



STU STATE  
TAX  
UNIVERSITY

**MANS**

MIĘDZYNARODOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH  
W SŁOWAKIACH



Київський  
Національний Університет  
Технологій та Дизайну  
1930



Państwowa Uczelnia Zawodowa  
im. prof. Edwarda F. Szczepanika  
w Suwałkach

## ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ

## ZBIÓR MATERIAŁÓW

VI MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI NAUKOWO-PRAKTYCZNEJ ONLINE

22 MAJA 2026

**«СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА НАУКА В ПАРАДИГМІ  
СМИСЛОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: СУСПІЛЬНІ ВИКЛИКИ,  
ТРЕНДИ ОСВІТИ І ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

**NAUKA O SOCJOKOMUNIKACJI W PARADYGMACIE  
TRANSFORMACJI SEMANTYCZNYCH: WYZWANIA SPOŁECZNE,  
TRENDY W EDUKACJI I AKTYWNOŚCI ZAWODOWEJ**



УДК 811.161.2:316.7(06)  
ББК 81.2(Укр)я431  
У 45

*Rozpatrzone i zatwierdzone na posiedzeniu Rady Naukowej Państwowego Uniwersytetu Podatkowego  
(protokół nr 20 z dnia 29 czerwca 2026 r.)*

**Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets**

**Nauka o socjokomunikacji w paradygmacie przemian semantycznych: wyzwania społeczne, trendy edukacji i działalności zawodowej [wydanie elektroniczne]** : zbiór materiałów VI Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej online, Irpiń - Łomża, 22 maja 2026 r. / Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets. Irpiń: Państwowy Uniwersytet Podatkowy; Łomża: Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2025. 338 s.

#### **Recenzenci:**

**Anastasiia Bessarab**, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, profesor Zakładu Psychologii i Pracy Socjalnej, Khortytska Narodowa Academia Edukacyjno-Rehabilitacyjna, Ukraina;

**Anzhelika Dosenko**, doktor nauk społecznych, profesor nadzwyczajny, kierownik Katedry Dziennikarstwa Narodowego Uniwersytetu Tavri im. VI.I. Wernadskiego, Ukraina

#### **Rada Redakcyjna:**

**Tetiana Hyrina**, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, docent, kierownik Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

**Nataliia Zykun**, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, dziekan Kierunku Technologii Społecznych i Humanitarnych, Sportu i Rehabilitacji, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

**Olena Kalyta**, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, docent, docent Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

**Nataliia Moshenets**, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska;

**Zoia Sharlovykh**, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska.

**ISBN 978-83-68480-22-1**

Niniejszy zbiór zawiera materiały VI Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji Online pt. „Nauka o komunikacji społecznej w paradygmacie transformacji znaczeniowych: wyzwania społeczne, trendy edukacyjne oraz zawodowe”, która odbyła się 22 maja 2026 roku na Wydziale Technologii Społeczno-Humanistycznych, Sportu i Rehabilitacji Państwowego Uniwersytetu Podatkowego (Irpiń, Ukraina) przy Katedrze Komunikacji Społecznej, Literaturoznawstwa i Kultury. Publikacje odzwierciedlają kierunki oraz wyniki badań naukowych poświęconych następującym zagadnieniom: komunikacja społeczna w kształtowaniu kapitału strategicznego społeczności i terytoriów; planowanie strategiczne w sferze bezpieczeństwa i obronności; współczesna edukacja w obszarze komunikacji społecznej: wyzwania i innowacje; kompetencje językowe oraz kultura języka w dobie cyfrowych technologii komunikacyjnych; technologie mobilizacji kapitału społecznego za pomocą narzędzi reklamy i PR; dziennikarstwo ekonomiczne jako instrument wpływu na opinię publiczną; strategie komunikacyjne dziennikarstwa rozwiązań (solutions journalism) w procesie kształtowania dialogu społecznego; cyfrowe praktyki artystyczne i projektowanie w wymiarze współczesnego paradygmatu społeczno-humanistycznego. Wydanie adresowane jest do naukowców, wykładowców, studentów i doktorantów, praktyków z zakresu mass mediów, reklamy i PR, a także wszystkich osób zainteresowanych poruszoną problematyką komunikacji społecznej. Publikacja jest przeznaczona dla szerokiego grona czytelników zainteresowanych przedstawioną problematyką.

