

НАУКОВІ ДИСКУСІЇ ТА ОГЛЯДИ

DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2023-52-1-105>
УДК [316.77:004]:351.01

Д. С. ФАЙВИШЕНКО

докторка економічних наук, професорка,
завідувачка кафедри журналістики та реклами
Державного торговельно-економічного
університету,
Україна, м. Київ

e-mail: d.fayvishenko@knu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7880-9801>

Web of Science ResearcherID:

<https://www.webofscience.com/wos/author/rid/ABH-8629-2020>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56437748100>



Є. В. ШКУРОВ

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики та реклами
Державного торговельно-економічного
університету,
Україна, м. Київ

e-mail: e.shkurov@knu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5947-599X>

Web of Science ResearcherID:

<https://www.webofscience.com/wos/author/rid/ACU-4441-2022>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58078732700>



СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР: ТЕНДЕНЦІЇ, МЕДІА, РЕФЛЕКСІЇ ВІЙНИ¹

Стаття присвячена аналізу питань миру та війни в медійному дискурсі, аналізу медіарефлексій російського вторгнення в Україну, дослідженню соціальних комуні-

¹ © Файвішенко Д. С., Шкуров Є. В., 2023. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

Статтю розміщено на сайті збірника: <http://econtlaw.nlu.edu.ua>.

кацій в умовах війни, зокрема реалій журналістики, реклами та PR, осмисленню інфодемії, інформаційних війн і протиборства наративних дискурсів, розвитку медіаосвіти та медіакультури, обговоренню інновацій у підготовці фахівців у сфері соціальних комунікацій.

Ключові слова: соціальні комунікації, медіапростір, медіа, суспільство, реклама, рефлексії війни.

JEL Classification: I21, I23, J145, I82, M37.

Постановка проблеми. Війна в Україні суттєво вплинула на світовий медіаландшафт і реалії української журналістики, реклами та PR. Зміни в медіаполі потребують залучення науковців і практиків із питань соціальних комунікацій, зокрема фахівців із журналістики, інформаційних воєн, рекламної справи та PR, медіаосвіти та медіагігієни. Україна стала актуальною та важливою темою в багатьох іноземних медіа, а світова суспільна думка перебуває у вирі боротьби наративів з її приводу. Завданням фахівців у сфері журналістики, реклами, зв'язків із громадськістю є теоретичне осмислення і надання практичних рекомендацій з функціонування медіа та рекламного ринку в умовах повномасштабної війни, позиціонування України у світі, протидія деструктивним наративам і пропаганді, розвиток медіаосвіти та медіакультури, а також підготовка фахівців із соціальних комунікацій в умовах кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній літературі вітчизняні й закордонні науковці активно вивчають зазначені питання. Це: Є. Врублевська-Трохим'юк (Ye. Vrublevska-Trokhymiuk), С. Матвієва (S. Matvieieva), Є. Кияниця (Ye. Kyianytsia), В. Кузев (V. Kuziev) та інші. Однак питання теоретичного осмислення та надання практичних рекомендацій залишаються актуальними.

Формулювання цілей. Метою є обговорення медіарефлексій повномасштабного російського вторгнення в Україну на теренах національного та міжнародного медіаландшафтів, дослідження соціальних комунікацій в умовах війни, зокрема реалій журналістики, реклами та зв'язків із громадськістю, аналізу інфодемії, інформаційних війн та протиборства наративних дискурсів, розвитку медіаосвіти та медіакультури.

Виклад основного матеріалу. Державним торговельно-економічним університетом 27–28 лютого 2023 року було проведено Міжнародну науково-практичну інтернет-конференцію «Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни» (до річниці героїчного спротиву російському вторгненню).

Захід проходив у режимі прямої онлайн-трансляції з дотриманням правил безпеки протягом двох днів і був присвячений саме обговоренню питань миру

та війни в медійному дискурсі, аналізу медіарефлексій російського вторгнення в Україну, дослідженню соціальних комунікацій в умовах війни, зокрема реалій журналістики, реклами та PR, осмисленню інфодемії, інформаційних війн і протиборства нарративних дискурсів, розвитку медіаосвіти та медіакультури, обговоренню інновацій у підготовці фахівців у сфері соціальних комунікацій

Основними напрямками роботи конференції стали:

- питання миру та війни в науково-теоретичному та практичному медіадискурсі;
- війна проти України у висвітленні українських та іноземних медіа;
- вплив війни та кризових явищ на розвиток журналістики, реклами та PR;
- образ України й українців у рецепціях зарубіжних медіа;
- реалії інформаційної війни, ефективна протидія маніпуляціям у медіа та фактчекінг;
- сучасна воєнна журналістика: український і закордонний досвід, історія та сьогодення висвітлення воєн;
- наративи воєнної доби, їхня історія та особливості;
- інформаційний вимір та медіарефлексії релігійної сфери в період війни;
- тенденції розвитку соціальних комунікацій у сучасній Україні та світі;
- медіаосвіта та медіакультура, інноваційні освітні технології у підготовці журналістів, рекламистів і фахівців із PR.

