

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУКИ І ОСВІТИ
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АЕРОКОСМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. М. Є. ЖУКОВСЬКОГО
«ХАРКІВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

***АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СУЧАСНОГО
СОЦІОГУМАНІТАРНОГО ЗНАННЯ***

**XV Міжвузівський
науково-практичний семінар**

Збірник наукових доповідей

Випуск 15

20 лютого 2024 року

**Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»**

УДК 378(063)

Актуальні питання сучасного соціогуманітарного знання : збірник наукових доповідей : XV Міжвузівський науково-практичний семінар, 20 лютого 2024 р., м. Харків. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2024. – Вип. 15. – 98 с.

Збірник містить тези наукових доповідей здобувачів вищої освіти, молодих науковців і викладачів закладів вищої освіти України, у яких розглянуто проблеми розвитку науки і освіти в умовах воєнного стану, переоцінки культурних феноменів у кризових обставинах, висвітлено актуальні тенденції в міжнародних відносинах, зокрема в документно-інформаційній сфері.

Матеріали збірника будуть цікаві студентам і науковцям в галузі інформаційної, бібліотечної та архівної справи, філології та прикладної лінгвістики, філософії та культурології, педагогіки, соціології та права.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ
XV Міжвузівського науково-практичного семінару
«Актуальні питання сучасного соціогуманітарного знання»

Голова:

*Литвинов Олексій Миколайович – д. юрид. н., професор,
в. о. ректора Національного аерокосмічного університету
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

Співголови:

*Безпалова Ольга Ігорівна – д. юрид. н., професор, директор
Департаменту науки і освіти Харківської обласної військової
адміністрації*

*Прилуцька Алла Євгеніївна – к. філос. н., доцент, професор ХАІ
Національного аерокосмічного університету
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

*Павликов В. В. – д. т. н., професор, проректор з наукової роботи
Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського
«ХАІ»*

*Широка С. І. – к. філос. н., доцент, в. о. декана гуманітарно-правового
вакультету Національного аерокосмічного університету
ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»*

*Чістякова І. М. – к. філос. н., доцент, завідувач кафедри міжнародних
відносин та права Національного університету «Одеська політехніка»*

*Шемаєва Г. В. – д-р наук із соц. комунікацій, професор, професор кафедри
документознавства та української мови Національного
аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»*

*Кунденко Я. М. – к. філос. н., доцент, доцент кафедри суспільно-
гуманітарних дисциплін Харківського національного університету
будівництва та архітектури*

*Дмитренко Є. В. – к. філол. н., доцент, доцент кафедри
документознавства та української мови Національного
аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»*

*Шленьова М. Г. – к. філол. н., доцент, доцент кафедри документознавства
та української мови Національного аерокосмічного університету
ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»*

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор і укладач:

Прилуцька Алла Євгенівна – к. філос. н., доцент, професор ХАІ
Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

Редактори:

Дмитренко Є. В. – к. філол. н., доцент, доцент кафедри документознавства та української мови Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

Заверющенко О. Л. – к. філол. н., доцент, доцент кафедри документознавства та української мови Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

Коновченко О. В. – к. філол. н., доцент, доцент кафедри документознавства та української мови Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

Кислюк Л. В. – канд. наук із соц. комунікацій, доцент, доцент кафедри документознавства та української мови Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

Технічний редактор:

Король Г. С. – провідний фахівець деканату гуманітарно-правового факультету Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

***ПОТЕНЦІАЛ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ В
ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНИХ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЕСТЕТИКА PR-
КОМУНІКАЦІЙ***

***А. Є. Прилуцька, проф. ХАІ, канд. філос. н, доцент,
завідувачка кафедри документознавства та української мови
Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***

Технології візуалізації є одним з ключових елементів інформаційного забезпечення, яке грає вагомую роль під час здійснення різних задач, особливо під час презентації місії та особливості діяльності установи або підприємства. Технології візуалізації допомагають не лише сприйняти інформацію, але й усвідомити її побачивши все наочно. Особливо це актуально для розробки та наповнення офіційних сайтів сучасних промислових підприємств, репрезентації планів розвитку, демонстрації результатів діяльності на нарадах, зустрічах, конгресах. Тобто форм професійної комунікації, які потребують використання прогресивних технологій для оптимізації сприйняття інформації щодо здійснення діяльності за фахом.