Zbiór został opracowany na podstawie gotowych materiałów dostarczonych przez autorów. Za kompletność i rzetelność przedstawionych faktów i przepisów odpowiadają autorzy publikacji. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za materiały przekazane do publikacji.

Wydawnictwo: MANS w Łomży

 MANS

© Zespół autorski, 2026

© Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina, 2026

© Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska, 2026

УДК 811.161.2:316.7(06)  
ББК 81.2(Укр)я431  
У 45

*Розглянуто та затверджено на засіданні вченої ради Державного податкового університету  
(протокол No 20 від 29 червня 2026 р.).*

**Наукова редакція: Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець**

**Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, Ірпінь – Ломжа, 22 травня 2026 р. / Наукова редакція : Тетяна Гиріна, Наталія Мошенець. Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2026. 338 с.**

**Рецензенти:**

**Бессараб Анастасія**, докт. наук із соц. ком., професор, професор кафедри психології та соціальної роботи Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії, Україна;

**Досенко Анжеліка**, канд. наук із соц. комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики Таврійського Національного університету ім. В. Вернадського, Україна

**Редакційна колегія:**

**Тетяна Гиріна**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор, завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, Україна;

**Наталія Зикун**, декан факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Державний податковий університет, Україна;

**Олена Калита**, к. п. н., доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, Україна;

**Наталія Мошенець**, Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща;

**Зоя Шарлович**, к. п. н, Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі, Республіка Польща.

**ISBN 978-83-68480-22-1**

Збірник містить матеріали VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності», що відбулася 22 травня 2026 року на базі кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації Державного податкового університету (м. Ірпінь, Україна). Публікації відображають напрями та результати наукових досліджень, присвячених таким актуальним питанням: соціальні комунікації у формуванні стратегічного капіталу громад і територій; стратегічне планування комунікацій у сфері безпеки та оборони; сучасна освіта у сфері соціальних комунікацій: виклики та інновації; мовна компетентність та культура мовлення в епоху цифрових комунікаційних технологій; технології мобілізації соціального капіталу засобами реклами та PR; економічна журналістика як інструмент впливу на громадську думку; комунікаційні стратегії журналістики рішень у системі формування суспільного діалогу; цифрові мистецькі практики та дизайн у вимірі сучасної соціально-гуманітарної парадигми. Видання розраховане на науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти, практиків у галузі масмедіа, реклами, PR та всіх, хто цікавиться окресленою соціокомунікаційною проблематикою.

Збірник сформований з готових матеріалів, наданих авторами. За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій. Видавець не несе відповідальності за надані до публікації матеріали.

Wydawnictwo: MANS w Łomży



© Авторський колектив, 2026

© Державний податковий університет, Україна 2026

© Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі, Республіка Польща, 2026

Ministerstwo Edukacji i Nauki Ukrainy  
Ministerstwo Finansów Ukrainy  
Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Zakład  
Komunikacji  
Społecznej, Literatury i Kultury (Irpin, Ukraina)  
Międzynarodowa Międzynarodowa Akademia Nauk  
Stosowanych  
w Łomży (Rzeczpospolita Polska)  
Państwowa Uczelnia Zawodowa im. prof. Edwarda F.  
Szczepanika w Suwałkach (Suwałki, Rzeczpospolita  
Polska)  
Wyższa Szkoła Ekonomii (Bydgoszcz, Polska)  
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
(Rzeczpospolita Polska)  
Kijowski Narodowy Uniwersytet Technologii i  
Designu Katedra Sztuki Cyfrowej (Kijów, Ukraina)  
Chortycka Akademia Narodowa, Zakład Projektowania  
(Zaporoże, Ukraina)  
Chortycka Narodowa Akademia  
Katedra Dyscyplin Społeczno-Humanistycznych i  
Przygotowania Językowego Katedra Projektowania  
(Zaporoże, Ukraina)  
Кафедра дизайну (м. Запоріжжя, Україна)

## **PODZIĘKOWANIA**

Składamy serdeczne podziękowania naszym Szanownym Partnerom i Współorganizatorom za połączenie sił na rzecz budowania wspólnej przestrzeni bezpieczeństwa i humanistyki. W dobie wyzwań wojennych oraz wielkich transformacji społecznych 2026 roku, żywy dialog naukowy między uczelniami wyższymi Ukrainy a wspólnotą europejską stał się prawdziwą infrastrukturą odporności i intelektualnego oporu. Kreatywny i naukowy potencjał zaprezentowanych referatów dowiódł, iż współczesna humanistyka, sztuka cyfrowa oraz kompetencje językowe stanowią te mentalne kotwice, które podtrzymują nasze społeczeństwo. Niniejsza konferencja potwierdziła, że nasze bezpieczeństwo i przyszły rozwój opierają się na solidarności, zaufaniu oraz wspólnej wierze w innowacyjny postęp nauki. Razem ku nowym intelektualnym zwycięstwom!

