

ДЕРЖАВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



STATE
UNIVERSITY
OF TRADE
AND ECONOMICS

Міжнародний дайджест до Дня журналіста

"Медіаосвіта в Україні"

матеріали міжнародного круглого столу
(Київ, 2 червня 2022 р.)

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Київський університет імені Бориса Грінченка
Одеська національна академія харчових технологій
НТУУ "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"
Запорізький національний університет
Національний авіаційний університет
Інститут психології Костюка НАПНУ
Research Culture Society, India
School of Finance and Law, Poland
Humber College, Canada
The University of Milan, Italy
Millikin University, USA

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Київський університет імені Бориса Грінченка
Одеська національна академія харчових технологій
НТУУ «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»
Запорізький національний університет
Національний авіаційний університет
Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України
Research Culture Society, India
School of Finance and Law, Poland
Humber College, Canada
The University of Milan, Italy
Millikin University, USA**

МІЖНАРОДНИЙ ДАЙДЖЕСТ ДО ДНЯ ЖУРНАЛІСТА

«МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ»

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОГО КРУГЛОГО СТОЛУ

(Київ, 2 червня 2022 р.)

Київ 2022

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

УДК 339.9(048):070]:004:37(477)

М 58

М 58 **Міжнародний дайджест до Дня журналіста «Медіаосвіта в Україні» [Електронне видання] : матеріали міжнар. круглого столу (м. Київ, 2 черв. 2022 р.) / [за. заг. ред. Д. С. Файвішенко, Є. В. Шкурова]. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – 266 с. – Укр. та англ. мовами.**

ISBN 978-966-918-055-1

DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2022-06-02>

У дайджесті висвітлено засади підготовки фахівців у сфері соціальних комунікацій, зокрема журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю. Відображено результати досліджень науковців, молодих вчених, аспірантів та студентів у царині медіаосвіти, медіаграмотності та з питань інформаційних війн. Розглянуто перспективи діалогу медіаосвіти та бізнесу, специфіку використання цифрових комунікацій у діловій сфері. Репрезентовано артбуки, в яких подано творчі роботи студентів та матеріали I Міжнародного студентського конкурсу фотографії та фотографіки, що відбувся у 2022 р.

Редакція може не поділяти думки авторів. Відповідальність за дотримання академічної доброчесності та зміст матеріалів несуть автори.

УДК 339.9(048):070]:004:37(477)

Відповідальні за випуск: Д. С. Файвішенко, д-р, екон. наук, професор кафедри журналістики та реклами ДТЕУ; Є. В. Шкуров, канд. філол. доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ.

Упорядник та науковий редактор Є. В. Шкуров, канд. філол. наук, доцент кафедри журналістики та реклами ДТЕУ.

ISBN 978-966-918-055-1

© Державний торговельно-економічний університет, 2022

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО	8
----------------------------	----------

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАБЕЗПЕКА

Lisun Yanina, Chirag M. Patel Media and journalism education in India	11
---------------------------------------------------------------------------------------	----

Алданькова Галина Підготовка фахівців з реклами та PR в університетах Німеччини	15
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Брюханова Галина Графічні застосунки у медіаосвіті фахівців з реклами.....	19
--------------------------------------------------------------------------------------	----

Гамова Ірина Від комунікації до маніпуляції	21
-------------------------------------------------------------	----

Гондюл Олександра Антикрихкість у часи постправди: необхідні м'які навички студентів-журналістів для вирішення глобальних проблем людства	24
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Гурлева Тетяна Роль суб'єктності особистості в умовах інформаційної війни	30
-------------------------------------------------------------------------------------------	----

Зазимко Оксана Психологічні особливості дискурсивного конструювання досвіду студентами в інформаційному просторі	34
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Зарецька Ольга Інтерпретаційний потенціал дорослої особи (за матеріалами онлайн-опитування).....	40
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Куценко Анастасія, Файвішенко Діана Clubhouse як медіаплатформа у 2022 році	45
---------------------------------------------------------------------------------------------	----

Кривопишина Олена, Ткаченко Анастасія Фейки під час інформаційної війни	49
-----------------------------------------------------------------------------------------	----

