручна та надійна електронна медична система, створена для пацієнтів, лікарів, державних та приватних медичних закладів. Це дає можливість лікарям зосередитись на власній професійній діяльності, поглибленні знань та навичок, приділенні більше часу пацієнтам або вирішенні важливіших задач сучасними високотехнологічними засобами [2].

Медичний застосунок Medcard 24 – це інформаційна медична система, яка дозволяє пацієнтам записуватися на прийом до лікаря онлайн, а також зберігати свою медичну інформацію в одному місці. Переваги використання Medcard 24: *зручність*: пацієнти можуть записуватися на прийом до лікаря онлайн, не виходячи з дому; *безпека*: вся інформація зберігається на захищених серверах; *надійність*: система працює в хмарі, тому доступна з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернет.

Отже, диджиталізація має потенціал для значного поліпшення охорони здоров'я в Україні. Однак важливо, щоб вона проводилася з урахуванням українських реалій та потреб. Для того, щоб цифровізація була успішною, необхідно забезпечити належну підготовку медичних працівників та розробити відповідні законодавчі акти.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зміст і напрямки діджиталізації медичної сфери URL : <https://law-med.com.ua/blog/70-konsaltnyh/423-zmist-i-napryamki-didzhitalizatsiji-medichnoji-sferi.html> (дата звернення 09.11.2023).
2. Шлапко Т.В., Старинський М.В., Миргород-Карпова В.В., Висоцький А.І., Шеїн Д.С. Правове забезпечення цифрової трансформації сфери охорони здоров'я у світлі медичної реформи з огляду на євроінтеграційні процеси URL:<https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2022/01/29.pdf> (дата звернення 09.11.2023).

Науковий керівник – проф. О. М. Тур



**СОЦІОКУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ:  
СУЧАСНИЙ ВИМІР**



# УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗАКЛАДІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

*Доцент Валентин Нехай*

*Магістерка Анастасія Очковська*

Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка

Синтез соціального і культурного виражається у понятті соціокультури, складного і багатогранного явища. В широкому сенсі – це проникнення культури в економіку, політику, соціальну сферу. У вузькому сенсі – це синтез соціальних відносин і культури, прояв соціальної сутності культури. В соціокультурі відбита міра володіння культурним багатством суспільства і застосування його у соціальній діяльності окремого індивіда, певної соціально-професійної групи й суспільства в цілому [1].

Ефективність діяльності сучасних організацій соціокультурної сфери, їх активна позиція на ринку дозвіллевих і культурних послуг, у бізнес-середовищі все більше залежить від людського фактора.

Зростання ролі трудового капіталу для організацій прямо відображається на ускладненні процесу управління персоналом, визначенні кола функціональних обов'язків працівників, рівня їх компетентності. Найвні підходи та концепції щодо визначеної проблематики можна узагальнити певними тенденціями, які характеризуються: формалізованими методами підбору персоналу; розвитком системи менеджменту персоналу як управлінського процесу, а не як науки; виокремленням елементу управління персоналом як фактору забезпечення ділової активності підприємства.

Управління персоналом – стратегічна функція, що передбачає розроблення кадрової стратегії, підбір

персоналу виходячи з філософії організації, заохочення колективних зусиль, спрямованих на його розвиток, стимулювання з урахуванням якості індивідуальної діяльності, мінімізацію трудових затрат і створення позитивного соціально-психологічного клімату на робочих місцях. Основним базисом даної концепції стає вимога такого використання трудового потенціалу, який би відповідав зовнішнім та внутрішнім навколишнім вимогам організації, для досягнення в довгостроковій перспективі економічних благ та комерційного успіху.

Узагальнюючи підходи до ролі соціально-культурного аспекту в розвитку трудового потенціалу організацій соціокультурної сфери, можна стверджувати, що вона виступає як системна якість, що містить духовні цінності, стійкі традиції, соціальний досвід, правила і норми поведінки, які у професійному плані проявляються у рівні корпоративної й професійної культури, ступені вмотивованості персоналу до продуктивної праці, підвищенню його трудової та творчої активності.

Удосконалення системи управління персоналом має відображатися у трансформації корпоративної культури організації, змінах у системі принципів, ідеології, стилів управління, змінах в етикеті ділового спілкування та в системі духовних та моральних цінностей у трудовому колективі. Ще однією стороною ефективного управління трудовими ресурсами є правильно підібрана система мотивації праці. Важливо відзначити, що мотивація є основним важелем підвищення продуктивності праці робітників.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гуменюк Л.Й. Соціологія: Хрестоматія (від першоджерел до сучасності). У 2-х томах. – Т.2 – Львів, 2019. – [Електронний ресурс]. URL: <https://11l.ink/bWkea> (дата звернення 13.11.2023).

# УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ОРГАНІЗАЦІЙ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

*Доцент Валентин Нехай*  
*Студентка Наталія Рапацька*

**Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка**

Соціокультурна сфера є однією з найважливіших галузей суспільства, яка формує його ідентичність, сприяє розвитку культури та забезпечує задоволення культурних потреб населення. У сучасному гіпердинамічному світі, де інновації стають визначальним фактором у розвитку різних галузей, інноваційна діяльність у закладах соціокультурної сфери (СКС) набуває особливої важливості. Заклади СКС відіграють важливу роль у збереженні, популяризації та розвитку культурного спадку суспільства. Інноваційність стає ключовим фактором, що забезпечує їхню конкурентоспроможність та адаптацію до зміни потреб та очікувань суспільства.

Застосування новітніх технологій, креативних підходів, цифровізація культурного досвіду, розробка інтерактивних програм та використання соціальних медіа – це лише декілька аспектів інноваційної діяльності у закладах СКС. Інновації можуть стати каталізатором нових форм комунікації з аудиторією, створенням унікальних культурних продуктів, покращенням якості послуг та підвищенням ефективності управління.

Державна культурна політика в Україні являє собою складний комплекс, розвиток якого пов'язаний із системою державної підтримки у сфері фінансування, організації й управління діяльності закладів культури та мистецтва, удосконалення нормативно-правової бази. Згідно з законом України «Про культуру» держава забезпечує створення умов для провадження інвестиційної та інноваційної

діяльності у сфері культури [1].

Культура і держава – взаємопов’язані, взаємозалежні й взаємозобов’язуючі системи. І в ідеалі держава – це культурна система, що здатна до самоорганізації, самооновлення. За умови, що вона виробила такі механізми саморегулювання, які забезпечують нерозривність національної традиції, органічне функціонування сфер культури, усього комплексу ціннісних орієнтацій, який консолідує націю та відкриває її перспективу самоздійснення. Розвиток і використання потенціалу культури спрямовані на задоволення духовних і культурних потреб народу, на вивчення міри їх задоволення і на формування нових потреб в продуктах культури та послугах, урахуванням змін попиту і смаків споживачів. Це й складає ту основу, на якій повинна формуватися система управління галуззю культури та мистецтв.

Інновації, що застосовуються в діяльності організацій соціокультурної сфери, можуть бути класифіковані за значущістю та рівнем економічного ефекту:

- базисні – формують основу для появи нових галузей та утворення нових ринків;
- покращуючі – доведення нових послуг СКС до споживача, їх максимальне пристосування до вимог ринку;
- псевдоінновації – реалізуються у формі мінізмін, що більше нагадують їх модифікацію та/або покращення.

Мета управління інноваціями у соціокультурній сфері полягає у забезпеченні довготривалого функціонування організацій соціокультурної сфери на основі ефективного впровадження інноваційних процесів та конкурентоспроможності інноваційної продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про культуру. Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 13.11.2023).

# УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

*Доцент Валентин Нехай*

*Студентка Христина Романенко*

**Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка**

На сучасному етапі розвитку економіки держави – заклади соціокультурної сфери функціонують в умовах жорсткої конкуренції, розвитку НТП, стрімких змін в усіх сферах життя суспільства. При цьому важливим є адекватне реагування на зміни у зовнішньому оточенні та вимоги ринку й впровадження якісних рішень у діяльність організацій, в тому числі виважений вибір конкурентної політики.

Конкурентна політика – це важлива складова економічної політики підприємства. Вона виступає загальним керівництвом до дій та прийняття рішень, що мають на меті полегшення досягнення завдань конкурентного розвитку [1].

Г. Паламарчук обґрунтовує конкурентну політику як «комплекс заходів щодо створення конкурентного середовища» [2].

Тобто конкурентне середовище визначає характер конкурентної політики організації, а саме, систему принципів, інструментів, методів та методик ведення конкурентної боротьби.

Фактично конкурентна політика – це своєрідний кодекс поведінки організації у її конкурентній боротьбі за виживання, мета якої забезпечення стабільного функціонування організації та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Процес розробки механізму конкурентної політики є



необхідною умовою ефективної діяльності організації в реаліях сьогодення, що вимагає:

– врахування чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ, що впливають на конкурентний розвиток організації;

– визначення детермінант розвитку як сукупності чинників, що формують конкурентні переваги чи створюють для цього належні передумови;

– використання сучасних підходів до формування конкурентної політики для врахування особливостей та складності функціонування організацій у сучасних умовах господарювання;

– вибір сучасних інструментів та способів досягнення конкурентних переваг [3].

Розробка механізму конкурентної політики організацій повинно відбуватися на основі клієнт орієнтованої ціннісно-компетентісної інноваційної спрямованості та викликів й запитів сьогодення. Адже тільки такий підхід передбачає, що конкурентоспроможність організації визначається насамперед ступенем відповідності потребам клієнтів і високим темпам розширення клієнтської бази, а також здатністю витримувати конкуренцію з іншими організаціями, які задовольняють потреби, що є на споживчому цільовому ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горбаль Н. І., Романишин С. Б., Ціхоцький П. І. Становлення та сучасні особливості конкурентної політики в Україні. Бізнес Інформ. 2019. №2. С. 72–77.
2. Паламарчук Г. Конкурентна політика в перехідній економіці. Актуальні проблеми економіки. 2001. № 3–4. С. 20.
3. Довгань Л. Механізм формування конкурентної політики підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 4. С. 32–40.

## **ВАЖЛИВІСТЬ НАВИЧОК ВИКОРИСТАННЯ ІКТ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА В ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА**

*Доцент Олександр Солдатенко*  
Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т.Г. Шевченка

У все більш цифровому та взаємопов'язаному світі ефективно використання навичок ІКТ може значно підвищити здатність менеджера соціокультурної діяльності (СКД) досконало виконувати свою роботу.

ІКТ дозволяють менеджерам СКД успішно спілкуватися зі своїми командами, колегами та зацікавленими сторонами незалежно від того, чи працюють вони у звичайному офісі чи віддалено.

Навички ІКТ дозволяють менеджерам СКД працювати з будь-якого місця, забезпечуючи безперервність бізнесу та гнучкість в управлінні установами культури та мистецтва особливо під час війни, пандемії чи інших непередбачених обставин.

Також навички ІКТ необхідні для управління, зберігання та аналізу даних, починаючи від статистики відвідувачів і закінчуючи фінансовими документами, оцінкою тенденцій і прийняттям обґрунтованих рішень на їх основі.

Менеджерам СКД потрібні навички ІКТ для створення і керування веб-сайтами, соціальними мережами, онлайн-рекламними компаніями для охоплення ширшого кола відвідувачів та спонсорів.

Менеджери з навичками ІКТ можуть впроваджувати та контролювати онлайн-системи продажу квитків та електронну комерцію.

Також навички ІКТ необхідні менеджерам СКД для управління цифровими архівами, включаючи каталогізацію, оцифрування та довгострокове збереження.

ІКТ пропонують менеджерам СКД широкий спектр інструментів і програмного забезпечення для управління проектами, їх плануванням, організацією, проведенням і контролем виконання [1].

Інструменти ІКТ дозволяють менеджерам активно комунікувати зі своєю аудиторією за допомогою опитувань, форм зворотного зв'язку та інтерактивного вмісту.

Керівники можуть використовувати програмне забезпечення для бюджетування, фінансового аналізу та розподілу ресурсів, щоб забезпечити оптимальне використання наявних коштів і активів.

Навички ІКТ необхідні їм для захисту конфіденційної інформації, запобігання витоку даних і дотримання законів про конфіденційність.

Отже, навички ІКТ дозволяють менеджерам СКД адаптуватися до епохи цифрових технологій, надаючи інструменти, необхідні для збереження, популяризації та розвитку культури та мистецтва у все більш взаємопов'язаному світі [2].

### **Список використаних джерел:**

1. Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конференції., м. Київ, 20-21 квітня 2022 р. / М-во освіти і науки України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2022. Ч.2. 144 с.
2. Your Art — медіа про українське мистецтво. Як сучасні технології змінюють мистецтво. URL: <https://supportyourart.com/stories/art-technology/> (дата звернення: 11.11.2023).
3. Том Сіані. Інстаграм ролики проти TikTok: Що краще для маркетингу. URL: <https://wave.video/ua/blog/instagram-reels-vs-tiktok/> (дата звернення: 11.11.2023).

# ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНИХ ЗАХОДІВ

*Доцент Олександр Солдатенко*

*Студентка Діана Перетяцько*

**Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т.Г. Шевченка**

Інформаційні технології грають велику роль в менеджменті соціокультурної діяльності. Вони надають можливість покращити сприйняття, участь і взаємодію учасників. Різні ІКТ використовуються на кожному з етапів організації культурних заходів [1].

На першому етапі при визначенні мети і завдань та розробці концепції заходу використовуються ІКТ для створення онлайн-спільноти. Другий етап – бюджетування та планування заходу, залучення партнерів та учасників. Використовуються мобільні додатки для учасників, соціальні мережі та веб-сайти. На третьому етапі для визначення місця, обладнання, оформлення та декору використовуються соціальні мережі, відео-анонси. Четвертий етап – програма та технічна підготовка, пов'язаний з використанням музичних програм для запису, редагування та створення музичного супроводу та Інтернет-платформ для реєстрації учасників і продажу квитків. На п'ятому етапі, для управління заходом та звітності, створення фото та відеоматеріалів використовуються хештеги в соціальних мережах, онлайн відео-трансляції та ін..

З інформаційними технологіями значно легше зробити рекламу культурного заходу. Instagram, YouTube та TikTok це популярні платформи для обміну мультимедійним контентом, які підходять для маркетингу. Кожна з цих платформ має свої унікальні риси та

можливості, і вибір залежить від цільової аудиторії культурного заходу та типу контенту, який планується створити [3].

Instagram популярний серед молоді та брендів. Використовується для особистих і професійних цілей через фотографії та короткі відео, а також сторіз (Stories), IGTV (відео у форматі довших тривалостей), рілси (Reels) для коротких відео.

Основна аудиторія TikTok – молодь віком від 16 до 24 років, але стає все популярнішою серед користувачів старшого віку через короткі відеоролики, які можуть тривати від кількох секунд до однієї хвилини.

YouTube має більш широку аудиторію, від підлітків до дорослих. Може використовуватися для розваг, освіти, реклами саме через різноманітний контент, включаючи відеоблоги, музичні відео, навчальні ролики, геймплей, туторіали та інше.

Facebook, Telegram і Viber є популярними месенджерами та соціальними мережами, і вони мають різні характеристики та функції. Кожен з цих сервісів має свої переваги та недоліки, і вибір залежить від особистих уподобань менеджера СКД, потреб закладу культури та обставин.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конференції., м. Київ, 20-21 квітня 2022 р. / М-во освіти і науки України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2022. Ч.2. 144 с.
2. Солдатенко О. І., Максименко К. В. Використання інформаційно-комунікативних технологій для популяризації культурно-просвітницьких заходів серед населення. Людина в інформаційному просторі. Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Кременчук, 2022. С. 95–99.
3. Том Сіані. Інстаграм ролики проти TikTok: Що краще для маркетингу. URL: <http://surl.li/nfbcf> (дата звернення: 11.11.2023).

## ГОЛОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА КУЛЬТУРНОМУ ФРОНТІ УКРАЇНИ (2022 –2023)

*Професор Оксана Тур*  
*Доцент Вікторія Шабуніна*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

День 24 лютого 2022 року став переломним не лише для кожного українця, а й для всього світу. Життя стало розмежовуватися уявною червоною лінією і називатися ДО і ПІСЛЯ. Попри всі вигадані та озвучені російською пропагандою наративи, очевидним є, що головна мета війни – намір росії знищити Україну як суверенну державу, а українців – як самобутню й вільну націю.

Окупанти розуміють (і це розуміння для них не нове, витримане століттями), що культура України, особливо її культурна спадщина, має бути першочерговою мішенню й залишатися під ударом, доки не буде зруйнована вщент.

Незважаючи на свою потенційну вразливість у часи кризи, культура не стала беззахисною, вона продемонструвала свою опірність та спроможність протистояти агресії. Працівники культурної сфери, волонтери, воїни, місцеві громади, тисячі небайдужих людей виявили свою громадянську відповідальність, а в багатьох випадках і справжній героїзм, захищаючи культуру та культурну спадщину України.

Однією з тенденцій воєнного часу стала відмова від російської мови та культури з одночасним позитивним процесом самоідентифікації.

Більшість українців схвально ставляться до ідеї декомунізації та дерусифікації – від 56 % до 76 %. «Україна – толерантна демократична держава, а тому відмова від токсичної спадщини має відбуватися прозоро, з обговоренням експертів та з урахуванням нюансів наших

різних регіонів. Тому навіть так званий процес „пушкінопаду” маємо проводити за правилами, бо ми – не є вандалами...», – зазначив Олександр Ткаченко [1].

Беззаперечною перемогою на інформаційному фронті стали проекти: сайт [spravdi.gov.ua](http://spravdi.gov.ua), створений Центром стратегічних комунікацій з метою допомоги у спростуванні фейків російської пропаганди; телевізійний проєкт «FREEDOM», розрахований на російськомовну аудиторію за кордоном; Медіацентр Україна, що діє на базі Укрінформу й наразі працює в Києві, Харкові, Львові та Одесі.

Дуже швидко соціальні мережі як інструмент поширення інформації перетворився на інструмент протистояння. Багато в чому це забезпечило нам гуманітарну, економічну та воєнну підтримку. Варто додати, що слово «Україна» було найпопулярнішим запитом 2022-го в новинах гугла й третім найпопулярнішим запитом узагалі [2].

Ще ніколи не було такої кількості виставок українського мистецтва за кордоном, ніколи світ не проявляв такого інтересу до українських митців.

2022 року українське кіно було представлене чи не на всіх провідних європейських кінофестивалях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ткаченко О. Час прощатися / Олександр Ткаченко // Новое время. – 2022. – груд. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion/tkachenko-rozpoviv-shcho-bude-z-ram-yatnikami-pushkina-povini-ukrajini-50293465.html> (дата звернення 06.03.2022).
2. Зубченко Я. Рік України. Як ми вигравали велику медійну війну 2022 року / Ярослав Зубченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/206599/2023-01-02-rik-ukrainy-yak-my-vygraly-velyku-mediynu-viynu-2022-roku/> (дата звернення 06.03.2022).

## **ВИШИВКА ПОЛТАВЩИНИ: АУТЕНТИЧНІСТЬ КУЛЬТУРНОЇ ТРАДИЦІЇ**

*Доцент Світлана Федоренко*

*Доцент Алла Лушакова*

*Студентка Дана Паламарчук*

**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

Вишивка – це не лише витвір мистецтва, але й носій унікального культурно-етнічного коду. Кожен символ, втілений у вишивці, має глибоке сакральне значення. Світ символів розкриває широкий спектр культурно-історичної спадщини народу.

Полтавщина славиться особливою технікою вишивки, яка вважається найскладнішою на теренах України – «білим по білому». Традиція вишивати білими нитками по білій тканині, або технологія виконання вишивки «біллю», зародилася на Полтавщині, в місті Решетилівка (назву пов'язують із словосполученням «решетити тканину», тобто вишивання у вигляді мережок).

Традиційно «біллю» вишивали рушники, святкові, весільні чоловічі та жіночі сорочки. Сьогодні їх продовжують виготовляти з тонких прозорих тканин – льону, маркізету, батисту, шовку. Особливість решетилівської вишивки – це поєднання рослинного та геометричного орнаментів. Рослинний орнамент – «барвінок», «хмелик», «морока», «курчаний брід», «зозулька», найулюбленіші – «гілка», «ламане дерево». Геометричний орнамент складають найпростіші фігури: скісний і прямий хрест, квадрат, ромб, трикутник та зірчасті мотиви. Унікальна особливість цього методу вишивання – поєднання 5–7 технік одночасно.

З кінця XIX ст. Решетилівка стала одним із офіційних центрів-осередків народного ткацтва, килимарства та



вишивання в Україні. У 1905 р. тут заснували артіль з вишивання та гобеленства – Решетилівський ткацький навчально-показовий пункт, на базі якого у 1922 р. утворилася художньо-промислова артіль «Троянда» з вишивальним цехом. З 1960 р. тут працювала фабрика мистецьких виробів зі школою майстрів.

У 1920-х рр. містечко здобуло світової слави на виставках українського мистецтва в Брюсселі, Марселі, Мюнхені, Парижі. На конкурсі в столиці Франції вишивку «біллю», створену майстринями решетилівської фабрики, представляла українська письменниця та етнограф Олена Пчілка.

У 1969 р. решетилівські майстрині виготовили сукню «білим по білому» для всесвітньо відомої італійської акторки Софі Лорен, яка знімалася у фільму «Соняшники» (1970 р.; зйомки відбувалися в селі Чернечий Яр, недалеко від Диканьки на Полтавщині). Пізніше акторка демонструвала цю сукню на подіумі в Римі, а нині її копія зберігається у Решетилівському краєзнавчому музеї. Навіть королева Великобританії Єлизавети II мала в своєму гардеробі сорочку, вишиту решетилівською майстринею, що була подарована українською делегацією на її 92-й день народження.

Починаючи з 1992 р., вироби з аутентичною решетилівською вишивкою регулярно беруть участь у фестивалях, виставках, конкурсах, ярмарках та інших заходах як в Україні, так і за кордоном.

У лютому 2018 року технологію виконання вишивки «білим по білому» міста Решетилівка Полтавської області було включено до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України.

Наразі триває підготовка до включення решетилівської вишивки до списку нематеріальної спадщини ЮНЕСКО.

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ**

*Доцент Вікторія Шабуніна,  
Професор Оксана Тур,  
Старший викладач Ольга Чернявська*  
**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

Розвиток нових комп'ютерних технологій, посилення впливу ЗМІ на різні сфери діяльності, жорстка конкуренція на інформаційному ринку вимагає від бібліотечних установ запровадження новітніх змін для успішної діяльності в сучасному світі. З метою адаптації сучасних бібліотек до зовнішніх впливів формуються нові засади їх діяльності, розробляються шляхи розвитку бібліотечних соціальних інститутів та нові засоби управління ними.

В умовах підвищення освітніх потреб сучасного суспільства бібліотека має забезпечити найбільш повний доступ до інформаційного середовища. Бібліотека потребує докорінних організаційних змін, що передбачають вироблення системи цінностей і норм, усвідомлення кінцевих цілей і місії закладу, формування управлінського стилю та нових форм спілкування й обслуговування читачів, посилення позитивного іміджу книгозбірні, запровадження нової кадрової політики, посилення матеріально-технічної бази, налагодження зв'язків з іншими закладами освіти й культури тощо. Усі ці зміни об'єднує термін «корпоративна культура бібліотеки».

Корпоративна культура є внутрішньою свідомістю закладу, що забезпечує її успішну діяльність; робить працю колективу бібліотеки творчою й ефективною, а також допомагає установі існувати в складному соціально-економічному середовищі, знайомить співробітників із методами урегулювання робочих питань.

Корпоративна культура сучасної бібліотеки має такі характерні риси:

1) формування бібліотек як спільності людей із міжособистісними відносинами та спілкуванням;

2) співучасть працівників у виробничо-управлінських процесах сучасної бібліотеки, надання відділам певної автономності, локальної самостійності;

3) перетворення працівника на партнера, коли він залежить від результатів своєї праці, якості наданих продуктів і збільшення власного прибутку;

4) особиста зацікавленість працівника в новаторській роботі, удосконаленні виробництва.

Рекомендації щодо формування й удосконалення корпоративної культури бібліотеки:

1) керівники повинні інформувати колектив про стан справ у бібліотечній установі та перспективи її діяльності;

2) створення умов для самореалізації співробітників;

3) використання командних форм роботи, забезпечення сприятливого психологічного клімату;

4) мотивація персоналу, методи стимулювання;

5) формування корпоративної культури бібліотеки має починатися з визначення філософії, місії, стратегії та цілей діяльності бібліотеки; формулювання норм і правил.

Отже, сучасна корпоративна культура гарантує злагоджену роботу бібліотеки, гармонізує відносини в колективі, приваблює читачів та створює умови для прийняття ефективних рішень, відіграє суттєву роль у соціальній комунікації з іншими організаціями, сприяє міжбібліотечній кооперації, забезпечує визнання закладу в широких соціальних колах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Імідж бібліотеки : навч. посібник / Бутко Л. В., Маслак В. І., Василенко Д. П., Саранча В. І., Шабуніна В. В. Кременчук. 2020. 375 с.