Міністерство освіти і науки України  
Міністерство фінансів України  
Державний податковий університет,  
Кафедра соціальних комунікацій, словесності та  
культури (м. Ірпінь, Україна)  
Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі  
(с. Ломжа, Республіка Польща)  
Державний професійний університет імені  
професора Едварда Ф. Щепаніка в Сувалках  
(м. Сувалки, Республіка Польща)  
Вища школа економіки  
(м. Бидгощ, Республіка Польща)  
Економічний університет у Катовіцах  
(м. Катовіце, Республіка Польща)  
Київський національний університет технологій та  
дизайну  
Кафедра цифрового мистецтва (м. Київ, Україна)  
Хортицька національна академія  
Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін та  
мовної підготовки  
Кафедра дизайну (м. Запоріжжя, Україна)

## **ПОДЯКА**

Щиро дякуємо нашим вельмишановним партнерам та співorganizаторам за об'єднання зусиль навколо розбудови спільного безпекового та гуманітарного простору. У часи воєнних викликів та масштабних суспільних трансформацій 2026 року живий науковий діалог між закладами вищої освіти України та європейської спільноти став справжньою інфраструктурою стійкості та інтелектуального спротиву. Творчий і науковий потенціал представлених доповідей продемонстрував, що сучасна гуманітаристика, цифрове мистецтво та мовна компетентність є тими ментальними якорями, що тримають наше суспільство. Ця конференція довела: наша безпека й майбутній розвиток тримаються на солідарності, довірі та спільній вірі в інноваційний поступ науки. Разом до нових інтелектуальних перемог!

## Міністерство освіти і науки України



Державна наукова установа  
«Український інститут науково-технічної  
експертизи та інформації»

**ПОСВІДЧЕННЯ № 303**  
про реєстрацію проведення заходу  
від 17 лютого 2026 р.

одержувач	Державний податковий університет Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі
назва заходу	VI Міжнародна науково-практична онлайн-конференція «Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності»
дата і місце проведення	22 травня 2026 року м. Ірпінь
орієнтовна кількість учасників	100

Завідувач відділу інформаційного  
забезпечення міждержавного  
науково-технічного співробітництва



## ЗМІСТ

### ПАНЕЛЬ 1. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ

<b>ДЕРЖИПЛЬСЬКА Галина</b> ЖУРНАЛІСТИКА В РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО КАПІТАЛУ ЛОКАЛЬНИХ ГРОМАД	15
<b>ЗИКУН Наталія</b> ЛОКАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНФРАСТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ ГРОМАД У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	18
<b>КОПЕСТИНСЬКИЙ Тарас</b> КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	25
<b>КОСІК Костянтин</b> МІЖКУЛЬТУРНІ ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ: АДАПТАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ДО ГЛОБАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ	27
<b>KRUPKO Olena</b> HIGHER EDUCATION IN UKRAINE DURING THE YEARS OF FULL- SCALE WAR: CHALLENGES AND PROSPECTS	30
<b>ЗОЗУЛЯ Наталія</b> МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ МІЖ БЕЗПЕКОЮ ТА РЕАЛЬНІСТЮ	33
<b>КУРЕПІН Вячеслав</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ЕВАКУАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ У ЗОНІ РИЗИКУ АТОМНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ: КЕЙС ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОЇ АЕС	37
<b>ЛЮБОВЕЦЬ Надія</b> МЕМУАРИ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ РЕСУРС ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР	41
<b>МОРДЗИНСКА Надія</b> СОЛІДАРНІСТЬ ЯК АКСІОЛОГІЧНИЙ ФУНДАМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД	45
<b>SVYSTAK Vladyslava</b> MORAL AND ETHICAL IMPERATIVES OF MODERN LOCAL JOURNALISM IN RECORDING STORIES OF FALLEN COMPATRIOTS	48
<b>ФОМІЧОВА Ольга</b> ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ	51
<b>CHEREPNINA Yelyzaveta</b> MEDIATIZATION OF CRISIS PROCESSES VIA TELEGRAM CHANNELS AS A FACTOR IN SHAPING UKRAINE'S INFORMATION SPACE	55