Конференція вирізнялася широким представництвом наукової спільноти, фахівців у сфері соціальних і гуманітарних наук, теоретиків і практиків у сфері соціальних медіа та PR-комунікацій, представників вітчизняних і міжнародних громадських організацій.

Учасниками заходу стали більше 150 осіб, серед них представники 33 іноземних і українських університетів, громадських організацій.

До роботи міжнародної конференції в Державному торговельно-економічному університеті долучилися провідні вітчизняні й закордонні вчені, дослідники та науковці навчальних закладів, наукових установ: Національного університету біоресурсів і природокористування України, Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Волинського національного університету імені Лесі Українки, Державного податкового університету, Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку, Запорізького національного університету, Київського національного економічного університету імені В. Гетьмана, Київського національного університету імені Т. Шевченка, Київського національного університету культури і мистецтв, Київського університету імені

Б. Грінченка, Київського університету інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія», Львівського національного університету імені І. Франка, Національного університету «Києво-Могилянська академія», Національного університету «Одеська політехніка», Національного університету охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика, Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, Національної академії статистики, обліку та аудиту України, Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, Полтавського державного аграрного університету, Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, Сумського національного аграрного університету, Уманського державного педагогічного університету імені П. Тичини, Київського торговельно-економічного коледжу, Millikin University (The United States of America), Aix-Marseille Universite Centre Mesopolhis (France), University of Oxford (United Kingdom), Academy of the Hebrew Language (Israel), Geneva Branch of Ukrainian Society in Switzerland (Switzerland), The International Research Education & Training Center (Estonia), University of Zielona Góra (Poland), Maria Curie-Skłodowska University (Poland), Bielsko-Biala School of Finance and Law (Poland), Institute of Slavic Studies Polish Academy of Sciences (Poland).

Конференцію урочисто відкрила вітальним словом перша проректорка з науково-педагогічної роботи Державного торговельно-економічного університету докторка технічних наук, професорка **Наталія Прутульська** (Nataliia Prytul'ska). Вона наголосила на актуальності обговорення питань миру та війни, аналізу медіарефлексій російського вторгнення в Україну та дослідження соціальних комунікацій в умовах війни в міжнародному форматі. Акцентувала увагу, що особливого значення при цьому набуває героїчний спротив українського народу, тримання освітянського фронту університетом і згуртованості всієї наукової спільноти.

Завідувачка кафедри журналістики та реклами докторка економічних наук, професорка **Діана Файвішенко** (Diana Fayvishenko), член організаційного комітету конференції, приєдналася до привітань і у своїй доповіді «Медіаосвіта в умовах воєнного часу» виокремила значення медіаосвіти в умовах війни, наголосила на тому, що різні аспекти цього поняття підкреслюють її важливість для розвитку демократії та культурної різноманітності, формують громадянську свідомість і сприяють розвитку критичного мислення, а також підкреслила зв'язок між медіа та культурними змінами в сучасному світі.

Науковиця наголосила, що медіаосвіта як комплекс знань, умінь і навичок, необхідних для розуміння та критичного оцінювання медійних повідомлень

та інформації, в умовах воєнного часу відіграє важливу роль у формуванні громадянського суспільства й розвитку медійної грамотності населення. Україна має національну стратегію розвитку освіти до 2030 року, яка передбачає розвиток медіаосвіти в системі загальної середньої та вищої освіти і метою якої є забезпечення розвитку суспільства через якісну освіту, відповідність міжнародним стандартам, що є фактором конкурентоспроможності нації.

Доповідачка виокремила, що на сьогодні в Україні існує низка проєктів для дітей і молоді, метою яких є підвищення медіаграмотності та розвиток креативних навичок. Так, Державний торговельно-економічний університет є постійним організатором міжнародних конференцій, де основна роль відводиться саме питанням медіаграмотності та медіаосвіти, висвітленню принципів роботи медіа та навичок критичного оцінювання отриманої інформації. Проведено кілька міжнародних круглих столів «Медіаосвіта в Україні», присвячених питанням медіагігієни, інформаційним війнам і перспективам розвитку сфери журналістики, правильній оцінці та перевірці інформації, яку отримують із медіа, верифікації інформації. Сьогодні в Україні західні ідеї медіаосвіти та медіаграмотності проникають дедалі ширше в освіту, спостерігається розвиток електронного навчання з використанням новітніх технологій та інновацій, підвищенням якості професійної освіти та підготовки фахівців, які відповідають вимогам ринку праці, сприяють формуванню критичного мислення та розвитку медійної грамотності українців. Як висновок, це дозволяє краще зрозуміти медійну сферу та використовувати її з користю для суспільства та громадян [1; 2].