Куровська Ганна	
Геополітика знання.....	52
Морозова Марина	
Політична функція журналістики	54
Романюк Софія	
Пропаганда у формуванні суспільної думки.....	57
Спічак Валерія	
Медійний вплив пропаганди	64
Шийка Аліна	
Дипфейки: можливості та небезпеки.....	69
Юсипишена Діана	
Сучасний дискурс медіаграмотності	73

ГУМАНІТАРНИЙ ТА СУСПІЛЬНИЙ ВИМІРИ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Лісун Яніна	
Економічна журналістика в умовах неконтрольованих мультикриз.....	77
Єнін Максим	
Роль медіа у висвітленні збройних конфліктів.....	79
Ковінько Марина	
Літературна критика у Facebook: між профанацією літературознавства та можливостями нового формату	83
Шкуров Євген	
Соціологія масових комунікацій у дослідженні міста	88
Вакарова Дарина	
Засади економічної журналістики	90
Демух Тетяна	
Журналіст під час бойових дій.....	93

Десятник Анастасія Роль медіа у розбудові суспільства	98
-----------------------------------------------------------------------	----

Курасова Таїсія Можливості хмарних сервісів для онлайн-опитувань у соціальній журналістиці	102
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Любовець Дар'я Місто Шостка та Сумська область у перші дні війни: дзеркало медіа.....	107
----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Собейко Єлизавета Відео як фактор формування сучасної музичної медійної культури....	109
------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Токарчук Яна Психологічний вплив реклами на споживачів.....	113
-----------------------------------------------------------------------	-----

Шакун Олеся Літературна критика в нових медіа (на матеріалі платформи Litcentr)	118
----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНСТРУМЕНТАРІЇ БІЗНЕСУ

Кордзая Натела Чат-боти у месенджер-комунікаціях	122
------------------------------------------------------------------	-----

Lisun Yanina, Sapiński Aleksander Trends of media market in Poland in 2020–2021	125
-------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Артюшенко Олександра Комунікаційні засади маркетингу на сучасному етапі	128
-----------------------------------------------------------------------------------------	-----

Берегова Дарина Чорний гумор у SMM-комунікаціях.....	135
----------------------------------------------------------------	-----

Бойко Вікторія Рекламна комунікація підприємства роздрібної торгівлі	143
--------------------------------------------------------------------------------------	-----

Домме Ангеліна Комунікаційний вимір SMM	154
Зуб Катерина Основні комунікаційні технології інтернет-реклами	158
Кліменчук Мілена Customer Journey Map як комунікаційний інструмент	161
Косогор Ольга Комунікативний інструментарій прямого маркетингу ТОВ «ТІ ЕНД ПІ МАРКЕТИНГ»	165
Кривошея Ольга Комунікаційний вимір прямого маркетингу мережі магазинів MINISO	170
Кузнєцова Анастасія, Комунікації «МакДональдз Юкрейн Лтд» у соціальних мережах	175
Лазар Світлана Стимулювання збуту в комунікаціях підприємств готельно-ресторанного типу	179
Ларіна Катерина Застосування інструментів цифрової комунікації в діяльності підприємств	184
Литвиненко Юлія Комунікаційна специфіка нативної реклами	189
Мельник Дар'я Комунікативні засади стимулювання збуту	194
Нгуен Ань Специфіка технологій продакт-плейсменту	196
Олешко Вікторія Фірмовий стиль в комунікаційній діяльності ПАТ «Рошен»	203

Радіонова Марина Комунікативна роль фірмового стилю	207
Романченко Марина Екологічний брендинг як технологія.....	211
Сагало Христина Брендинг як комунікаційний інструмент підприємства	216
Семеняк Аліна Спін-докторинг як комунікаційна технологія	220
Тимчук Яна Лайфстайл-блог: принципи розвитку та специфіка контенту	225
Трояновська Злата Рекламна комунікація в сегменті B2B.....	229
Чернишова Юлія Імідж і репутація: особливості та відмінності	234
Артбук студентських робіт з реклами	240
Артбук I Міжнародного студентського конкурсу фотографії та фотографіки	248

Міжнародний дайджест до Дня журналіста

Для отримання повного дайджесту «Медіаосвіта в Україні» [здійсніть оплату](#) та відправте квитанцію на електронну адресу кафедри jr@knute.edu.ua

Контактна особа Шкуров Євген Владленович, e.shkurov@knute.edu.ua



«Міжнародний Дайджест до Дня журналіста»

За послугу із постачання
електронних примірників



4bill