<b>ШЛАГІН Валентин</b> ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВТРАТИ ТА ВШАНУВАННЯ ПАМ'ЯТІ В ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	59
<b>ЯЦЕНКО Ніна</b> ВІДРОДЖЕНІ СЛОВА В МОВНОМУ БУТТІ ЗМІ	62
<b>ПАНЕЛЬ 2. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ БЕЗПЕКИ ТА ОБОРОНИ</b>	
<b>БРАДОВ Володимир</b> ОСОБЛИВОСТІ МІНІМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ РИЗИКІВ МАСМЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ	67
<b>ДЖОЛОС Олег</b> МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	71
<b>ЗДИРОК Марія</b> ЕТИЧНІ РАМКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ПРОБЛЕМИ КОМУКАЦІЇ	73
<b>ЛЮБОВЕЦЬ Григорій, КОРОЛЬ Валерій</b> ГЕОСТРАТЕГІЧНИЙ ПАРАДОКС 2026 РОКУ: КОМУНІКАЦІЇ ВІДСТАЮТЬ ВІД ХАРАКТЕРУ ВІЙНИ	82
<b>MISHCHENKO Oleksii</b> PUBLIC ADMINISTRATION OF CRISIS INFORMATION DISCLOSURE TO THE POPULATION BY MUNICIPAL SECURITY DEPARTMENTS OF CITY COUNCILS AS EXEMPLIFIED BY THE UTILITY ENTERPRISE MUNICIPAL VARTA OF THE IRPIN CITY COUNCIL	86
<b>П'ЯНОВ Сергій</b> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ТА БЕЗПЕКОВИЙ ВИМІРИ	93
<b>РУДЕНКО Світлана</b> ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ “ВОРОЖІ МЕДІА” В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ ВОЄННОГО ЧАСУ	97
<b>СТЄКОЛЬЩИКОВА Валентина</b> ВИМІРЮВАННЯ ПРАВДИ: КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА СУСПІЛЬНОГО РЕЗОНАНСУ ВОЄННОЇ РОЗСЛІДУВАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	101

### **ПАНЕЛЬ 3. СУЧАСНА ОСВІТА У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВИКЛИКИ ТА ІННОВАЦІЇ**

<b>БАЦУРОВСЬКА Ілона</b> ЦИФРОВА СТІЙКІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ: ПОТЕНЦІАЛ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА КІБЕРБЕЗПЕКИ	105
<b>БОЙЧЕНКО Валентин</b> МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА	108
<b>БОЛЬШАГІН Дмитро</b> НАРОДНА КУЛЬТУРА ЯК ФОРМА КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВОЛОНТЕРСТВО, РИТУАЛИ ПАМ'ЯТІ ТА ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДИ	112
<b>ДЕНІЖНА Світлана</b> ПСИХОЛОГІЧНІ ПРЕДИКТОРИ ФАБІНГУ В МІЖСОБИСТІСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	119
<b>ЗАЙЦЕВА Інна, ЛЕВЧЕНКО Анастасія</b> ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА КУЛЬТУРНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНИ	123
<b>ІЩЕНКО Руслан, ГОРБУНОВИЧ Ірина</b> ФРАГМЕНТАРНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ПРОБЛЕМА НИЗЬКОЇ УСПІШНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ІЗ ТОЧНИХ ДИСЦИПЛІН	128
<b>КАЛИТА Олена</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАНАРАТИВІВ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ: ЕКЗИСТЕНЦІЙНІ ВИКЛИКИ	131
<b>КАПШУК Наталія, ПАНАСЮК Валентин</b> ЦИФРОВІ МЕТОДИ МЕДІАОСВІТИ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ	134
<b>КОВАЛЬ Олена</b> СУЧАСНА ОСВІТА У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО МУЛЬТИМЕДІЙНОГО НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА	137
<b>KRUPKO Olena</b> INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO HIGHER EDUCATION IN UKRAINE	140
<b>ЛЕВКІВСЬКА Людмила</b> АДАПТИВНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ У ВИКЛАДАННІ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ	144