До привітань і виступів на пленарному засіданні приєдналися закордонні й українські партнери: професор Кеннет Лондра (Kenneth Laundry, PhD, Millikin University, The United States of America), представник ректора Вищої школи фінансів і права в Бельсько-Бялей Броніслав Млодзейовський (Bronisław Młodziejowski, Bielsko-Biala School of Finance and Law, Poland), доктор лінгвістики, професор Кирило Асланов (Cyril Aslanov, Aix-Marseille Université, France), докторка філології, професорка, завідувачка кафедри журналістики Зеленогурського університету Магдалена Стецьог (Magdalena Steciąg, University of Zielona Góra, Poland) та інші.

Професор кафедри соціології та кримінальної юстиції Університету Мілікіна (США) **Кеннет Лондра** презентував доповідь «Американський погляд на війну та вплив ЗМІ». Спочатку дослідник коротко зупинився на ставленні американців до боротьби України з російськими окупантами. Незважаючи на те, що є американці, які абсолютно не поінформовані та не стурбовані

війною, більшість громадян США розуміють, що боротьба України за демократію також є і їхньою справою. Багато хто розчарований тим, що США не можуть надати зброю та боєприпаси, танки та винищувачі достатньо швидко. Професор Кеннет Лондра розказав про свого студента, який не знав про події в Україні, що викликало в нього подив. Однією з причин цього, він вважає, є те, як молоді американці, особливо молодь, одержують щоденну інформацію. Найчастіше вони отримують інформацію через платформи соціальних мереж (наприклад, Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat). Ці платформи використовують комп'ютерні алгоритми, які спрямовують споживача на вебсайти і джерела, що, за їхніми прогнозами, будуть цікаві для особи на основі попередніх запитів і кліків. У результаті одна людина отримує інформацію про Україну, а інша – ні. Це проблема будь-якого сучасного західного демократичного суспільства, оскільки зараз люди отримують дуже різні картини реальності або взагалі нічого не знають про важливі події. Цей ефект посилюється тим, що людський мозок схильний у першу чергу до упередженого сприйняття, яке є першопричиною застосування подібних алгоритмів. Це упередження, відоме як «підтверджувальне упередження», є добре відомим явищем, яке широко вивчено: переконання на першому місці, а докази переконань усвідомлюються пізніше. Це лише посилює часто викривлені світоглядні моделі, породжені сьогоднішніми засобами масової інформації, де панує клікбейт, а стрічки новин адаптовані до індивідуальних уподобань. Також професор Кеннет Лондра коротко згадав про свою осінню відпустку 2021 року, яку провів у Києві та під час якої брав інтерв'ю у науковців і практиків відновного правосуддя, і за допомогою QR-коду спрямував аудиторію до матеріалів виконаного ним дослідження, що викладені у відкритому доступі.

Доктор економічних наук, професор, в. о. завідувача кафедри економічної теорії та конкурентної політики Державного торговельно-економічного університету **Юрій Уманців** (Yurii Umantsiv) у доповіді «Забезпечення фундаментальної економічної підготовки фахівців сфери соціальних комунікацій» акцентував на важливості формування майбутніх фахівців із сучасним світоглядом, спроможністю до постійного самовдосконалення, професійними знаннями інноваційного характеру, вміннями їх практично використовувати для глибокого та збалансованого висвітлення соціально-економічних проблем. Доповідач обґрунтував актуальність урахування у програмах підготовки фахівців сфери соціальних комунікацій розвитку компетентностей, що покликані підготувати випускника до роботи у сфері економічної та бізнес-журналістики, сформувані здатність до критичного сприйняття та аналізу інформації, застосування інноваційного бізнес-мислення та обізнаності у трендах розвитку економіки на мега-, макро-, мезо- та мікрорівнях.

На думку доповідача, необхідним є ґрунтовний аналіз постійних трансформацій, що визначають економічну нестабільність за умов поглиблення глобалізаційних процесів. Очевидно, що сучасний етап суспільного розвитку потребує фахівців, які відповідають потребам медійного ринку, обізнані з новітніми технологіями, серед яких журналістика даних, соціальний медіамаркетинг, вибір цільових сегментів потенційних клієнтів, яким компанії прагнуть реалізувати товари чи послуги, тощо. Домінантою сучасного суспільного розвитку є широкомасштабна цифровізація та розвиток штучного інтелекту. Для того щоб бути готовими працювати за таких умов і відповідати запитам ринку, майбутні фахівці у сфері соціальних комунікацій мають володіти ґрунтовною підготовкою та системними знаннями у сфері економічної теорії, макроекономічного аналізу, економіки державного сектору, міжнародної конкуренції, економіки галузевих ринків, конкурентної політики тощо.