# **INCLUSIVE PROGRESS IN THE SPHERE OF CULTURE IN UKRAINE**

*Associate Professor Larysa Butko  
Senior Lecturer Ol'ha Chernyavs'ka  
Student Anastasiya Volya*

**Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University**

The phenomenology of the modern vision of the phenomenon of inclusion is considered by many scientists and practitioners. One of the interesting views postulated with the topic we have stated is found in the statements of R. Radzhan, who believes that the planet should gradually turn into a space without borders, where people would empathize with each other and feel like citizens of the world, even keeping commitment to their special cultural traditions. But humanity is not ready for this yet.

The author sees the way to the revival of the community in the embodiment of the formula of inclusive localism, where localism means the concentration of more power, funds and functions in the hands of the community (to overcome the disorientation generated by global markets and technology), and inclusiveness means the creation of equal conditions for different ethnic and class groups. and we will add to different population groups that have limitations.

Today, attention is drawn to the inclusive direction, activated by the problems of servicemen and citizens who suffered during the war in Eastern Ukraine.

When making changes to the Law of Ukraine "About Culture" regarding the general principles of providing cultural services to the population, along with ensuring "accessibility for everyone to quality cultural services" among the main principles of state policy in the field of culture, "inclusiveness" is also noted.

In Ukraine, inclusion is considered not only as ensuring accessibility for persons with disabilities, but also taking into account the needs of persons with certain limitations, expanding their circle.

Such a modern approach mobilizes civil society and encourages the use of the factor of cultural creation to solve urgent problems.

Throughout the world, civil society is the expression and defender of the interests and aspirations of various social groups. This multiplicity of views and actions cannot be limited by anything except the constitutional rights and freedoms of a person and a citizen. Naturally, the process of civil society development focuses on inclusion.

Places providing cultural, sports, and tourist services, namely theaters, museums, cinemas, libraries, stadiums, tourist routes, monuments, objects of national cultural significance must also have certain facilities for persons with disabilities.

The participating states take appropriate measures to provide persons with disabilities the opportunity to develop and use their creative, artistic and intellectual potential not only for their own good, but also for their inclusion in the life of society.

In order to fulfill the stated areas of activity, all participants of the inclusive process require a cultural approach to its provision.

Participating states take all appropriate steps in accordance with international law to ensure the protection of intellectual property rights of persons with disabilities. Persons with disabilities also have the right, on an equal footing with others, to the recognition and support of their special cultural and linguistic identity, including sign languages.

# **THEORETICAL UNDERSTANDING OF MUSEUM COMMUNICATION AS A COMPONENT OF ITS PR ACTIVITIES**

*Associate Professor Larysa Butko*

*Associate Professor Svitlana Fedorenko*

*Associate Professor Alla Lushakova*

**Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University**

Theoretical museology today aims to study and clarify various elements and mechanisms of museum communication. The topic of scientific discussions boils down to questions about the nature of such communication, its forms and means.

The concept of D. Cameron (1968), created in the last century, became the basis for building the communication model of the museum. In classical scientific studies, it is noted that communication in the museum is carried out mainly through exhibition and exposition activities. As D. Cameron (1968) showed, the source of such communication is the museum employee, the exhibitor. At the same time, communication is considered as a process of interpretation and reading of cultural meanings laid down by museum workers. That is, the communication theory of the past, which is based on the heuristic concept of D. Cameron (1968), is mostly introverted, because it does not apply the experience of other spheres of socio-cultural activity and cultural policy, does not strive for active scientific interaction with these fields, although this implies a systematic approach, the application of which is declared, among other things, in museology.

The transformation of the museum, the modernization of its activity as an object of the recreation industry in the context of cultural recreation, the transfer of knowledge in a new, interesting and accessible form caused the need to update traditional expositions, intensify exhibition activities and, as a result, change its communication policy. The strong influx of

visitors to museums at the beginning of this century also determined the range of issues related to the search for new forms of communication with them, including the effectiveness of communication, the use of the latest forms of communication, the equality of its subjects, a differentiated approach to the audience, the ratio of visual and of verbal information in the message, their role in the perception of museum objects, etc.: S. Debenedetti (2003), D. Jagodzińska (2018), D. F. Januszewska (2008), R. Oldenburg (2002), I. Parkhomenko (2019), F. Vaydakher (2005), D. Vasylenko, L. Butko, V. Maslak & Y. Domitrak (2020, 2021), A. Ziębińska-Witek (2015).

Thus, the domestic scientific literature on this topic is starting to update the issue of the communication strategy of the museum institution, consideration of the museum communication system through the context of transformation in society. Special attention is paid to the museum's communication system in the broadest sense of the word. Communication is considered as a form of dialogue with the visitor, including through permanent exposure. An attempt is made to analyze the concept of the "third place" in relation to museum institutions. The experience of Polish and European museologists is analyzed and their approaches to the transformation of museums in accordance with the current requirements of modern times are highlighted: P. Verbyts'ka (2016), M. Zubar (2020), R. Man'kovs'ka (2000, 2013), F. Vaydakher (2005), L. Ilyasova (1999), K. Myuller-Shtraten (2008).

Therefore, it is quite natural that the communication model, according to which the museum is a source of communication, has gained significant popularity in modern museum theory. Theoretical studies within this approach are aimed at establishing what role certain components of museum activity play in the communication process and how to popularize museum services with the help of communication.

## РОЛЬ БУККРОСИНГУ У РОЗВИТКУ ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

*Студентка Вікторія Соколенко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

На читацькі вподобання впливає впровадження новітніх інформаційних технологій, які стрімко проникають у наше життя. Інтернет став важливим елементом еволюції комунікаційного середовища в сучасній Україні, перетворившись на популярну форму інтерактивного спілкування, особливо серед молоді [2, с. 5].

Проте, на наш погляд, упровадження нових інформаційних технологій, поява електронних книжок і бібліотек, віртуальних читачів не є протипагою традиційним бібліотекам, а навпаки, сприяє поліпшенню іміджу бібліотек, якщо вони вписані в інтернет-середовище. Про це свідчить новий громадський рух буккросинг.

Буккросинг, або «книгопередача», це унікальна спільнота, що об'єднує людей заради поширення книг та поділу читацького досвіду. Україна, яка має багатий культурний спадок і велику кількість літературних талантів, також прийняла цей тенденційний рух, збагачуючи читацьку атмосферу та розширюючи можливості доступу до книг [1].

Зацікавлені особи можуть залишити книгу в обговорюваному місці – кав'ярні, парку чи громадському транспорті, – дозволяючи іншим людям знайти її, прочитати та взяти участь у цьому ланцюзі.

Буккросинг має свої особливості. З одного боку, це відмінний спосіб просування внутрішніх літературних творів, надаючи їм можливість «подорожувати» від читача до читача. З іншого боку, це важлива форма культурного обміну, яка допомагає утверджувати читацькі традиції та



поглиблювати взаєморозуміння серед різних верств суспільства.

Буккросинг також сприяє виникненню спільнот, об'єднуючи людей, які цінують книги та бажають ділитися своїми враженнями. В онлайн-середовищі можна знайти спеціальні ресурси, де учасники можуть відстежувати долю книг, які вони випустили «на волю», обговорювати їх та ділитися враженнями. Це створює віртуальні книжкові клуби, які перетинають кордони регіонів та об'єднують людей різних вікових та соціальних груп.



Однак, як і будь-яке інше явище, буккросинг потребує підтримки та розуміння з боку суспільства. Важливо розвивати інфраструктуру – зони обміну, інтернет-ресурси, рекламу, щоб зробити участь в цьому русі легким та доступним для всіх. Також важливо враховувати аспекти авторських прав, забезпечуючи, щоб книги використовувалися в межах закону та з увагою до прав творців.

Отже, український буккросинг це не тільки засіб обміну книгами, але і форма об'єднання та спілкування через культуру слова. Він збагачує наше суспільство, роблячи читання доступним, цікавим та спільним досвідом для всіх, хто бажає долучитися до цього літературного шляху.

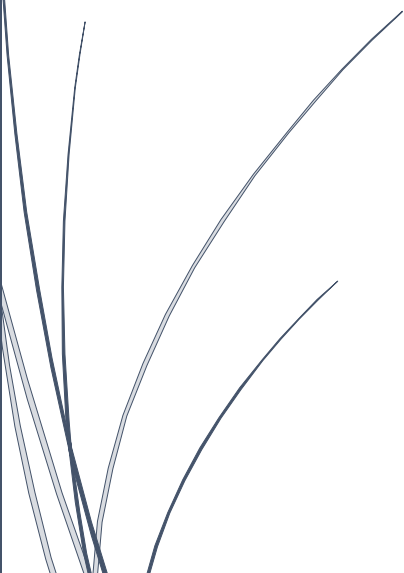
#### **Список використаних джерел:**

1. Дейкун Е. Буктрейлер та буккросинг – новітні маркетингові стратегії у промоції книги. *«Медіанпростір»*. 2015. № 8. С. 139–143. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8530/1/Deykun.pdf> (дата звернення: 24.10.2023).
2. Вилегжаніна Т. Криза читання як сучасна проблема світового рівня. *Бібліотечна планета*, 2011. № 4: С. 4-6.

Науковий керівник – проф. В. І. Маслак



# **СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ**



## **ХАРАКТЕРИСТИКА ВИРОБНИЧОГО ЦИКЛУ ПРОГРАМИ «XISTORY»**

*Професор Олег Синюкий  
Асистент Антон Воробйов*

**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

Головними джерелами інформації і новин у сучасному світі є телебачення і радіомовлення. Сьогодні телебачення для частини населення, зокрема молоді, є засобом освоєння світу, який може дати як позитивний, так і негативний досвід. Дослідження особливостей формування медіапростору акцентують роль інформаційно-освітніх програм у формуванні сучасного соціокультурного простору [1–3].

Оптимально побудована система освітніх передач будь-якого телеканалу може привернути увагу не тільки «приречених» на телеуроки школярів, а й глядачів різноманітного віку, яких можливо зацікавити та показати, що освітні можуть бути захопливими пригодами. Саме в такому навчанні полягає головне завдання освітнього телебачення.

Головною метою створення україномовної інформаційно-освітньої програми «XISTORY» було бажання зробити для глядачів телеканалу цікавою і доступною історію видатних подій та відомих людей. Тому, передивляючись безліч історичних програм та читаючи велику кількість книжок, у команди телеканалу «Кременчук» виникла ідея розповідати про історію легкою і доступною мовою.

Перший випуск було створено дванадцятого червня 2018 року, де розповідалася біографія видатного політика та мислителя часів епохи Відродження Ніколло Макіавеллі. Глядачі каналу зацікавилися новою програмою, у

соціальних мережах з'явилися позитивні відгуки та прохання продовжити випуск інформаційної і цікавої програми. Після цього випуски програми стали регулярними і ведучій продовжував розкривати таємниці життя багатьох видатних персоналій України та світу. Розглянемо програму від початкового етапу (формування ідеї) до завершального (просування програми) «Xistory»:

1) Формування ідеї. Обирається персона, біографія якої буде розглядатися у випуску.

2) Аналіз конкурентів. Вивчення аналогічних матеріалів про обрану історичну постать.

3) Збір матеріалів та їх обробка.

4) Написання сценарію випуску.

5) Запис закадрового тексту.

6) Монтаж випуску.

7) Перевірка випуску перед експортуванням.

8) Рендер випуску.

9) Просування випуску.

10) Показ випуску на телебаченні

Телевізійна інформаційно-освітня програма «Xistory» користується популярністю у глядачів, внесла зміни у ефірне насичення телеканалів, урізноманітнила різновікову глядацьку аудиторію за уподобаннями та інтересами, посилила інтерес до історичних подій та славетних людей.

### **Список використаних джерел:**

1. Гоян В. Журналістська творчість на телебаченні: монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 319 с.
2. Лазебний В. С., Бакико В. М., Омелянець О. О. Організація телевізійного виробництва. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.
3. Терентьева М. Українське телебачення у контексті сучасних світових медіатенденцій (на прикладі телеканалу СТБ). *Журналістика*. 2015. Вип. 14. С. 139–149.

## РЕГІОНАЛЬНІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «СХІДНИЙ ВАРІАНТ»)

*Старший викладач Віта Хміль-Чуприна*  
*Асистент Дмитро Матузко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

В усіх країнах медіа-простір є сприятливим для інформаційних впливів і причинами є такі: олігархічна власність на ЗМІ; падіння довіри до медіа, які не активно виявляють маніпуляції та пропаганду, проте, на думку Н. Аксьонової, «можуть поширювати фейки, міфи, мало приділяють уваги медіа-грамотності громадян тощо» [1].

Дослідниця К. Савон наголошує, що завдяки використанню світовими інтернет-ЗМІ інформаційно-комунікативних технологій, «світ став охоплений інформаційною війною, а глобалізація призвела до розмиття кордонів, завдяки чому європейці та загалом західний світ відчують російсько-українську війну у реальному часі» [2, с. 625]. Натомість місцеві ЗМІ, на відміну від світових, «повинні задовольнити нагальні, докладні інформаційні потреби місцевої аудиторії – тих людей, які постраждали в результаті надзвичайної ситуації, включаючи сусідні громади, які потребують негайної допомоги. Якщо місцеві ЗМІ ефективно виконуватимуть цю роль, вони можуть врятувати життя і допомогти місцевому населенню відновитися набагато швидше» [3, с. 78].