<b>ЛЕВКІВСЬКИЙ Сергій</b> ПРАКТИКООРІЄНТОВАНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТЕХНІЧНИХ ДИСЦИПЛІН В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ІНЖЕНЕРНОЇ ОСВІТИ	148
<b>МИХАЙЛЕНКО Владислав</b> СУЧАСТІ ТРЕНДИ ВИКЛАДАННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ	152
<b>ПОБЕРЕЖЕЦЬ Ганна</b> ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА НОВІ ПІДХОДИ	156
<b>ПОНОМАРЕНКО Людмила</b> ПРОФЕСІЙНІ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ “ЖУРНАЛІСТИКА”: НОРМАТИВНІ МЕХАНІЗМИ ПРИСВОЄННЯ	159
<b>RODIONOV Vitalii</b> THE PROBLEM-ORIENTED FEATURE ARTICLE AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING VALUE ORIENTATIONS AND NATIONAL IDENTITY IN MODERN YOUTH	164
<b>СОВА Маргарита</b> ЕКЗИСТЕНЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДОСЯГНЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	168
<b>ТІЛЬНЯК Неоніла</b> ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПОВЕДІНКИ СТУДЕНТІВ	172
<b>ПАНЕЛЬ 4. МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ТА КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ</b>	
<b>BALALAIIEVA Olena</b> DIGITAL RESOURCES FOR TEACHING LATIN AND DEVELOPING TERMINOLOGICAL COMPETENCE OF FUTURE VETERINARIANS	175
<b>БОЙЧЕНКО Валентин</b> ТЕХНОЛОГІЇ МІКРОНАВЧАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ	178
<b>ГАЙДУК Денис</b> ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРАКТИКУ ПЕРЕКЛАДУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ	181
<b>HYRINA Tetiana</b> THE ROLE OF EMIGRANT ARTISTS IN SHAPING THE SOCIO-CULTURAL SPACE OF THE UKRAINIAN DIASPORA IN THE USA (THE CASE OF E. KUZIV)	183
<b>ГОРЕЦЬКА Станіслава</b> ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ	187
	10

<b>ГРИНЕВИЧ Наталія</b> ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА КУЛЬТУРУ МОВЛЕННЯ	190
<b>ЄЛЬНІКОВА Наталія</b> ТРУДНОЩІ УНІФІКАЦІЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	193
<b>Оксана ЗУБЕНКО,</b> <b>Анатолій ЛЕВКОВ</b> ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ	196
<b>ЗЮБАНОВ Максим</b> ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ЕТИЧНИЙ БАР'ЄР АВТЕНТИЧНОСТІ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ЗГЕНЕРОВАНИЙ КОНТЕНТ	202
<b>КОЛОСОВА Єлизавета</b> СУРЖИК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ЗАГРОЗА МОВНІЙ ІДЕНТИЧНОСТІ ЧИ НОВА КОМУНІКАТИВНА НОРМА?	205
<b>КРИЦЬКА Антоніна,</b> <b>ШАРКОВА Марія</b> МОВНА СТІЙКІСТЬ АГРОНОМА В УМОВАХ ДВОМОВНОГО СІЛЬСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	207
<b>ЛЕВКОВ Анатолій,</b> <b>КОЛІСНИК Катерина</b> КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФІЗИЧНОГО ТЕРАПЕВТА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИХИЛЬНОСТІ ПАЦІЄНТІВ ДО РЕАБІЛІТАЦІЇ	210
<b>НАУМЕНКО Ліана</b> ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МОВЛЕННЄВУ КУЛЬТУРУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА	213
<b>ОНУЧАК Людмила</b> <b>РУЖЕНСЬКА Тетяна</b> СМИСЛОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	216
<b>ОКНОТА Sofia</b> ETHICAL DILEMMAS OF USING AI-GENERATED CONTENT IN DIGITAL MEDIA: THE PROBLEM OF VERIFICATION AND TRUST EROSION	219
<b>ПРАЙС Igor</b> МОВНА ОСОБИСТІТЬ У ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	222
<b>ПРОКОПЕНКО Діана</b> МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ В ЕПОХУ СВІТОВИХ МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ	225