Докторка філософських наук, професорка кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету **Ольга Добродум** (Olga Dobrodum) у своєму виступі «Війна очима віруючого» звернула увагу колег на проблематику руйнації, яку спричинила росія своєю війною в різних сенсах – від матеріального до духовного, від освітнього і наукового, спортивного й медичного до релігійного та культурного щаблів. Статистика пошкоджених і зруйнованих храмів, утиски, арешти та переслідування усіх інакомислячих, нелояльних до режиму, вірян і парафіян на окупованих територіях, загальна проблематизація здійснення свободи совісті та віросповідання, спричинена російсько-українською війною, гуманітарна допомога та філантропічна діяльність усіх конфесій і деномінацій – лише декілька складових маніфестацій релігійної свободи під час російсько-української війни. Існують різні ступені концептуалізації положення свободи совісті стосовно релігійних організацій: на окупованих територіях – переслідування вірян та інакомислячих; на неокупованих територіях – підозри у колабораціонізмі осіб, лояльних до УПЦ, виявлення лояльних/нелояльних і певна дискримінація цієї церкви; за кордоном – від релігійної політики Папи Римського до позиції Всесвітньої Ради церков щодо російсько-української війни [3].

Докторка філософських наук, професорка кафедри філософії та іноземних мов Національного університету охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика **Наталія Бойченко** (Nataliia Boichenko) у своїй доповіді «Цінності сучасного українського демократичного суспільства як ефективна протипага нарративам “путінської” росії» поставила слушне питання: демократичні цінності – про що йдеться? Наше розуміння демократії, як правило, має позитивний контекст, ми виходимо з положення, що сучасна демократія сама по собі є важливою, загально визнаною цінністю. Але чи завжди демократія

була такою, якою ми собі її змальовуємо? До прикладу, в античних полісах кожен громадянин брав участь у керуванні державою, але жінки (незалежно від статусу) не мали громадянства. Сьогодні світова спільнота сприймає демократичні цінності як необхідну та невід’ємну ознаку сучасного прогресивного суспільства, водночас і як щось ніби «вроджене» для нього. Більшість громадян європейських країн не замислюються про обмеження демократії, оскільки вони можуть вільно висловлюватися, звертатися до некорумпованого суду, обирати владу, користуватися рідною мовою тощо. Україна, у свою чергу, прагне ствердитися саме як демократична країна, для якої демократичні цінності не є порожніми словами. Звісно, не слід ідеалізувати стан демократії в нашій країні, ми тільки розпочали дуже важливу роботу, яку потрібно буде продовжувати після перемоги. Розмова про цінності, демократію та наративи не може відбуватися без розуміння загальної картини, визначення комунікативного контексту. Цінності проявляють себе через фундаментальні переконання, які спрямовують або мотивують ставлення чи дії, допомагають нам визначити, що є важливим для нас. Якщо наратив претендує на винятковість, то він обов’язково включає переконання (вірування) щодо «єдиноправильного» розуміння історії (ситуації, події тощо), які, мовляв, забезпечує саме цей наратив. Відповідно, усі інші наративи проголошуються хибними, а їх носії – ворожими елементами. Саме тому може виникати конфлікт наративів, який обертається конфліктом свідомостей, пам’ятей представників різних поколінь, народів тощо.

Докторка філософії з політології, старша викладачка кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету **Катерина Федоришина** (Kateryna Fedoryshyna) зосередила увагу на тому, що Україна робить для повернення віри в демократичні інститути та процеси в західному світі. За словами Катерини Федоришиної, війна росії проти України дозволила усталеним демократіям повернутися до розуміння важливості демократичних цінностей як основи демократичного політичного режиму. До 2022 року ставлення до демократії у світі поступово відходило в бік розчарування, підкріплене неспроможністю демократичних урядів достатньо ефективно справитись із викликами пандемії та наслідками глобалізації. Але 2022 рік призвів до того, що саме демократичні цінності знову стали пріоритетом для західного світу, наповненого популістською риторикою та роздумами, чи справді демократичні процедури є найкращими з можливих [4; 5]. Роль України в цьому процесі першочергова. Своєю боротьбою із загарбником країна демонструє не тільки бажання відвоювати ідентичність, встановити історичну справедливість чи захистити власне існування. Ця боротьба також

містить специфічні характеристики вибору ціннісних орієнтирів, що відрізняють демократію від інших політичних режимів. Отже, навіть якщо в основі українська боротьба із загарбником більше відповідає боротьбі за територіальну цілісність і існування як таке, вона також виносить на перший план протистояння за демократичні цінності проти автократії та примусу [6].

Здобувачка вищої освіти Державного торговельно-економічного університету **Аліна Коновалова** (Alina Konovalova) розповіла про допомогу Ірландії для України й українських біженців, а також про висвітлення цієї допомоги в медіа. Завдяки Ірландії багато українців знайшли тимчасовий притулок, щоб уникнути воєнних реалій. У деяких округах лише кілька відсотків населення є біженцями, а в Енністимоні, графство Клер, це 7,19%. Північне місто Дублін є домом для 1542 українських біженців. 15 627 українських біженців працевлаштовані державними службами зайнятості Intreo. Влада Ірландії надала Україні гуманітарну допомогу на суму 20 млн євро, а також передала цій країні медичні препарати й обладнання на загальну суму понад 4,5 млн євро. Більшість новин, пов'язаних з Україною, висвітлюється в ірландських медіа, що підкреслює приязне ставлення Ірландії до України.