Важливість технологій візуалізації в структурі інформаційного забезпечення полягає в наступних аспектах:

- через великий обсяг збору промисловими підприємствами інформації з різних його галузей виробництва, постає проблема щодо якісного управління. На допомогу в цьому питанні якраз і приходять технології візуалізації, які полегшують сприйняття цих даних роблячи їх доступними для легшого сприйняття;

- через такий великий обсяг даних з різних галузей, постає проблема щодо відстежування всіх показників в реальному часі. У цьому питанні технології візуалізації сприяють ефективному та оперативному реагуванню. Цей моніторинг є надзвичайно важливим

для успішного управління сучасними промисловими підприємствами в умовах постійної конкуренції;

- технології візуалізації є важливими і під час зв'язку між відділами підприємства, сприяючи при цьому на взаємодію між ними. Таке використання, дозволяє ефективно аналізувати дані та обмінюватися інформацією. Це в свою чергу пришвидшує час прийняття рішень, та об'єднує команду.

- технології візуалізації це потужний інструмент для прогнозування та для стратегій планування. Використання цих технологій сучасними промисловими підприємствами дозволяє прогнозувати різноманітні шляхи для подальшого розвитку, при цьому зважувати всі за і проти.

Потенціал естетизації візуалізації інформації – це здатність подавати інформацію у візуально привабливої формі. Використовуючи елементи дизайну, кольору, типографіки та композивання, інформацію можна перетворити у більш візуально приємну форму, яка привертає увагу аудиторії та покращує її розуміння. Естетично приваблива інформація може допомогти ефективніше передати складні концепції та зробити зміст більш привабливим і таким, що запам'ятовується аудиторії, формує позитивно враження та позитивний імідж установи або підприємства, сприяє активізації професійних контактів, розширенню громадських зв'язків підприємства.

Візуалізація як фактор, що фіксує цінності корпоративної культури, об'єктивує місію підприємства, впливає на створення корпоративного стилю. Корпоративний стиль – це безпосередньо результат художньо-естетичної рефлексії. Це – використання єдиних принципів оформлення, колірних сполучень і образів для всіх форм ділових паперів, документації, офіційного сайту, корпоративної геральдики, упаковки, дизайну офісу і навіть одягу співробітників. Тобто це - ефективний інструмент ідентифікації підприємства або установи в системі його професійних та соціальних комунікацій .

Отже, естетизація візуального простору виробничої діяльності, продуктів діяльності, форматів презентації місії безумовно є важливими для забезпечення функціонування та розвитку промислових підприємств, для ефективної та плідної взаємодії між структурними підрозділами, а також для формування позитивного іміджу на мікро- та макро- рівнях професійної та соціальної взаємодії.

**СУЧАСНІ КОМУНІКАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ САЙТІВ
НАЙБІЛЬШИХ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ**

Я. В. Березна, студентка

Науковий керівник – канд. наук із соц. ком., доц. Л. В. Кислюк

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Сучасна бібліотека виступає як певна комунікативна структура, діяльність якої має документно-комунікативну сутність, пов'язану з документальними фондами, ресурсами, системою інформаційного сервісу. Національні бібліотеки та бібліотеки загальнодержавного значення України відіграють важливу роль у забезпеченні доступу до знань та культурних ресурсів для суспільства. Однією з ключових складових їхньої діяльності є комунікація з користувачами та поширення інформації. Сучасні сайти найбільших бібліотек України використовують різні комунікативні можливості для забезпечення зручного доступу до бібліотечних ресурсів та спілкування з користувачами. Ось деякі з таких можливостей.

Електронний каталог. Однією з ключових можливостей сайтів національних бібліотек України є наявність електронного каталогу. Цей інструмент дозволяє користувачам швидко та зручно знаходити потрібні книги, журнали, аудіо- та відеоматеріали. Вони можуть використовувати різні фільтри для пошуку, такі як автор, заголовок, тема та інші параметри.

Доступ до електронних ресурсів. Сучасні національні бібліотеки надають користувачам можливість отримувати доступ до електронних версій книг, періодичних видань, баз даних, архівів та інших цифрових ресурсів. Це спрощує процес пошуку та отримання інформації.