<b>РИБІНА Наталія</b> СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВИКЛАДАННЯ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В УМОВАХ СМИСЛОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	228
<b>РОМАНІВ Ірина</b> БРЕНД ЯК УЧАСНИК СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ: PR-КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	230
<b>РОМАНЧУК Світлана</b> АСОЦІАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА: КОГНІТИВНИЙ ТА МОВНИЙ АСПЕКТИ	232
<b>СУКАЛЕНКО Тетяна, ШПЕТНА Світлана</b> НОРМАТИВНІСТЬ І ЕКСПРЕСИВНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ ФАХІВЦІВ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ	236
<b>ТУРЧАК Олена</b> НЕОЛОГІЗМИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	240
<b>УМІНСЬКА Олена</b> ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ	242
<b>ФІЛІМОНКОВА Вікторія</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ В INSTAGRAM В УМОВАХ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ	246
<b>ЧУБАТОВ Микита</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ У ВІК ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: РИЗИКИ ТА НАСЛІДКИ	248

## **ПАНЕЛЬ 5. ТЕХНОЛОГІЇ МОБІЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ ТА PR**

<b>HERASHCHENKO Inna</b> CONTENT MARKETING AND SOCIAL MEDIA AS TOOLS OF INTERACTION WITH THE TARGET AUDIENCE	251
<b>ЗРАЖЕВСЬКА Ніна</b> МІЖНАРОДНА ПІДТРИМКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ (КСВ) УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ	254
<b>КЮРКЧЮ Евеліна</b> PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	257
<b>НЕЧАІ Svyatoslav</b> COMMUNICATION SUPPORT FOR THE IT SPHERE AS A STRATEGIC FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF THE NATIONAL ECONOMIC SYSTEM	260

<b>ПРОНЕВИЧ Олексій</b> ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ЗОВНІШНЬООРІЄНТОВАНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ВЛАДНИХ ПОВНОВАЖЕНЬ	265
<b>RIABOTYNSKA Kateryna</b> THE ROLE OF NICHE PODCASTS IN THE FORMATION OF PROFESSIONAL COMMUNITIES: A CASE STUDY OF THE IT INDUSTRY	272

#### **ПАНЕЛЬ 6. ЕКОНОМІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ**

<b>DADIVIERINA-PEREKHRESTIUK Yelizaveta</b> ECONOMIC JOURNALISM AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING SOCIAL CONSENSUS ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REGIONS	276
<b>ЗИМА Ольга</b> НАПРЯМИ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ЕКОНОМІЧНУ ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ	284
<b>KOZACHENKO Veronika</b> THE ROLE OF BUSINESS JOURNALISM IN EXPLAINING TAX REFORMS AND SHAPING PUBLIC ATTITUDES TOWARD THE NEW FISCAL POLICY	288
<b>ТИЩЕНКО Єлизавета</b> ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ НОВИН НА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНИХ НАСТРОЇВ В УМОВАХ КРИЗИ	292

#### **ПАНЕЛЬ 7. КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ**

<b>БЕССАРАБ Анастасія</b> КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО ДІАЛОГУ: КЕЙС ІТАЛІЇ (2025–2026 РР.)	294
<b>HYRINA Tetiana</b> THE PHENOMENON OF ORDINARY PEOPLE'S HEROISM IN THE SOCIO-COMMUNICATIVE SPACE OF FRONTLINE ZAPORIZHZHIA	297
<b>МАСЛАКОВ Ярослав</b> КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНТЕРВ'Ю НА ОФЛАЙН ПАНЕЛЯХ В ІТ- ІНДУСТРІЇ: ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ТА МЕДІЙНИЙ АСПЕКТ	301

#### **ПАНЕЛЬ 8. ЦИФРОВІ МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ ТА ДИЗАЙН У ВИМІРІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОЇ ПАРАДИГМИ**

<b>БИРКА Богдан,</b> <b>ПАШУКОВА Світлана</b> ВІЗУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ ІСТОТ У ЖАНРІ ХОРРОР	305
--	-----