Модераторами міжнародної конференції виступили представники кафедри журналістики та реклами: кандидат філологічних наук, доцент **Євген Шкуров** (Yevhen Shkurov), докторантка **Яніна Лісун** (Yanina Lisun), докторка філософських наук, професорка **Ольга Добродум** і докторка філософії, старша викладачка **Катерина Федоришина**, які привітали всіх учасників і наголошили на обговоренні основних питань.

Активне обговорення у міжнародному форматі актуальних напрямів продовжилося 28 лютого 2023 року на секційній роботі конференції.

СЕКЦІЯ 1. «МИР ТА ВІЙНА У НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНОМУ ТА ПРАКТИЧНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ»

Модераторами секції стали представники кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету: кандидат філологічних наук, доцент **Євген Шкуров** та **Аліна Коновалова**, здобувачка вищої освіти.

Євген Шкуров, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, автор ідеї та один із координаторів конференції «Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни», доповів про медійний вимір сучасного українського міста. Євген Шкуров став науковим керівником низки студентів, які виступили як на пленарному засіданні, так і на секціях.

У виступах учасників першої секції було розглянуто актуальні питання: воєнно-політичного дискурсу – доповідачка **Світлана Матвєєва**, докторка філологічних наук, професорка кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу, Український державний університет імені Михайла Драгоманова, Київ, Україна;

європейські норми підготовки журналістів як чинник формування конкурентоспроможності українських фахівців масової комунікації на ринку праці (на прикладі діяльності ЕЛТА) – доповідач **Станіслав Ковальський** (Stanislav Kovalskyi), кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій, факультет журналістики, реклами та видавничої справи, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, Одеса, Україна;

трансляція соціокультурних цінностей як процес формування медіакультури в умовах кризи – доповідачка **Євгенія Кияниця**, кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна.

На конференції було також розглянуто такі питання:

медійна війна в Україні в працях українських науковців періоду повномасштабного російського вторгнення (доповідь **Яни Гладир** (Yana Hladyr), кандидатки філологічних наук, доцентки Інституту славістики Польської академії наук, Варшава, Польща, та **Єви Врублевської-Трохим'юк**, докторки гуманітарних наук у галузі культурознавства, Інститут славістики Польської академії наук, Варшава, Польща);

трансформація етнокультурних образів-символів у новинних медіатекстах періоду російсько-української війни (виступ **Галини Микитів** (Halyna Mykytiv), кандидатки наук із соціальних комунікацій, доцентки кафедри видавничої справи та редагування, Запорізький національний університет, Запоріжжя, Україна);

війна проти України у висвітленні іноземних медіа (**Оксана Терєбус** (Oksana Terebus), кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри соціальних комунікацій, Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, Україна);

як західні ЗМІ підтримують Україну й українців (**Оксана Голік** (Oksana Holik), кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри журналістики та реклами, **Катерина Голік** (Kateryna Holik), здобувачка вищої освіти, спеціальність «Журналістика», факультет торгівлі та маркетингу, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

протистояння російській пропаганді в українських медіа (**Тетяна Войтович** (Tetiana Voitovych), кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка

кафедри теорії і практики журналістики, Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна);

інноваційні освітні технології у підготовці журналістів (**Оксана Мельніченко** (Oksana Melnichenko), кандидатка психологічних наук, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

вплив війни на заклади вищої освіти в Україні (**Ганна Куровська** (Hanna Kurovska), аспірантка кафедри соціології Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна);

війна в Україні у польських ЗМІ (**Йоанна Навліцка** (Joanna Nawlicka), здобувачка вищої освіти з журналістики та соціальної комунікації гуманітарного факультету Університету Зелона Гура, м. Зелена Гура, Польща);

графічний роман як інструмент інформаційного опору (за матеріалами гри «Ukraine War Stories») (**Олеся Шакур** (Olesya Shakun), здобувачка вищої освіти, спеціальність «Українська мова та література», філологічний факультет, Запорізький національний університет, Запоріжжя, Україна. Науковий керівник: Шкуров Є., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та реклами ДУТЕ);

підтримка України російською опозицією та боротьба з російсько-українською війною і тиранією в репортажах німецького ЗМІ «Deutsche Welle» (**Неллі Хасоян** (Nellie Khasoyan), бакалаврка мистецтв, незалежна публіцистка, Данія);

зміна архетипів в іміджі політиків під час воєнного стану (**Анастасія Савчук** (Anastasiia Savchuk), кандидатка економічних наук, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна).