Однією з ключових проблем регіональних видань на сході України в умовах воєнного стану є практична відсутність плюралізму думок, критичних оцінок і аналітики на місцеву тематику. Із урахуванням цього є зрозумілою важливість існування неупередженого видання з достовірною інформацією, спрямованого на формування

проукраїнської громадської думки, залучення населення східної України до єдиного українського інформаційного простору. Саме цю роль в умовах воєнного стану відіграє онлайн-газета «Східний варіант» (<https://v-variant.com.ua/>) – сучасний мультимедійний ЗМК з широкою присутністю у соціальних мережах, активною грантовою діяльністю, що передбачає залучення міжнародних ініціатив.

У інтернет-виданні «Східний варіант» інформація для різних соціальних мереж модифікується з урахуванням особливостей аудиторії конкретної платформи. Так, на сторінці видання у мережі Instagram, переважну більшість аудиторії якої складають жінки, преференція віддається інформації про природу (яскраві пейзажні фото), про культурні події (дні народження відомих земляків), соціальні акції (посадка дерев). Натомість у Facebook і YouTube, аудиторія яких – соціально активні чоловіки і жінки, видання знайомить аудиторію з політичними новинами, подає актуальну аналітику. У онлайн-газеті «Східний варіант» присутні різні журналістські жанри: інформаційні повідомлення, репортажі, інтерв'ю.

Отже, газета «Східний варіант» є надзвичайно актуальним інтернет-виданням для громадян східної України, які тривалий час були позбавлені якісних медіа.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аксьонова Н. Дослідження впливу мас-медіа в умовах інформаційної війни. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 480–493.
2. Савон К. Медіа-дискурс як аспект функціонування сучасної держави. *Українське суспільство в умовах воєнного стану: сучасні виклики та напрямки розвитку*: матеріали Всеукр. наук. конф. молодих вчених (м. Одеса, 6 червня 2022 р.). С. 624–626.
3. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: посібник рекомендацій для працівників ЗМІ / уклад. М. Буроменський та ін. Київ : «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.

# ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СФЕРИ ЛЮДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Студентка Єлизавета Гордієнко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

У сучасну постіндустріальну епоху індустрія інформаційних технологій органічно входить в усі сфери людської діяльності. Ці технології можна не тільки використовувати, але й співпрацювати і навіть конкурувати.

Інформаційне суспільство-це суспільство, в якому переважна більшість працівників зайнято виробництвом, збереженням, обробкою і реалізацією інформації, особливо її вищої форми – знань.

За останні 30 років терміни «інформаційна революція» і «інформаційне суспільство» міцно вкоренилися і активно використовуються. Цей факт відображає об'єктивну тенденцію наступного етапу еволюції цивілізації, пов'язану з появою нових інформаційно-комунікаційних технологій, нових потреб і нового способу життя. На даному етапі найбільш важливим джерелом щастя є інформація, своєчасність, повнота і ймовірність отримання якої забезпечують доступ до матерії та енергії. Інформаційна революція змінила основи і технології обладнання передачі і зберігання інформації, значно збільшивши обсяг інформації, доступної активній частині населення земної кулі. Під зростаючим впливом цієї революції світ вступив в інформаційну епоху. Формується планетарне інформаційне суспільство.

Потік інформації швидко зростає, і інформаційна мережа вдосконалюється, завдяки обробці якої одночасно зростає парк більш досконалих комп'ютерів. Формуються вільні медіа-ринки, швидко розвиваються нові

інформаційні технології та розширюється доступ до міжнародних інформаційних ринків.

Ці тенденції свідчать про те, що планетарне співтовариство переходить у нову стадію – стадію «інформаційного соціуму», яка характеризується, насамперед, різким зростанням ролі інформації та високим рівнем її ефективності.

Найважливішими сферами соціальної активності інформаційного соціуму стають сфера освіти, науково-технологічна сфера, сфера масових комунікацій, інформаційна служба й обслуговування різноманітних мереж інформаційних пристроїв. Під впливом індустрії інформаційних і телекомунікаційних технологій капітал і праця (як основа індустріального суспільства) приходять в усе більшу залежність від інформації і знань.

Отже, у сучасному світі інформаційні технології проникають у всі сфери людської діяльності, взаємодіючи та конкуруючи з ними. За останні 30 років інформаційна революція та становлення інформаційного суспільства визначили новий етап еволюції цивілізації.

Зростаючий потік інформації, розвиток мереж та доступ до міжнародних ринків вказують на перехід до «інформаційного соціуму». Освіта, наука, масові комунікації та обслуговування інформаційних пристроїв стають ключовими сферами соціальної активності в цьому новому етапі, де капітал і праця все більше залежать від інформації і знань.

#### **Список використаних джерел:**

1. Masuda Y. *Information Society as Postindustrial Society* / Wash / World Future Soc. 1983. P. 29.
2. Проскуріна О. О. Інформаційне суспільство: можливості і політико-культурна реальність становлення в Україні. *Грані*. 2005. №1.  
Науковий керівник – доц. С. А. Федоренко



# ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВНЗ

*Магістрантка Маргарита Книш*

*Студентка Валерія Бажан*

**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

Закладу вищої освіти для покращення комунікаційної взаємодії між всіма учасниками освітнього процесу та загалом для формування конкурентоспроможності у сучасному освітньому середовищі необхідно застосовувати актуальні інтернет-технології. Соціокомунікаційні інтернет-технології ВНЗ охоплюють різноманітні можливості та інструменти [1]:

1. Корпоративний портал – це інформаційна система, що надає учасникам освітнього процесу та зацікавленим сторонам доступ до різної службової інформації [2, с. 137].

2. Соціальні мережі та сервіс відеохостингу «YouTube». Популярні платформи, такі як Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube дають можливість привернути увагу до новин та подій університету широкого кола людей; залучити абітурієнтів; розмістити рекламу про заклад; здійснити таргетування аудиторії; співпрацювати з іншими кафедрами та установами тощо.

3. SEO-оптимізація. Сайт ЗВО повинен бути у вигідній та наповнений таким чином, щоб пошукові системи знаходили його і надавали на нього посилання в перших результатах пошуку.

4. Сторінка в «Вікіпедія». За допомогою віртуальної енциклопедії існує можливість в інформаційному охопленні іноземної аудиторії, оскільки подання даних про навчальний заклад може реалізуватись різними мовами.

5. Дистанційне навчання із застосуванням електронної бібліотеки та хмарних сервісів. Віртуальна бібліотека надає постійний доступ до необмеженої кількості інформаційних ресурсів, безстрокове збереження та використання джерел, надання освітніх послуг студентам з обмеженими можливостями тощо.

Хмарні сервіси оперативно реалізують: доступ до віддалених ресурсів (презентацій, документів, посилань на освітні платформи тощо), перегляд даних за місцеперебуванням людини, збереження інформації без додаткових електронних носіїв і т.д.

Окрім наведених вище, до складу соціокомунікаційних інтернет-технологій можна віднести:

– Блоги, де автори (наприклад викладачі) публікують періодичні дописи на різноманітні теми.

– Онлайн-консультації й чати для зручного обговорення матеріалів, спільної підготовки та розв'язання нагальних питань;

– Зворотний зв'язок. Наприклад, використання онлайн-опитувань та анкет стейкхолдерів щодо якості навчання та інших аспектів діяльності ЗВО.

В цілому соціокомунікаційні інноваційні технології постійно розвиваються, саме тому можуть з'являтися нові їх типи відповідно до змін у суспільстві (в тому числі в освітньому аспекті), у технологічному прогресі та у культурних тенденціях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Василенко В. Ю. Особливості використання технологій Web 2.0 як основного інструменту іміджевих соціокомунікаційних технологій ЗВО. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 1. С. 62–71.

2. Сабліна М. А. Розробка корпоративного інформаційного порталу для організації роботи підприємства. *Збірник тез II Української конференції молодих науковців*. 2015. С. 137–139.

Науковий керівник – проф. В. І. Маслак

## ОСОБЛИВОСТІ НОВИННОГО КОНТЕНТУ САЙТУ ПРИФРОНТОВОГО МІСТА

*Студентка Надія Корнієнко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Новинні сайти є зручним форматом для інформування громадськості про події, які відбуваються у прифронтовому місті. Вчасно отримана достовірна інформація про події, які відбуваються на території міста, про ситуацію на фронті, а також про соціальні та культурні події, які відбуваються у місті, допоможе мешканцям міста та іншим зацікавленим особам бути в курсі останніх новин та приймати рішення щодо своєї безпеки та повсякденного життя.

За ствердженням З. Вайшенберг, мас-медіа традиційно мають великий вплив на суспільство. Зазвичай він зростає в період соціальних катаклізмів, різких зламів у житті людей. Україна зараз переживає саме такий період. Позначився він і на діяльності мас-медіа. Період бурхливого зростання їхньої кількості, появи нових, нетрадиційних видань змінився різкою конкурентною боротьбою, намаганням вижити та подолати економічні труднощі [1]. Автори роботи «Українські медіа та довіра» зазначають: у зв'язку з воєнними діями та окупацією стали недоступними деякі джерела інформації. Наприклад, населення, яке немає супутникової тарілки або спеціальних девайсів та VPN сервісів, втратило можливість дивитися українське телебачення. Також, люди втратили доступ до українського радіо, хоча це не є дуже відчутним, адже радіо не використовувалось як основний канал отримання новин. Основний пристрій для отримання новин—мобільний телефон. Це зумовлено насамперед відчуттям безпеки, адже у разі критичних обставин мобільний телефон легше «очистити» за декілька кліків видалити небезпечні додатки,

інформаційні канали, почистити історію пошуку та захистити себе [3].

Контент новинних сайтів зазнав значних змін після початку повномасштабної війни в нашій країні. Люди стали частіше переглядати новини через психологічний стан, в такий спосіб вони намагаються заспокоїти свою нервову систему. За твердженням А. Голіцина та В. Фролової новинний контент став у пріоритеті на запити української громадськості та витіснив розважальний [2].

Одже, новинні сайти почали набирати популярність після початку повномасштабного вторгнення країни агресора. Це відбулося у зв'язку з тим, що люди, аби заспокоїти нервову систему почали частіше переглядати новини, бо хочуть бути в курсі усіх подій, які відбуваються на фронті. Також, на окупованих територіях новинні сайти є одним із найбезпечніших способів отримати інформацію про ситуацію в країні. Наразі в країні новинний контент став пріоритетним та витіснив розважальний. Висвітлювати події, які зараз відбуваються на території нашої держави, вкрай важливо, кожного дня гинуть люди, мирне населення особливо у прифронтових містах та на тимчасово окупованих територіях щодня страждає від терору країни-агресора.

#### Список використаних джерел:

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : Навчальний посібник. За заг. ред. В.Ф.Іванова. Київ : Академія Української Преси. 2011. 262 с.
2. Голіцин А., Фролова В. Тенденції медіаспоживання в Україні у воєнний час. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Том 7. № 1.
3. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022р. URL: <https://surl.li/mlmav>

Науковий керівник – проф. К. Л. Сізова

## КОМІКСИ ЯК ВИД СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

*Студентка Поліна Кожухар*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Комікс (від англ. comic – смішний) – серія послідовних малюнків, що супроводжуються короткими текстами (філактеріями), оформленими у вигляді хмар, що передають думки чи слова персонажа, разом вони утворюють цілісне ціле. історія. За своєю суттю комікс – це літературно-художній твір, що включає певну кількість малюнків і мовленнєвих конструкцій [2, с. 144].

Комікси полегшують читачам сприйняття завдяки чітко вираженій інформації. Повторюваність героїв, поєднання образів і слів, можливість передати в кожному епізоді думки, емоції, міміку героя створюють переваги цього жанру у сучасному світі [3, с. 13].

Графічна частина коміксу нереалістична, стилізація образів часто досить гіперболізована, та часто доходять до нереалістичних, неправильних форм, що дозволяє художнику розширити поле вираження своїх ідей. У той же час формується унікальний графічний стиль для кожного коміксу, відрізняючи їх один від одного та від інших книг, журналів і літературних творів зі звичайними ілюстраціями [1, с. 17].

У коміксах використовується багато різних художніх елементів, таких як лінії, кольори, форми та макети, щоб створити привабливі та захоплюючі історії.

Комікси ростуть і розвиваються разом із технологіями. Комп'ютерне мистецтво та віртуальна реальність відкривають нові можливості для створення коміксів. Вони стають усе більш популярними в музеях і галереях.