<b>БОЖКОВА Єлизавета, САНАКОЄВА Наталя</b> КОПРАЙТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА У DIGITAL-КОМУНІКАЦІЯХ (НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН-ШКОЛИ “MENTORA ACADEMY”)	308
<b>ВЕРШИГОРА Ангеліна</b> КОЛЯДКИ ТА ЩЕДРІВКИ ЯК ФОРМА ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПАМ’ЯТІ	311
<b>ЗАЙЦЕВА Інна</b> МЕДІАТИЗАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ: ЯК ЗМІ ТРАНСФОРМУЮТЬ УКРАЇНСЬКИЙ ФОЛЬКЛОР	315
<b>КОВАЛЬ Лідія</b> СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА	321
<b>МОРОКО Діана</b> НЕО ФОЛЬКЛОР ЯК ВІДПОВІДЬ НА КРИЗУ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ	324
<b>ПОЛЩУК Лідія</b> <b>ПАШУКОВА Світлана</b> АРХІТЕКТОНІКА ФОРМИ В ДИЗАЙНІ НАУКОВО-ФАНТАСТИЧНИХ ІСТОТ: ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ВІЗУАЛЬНО ПЕРЕКОНЛИВИХ ОБРАЗІВ	327
<b>САНАКОЄВА Наталя, ЖУКОВА Катерина</b> ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ БРЕНДІВ У МЕРЕЖАХ INSTAGRAM І ТІКТОК: СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ EDTECH-ПРОЄКТІВ	329
<b>ТІЛІЖЕНКО Юлія</b> ВИШИВАНКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ ТЕКСТ І СИМВОЛ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНЦІВ	332
<b>ЧУМАРНА Валерія, САНАКОЄВА Наталя</b> ОСОБЛИВОСТІ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ТА ЛОКАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	335

## **ПАНЕЛЬ 1. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНОГО КАПІТАЛУ ГРОМАД І ТЕРИТОРІЙ**

### **ЖУРНАЛІСТИКА В РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО КАПІТАЛУ ЛОКАЛЬНИХ ГРОМАД**

**Галина ДЕРЖИПЛЬСЬКА**

*асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю  
Університету Короля Данила*

У сучасному інформаційному просторі регіонів України, в умовах повномасштабної війни та економічної нестабільності, культурна тематика часто відходить на периферію медійної уваги. Водночас дослідження Media Development Foundation, присвячене феномену інформаційної втоми в Україні, засвідчує, що аудиторія дедалі частіше уникає надмірного потоку воєнних новин через емоційне виснаження та інформаційне перевантаження [1]. У цьому контексті локальні медіа отримують можливість посилити значення контенту, пов'язаного з культурою, локальною ідентичністю та життям громади. Таким чином, культурна журналістика в регіональних онлайн-медіа може розглядатися не лише як інструмент інформування про мистецькі події, а й як механізм підтримання культурного капіталу громади в умовах воєнної та інформаційної кризи.

Проблематика культурної журналістики в українському медіапросторі частково представлена у працях О. Гарматій та С. Кісіль, які досліджують тенденції висвітлення культури в українських медіа та звертають увагу на домінування інформаційних жанрів у поданні культурної тематики [2]. Питання культурної журналістики як соціального інституту порушує Н. Засядько, наголошуючи на ролі журналістики у формуванні культурних смаків аудиторії [3]. Жанрові трансформації локальних медіа та переважання новинного контенту аналізує Л. Садова [4]. Теоретичною основою дослідження стала концепція культурного капіталу П'єра Бурдьє, яку в контексті локальних громад можна трактувати як сукупність культурних практик, інституцій і символічних ресурсів, що формують ідентичність та репутацію громади [5].

Метою дослідження є виявлення ролі регіональних онлайн-медіа у формуванні культурного капіталу громади через аналіз способів репрезентації мистецьких подій та культурних інституцій. Об'єктом дослідження стали матеріали онлайн-видань Івано-Франківська Galka.if.ua [6], KURS.if.ua [7] та «Суспільне Івано-Франківськ» [8] за період від 1 січня до 31 грудня 2025 року.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ В INSTAGRAM В УМОВАХ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ**

**Вікторія ФІЛІМОНКОВА**

*здобувачка вищої освіти*

*Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

Соціальні мережі стали одним із ключових каналів маркетингових комунікацій брендів, а Instagram завдяки візуальній природі особливо ефективний для fashion-сегмента. Для компаній, що працюють на локальному ринку, недостатньо просто вести сторінку й регулярно публікувати контент: необхідно вибудовувати цілісну контент-стратегію, яка враховує культурні, мовні та поведінкові особливості цільової аудиторії [1; 2].