СЕКЦІЯ 2. «СУЧАСНІ ТRENДИ ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА PR»

Модераторами секції стали представники кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету: докторантка **Яніна Лісун** (Yanina Lisun) та **Ірина Крупко** (Iryna Krupko), здобувачка вищої освіти.

У виступах, під час їх обговорення і в коментарях учасники висвітлили актуальні питання стану, розвитку та трендів журналістики, реклами та PR.

Зокрема:

стереотипи миру та війни в практичному медіадискурсі (**Тетяна Семашко** (Tetiana Semashko), докторка філологічних наук, професорка кафедри

журналістики та мовної комунікації, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна);

сучасний медіапростір України: антифейкові ресурси в умовах війни (**Марина Навальна** (Maryna Navalna), докторка філологічних наук, професорка, професорка кафедри журналістики та мовної комунікації, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна);

творчий конкурс як складова підготовки студентів-рекламістів (**Галина Алданькова** (Halyna Aldankova), кандидатка економічних наук, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

етичні проблеми маркетингових комунікацій в Україні під час війни (**Ольга Кучкова** (Olha Kuchkova), кандидатка економічних наук, завідувачка кафедри маркетингу та логістики, доцентка, Український державний хіміко-технологічний університет, Дніпро, Україна);

особливості комунікації зі споживачем в умовах воєнного стану в Україні (**Ірина Бучацька** (Iryna Buchatska), кандидатка економічних наук, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

вітчизняні мас-медіа у протидії воєнним маніпуляціям і фактчекінгу (**Олександр Мотлях** (Oleksandr Motliakh), доктор юридичних наук, професор, Науково-дослідний інститут Київського національного університету культури і мистецтв, Київ, Україна);

етичні проблеми маркетингових комунікацій в Україні під час війни (**Світлана Фіалка** (Svitlana Fialka), кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, доцентка кафедри видавничої справи та редагування, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна);

вплив війни на процеси в PR-сфері (**Наталія Савчук** (Nataliia Savchuk), кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри прикладної лінгвістики та журналістики, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Умань, Україна);

літературна критика в соціальних мережах: тенденції та трансформації (**Марина Ковінько**, редактор, кандидат філологічних наук, Київ, Україна);

журналістика в умовах війни: функції ЗМІ у висвітленні збройних конфліктів (**Марія Рожило** (Mariia Rozhylo), кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, доцентка кафедри соціальних комунікацій, Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, Україна);

аналіз рекламних слоганів і графічних прийомів для майбутніх фахівців маркетингу (**Галина Брюханова** (Halyna Briukhanova), кандидатка педагогіч-

них наук, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

тенденції відображення соціально-економічної теми «житло / нерухомість» у практиці ділових онлайн-медіа від початку повномасштабного вторгнення (**Вікторія Нікітенко** (Viktoriia Nikitenko), асистентка кафедри соціології, Київський національний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна, здобувачка ступеня доктора філософії в Науково-дослідному інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна);

медіаінструменти бренду на ринку спортивних послуг (**Данило Сідельніков** (Danylo Sidielnikov), аспірант кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна).

СЕКЦІЯ 3: «СУСПІЛЬСТВО ТА КОМУНІКАЦІЇ»

Модераторами секції стали представники кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету: докторка філософських наук, професорка **Ольга Добродум** (Olga Dobrodum) і **Богдана Кришталь** (Bohdana Kryshstal), старша лаборантка кафедри.

У секційних виступах основний акцент було зроблено на питання миру та війни в медіапросторі. Серед актуальних тем відзначимо такі:

«І сталася на небі війна». Міфологема війни на небесах як маніфестація християнського етико-космологічного дуалізму» (**Валерій Кузєв**, кандидат філософських наук, visiting researcher, University of Oxford, Oxford, The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland);

«Гібридність як феномен сучасності на прикладі поліконфесійних держав» (**Ольга Гольд** (Olha Hold), кандидатка філософських наук, докторантка Житомирського національного університету імені Івана Франка, Aix-Marseille Universite Centre Mesopolhis, sociologic, politologic et histor Méditerranée, Aix en Provence, rechercher, Marseille, France);

«Підтримка світової спільноти України на прикладі Швейцарії: разом до перемоги!» (**Андрій Козка** (Andrii Kozka), кандидат юридичних наук, Geneva Branch of Ukrainian Society in Switzerland, Geneva, Switzerland);

«Масова комунікація як особливий вид соціального спілкування» (**Світлана Шуляк** (Svitlana Shuliak), докторка філологічних наук, професорка кафедри прикладної лінгвістики та журналістики, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Умань, Україна);

«Мова медіа періоду воєнного часу як полігон творення нової нормативності» (**Наталія Зикун** (Nataliia Zykun), докторка наук із соціальних комуні-

кацій, професорка, декан факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту, Державний податковий університет, Київ, Україна);