Також комікси відіграють важливу роль у сучасній культурі. Вони є джерелом розваг, освіти та самовираження. Комікси використовуються для дослідження складних тем та ідей, а також для вираження особистих думок і почуттів. Комікси є одним із найпопулярніших видів мистецтва у світі. Вони загальнодоступні, читати їх можуть люди різного віку та рівня освіти.

Найпопулярніший вид коміксів – це японська манга. Манга визнана як форма мистецтва, так і літературне явище, і популярна серед майже всіх вікових категорій сучасного японського суспільства [1, с. 20].


Вітчизняний ринок коміксів зараз переживає стрімке зростання, дедалі більше книговидавців звертають увагу на комікси, і водночас з'являються нові суто коміксові видання. Цільова аудиторія українського комікс-ринку – ті, хто справді цікавляться та слідкують за новинками – люди віком 23–35 років [1, с. 23].

Комікси – важливий і різноманітний вид мистецтва, здатний виражати широкий спектр ідей та емоцій. Комікси є важливою частиною сучасної культури, і вони продовжують рости та прогресувати разом із технологічним прогресом.

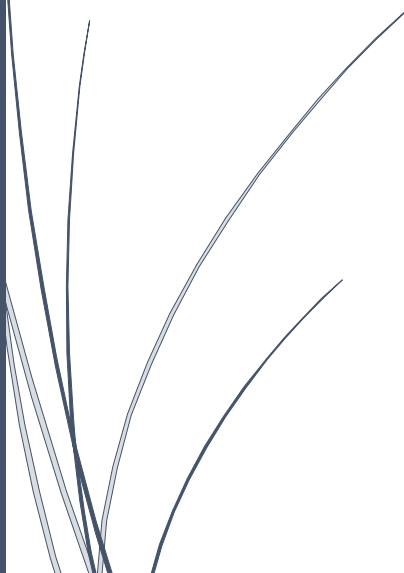
#### **Список використаних джерел:**

1. Колісник О. В. Специфіка сучасних коміксів: традиції та інновації. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія. Київ, 2022. С. 16–34.
2. Насалевич Т. В. Рябуха Т. В. Лопушанський І. О. Становлення коміксу як жанру сучасної літератури. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. № 31(4). Київ, 2020. С. 144–149.
3. Троян Т. Г. Формування комікс-культури: переваги, функції, значення. *Інтернаука*. 2018. № 7. С. 13–19.

Науковий керівник – доц. Л. В. Бутко



**ХУДОЖНЯ СКЛАДОВА  
СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО  
ПРОСТОРУ**



## ВИРАЖЕННЯ СВОБОДИ ТВОРЧОСТІ ЗАСОБАМИ СТРІТ-АРТУ

*Професор Людмила Ладонько*

*Здобувач Катерина Духвин*

**Національний університет «Чернігівський колегіум» імені**

**Т.Г.Шевченка**

Свобода творчості для митців має надважливе значення, кожна творча людина прагне до вираження своїх емоцій, переживань і бажає підняти у своїй творчості ті питання, які її хвилюють. Вона полягає у відсутності будь-яких втручань у творчий процес та у знятті з митця обмежень у виборі засобів самовираження. Основною ознакою свободи творчості є відсутність цензури, адже вона порушує право митців на вільне висвітлення соціально-важливих проблем.

Нині перед сучасними художниками постав виклик: як охопити якомога більшу кількість глядачів, передати своїм мистецтвом інформацію для якомога більшої кількості людей що не відвідують художні галереї. Зараз це питання повстало особливо гостро, адже через війну та інші соціальні й економічні проблеми, які є її наслідками, інтерес до мистецтва у населення знаходиться далеко не на першому місці. Стріт-арт став тим напрямом в образотворчому мистецтві, який дозволяє художнику донести свою думку до різних верств населення [1].

Стріт-арт (Street art) вуличне мистецтво – напрям в образотворчому мистецтві, який має яскраво виражений урбаністичний стиль. Батьківщиною стріт-арту вважається США, де, приблизно у 20–30-х роках ХХ століття місцеві хулігани почали розмальовувати вагони метро і потягів. Вже в 60-70 роках, розповсюджуються поодинокі написи на стінах будинків та парканах. Через використання бандами таких написів для позначення своєї території, почалася



заборона на вуличне мистецтво у США, але починаючи з 1970 років, ці обмеження почали скасовувати. А з 1990-х років примітивні надписи починають перероджуватись у повноцінний вид сучасного мистецтва з глибоким художнім підґрунтям [2].

Багато вуличних художників підтримали Україну у її боротьбі за свободу, що стало основною тематикою патріотичних муралів та малюнків. Одними з найвідоміших робіт є руки, складні у формі серця у місті Лланеллі художника Дженкса та дівчини під українським прапором Дмитра Проскіна [3]. Відомий у всьому світі майстер стріт-арту Бенксі зобразив на руїнах в Україні балеринку, як вияв співчуття та солідарності з українцями, а наш співвітчизник Зіньківський виконує свої роботи на руїнах харківських будинків, аби підтримати харків'ян [1].

Отже, стріт-арт дає митцю можливість самовираження навіть попри критиків, яким не подобаються вуличні малюнки. Творці стріт-арту переконують, що це нова форма мистецтва, яка дає голос тим, кого не чують. Саме у такий спосіб художники можуть виражати своє ставлення до певних подій, війни в Україні, або ж просто підтримують людей у скрутні часи.

### Список використаних джерел:

1. Дивовижі кийвського стріт-арту. URL: [https://lb.ua/culture/2023/11/02/582400\\_divovizhi\\_kiivskogo\\_stritartu.html](https://lb.ua/culture/2023/11/02/582400_divovizhi_kiivskogo_stritartu.html) (дата звернення: 09.11.2023).
2. Лаврієнко Є., Сергієнко О.М. Стріт-арт, як повноцінний та визнаний вид сучасного мистецтва з глибоким художнім концептом. URL: <https://eir.nuos.edu.ua/items/99131142-66ae-4fed-8cd7-09b6dfd2359c> (дата звернення: 09.11.2023).
3. Муралі зі всього світу: як вуличні художники підтримують Україну URL: <https://afisha.tochka.net/ua/94786-muraly-so-vsego-mira-kak-ulichnye-khudozhniki-podderzhivayut-ukrainu-foto/> (дата звернення: 09.11.2023).

## ТВОРЧИСТЬ ІВАНА-ВАЛЕНТИНА ЗАДОРОЖНОГО У ПРАЦЯХ УКРАЇНСЬКИХ МИСТЕЦТВОЗНАЦІВ

*Доцент Віктор Осадчий*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського  
*Здобувачка освіти Олександра Гагарова*  
Кременчуцький ліцей № 4 «Кремінь»

Особливе місце в художньому житті Кременчука, як і багатьох інших українських міст, мають твори монументально-декоративного мистецтва створені у другій половині ХХ столітт: вітражі, мозаїки, рельєфи, сграфіто, стінописи.

Вони в 1960-х роках, на відміну від попереднього, головним чином, «інтер'єрного» періоду, виходять на фасади будівель, тим самим відіграючи провідну роль у художньому оформленні міст і сіл, про що мистецтвознавчиня Г. Скляренко зазначає у своїй праці «Монументально-декоративне мистецтво» яка побачила світ у 2007 році [1, с 67–68].

Саме в цей час у Кременчуці з'являються перші монументально-декоративні твори В. Бондаренка, М. Косих, Ш. Коридзе, Ю. Сакалаша, М. Хахіна та інших.

У зазначеній праці, розглядаючи історію української образотворчості другої половини ХХ століття, мистецтвознавчиня відзначає головну рису монументальнодекоративного мистецтва 1960-х – початку 1970-х років, а саме пошуковий, експериментальний характер виконаних творів, що прослідковується не тільки в царині пошуку нових декоративно-оздоблювальних матеріалів та технік, а й у пошуку нової образотворчої мови.

Як приклад, що відповідає зазначеній тенденції, наведемо твори Івана-Валентина Задорожного, створені на початку 1970-х років у Кременчуці: мозаїку «Моя

Батьківщина», яка виконана із застосуванням техніки відриву зображальних елементів від тла за рахунок рельєфу, та вітраж з литого скла «Наша пісня – наша слава».

Ще однією помітною тенденцією художньої практики того часу, стало комплексне монументально-декоративне оформлення об'єктів громадського призначення: палаців культури та одруження, музеїв, готелів, ресторанів.

Поряд з іншими творами українських митців, у яких позначилися нові риси оформлення громадських споруд, Г. Скляренко відзначає твори І.-В. Задорожного, виконані в Кременчуці.

У цілому, творчий спадок І.-В. Задорожного у різноманітних його проявах розглядається доволі широким колом мистецтвознавців.

Так, Н. Гаврілко аналізуючи творчий доробок митця періоду 1960-х – 1980-х років, акцентує увагу на композиційних прийомах, формі, колориті малярних творів, синтезі мистецтв як елементу новаторства у творчому доробку майстра.

У свою чергу О. Ямборко, розглядає творчий доробок І.-В. Задорожного в царині гобелену.

Монументально-декоративні твори, виконані І.-В. Задорожним у Кременчуці, а саме символіку художніх образів вітражу «Наша пісня – наша слава» аналізує у своїй статті В. Данилейко, відзначаючи узагальненість, пластику, стилізованість вітражу, створеного на «з'явах постарокіївського періоду історії нашого народу».

#### **Список використаних джерел:**

1.Скляренко Г. Українське мистецтво другої половини ХХ століття : регіональні проблеми і загальний контекст (частина перша). *Студії мистецтвознавчі*. 2009. В. 1 (25). С. 67–78.

## СЮЖЕТНА ТА КОЛЬОРОВА ПАЛІТРА УКРАЇНСЬКОГО МУРАЛ-АРТУ В УМОВАХ ВІЙНИ

*Учителька Валентина Руденко,  
Учениця 10-Б класу Світлана Палзенко*  
Кременчуцький ліцей № 30 «Олімп» імені Н. М. Шевченко  
Кременчуцької міської ради Полтавської області

Сучасна людина звикла в повсякденному житті на вулицях міста зустрічатися з мистецтвом у різних його виявах. Протягом останніх кількох десятиліть абсолютно звичним явищем нашого повсякдення став стріт-арт [2]. Серед його видів особливе місце посідає мурал-арт, що не лише надає міському простору особливої естетики та привабливості, але й, як показали останні події в Україні, може слугувати транслятором важливих повідомлень, візуальним комунікатором, виразником народних настроїв, і, навіть, виконувати роль психотерапевта.

Український мурал-арт зазнав значної трансформації після початку повномасштабної російсько-української війни. Українські художники стріт-арту вступили у власний, мистецький фронт у боротьбі проти окупанта. Кардинально змінилося жанрове та тематичне спрямування їх творчості.

Головна тематика стінописів сконцентрувалася на воєнно-патріотичних мотивах. Створення муралів в усіх доступних місцях перетворилось на своєрідний флешмоб. У цьому процесі художники, з одного боку, виступили своєрідними хронікерами сучасної історії України, миттєво відтворюючи у своїх стінописах всі важливі події та факти, з іншого – підтримуючи через свої творіння звичайних людей, виконували роль психотерапевтів, трансливали їм почуття гордості за власний народ, рішучість та непохитну впевненість у перемозі.

Головними образами вуличних панно стали воїн-захисник, українська жінка, дитина. Серед кольорів також вибудувалася пріоритетність затребуваності в суспільстві. У контекст історичних подій останнього десятиліття та сучасності, у вуличному мистецтві набула нової сили та значущості кольорова символіка державного прапора.

Синій та жовтий кольори володіють багатим символізмом. Синій – це колір спокою та гармонії, довіри та вірності; втілює гордість за рідну землю, небесних покровителів та незалежність нації. Жовтий – це колір сонця та світла, енергії, радості та оптимізму; він виражає надію, щирість, витримку та почуття єднання; символізує національну героїку, відродження та рух до майбутнього. Використання в більшості поліхромних стріт-арт-творах воєнного часу аутентичних кольорів державного прапора підсилює їх значущість [1].

Палітра синього та жовтого кольорів, автентичних кольорів державного прапора, набула нової сили впливу та символом високого рівня патріотизму серед українців, стала невід’ємною складовою мурал-арту, транслюючи багатозначне поняття національної ідентичності в історії України через творчий образ.

