



ОБРАЗИ СУЧАСНОСТІ В ГУМАНІТАРНОМУ ЗНАННІ

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
(Київ, 22 жовтня 2022 року)

Міністерство освіти та науки України • Державний торговельно-економічний університет • Київський національний університет імені Тараса Шевченка • Національний університет біоресурсів і природокористування України • Національний університет охорони здоров'я імені П.Л. Шупика • Одеський національний університет імені І. І. Мечникова • Державний університет «Житомирська політехніка» • Державний податковий університет • L. N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan) • International research education and training center (Estonia) • Yerevan State University (Armenia) • Comenius University in Bratislava (Slovakia) • Polonia university in Czestochowa (Poland) • Bielsko-Biała School of Finance and Law (Poland) • University of Zielona Góra (Poland) • The Academy of the Hebrew Language (Israel) • Aix-Marseille University (France) • The British University in Dubai (OAE)

Міністерство освіти та науки України
Державний торговельно-економічний університет
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Національний університет
біоресурсів і природокористування України
Національний університет охорони здоров'я
імені П. Л. Шупика
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Державний університет «Житомирська політехніка»
Державний податковий університет
L. N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan)
International research education and training center (Estonia)
Yerevan State University (Armenia)
Comenius University in Bratislava (Slovakia)
Polonia university in Czestochowa (Poland)
Bielsko-Biala School of Finance and Law (Poland)
University of Zielona Góra (Poland)
The Academy of the Hebrew Language (Israel)
Aix-Marseille University (France)
The British University in Dubai (OAE)

ОБРАЗИ СУЧАСНОСТІ В ГУМАНІТАРНОМУ ЗНАННІ

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Київ, 22 жовтня 2022 року)

Київ 2022

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено**

УДК 378:001.9

О 23

Образи сучасності в гуманітарному знанні
О 23 [Електронний ресурс] : матеріали Міжнар. наук.-практ.
конф. (Київ, 22 жовт. 2022 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. –
Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – 240 с. – Укр., англ.
та польск. мовами.

ISBN 978-966-918-073-5

DOI: 10.31617/k.knute.2022-10-22

У матеріалах Міжнародної науково-практичної конференції висвітлено особливості та механізми впливу інформації на свідомість людини і суспільства, новітні технології рекламних комунікацій та етичність їх використання, стан та перспективи розвитку рекламної діяльності в Україні, відображено результати досліджень науковців, молодих вчених, аспірантів та студентів щодо новітніх напрямів розвитку журналістики та рекламних комунікацій.

Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів та дотримання академічної доброчесності несуть автори. Редакція може не поділяти думки авторів.

УДК 378:001.9

Редакційна колегія: А. А. Мазаракі (відп. ред.), ректор, д-р екон. наук, проф., голова організаційного комітету; С. В. Мельниченко, проректор з наукової роботи, д-р екон. наук, проф., заступник голови організаційного комітету; Д. С. Файвішенко, завідувач кафедри журналістики та реклами, д-р екон. наук, проф.; О. В. Добродум, д-р філос. наук, проф.; Є. В. Шкуров, канд. філол. наук, доц.

Відповідальні за випуск: Д. С. Файвішенко, завідувач кафедри журналістики та реклами, д-р екон. наук, проф.; Б. О. Кришталь, здобувач вищої освіти.

ISBN 978-966-918-073-5

© Державний торговельно-економічний
університет, 2022

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО	9
<i>AMANTAYEVA KARINA</i> Targeted advertising in social networks: the construction of a new reality for the consumer.....	11
<i>ASLANOV CYRIL</i> The image of Ukraine in the European media	17
<i>IMANMUKHAMED DINA</i> Structural and content features of media texts in virtual space (on the example of the media texts on religion in Kazakhstan).....	20
<i>FEDORYSHYNA KATERYNA</i> Social platforms in modern political advertising: between restrictions and influence	24
<i>KONOVALOVA ALINA</i> Ukraine in Irish and British media	26
<i>SHAPOVAL YULIYA</i> Religious Knowledge in Digital Society: Opportunities and Risks	32
<i>WARCHOŁ KAROL</i> Zlatan Ibrahimovic – osobowość czy osobliwość medialna: przeгляд pojęć i analiza wizerunku	36
<i>WIŚNIEWSKI PATRYK</i> Antagonizmy społeczne w nowych mediach – polaryzacja online i offline	42
<i>АЛФІМОВА ВІКТОРІЯ</i> Емоції як фактор ефективної реклами.....	51
<i>БАРТОШ АННА, МЕЛЬНІЧЕНКО ОКСАНА</i> Рекламна діяльність у мережі Інтернет	56

БАШУК АЛЛА Комунікаційні тренди 2022 р. в умовах воєнного стану.....	60
БОКОЧ ВІКТОРІЯ Московський патріархат в Україні в умовах російсько-української війни.....	64
ВАЛЕНЦІОНОВА ВІКТОРІЯ Відродження української державності, духовності, ідентичності через призму історичної пам'яті про українське козацтво.....	68
ВЯЛКОВА ВІКТОРІЯ Німецький кіноекспресіонізм: онтологія і сучасна рецепція	72
ГАЄВСЬКА МАРІЯ Сучасна реп-поезія: мистецтво метафори та комунікації (за матеріалами творчого доробку Охххутіона).....	78
ГАЛЕТА МАРІЯ Теоретичні засади брендингу	85
ГАМОВА ІРИНА Інформаційне забезпечення інноваційної екосистеми.....	90
ГИРИНА ТЕТЯНА, СЛЪОЗА ДАРІЯ Формат гостьових зустрічей із медіапрактиками як майданчик формування soft skills у підготовці журналістів.....	92
ГОЛІК КАТЕРИНА Безпека журналіста та громадянське покликання журналістики.....	97
ГОЛІК ОКСАНА Особливості висвітлення воєнних подій в Україні: досвід західних журналістів	100
ГОЛЬД ОЛЬГА Політконфесійна держава як приклад конвергентності в сучасному світі	104