«Інтерв'ю журналіста Володимира Золкіна з російськими військовополоненими: роздвоєна мораль» (**Світлана Пустовіт** (Svitlana Pustovit), докторка філософських наук, професорка, завідувачка кафедри філософії та іноземних мов, Національний університет охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика, Київ, Україна);

«Вербалізація хоронімної опозиції “Україна / росія” в сучасному воєнному дискурсі» (**Микола Степаненко** (Mykola Stepanenko), доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та мовної комунікації, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна);

«Воєнний дискурс ХХ–ХХІ ст.: традиційно-новаторські модули» (**Ніна Степаненко** (Nina Stepanenko), кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри журналістики та мовної комунікації, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна);

«Хронікальна інформація як джерело лінгвокраїнозначого матеріалу для студентів-іноземців, які вивчають українську мову» (**Тетяна Савенко** (Tetiana Savenko), кандидатка філологічних наук, доцентка, доцентка кафедри іноземних мов, Національна академія статистики, обліку та аудиту, Київ, Україна);

«Мовні новотвори в інформаційно-публіцистичних матеріалах в українському телерадіоефірі як віддзеркалення нових реалій і понять неспровокованої війни росії проти незалежної України» (**Олександр Савенко** (Oleksandr Savenko), професор кафедри журналістики та мовної комунікації, заслужений журналіст України, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна);

«Соціальна відповідальність медіа в умовах війни» (**Олена Мельникович** (Olena Melnykovich), докторка економічних наук, професорка, професорка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна; **Альона Зікій** (Alona Zikii), **Анна Орешак** (Anna Oreshak), здобувачки вищої освіти, спеціальність «Журналістика», факультет торгівлі та маркетингу, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

«Зміна феліцитарної парадигми українців в умовах воєнного часу: медійне відображення» (**Вілена Воронцова** (Vilena Vorontsova), кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, доцентка кафедри журналістики і зв'язків з громадськістю, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна);

«Застосування штучного інтелекту у сфері PR» (**Ірина Гамова** (Ігуна Намова), кандидатка економічних наук, докторантка, доцентка кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна);

«Маніпулювання свідомістю як елемент сучасних воєн» (**Олексій Северенчик** (Oleksii Severenchuk), заступник декана з соціально-побутових питань факультету соціології та права, старший викладач кафедри соціології, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна).

Висновок. Плідне обговорення питань конференції дало можливість представити такі узгоджені положення: незважаючи на реалії війни, дослідників продовжує цікавити широкий спектр питань суспільного виміру соціальних комунікацій, що підкреслює стійкість і витривалість наукової спільноти. Медіаосвіта відіграє провідну роль у формуванні медіаграмотності населення та генерації новинної інформації, підвищенні рівня володіння комунікаціями в умовах постправди та інформаційних воєн. Винятково важливою в сучасній медіакультурі є здатність орієнтуватися в рекламних і PR-комунікаціях у сфері бізнесу.

Персональна здатність орієнтуватися в потоках інформації визначає вміння ефективно здобувати нові знання та висвітлювати правдиві новини, відокремлювати шкідливий контент, осмислювати події. Активно розвивається просвітницька діяльність щодо запобігання медіаманіпуляціям, підтримки та розвитку ділових комунікацій та бізнесу в інформаційному середовищі, висвітлення мужності та витривалості українського народу й освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Perevozova I., Fayvishenko D., Melnicovich O., Nemish Yu., Shkurov Ye. Formation of brand of sustainable industrial development in the postwar period. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2022. №3. С. 179–184. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2022-3/179>.
2. Fayvishenko D., Melnichenko O., Bogatyrova K. Development trends of Internet advertising in Ukraine. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. №6, т. 2. С. 24–27. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6/2-4>.
3. Breakdown Of Digital Political Ad Spend For The 2022 Midterms. *AdImpact*: вебсайт. 2022, Oct. 10. URL: <https://adimpact.com/blog/breakdown-of-digital-political-ad-spend-for-the-2022-midterms/> (дата звернення: 02.03.2023).
4. King J. M. Microtargeted Political Ads: An Intractable Problem. *Boston University Law Review*. 2022. Vol. 102, Iss. 3. P. 1129–1167.

5. Global Political Organizations Market Drivers, Trends And Restraints For 2022–2031 / TBRC Business Research Pvt Ltd. *Newswires* : вебсайт. 2022, Aug. 29. URL: https://www.einnews.com/pr_news/588259837/global-political-organizations-market-drivers-trends-and-restraints-for-2022-2031 (дата звернення: 02.03.2023).
6. Fedoryshyna K. Why the social media platforms within the political ad campaigns influence the democracy. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ» : Education and Science of Today: Intersectoral Issues and Development of Sciences* (Dec. 9, 2022; Cambridge, UK). Cambridge, United Kingdom : P. C. Publishing House ; Vinnytsia, Ukraine : Yevropeiska naukova platforma, 2022. P. 151–152. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-09.12.2022.40>.