#### **Список використаних джерел:**

1. Федоренко С., Бутко Л., Осадчий В. Український мурал періоду російсько-української війни: проектний та соціокультурний вимір. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський зб. наук. праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка* / [редактори-упорядники М. Пантук, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 64. Том 2. С. 136–143. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/64-2-22>
2. Fedorenko S., Butko L., Lushakova A. Mural art in Ukraine: the role of art festivals and projects. *Психолого-педагогічні, правові та соціально-культурні проблеми сучасного суспільства* : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (16–17 листопада 2023 р.). Кременчук. 2023. С. 48–49. URL: <https://doi.org/10.32782/FPHiSN.2023.1.48-49>

## **ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ФОТОГРАФІЧНОЇ СПРАВИ: ІСТОРИЧНИЙ РАКУРС**

*Заступник директора з виховної роботи Альона Третьяк*  
**Кременчуцький ліцей № 4 «Кремінь» Кременчуцької міської ради**  
**Кременчуцького району Полтавської області**  
*Здобувачка освіти Євдокія Загорулько*  
**Кременчуцький ліцей № 4 «Кремінь» Кременчуцької міської ради**  
**Кременчуцького району Полтавської області**

Серпень 1839 року ознаменувався подією, яка стала початком розвитку нового виду мистецтва – фотографії.

Паризькою академією наук 19 серпня була опублікована інформація про спосіб фіксації зображення на срібній полірованій пластині фотографічним методом Ж. М. Дагера та Ж. Н. Нієпса, який отримав назву дагеротипії. Тоді ж була опублікована інформація про винахід негативно-позитивного процесу у фотографії, зроблений англійським ученим Ф. Талботом, який відрізнявся від дагеротипії тим, що зображення виходило не на металевій пластині, а на папері, просоченому світлочутливим розчином.

Метод отримав назву калотипії та був запатентований у 1841 році У 1939 році, перебуваючи у відрядженні в Англії, член-кореспондент академії наук І. Гамель на прохання вчених К. Бера та Ф. Брандта знайомиться з Ф. Талботом і його винаходом та пересилає на терена російської імперії опис методу, декілька знімків і технічне забезпечення, необхідне для процесу геліографії.

Того ж року І. Гамель після знайомства з І. Нієпсом та Ж. М. Дагером відправляє записку з докладним описом методу Дагера. У цій же записці І. Гамель уперше вводить до наукового обігу термін «фотографія» [2].

Поступ фотографічної справи теренами російської імперії розпочався у 1840 році. О. Греков відкриває перший на теренах імперії «Художній кабінет» для портретної зйомки. Також першу дагеротипну майстерню відкриває прусській підданий К. А. Даутендей у 1844 році.

Перше професійне фотоательє під назвою «Світлопис» після чотирьох років, проведених у Парижі, прослуханих лекцій з фізики та хімії та зустрічей із Ж. М. Дагером у 1849 році відкриває професійний фотограф С. Левицький.

Винахід дагеротипії привернув до себе увагу й професійних художників. Так, на думку французького художника П. Делароша, нове відкриття зможе надати великі послуги мистецтву та послугує художникам у справі складання колекцій етюдів.

У 1850 р., через рік після закінчення Академії мистецтв, художник і портретист А. Денсьєр відкриває «Дагеротипний заклад художника Денсьєра», у якому свого часу працював ретушером майбутній живописець-портретист І. Крамської [1].

Слід зазначити, що під час свого навчання у закладі А. Денсьєра також ретушером підробляв уродженець Кременчука О. Литовченко.

У квітні 1859 року А. Денсьєр у своєму закладі зробив найвідоміший знімок Тараса Григоровича Шевченка у смужковій шапці й кожусі.

Саме з цього знімка А. Муйєроном був виконаний літографський портрет, з цього ж фото І. Крамської на замовлення П. Третьякова у 1871 році виконав один із найкращих портретів Тараса Шевченка [3].

Отже, поштоvhом до заснування перших фотозакладів послуговував винахід фотографії та захоплення фотографічною справою науковцями та митцями.

### **Список використаних джерел:**

1. Горлова Т., Іванова Н. Роботи фотографів-художників Харкова 19 – поч. 20 ст. у колекції ХІМ. Одинадцяті Сумцовські читання «Подвигу народному жити у віках» : матеріали наукової конференції (м. Харків 15 квітня 2005 р.). Харків, 2005. С. 98.
2. . Котлобулатова І. Львів в об'єктиві фотографа. Edukacja Plastyczna. Fotografia : Prace naukowe Akademii im. Jana Długosza w Czestochowie. 2014. P. 90
3. Фотографії Т. Шевченка. URL: <http://litopys.org.ua/shevchenko/photos.htm> (дата звернення: 06.11.2023).

# BOOK GRAPHICS OF THE FIRST THIRD OF THE 20TH CENTURY: REPRESENTATION OF UKRAINIAN ART ABROAD

*Associate Professor Svitlana Fedorenko*

*Associate Professor Larysa Butko*

*Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University*

In the Ukrainian book graphics of the 1930s, various pan-European trends were reflected, including modernism, primitivism, futurism, cubism, expressionism, constructivism, Art Deco, functionalism, realism, traditionalism, and neoclassicism. The consistent evolution of style in the work of each artist was combined with the simultaneous existence of different manners. This was a particular feature of the development of national book graphics, as well as the synthesis of formal principles of various stylistic directions occurring within individual works.

The uniqueness of the plastic language arose from the application of traditional motifs and avant-garde means in creating images. The artistic language of book covers reflected the interaction of ancient and modern art, folk and professional, global and national.

The Ukrainian book graphics of the 1930s effectively represented Ukrainian art abroad.

Exhibitions of book graphics, particularly book covers, took place in Prague (1924; 1933), Brussels (1927), Paris (1931), Warsaw (1932), and Berlin (1933).

The Brussels exhibition, held at the Museum of the Book, featured 300 works, with a majority consisting of covers and books adorned by artists such as M. Kirnarsky, P. Kovzhun, V. Krychevsky, O. Kulchytska, R. Lisovsky, H. Narbut, V. Sichinsky, and P. Kholodny.

Henri Liebrecht wrote in an article for "Le Musee du Livre": "In the first section, a collection of books and prints is



presented to showcase the Ukrainian printing style, revealing a very interesting combination of Slavic art with Western techniques. The composition of the titles, the selection of colors are often very good and attest each time to the distinctiveness that we knew very little about until now."

Dmytro Andriievsky, summarizing the reviews of this exhibition in the press, notes: "The foreigners are impressed by the rich ornamentation of the covers. Indeed, one must be Ukrainian to embellish even dry algebra with flowers and combine a rose and dahlia with a sine and triangle in one composition. (...) This collection gives an idea of our artistic achievements in this area of visual arts. This achievement stands up well to comparison with the works of the Czechs, Poles, French, and Belgians who have recently passed through this hall."

Ukrainian book graphics were commendably represented at the International Press Exhibition held in May 1928 in Cologne. The Ukrainian section was distinct within the overall exhibition space of the USSR, and its design was overseen by V. Yermilov and V. Meller. The "Pressa-Köln" exhibition marked a significant milestone in the recognition of Ukrainian art. The 20 albums designed by V. Yermilov in a constructivist spirit, incorporating motifs from national folk art, particularly captured the attention of art critics.

Therefore, Ukrainian book artistic covers gained aesthetic qualities from the beginning of the 20th century, reached a high artistic level in the 1920s, and underwent significant transformation in the early 1930s.

The art of graphic design in Ukraine in the first third of the 20th century reached a high artistic level, manifested itself as a multifaceted cultural phenomenon, and became a notable occurrence in the history of Ukrainian culture.

# ТРАДИЦІЙНІ ПРИКРАСИ УКРАЇНОК: ГОЛОВНИЙ УБІР

*Студентка Поліна Галич*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

У праісторичні часи навколишній світ уявлявся людям розділеним на три частини: верхній (небесний) - світ богів і надприродних явищ; середній (земний) світ людей; нижній (підземний) - потойбічний світ. Головний убір ставав наче посередником між людиною і верхнім, небесним, надприродним світом. Звідси те надзвичайно важливе значення, яке надавалося головним уборам. Головні убори українських дівчат найчастіше мали форму вінка, у них завжди був відкритий верх, маківка залишалася неприкритою. Дівчата заплітали волосся укладаючи їх навколо голови та прикрашаючи стрічками, квітами або надягаючи на голову вінок із паперових квітів, строкатих стрічок. Традиційними дівочими головними уборами були стрічки зі шкіри чи тканини, а також налобні вінкоподібні убори, які символізували цнотливість. Вінкоподібне вбрання, вірогідно, зародилося зі звичаю «квітчатися», тобто вкладати квіти за коси чи зачіску. Хустки, що поширилися у другій половині XIX ст., дівчата пов'язували навколо голови, щоб було видно тім'я [1, с. 67].

Головні убори, як і крона міфічного «світового дерева», спрямовані вгору до неба, до сонця. З ними були пов'язані космогонічні уявлення наших предків. Це засвідчують як форми, так і самі назви головних уборів, знаки сонця та місяця на них, а також зображення птахів, які в системі народного світогляду належали до вищого, небесного світу.

З архівних матеріалів дізнаємося, що наприкінці XIX ст. головний убір засватаної дівчини відрізнявся від головного убору інших дівчат. Засватана дівчина-українка з

Київщини додавала до вінка, виготовленого з квітів, пав'яче пир'я. На Харківщині за головний убір засватаної дічини служила хустка, складена кілька разів по діагоналі. Нею дівчина обвивала голову, залишаючи тім'я відкритим. На всій території нашої країни зберігалася єдина символіка вінка. Знакова атрибутика у вінку відігравала особливо важливе значення. В Українських Карпатах до сьогодні зберігся головний убір чільце - який шумовим ефектом, що створювали металеві підвіски над чолом, мав відганяти, за народними віруваннями, нечисту силу. Архаїчна форма його у вигляді обруча з металевими підвісками немов зберегла перехідний етап від стрічок, начільної пов'язки до більш розвинутого головного убору [2, с. 134].

Форма вінка, вибір і колір квітів та стрічок завжди відповідали світоглядним уявленням громади певної місцевості. Жодну квітку чи листя не додавали до вінка наперекір традиціям. За всієї різноманітності локальних варіантів у виборі форми, матеріалу, способу ношення весільний вінок на всій території України виступав символічним знаком незайманої дівчини, магічним колом, яке оберігало голову нареченої від нечистої сили і злих духів, колом, до якого мала увійти дівчина, аби стати жінкою, матір'ю, бабусею.

Ознайомлення з традиційними головними уборами українців збагачує наші знання не лише про матеріальну культуру народу. Відтворюючи різноманітні цікаві звичаї, обряди, вірування, магічні дії, головні убори дають нам можливість також поринути у глибини духовного світу наших предків, що має стати опорою для життя нащадків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Врочинська Г. В., Стельмачук Г. Г. Історія традиційних українських прикрас. Київ : Балтія-Друк, 2020. 184 с. : іл.
  2. Лаврик О. В. Україна. Все, що робить нас українцями. Харків : Віват, 2015. 256 с. іл. – (Культурна спадщина України).
- Науковий керівник: доцент В. В. Осадчий

# РОЗВИТОК КАЛЕНДАРНОЇ СПРАВИ НА ТЕРЕНАХ УКРАЇНИ У ХІХ СТОЛІТТІ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

*Студентка Софія Горбенко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Сталий випуск календарів як окремого виду видань розповсюдився на початку 1801 р., коли офіційно дозволили випуск календарів у губерніях, адресованих для загального, «простонародного» використання.

У 1811–1829 рр. щороку видавав календарі «Подарок на новий год сельским и городским жителям» один із перших вітчизняних учених, викладач Харківського університету А. Вербицький. Вперше спробу видати щорічний календар в Одесі було зроблено у 1821–1822 рр.

З 1845 р. Києво-Печерська лавра регулярно видавала «Полный христианский месяцеслов з присовокуплением разных статей к российской истории и киевской епархии относящихся», в якому, крім власне, календарі, містились списки українських князів і московських володарів, київських архієреїв, статті про монастирі й церкви київської єпархії.

У Харківській губернії 1869 р. побачило світ нове універсальне видання – «Харьковский календарь», яке швидко стало популярним і мало передплатників далеко за межами губернії. [1].

Не меншою популярністю користувався також «Кієвській народний календарь» – своєрідний домашній довідник, що видавався під орудою громадського діяча, педагога, мецената, одного із засновників і членів розпорядчого комітету Київської російської публічної бібліотеки (нині – Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого) О. Андріяшева (1826–1907).

На землях Західної України друкування календарів українською мовою почалось ще з 50-х років XIX ст.

Регулярне видання календаря на західноукраїнських землях започаткував Ставропігійський інститут у Львові. З 1864 по 1939 р. тут видавався щорічний науковий календар «Временник Ставропігійского Института с месяцесловом».

Популярними в Галичині і великими за накладом були календарі львівської «Просвіти», що виходили в 1870–1939 рр. під назвами:

«Народний календар на рік...» (1870, 1872),

«Календар «Просвіти» на рік...» (1880),

«Календар товариства «Просвіти» на рік...» (1881–1882) [2].

Календарі «Просвіти» були настільними книжками українських родин Східної Галичини. Вони мали універсальний характер і склалися із двох частин: перша (календарна) частина, менша за обсягом, містила різні типи календарів (церковний, астрономічний, мисливський та ін.), друга – інформаційні, господарські, хронікальні, науково-популярні та літературні розділи.