ГОМЕНЮК ДІАНА Битва на інформаційному фронті: як працює російська пропаганда в медіа	106
ГРИГА ДАРІЯ, ДОБРОДУМ ОЛЬГА Дистанційне навчання в умовах війни: аргументи «за» і «проти»	109
ДАНИЧ ВІКТОРІЯ, ФАЙВІШЕНКО ЄВА Соціальний медіамаркетинг як інструмент просування бренду	114
ДАНЬКО-СЛІПЦОВА АННА Важливість журналістських матеріалів як свідчення та збір доказів про порушення прав людини та злочини під час війни	118
ДОБРОДУМ ОЛЬГА, МАРТИНЮК ЕДУАРД, НІКІТЧЕНКО ОЛЕНА Деякі особливості сучасної медіареальності.....	121
ЄРОФЄЄВА ЛАДА, ФАЙВІШЕНКО ДІАНА Європейські та міжнародні формати медіаосвіти	125
ЗОРЯ МАРІЯ, ЯЦЮК ДМИТРО, Нейролінгвістичне програмування у формуванні громадської думки.....	129
ІВАНОВА ОЛЕНА Журналістика рішень та бренд-журналістика як альтернативна пропозиція у медіапросторі та нове бачення відносин журналістики і реклами	134
КАЛЮЖНА АНАСТАСІЯ, МЕЛЬНІЧЕНКО ОКСАНА Рекламна діяльність в Україні в умовах воєнного стану	138
КИЯНИЦЯ ЄВГЕНІЯ Медіалогія як напрям розбудови екологічного медіаландшафту.....	142

КРИШТАЛЬ БОГДАНА, ЯЦЮК ДМИТРО Національна ідентичність українців як ключовий аспект російсько-українського протистояння.....	145
КУЗЄВ ВАЛЕРІЙ Релігійно-культурна перцепція інфернологічних вчень у сучасному західному суспільстві.....	148
КУРОВСЬКА ГАННА Суспільство оцінки як характеристика рефлексивного модерну.....	152
ЛЕВЧИК ГАЛИНА Ефективність створення та використання відеоконтенту для просування товарів та послуг.....	156
МАТВЄЄВ ВІТАЛІЙ Морально-психологічний образ сучасного офіцера.....	158
МЕЛЬНІЧЕНКО ОКСАНА Вплив засобів масової інформації на формування громадської думки.....	161
НАУМЕНКО ЛІАНА Спічрайтинг як засіб формування професійної компетентності майбутніх журналістів.....	164
ПАВЛИК СОЛОМІЯ, ФАЙВІШЕНКО ДІАНА Рекламна індустрія під час війни.....	168
ПАЛІНЧАК МИКОЛА, СТЕБЛАК ДІАНА Вплив Covid-19 на діяльність релігійних організацій у США.....	170
ПАСІЧНА ЯРОСЛАВА Вплив війни на рекламну діяльність в Україні.....	173
ПІЧКУР ДАНА Аудіореклама: перспективи розвитку.....	176

ПРОРОЧЕНКО НАТАЛІЯ	
Іслам у соціокультурному просторі Індії	179
РОМАНЕНКО ДІАНА, ЯГЕЛЬСЬКА КАТЕРИНА	
Медіаосвіта для збереження ідентичності та власної позиції в Україні	183
САВЕНКО ТЕТЯНА, САВЕНКО ОЛЕКСАНДР	
Навчання інофонів наукової лексики й термінології на заняттях з української мови та природознавчих дисциплін.....	185
СИДУН ІРИНА	
Журналістика відкритих даних – важливий освітній компонент у сучасній підготовці журналістів	189
СІДІЛЬНИКОВ ДАНИЛО	
Інформаційна боротьба на світовій спортивній арені	191
СЛЮСАР ВАДИМ, СЛЮСАР МИКОЛА	
Атрибути реклами: субстанційний підхід.....	194
СОБЕЙКО ЄЛИЗАВЕТА	
Фактори формування музичної медійної культури.....	197
СТАДНІЙЧУК ОКСАНА, ФАЙВІШЕНКО ЄВА	
Релігія та війна: інформаційна проблематика політичної теології	201
СТОЙКА ОЛЕСЯ	
Розвиток цифрових компетентностей вчителів в Україні в умовах кризових явищ	205
СТРЕЛЬЧУК ДІАНА, ФАЙВІШЕНКО ДІАНА	
Travel-журналістика	207
ФЕСЕНКО ВАЛЕНТИНА, МЕЛЬНІЧЕНКО ОКСАНА	
Соціальна реклама в житті українців.....	210
ФОМІНА ГАЛИНА	
Гендер в українській та німецькій культурі.....	214

ШАКУН ОЛЕСЯ Архітектоніка літературно-критичних нових медіа Італії (за матеріалами «Critica Letteraria»).....	216
ШКУРОВ ЄВГЕН Урбаністичні дослідження у соціології Еміля Дюркгайма та їх проєкція на сьогодення.....	222
ШОСТАК ОКСАНА Національна ідентичність як визначник соціально- культурної модальності	227
ШУДРАК ІЛОНА, ФЕДОРИШИНА КАТЕРИНА Проблема недовіри до фотожурналістики у воєнний час та її наслідки для професії	231
ЯЦЮК ВЕРОНІКА Державна мова у сфері реклами: правовий аспект і реалізація.....	233