REFERENCES

1. Perevozova, I., Fayvishenko, D., Melnicovich, O., Nemish, Yu., & Shkurov, Ye. (2022). Formation of brand of sustainable industrial development in the postwar period. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu – Scientific Bulletin of the National Mining University*, (3), 179–184. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2022-3/179>.
2. Fayvishenko, D., Melnichenko, O., & Bogatyrova, K. (2021). Development trends of Internet advertising in Ukraine. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Herald of Khmelnytskyi National University. Economical sciences*, 6(2), 24–27. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6/2-4>.
3. *Breakdown of digital political ad spend for the 2022 midterms*. (2022, October 10). AdImpact. <https://adimpact.com/blog/breakdown-of-digital-political-ad-spend-for-the-2022-midterms/>.
4. King, J. M. (2022). Microtargeted political ads: An intractable problem. *Boston University Law Review*, 102(3), 1129–1167.
5. TBRC Business Research Pvt Ltd. (2022, August 29). *Global political organizations market drivers, trends and restraints for 2022–2031*. Newswires. https://www.einnews.com/pr_news/588259837/global-political-organizations-market-drivers-trends-and-restraints-for-2022-2031.
6. Fedoryshyna K. (2022). Why the social media platforms within the political ad campaigns influence the democracy. *Collection of Scientific Papers “ΛΟΓΟΣ”: Education and Science of Today: Intersectoral Issues and Development of Sciences* (December 9, 2022; Cambridge, UK; pp. 151–152). P. C. Publishing House; Yevropeiska naukova platforma. <https://doi.org/10.36074/logos-09.12.2022.40>.

Стаття надійшла до редакції 05.03.2023

Стаття пройшла рецензування 15.03.2023

Стаття рекомендована до опублікування 24.03.2023

D. S. FAYVISHENKO

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of the Department of Journalism and Advertising, State University of Trade and Economics, Ukraine, Kyiv

Ye. V. SHKUROV

Candidate of Philology (PhD), Associate Professor of the Department of Journalism and Advertising, State Trade and Economic University, Ukraine, Kyiv

SOCIAL AND COMMUNICATION SPACE: TRENDS, MEDIA, REFLECTIONS OF WAR

Problem setting. The discussed issues and the main results of the international scientific conference “Ukraine in the space of social communications: society, media, reflections of the war” (to the anniversary of the heroic resistance to the Russian invasion). The event was held in the mode of live online broadcasting with compliance with security rules for two days and was dedicated to the discussion of issues of peace and war in the media discourse, the analysis of media reflections on the Russian invasion of Ukraine, the study of social communications in the conditions of war, in particular the realities of journalism, advertising and PR, the understanding infodemic, information wars and confrontation of narrative discourses, development of media education and media culture, discussion of innovations in the training of specialists in the field of social communications.

Recent research and publication analysis. In modern economic literature, domestic and foreign scientists are actively studying these issues. This applies to Ye. Vrublevska-Trokhymyuk, S. Matvieieva, Ye. Kyianytsia, V. Kuziev, and others. However, the issues of theoretical understanding and provision of practical recommendations remain relevant.

Paper objective. The purpose of the conference was scientific substantiation of theoretical approaches and practical recommendations regarding the transformation of Ukraine’s society and economy during post-war reconstruction.

Paper main body. The outcome of the conference was the development of a number of fundamental postulates that reveal the nature and factors of solving the systemic problems.

Conclusion of the research. As a conclusion of the conference, there were such agreed provisions that despite the realities of the war, researchers continue to be interested in a wide range of issues of the social dimension of social communications, emphasizing the stability and endurance of the scientific community. Media education plays a leading role in the formation of media literacy of the population and the generation of news information, increasing the level of communication skills in the conditions of post-truth and information wars. The ability to navigate advertising and PR communications in the field of business is extremely important in today’s media culture.

Short abstract for an article

Abstract. The article is devoted to the analysis of issues of peace and war in the media discourse, the analysis of media reflections on the Russian invasion of Ukraine, the study of social communications in the conditions of war, in particular the realities of journalism, advertising and PR, the understanding of the infodemic, information wars and the struggle of narrative discourses, the development of media education and media culture, the discussion of innovations in the training of specialists in the field of social communications.

Key words: social communications, media space, media, society, advertising, reflections of the war.

Article details:

Received: 05 March 2023

Revised: 15 March 2023

Accepted: 24 March 2023

Рекомендоване цитування: Файвішенко Д. С., Шкуров Є. В. Соціально-комунікаційний простір: тенденції, медіа, рефлексії війни. *Економічна теорія та право*. 2023. № 1 (52). С. 105–122. DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2023-52-1-105>.

Suggested citation: Fayvishenko, D. S., & Shkurov, Ye. V. (2023). Sotsialno-komunikatsiinyi prostir: tendentsii, media, refleksii viiny [Social and communication space: Trends, media, reflections of war]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, 1(52), 105–122. <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2023-52-1-105> [in Ukrainian].