Метою цієї публікації є визначення основних складових ефективної контент-стратегії бренду в Instagram в умовах локального ринку. На практиці така стратегія має поєднувати аналіз аудиторії, формування візуальної ідентичності, добір контент-пілонів, планування регулярних публікацій і системне оцінювання результатів. Контент-маркетинг у цьому разі виступає не лише інструментом просування, а й способом формування довготривалих відносин із підписниками та підвищення довіри до бренду [3].

Першим етапом є визначення цільової аудиторії. Для локального fashion-ринку це, як правило, молодь 18–30 рр., міські споживачі, а також покупці, для яких важливими є стиль, якість і відповідність актуальним трендам. Саме на основі потреб цієї аудиторії формуються контент-пілони: презентація товару, стилістичні добірки, освітні матеріали, закулісся виробництва, відгуки клієнтів і контент користувачів. Такий підхід дає змогу поєднати інформаційну, емоційну та продажну функції комунікації [4; 5].

Другим важливим елементом є візуальна ідентичність бренду. Узгоджена палітра кольорів, типографіка, стиль фото- і відеоконтенту, а також єдина композиційна логіка профілю формують впізнаваність і створюють позитивне перше враження. Для Instagram це особливо важливо, оскільки саме візуальний образ часто стає першим контактом потенційного клієнта з брендом. У локальному контексті значення має й мовна адаптація: використання української мови, локальних референсів і близьких аудиторії смислів підсилює відчуття автентичності та довіри [1].

Ефективна контент-стратегія також потребує правильного вибору форматів. Пости допомагають підтримувати цілісну естетику профілю, Reels розширюють охоплення, Stories забезпечують оперативну взаємодію з

підписниками, а інтерактивні механіки сприяють залученню та зростанню активності аудиторії. Для fashion-бренду доцільно комбінувати різні формати, щоб не лише інформувати, а й надихати, демонструвати цінності бренду та стимулювати купівельну поведінку [2; 4].

Окремої уваги потребує взаємодія з аудиторією та аналіз ефективності. Коментарі, приватні повідомлення, опитування в Stories, репости відгуків і контенту користувачів формують навколо бренду спільноту, а не просто набір підписників. Результативність контент-стратегії слід оцінювати за такими показниками, як охоплення, залученість, переходи до профілю або сайту, збереження публікацій і конверсії. Регулярний аналіз цих метрик дає змогу коригувати контент-план та обирати більш ефективні формати [3; 5].

Додатковим інструментом просування для брендів у fashion-сегменті є співпраця з інфлюенсерами. Найчастіше ефективними виявляються мікро- та наноінфлюенсери, оскільки їхня аудиторія сприймає рекомендації як більш щирі та наближені до реального досвіду. У поєднанні з якісним органічним контентом, таргетованою рекламою та системною аналітикою це дає змогу підвищувати впізнаваність бренду й посилювати його позиції на локальному ринку.

Отже, формування контент-стратегії бренду в Instagram в умовах локального ринку має ґрунтуватися на глибокому розумінні аудиторії, послідовній візуальній ідентичності, локалізації повідомлень та постійному вимірюванні результатів. Найбільш ефективною є стратегія, що поєднує різні формати контенту, регулярну взаємодію з підписниками та співпрацю з інфлюенсерами. Саме така модель дозволяє бренду не лише збільшувати охоплення, а й формувати лояльну спільноту навколо себе.

### **Список використаних джерел:**

1. Кочевой М., Баранова К. Побудова бренду промислового підприємства в умовах глобальної конкуренції. Наукові перспективи. 2025. № 12(66). С. 1008–1018.
2. Кудіна А. Дієві інструменти просування fashion-брендів через соціальну мережу Instagram. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Т. 4. № 2. С. 61–71.
3. Альошина Т., Козенков Д., Сало М. Контент-маркетинг як сучасний елемент маркетингової стратегії підприємства. Економічний вісник. 2022. № 3. С. 59–68.
4. Зіньцьо Ю., Федорук М. Основні види та формати контенту для SMM. Економіка та суспільство. 2025. № 71. С. 86–90.
5. Філіна О. Роль та види контенту при просуванні в соціальних мережах. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 1(31). С. 75–81.

VI Міжнародна науково-практична онлайн-конференція  
«Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій:  
суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності»

22 травня  
2026 року

**ISBN 978-83-68480-22-1**