Структура календарів, здебільшого, була типовою: календарна, загальна й інформаційна частини і розділ оголошень.

#### **Список використаних джерел:**

1.Календар.

URL:<https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%9A%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80>. (дата звернення: 06.11.2023).

2.Календар. Історія створення. URL : [https://newmedia.ua/interesting-know-uk/kalendar\\_stvorennya/#:~:text=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1](https://newmedia.ua/interesting-know-uk/kalendar_stvorennya/#:~:text=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1) (дата звернення: 06.11.2023).

Науковий керівник: доц. В. В. Осадчий

# МИСТЕЦТВО У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

*Студент Кристина Гуденко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Сучасне інформаційно-комунікаційне суспільство відкриває перспективу пізнання на основі інформаційних технологій, інтерактивних правил, комунікативної раціональності та волі. Відбулися докорінні зміни у ставленні до мистецтва та розумінні його статусу, що зумовлено фундаментальними й суттєвими трансформаціями, що сталися в суспільстві під впливом акселерації та комунікаційних революцій. У результаті сформувався новий інформаційно-комунікативний цифровий простір, який, на відміну від матеріального, можна вважати образно-символічним.

Якісною новою складовою сучасного цифрового інформаційно-комунікаційного простору є віртуальна реальність. Комунікація, яка опосередкована різними знаками та символами, на рівні віртуальної реальності є єдиною знаково-символічною системою, наповненою моделями та симуляціями об'єктивної реальності – «симулякрами» [3, с. 21].

На відміну від класичного мистецтва, яке базується на міметичному принципі, у віртуальній реальності людина нічого не зображує, не висловлює і не споглядає, вона насправді живе і діє за певними правилами гри. Віртуальна реальність претендує на роль самої реальності; вона може бути навіть реальнішою за ту, в якій матеріально перебуває одержувач. По суті, віртуальна реальність стає для людини ХХІ століття особливим квазідуховним середовищем, у якому вона відчуває себе цілком матеріальною істотою матеріального світу [2].

У цифровому просторі змінюється роль митця, яка полягає не у створенні та представленні ідей, досвіду, цінностей, сенсу, а в тому щоб провокувати почуття споживачів художнього продукту, який часто стає учасником творчого акту. Об'єкт сучасного мистецтва є стимулом, ініціатором естетичних переживань, а не вмістилищем естетичної інформації.

Коли мова йде про різні форми цифрового мистецтва кінцевий художній продукт часто повністю позбавлений будь-яких фізичних форм. Його реалізація відбувається виключно в цифровому просторі, що водночас свідчить про дематеріалізацію цифрового мистецтва поза ним.

У контексті циркуляції мистецтва в цифровому просторі існує й інший аспект функціонування мистецької системи, пов'язаний із переосмисленням інформаційних та управлінських ролей на сучасному арт-ринку – потенціал мережових соціальних медіа у формуванні інформаційного поля навколо творчості художника, його просуванні, формуванні бренду художника [1].

В контексті цифрової конвергенції відбуваються зміни в процесі мистецького виробництва. Цифровий простір створює унікальні умови для роботи художника, він не обмежений ні часом, ні простором, ні матеріалами та здатний реалізувати будь-яку свою фантазію у віртуальній реальності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Castells, M. (2002). The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford Academic. URL: <http://surl.li/nmjur>.
  2. Indrisek, S. (2017). Paul McCarthy and Christian Lemmerz Show the Brilliantly Disturbing Future of Virtual Reality. Artsy. URL: <http://surl.li/nmjta>.
  3. O. Olenina, O. Protsenko, Yu. Pichuhina. The status of art in the modern digital space. №78 (2022). P. 18-29.
- Науковий керівник – доц. С. А. Федоренко

## ІНФОГРАФІКА В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

*Студентка Ірина Дерябіна*  
*Студентка Діана Кривошанка*  
**Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського**

Інфографіка (інформаційна графіка) – це представлення інформації в графічному форматі, призначене для того, щоб дані були легко зрозумілими з першого погляду.

Люди використовують інфографіку, щоб швидко передати повідомлення, спростити представлення великих обсягів даних, побачити моделі даних і зв'язки, а також щоб відстежувати динаміку змінних елементів.

Зараз інфографіка стала поширеною в багатьох різноманітних секторах. Використання цієї візуальної форми значно зросло в професійній комунікації та соціальних мережах.

Освітня інфографіка – це універсальний ресурс для класу, який кожен вчитель повинен мати у своєму наборі інструментів. Вона заохочує учнів взаємодіяти зі складними темами та концепціями у візуальний спосіб.

Подаючи інформацію за допомогою візуальних матеріалів, учні з більшою ймовірністю запам'ятають матеріал і залишаються залученими в процес навчання [2].

Деякі з учнів швидко обробляють письмову та усну комунікацію. Інші віддають перевагу візуальним або тактильним методам. Інфографіка – чудовий спосіб допомогти людям обробляти інформацію максимально доступним для них способом. Інфографіка допомагає поєднати слова, зображення і навіть інтерактивні елементи, щоб допомогти з увагою, пам'яттю та процесами пригадування. При використанні такого типу поєднання лаконічно поєднується два типи сприйняття інформації що



значно поширює сферу її використання та універсальність. Це дозволяє вмісту звернути увагу найширшого кола потенційних споживачів.

Інфографіка часто виявляється настільки ефективною в освітньому контексті, тому що вона використовує зображення для виділення, пояснення або покращення текстової інформації. Вона привертає увагу до певних елементів, передає інформацію та заохочує зберігати дані багатьох учнів різної вікової категорії. Це може зробити інфографіку ідеальною для навчання основам складних процесів або деталізації вузькоспрямованих даних для широкої аудиторії.

Статистика може багато розповісти про тему, але самі по собі цифри не завжди є найцікавішим матеріалом для читання. Додавання графіків, таблиць та коротких текстових пояснень полегшує розуміння та запам'ятовування статистики. Інфографіка, орієнтована на дані, також може запропонувати аудиторії зрозуміти тему високого рівня та допомогти позиціонувати рівень доповідача серед інших в аудиторії [1].

Отже, інфографіка є незамінною частиною освітнього процесу, оскільки значно полегшує подання та освоєння інформації різної складності та об'єму. Вона дозволяє розділити, протиставити або поєднати інформаційні блоки та слугує поясненням, доповненням або уточненням до заданого обсягу інформації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Christy Walters. (2022). The Benefits of Infographics for Education. Retrieved from <https://www.copyright.com/kb/infographics/the-benefits-of-infographics-for-education/>
2. Katie Terrell Hanna. (2023). Definition infographic. Retrieved from <https://www.techtarget.com/whatis/definition/infographics>

Науковий керівник – доц. Л. В. Бутко

## МІЛТОН ГЛЕЙЗЕР: ТВОРЧІ ЗДОБУТКИ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

*Студентка Анна Загвоздіна*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Один з найвідоміших і впливових графічних дизайнерів двадцятого століття Мілтон Глейзер народився 1 липня 1929 року в Нью-Йорку, США. Свою кар'єру графіка він розпочав, навчаючись у Школі мистецтв і дизайну Мангеттена.

Логотип «I Love New York», створений Глейзером у 1977 році для рекламної кампанії Нью-Йорка, є одним з найбільш відомих його творів. Цей логотип перетворився на символ міста та важливу частину його ідентичності. «I Love New York» змінив цю динаміку, ставши іконічним вираженням любові та зв'язку з містом, хоча до створення цього логотипу Нью-Йорк мав проблеми з негативним уявленням про себе. Сьогодні спостерігаємо в різних містах світу непоодинокі випадки адаптації цього логотипу.

У 1960-х роках Мілтон Глейзер був арт-директором журналу «Esquire». Журнал отримав багато визнаних шедеврів графічного дизайну під його керівництвом, особливо – це різноманітні та виразні обкладинки, які він створив. Його внесок у розвиток графічного дизайну був визнаний і за межами журналістики, що призвело до слави Глейзера як легенди у світі дизайну.

Мілтон Глейзер також відомий своїми психоделічними роботами, зокрема портретом Боба Ділана. Цей психоделічний постер був справжньою іконою 1960-х років і відображав дух того часу.

Глейзер разом з колегами у 1954 році заснували «Push Pin Studios». Завдяки залучення талановитих художників і

дизайнерів ця студія перетворилася на важливий центр розвитку сучасного графічного дизайну.

Мілтон Глейзер також працював рекламним агентом, створюючи проекти для таких великих компаній, як IBM і Coca-Cola. Його творчі здібності та досягнення призвели до використання його робіт у рекламі великих корпорацій.

Крім того, Глейзер співпрацював з багатьма журналами, включаючи «Time», «The New York Times», «Village Voice» та інші. Його ім'я стало синонімом високоякісного та впливового графічного дизайну, і його внесок був визнаний важливим у розвитку цієї галузі.

Мілтон Глейзер має значний вплив на суспільство не тільки завдяки своїй роботі в рекламі та графічному дизайні для великих компаній, але й завдяки активній співпраці як графіка із громадськими організаціями. Його внесок в історію дизайну залежить від його здатності передавати соціальні та політичні погляди через графічний дизайн.

Мілтон Глейзер створював постери для багатьох соціальних заходів і кампаній, включаючи інформаційні та пропаганду. Його роботи в цьому напрямку ефективно висвітлювали важливі проблеми та проблеми, а також привертали увагу глядачів своєю вишуканістю та оригінальністю.

Отже, як візіонер і майстер графічного дизайну, Мілтон Глейзер виконував не лише комерційні проекти. Він відобразив соціальні, культурні та політичні аспекти свого часу за допомогою своїх здібностей і навичок. Його твори не лише вважаються класикою свого часу, але й служать джерелом натхнення для наступних поколінь графічних дизайнерів. Роблячи графічний дизайн більш виразним і соціально спрямованим, Глейзер сприяв розвитку сучасного графічного дизайну.

Науковий керівник – доц. С. А. Федоренко

# ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ

*Студентка Анастасія Котляр*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Візуальні засоби інформації («візуальний» походить від латинської «visualis», що означає зоровий) – це образні або візуальні елементи, які використовуються для передачі інформації за допомогою візуального мислення, тобто мається на увазі саме зоровий канал надходження інформації.

Фізіологічно людина влаштована так, що зорове сприйняття є основним каналом отримання знань про світ. Через зір люди сприймають близько 90% інформації.

Коли інформація надходить до нас не просто у вигляді набору букв, а з картинками, вона, безсумнівно, сприймається значно легше. [1]

Візуальні засоби сприйняття:

1. Колір – це одна із ознак будь-якого предмета, він може викликати різні емоції, асоціації. Якщо яскраві кольори привертають увагу, то приглушені створюють атмосферу спокою.

2. Розмір та розташування. Великі предмети привертають більшу увагу, ніж маленькі. Правильне розташування предметів визначає логічний порядок сприйняття інформації.

3. Шрифт. Впливає на читабельність та може передавати характер інформації.

4. Композиційне співвідношення елементів дизайну.

Ці візуальні засоби впливають на рішення та емоції людей.

Нас оточує багато візуальних елементів, які дають змогу ефектніше презентувати інформацію.

Застосування візуальних засобів саме у дизайні:

1. Створення рекламних матеріалів, брошур, постерів та інших графічних елементів. Обробка та редагування фотографій для досягнення бажаного ефекту (Графічний дизайн);

3. Створення логотипів та елементів фірмового стилю (Веб-дизайн);

4. Розробка дизайну упаковки продуктів для привертання уваги споживачів (Пакування);

5. Вибір шрифтів для визначення стилю та настрою проекту. Розміщення тексту та використання типографських елементів для покращення читабельності. (Типографіка).

Застосування візуальних засобів у дизайні важливо для того, щоб не лише передати інформацію, але й створити приємне та ефективне враження від продукту чи послуги.

Візуальні засоби інформації в сучасному світі грають важливу роль у сприйнятті та передачі даних. Вони стали невід'ємною частиною дизайну, взаємодії з інформацією в різних сферах [2]. Колір, шрифт, графіка, композиція та інші візуальні елементи стають інструментами для створення естетично привабливих та ефективних засобів передачі інформації. Вони допомагають створити приємні враження.

#### **Список використаних джерел:**

1. Візуалізація даних: що це таке і для чого вона потрібна. 2017. URL: <https://gurt.org.ua/articles/37609/> (дата звернення: 17.11.23.).

2. Візуальні комунікації у дизайні. 2021. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/60688/1/2021%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%20571%D0%9C.pdf> (дата звернення: 17.11.23.).

Науковий керівник: доц. В. В. Осадчий

## РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПАТЕРНУ В ДИЗАЙНІ

*Студентка Надія Лук'яненко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

В перекладі з англійської патерн – це «зразок», «модель», «схема» або ж «шаблон». Патерн є певною схемою-образом, яка завдяки людському сприйняттю і мисленню виявляє певні закономірності [1].

«Якими б скромними не були претензії патерну на художній розгляд, він охоплює достатньо місця, аби привернути увагу», – писав Льюїс Дей в книзі «Дизайн патернів». Патерни оточують нас скрізь. Кола, квадрати, трикутники чи інші багатокутники – усе це використовують для розробки схем, на яких будуть побудовані візерунки. «Патерн – не просто перевищення повної уяви. Він хитро побудований на лініях, необхідних для його послідовності», – пише Льюїс Дей в своїй праці. Також він зазначає, що основні лінії, на яких будується повторюваний орнамент, настільки нечисленні й прості, що їх досить легко простежити [2, с. 1–5.].

У ХХІ столітті патерн є простим елементом, що вміє зробити дизайн візуально привабливішим та цікавішим. Як зазначається, статичність та однотонність покриття може зробити виріб нуднішим та може позбавити його цікавості. У цей час застосування повторюваних елементів в композиції не лише цікаво доповнить зовнішній вигляд об'єкта, а й зробить дизайн ціліснішим та привабливішим.

У брендингу патерн відіграє значно важливішу роль, аніж просто черговий елемент бренду. Сувенірна продукція – гарний приклад використання візерунків в дизайні. Застосування патернів на сувенірній продукції допоможе позначити її, уникаючи при цьому постійного використання зображення логотипу чи назви бренду. При розробці

патерну для події чи бренду візерунок буде все одно впізнаваним елементом дизайну. Це може зробити дизайн менш офіційним, проте і позбавить дизайнера від постійного використання логотипу чи зазначення марки на продукції.

Різні пласкі гладкі поверхні, позбавлені виражених текстур, чудово підходять для використання на них патернів. Великі площини, наприклад, досить гладкі тканини, просто залиті однотонним кольором можуть стати занадто статичним та важким елементом дизайну. Те ж саме можна сказати і про великі площини на, припустимо, рекламних банерах чи плакатах. Проста однотонна заливка робить дизайн простішим та нуднішим. У той час як такий нескладний, проте не позбавлений цікавості елемент як патерн, додає руху та повітря на продукції і робить її в рази привабливішою [3].

Отже, дослідивши інформацію з нижченаведених джерел, можна зробити висновок, що патерн – схема-образ, що виявляє певні закономірності завдяки людському мисленню та сприйняттю і є важливим елементом дизайну. Патерн як елемент дизайну робить продукцію цікавою, надає їй виразності та руху завдяки повторюваності елементів. Також використання такого елемента, як фірмовий патерн бренду, може позбавити дизайнера від постійного використання логотипу чи марки бренду для позначення продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Патерн. URL: <http://surl.li/illqc> (дата звернення 14.10.23).
2. Lewis F. D. (1915). Pattern Design. London : B. T. Batsford Retrieved from C. 1, 5. Retrieved from <http://surl.li/moasi>.
3. The ultimate guide to poster Design. Retrieved from <https://www.superside.com/blog/ultimate-guide-to-poster-design>

Науковий керівник – доц. Л. В. Бутко

# ЕВОЛЮЦІЯ ТА ТРЕНДИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

*Студентка Ксенія Матвієнко*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

В епоху цифрових технологій графічний дизайн переживає неабияке становлення, відзначаючись стрімкими змінами та нововведеннями. Перехід від класичних методів, таких, як малювання вручну, до цифрових інструментів відкриває безмежні можливості для творчості та самовираження.

Тренди у графічному дизайні об'єднують сучасність і естетику, зокрема мінімалізм та застосування динамічних анімаційних елементів. Застосування штучного інтелекту розширює можливості автоматизації, а використання технологій віртуальної реальності надає ще більших можливостей [1].

Важливим аспектом є також врахування соціальних мереж та мобільних платформ у контексті графічного дизайну. Споживачі висувають високі вимоги до естетичності та інновацій, змушуючи дизайнерів швидко адаптуватися до динаміки ринку [2, с. 25].

Графічний дизайн в нашу епоху зазнає радикальних трансформацій, фокусуючись на нових напрямках та високотехнологічних рішеннях. Сучасні тенденції акцентують важливість інтерактивності та індивідуальності, пояснюючи це переходом від статичних до динамічних інтерфейсів, що реагують на взаємодію з користувачем [1].

Технології розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) відкривають нові перспективи для створення захоплюючих візуальних вражень. Застосування



3D-графіки та відтворення реалістичних візуальних ефектів стає не лише трендом, але й необхідністю [3].

Відмінність сучасного графічного дизайну також визначається переходом від традиційного малювання вручну до використання сучасних комп'ютерних інструментів. Цей перехід приніс революційні можливості та поліпшив шляхи обробки та вираження ідей.

Від роботи з папером та олівцем дизайнери перейшли до використання графічних планшетів та стилусів, що відкриває ширший простір для творчості та швидшого втілення ідей у життя. Це дозволяє експериментувати з формами та кольорами більш вільно і точно [2, с. 26].

Однією з ключових переваг цифрового малювання є можливість легкої корекції та редагування, що робить процес створення більш динамічним та гнучким. Використання цифрових інструментів сприяє також ефективній комунікації у команді та розкриває нові можливості для колективного творчого вираження [3].

Загалом перехід від аналогового малювання до цифрових технологій визначає суттєвий розвиток графічного дизайну, розкриваючи нові перспективи та покращуючи творчий процес.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бровченко А. І., Тименко В. П. Інформаційні технології візуалізації у дизайні. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-9> (дата звернення: 16.11.2023).
2. Гула Є. П. Сучасний графічний дизайн: специфіка інтегральної природи творчості. *Art and Design. фак. наук. журнал Київського нац. ун-ту тех. та дизайну*. 2020. № 3(11). С. 25–33.
3. The Evolution of Graphic Design: From Print to Digital. Retrieved from <https://medium.com/@designernaari/the-evolution-of-graphic-design-from-print-to-digital-ec4ac7609a03>

Науковий керівник – доц. Л. В. Бутко

## РОЛЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У ФОРМУВАННІ ЕКОЛОГІЧНО СТАЛОГО СУСПІЛЬСТВА

*Студентка Яна Панфілова*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Екологія є надзвичайно важливою для суспільства. Вона впливає на всі сфери нашого життя, від нашого здоров'я та безпеки до економіки та якості навколишнього середовища. Екологічні аспекти стають дедалі актуальнішими в сучасному світі, де зростає наша наукова та технологічна здатність впливати на природу. Відповідальне та дбайливе ставлення до навколишнього середовища стає все важливішим у світі, де наші ресурси обмежені, а вплив на природу стає все більш очевидним [1].

Графічний дизайн і екологія мають глибокий зв'язок у сучасному світі. Дизайнери використовують свої навички та творчість, щоб вплинути на сприйняття та розуміння екологічних проблем і практик. Вони створюють візуально привабливі матеріали, які надихають до дій, спонукають до відповідального ставлення до навколишнього середовища та популяризують сталий спосіб життя. Графічний дизайн допомагає нам краще розуміти екологічні проблеми та заохочує нас долучатися до заходів для збереження природи [2].

Постери, плакати та фірмовий стиль мають суттєвий вплив на сприйняття суспільством екологічних проблем і можуть змінювати ставлення до них. Вони візуалізують інформацію та створюють емоційний зв'язок з глядачем. Красномовні та ефектні постери можуть привертати увагу та надихати громадськість на обговорення важливих екологічних питань. Вони можуть інформувати про наслідки забруднення навколишнього середовища, втрату біорізноманітості та зміни клімату. Фірмовий стиль може демонструвати конкретні заходи компанії для зменшення впливу на природу. Наприклад, використання екологічно чистих матеріалів та упаковок може бути частиною стилю, що показує зобов'язання до збереження природи. Фірмовий стиль, спрямований на сталість, може збільшити

привабливість компанії для клієнтів, які дбають про екологію та цікавляться цим питанням. Це може призвести до зростання попиту на продукцію та послуги компанії.

Міжнародні виставки на тему екології для дизайнерів є важливою платформою для обміну ідеями, показу досягнень, і надихання в галузі графічного дизайну та дизайну продуктів. Ці виставки пропонують можливість покращити екологічну свідомість та популяризувати сталий дизайн, наприклад:

- Milan Design Week: щорічно проходить у Мілані, є однією з найпрестижніших у світі дизайну і включає в себе численні виставки, спрямовані на сталість та екологічний дизайн, також вона дає можливість дизайнерам представляти нові рішення та інновації.

- International Design Biennale Saint-Étienne: у Франції, підкреслює екологічні аспекти дизайну та сприяє розвитку сталого міського середовища. Виставка пропонує дизайнерам можливість працювати над проектами, спрямованими на покращення якості життя в містах.

Отже, дизайн та екологія мають важливий взаємозв'язок, і сучасні дизайнери в Україні дедалі більше розглядають сталий розвиток та збереження навколишнього середовища як ключовий аспект своїх творчих проектів. За допомогою стильного та ефективного дизайну плакатів можна наголосити важливість екології та відобразити проблеми та рішення, сприяючи свідомому ставленню до навколишнього середовища.

### **Список використаних джерел:**

1. Близнюк М. М. Екологічний дизайн, теоретичні основи та принципи. Електронний ресурс. Режим доступу: [https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf\\_visnyk/33/141-153\\_Blyzniuk.pdf](https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/33/141-153_Blyzniuk.pdf) (дата звернення 04.11.23)
2. Тарасенко Ю.Ю. Еко-дизайн у фірмовому стилі, тенденції та інновації. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/download/1943/192/>. (дата звернення 04.11.23).

Науковий керівник – ст. викладач К. В. Осадча

## РІЗНОВИДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СТЕНДІВ

*Студентка Анастасія Піліпішина*  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

Інформаційні стенди – це елементи, які використовуються повсюдно, комерційними структурами та організаціями, для надання інформації громадянам про місцеві події, як зручний і функціональний логотип оформлення, що рекламує товар або послуги для своїх клієнтів. Простий і надійний спосіб розміщення будь-якого виду реклами для виставкових заходів та презентацій.

Сьогодні практично будь-яка компанія, що надає будь-які послуги, використовує рекламні вивіски показчики, план приміщення і варіанти евакуації на випадки пожежі (стенд пожежної безпеки). Комерційна структура, яка зацікавлена донести до своїх потенційних покупців інформацію, рекламного характеру про послуги і товари, використовують безліч інформаційних стендів по місту і рекламні показчики на дорогах.

Вартість на рекламні конструкції відносно невелика, а процес виготовлення на підприємстві нескладний [1].

Рекламні інформаційні стенди призначені для вуличного використання, виконуються з міцніших і атмосферостійких матеріалів. Оформлення може бути виконано в будь-якому фірмовому або корпоративному стилі компанії, за бажанням замовника. Таким чином стенд буде сприяти розвитку популярності і спільному впровадженню організації на споживчому ринку.

Для надання ознайомчої інформації в офісах, торгових і розважальних центрах, громадських будівлях, навчальних закладах, використовують інформаційні стенди, виконані в діловому стилі.

Стенд визначають щитом або об'ємною конструкцією які виготовляють з матеріалів на якій зображують графічну та текстову інформацію з різним змістом. Основне завдання стенда це донести інформацію якомога більшої кількості людей.

Стенди можна поділити на інформаційні та рекламні [2].

Інформаційні стенди розміщують в місцях загального користування, наприклад в магазинах, офісах або школах. На них розміщують інформацію про різні документи, правила поведінки, інформацію про кращих співробітників тощо.

Також на інформаційному стенді розміщують інформацію про різні накази, платіжні реквізити, ліцензії або сертифікати, такі стенди називають обов'язковими.

Особливе місце займають стенди, на яких розміщена інформація, яка може врятувати життя людини – схема евакуації під час пожежі або правила безпеки на складному виробництві, надання першої допомоги [2].

Рекламні стенди мають саме рекламний характер і спрямовані на вплив потенційних споживачів. Основне призначення рекламного стенда – це пошук клієнта. На таких стендах присутня інформація про компанію, її послуги та товари, про ціни, умови постачання, гарантії тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інформаційні стенди. URL: <http://surl.li/hhuib>. (дата звернення: 05.11.2023)
2. Рекламні та інформаційні стенди – види та особливості виготовлення. 2019. URL: <http://escu.com.ua/reklamni-ta-informacijni-stendi-vidi-i-osoblivosti-vigotovlennya/> (дата звернення: 05.11.2023)

Науковий керівник – доц. В. В. Осадчий

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ЛЮДИНА  
В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

**Матеріали**

**VII Всеукраїнської науково-практичної конференції**

Відповідальний редактор Володимир Маслак  
Комп'ютерна верстка та дизайн Світлана Федоренко