Віртуальні виставки та тематичні колекції. Бібліотеки створюють віртуальні виставки та тематичні колекції, які

дозволяють користувачам вивчати конкретні теми, події, історичні періоди та літературні жанри. Це може бути важливим інструментом для освіти та культурного піднесення суспільства.

Блоги та новини. Багато національних бібліотек публікують свої блоги, де діляться цікавими статтями, рецензіями на книги, анонсами подій та іншою актуальною інформацією. Це сприяє взаємодії з користувачами та популяризації читання.

Інтерактивність та форуми. Національні бібліотеки надають можливість користувачам взаємодіяти через інтерактивні розділи на своїх сайтах. Тут користувачі можуть обговорювати книги, ставити питання бібліотекарям, обмінюватися враженнями та думками.

Соціальні мережі. Бібліотеки активно використовують соціальні мережі для спілкування з аудиторією. Вони публікують новини, анонси подій, віртуальні екскурсії, цікаві факти та рецензії. Соціальні мережі сприяють підвищенню свідомості про бібліотеку та залученню нових користувачів.

Електронні форми зворотного зв'язку. Сайти національних бібліотек мають контактні форми та адреси електронної пошти для зворотного зв'язку з користувачами. Це дозволяє користувачам ставити питання, надсилати пропозиції або скарги, отримувати консультації від бібліотекарів.

Онлайн-освіта. Деякі національні бібліотеки надають доступ до онлайн-курсів, вебінарів та інших освітніх ресурсів. Це допомагає підвищити рівень освіти серед громадян та розширює можливості навчання.

Наразі в Україні налічується 13 національних бібліотек. Розгляньмо комунікативні можливості сайтів двох із них: Львівської національної наукової бібліотеки України імені Василя Стефаника та Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка.

Львівська національна наукова бібліотека України імені Василя Стефаника є державною неприбутковою науковою

установою, заснованою на державній власності, що перебуває у віданні Національної академії наук України та входить до складу Відділення історії, філософії та права НАН України.

Львівська національна наукова бібліотека України імені Василя Стефаника є однією з провідних науково-дослідних установ у галузях бібліотекознавства, бібліографознавства, книгознавства, пресознавства, архівознавства, мистецтвознавства, консервації та реставрації документів. Інституція здійснює широкомасштабні дослідження української книги й періодики XVIII – початку XX ст., видає багатотомні науково-довідкові видання, численні бібліографічні покажчики, ґрунтовні наукові та науково-популярні праці. Статус науково-дослідного інституту бібліотеці надано у 1989 р.

У книгозбірні зберігається одне з найвагоміших у світі зібрань україніки:

- рукописні та друковані видання XI – початку XX ст.;
- унікальні колекції інкунабул, палеотипів, стародруків, особові архівні фонди XVIII – XX ст.;
- українська й іншомовна періодика XIX – першої половини XX ст.;
- картографічні видання XVI – XVIII ст.

Щорічно універсальними інформаційними ресурсами бібліотеки користується понад 10 тис. читачів, серед яких: академіки, члени-кореспонденти, доктори та кандидати наук, наукові співробітники, спеціалісти, студенти закладів вищої освіти, а також закордонні користувачі.

Комунікативні можливості ЛННБ України ім. В. Стефаника (<https://www.lsl.lviv.ua>) включають:

- 1) електронний каталог:
 - загальний каталог;
 - імідж-каталог;
 - каталог періодичних видань;
 - каталог авторефератів дисертацій;

-
- каталоги дієвих тематичних виставок;
 - каталоги видань для книгообміну;
 - 2) доступ до електронних ресурсів, фондів і колекцій, інформаційних продуктів та наукових видань;
 - 3) віртуальні виставки.
- У бібліотеці діють книжкові виставки:
- а) книжкова виставка з фонду Відділу європейської книги ХІХ–ХХ ст. Львівської національної наукової бібліотеки України імені Василя Стефаника;
 - б) книжково-ілюстративна виставка, присвячена 130-річчю від дня народження Юрія Олексійовича Меженка;
 - в) книжкова виставка «30 років незалежності України»;
 - г) виставка «Василь Стефаник» (1871–1936): 150 років від дня народження».
- 3) на головній сторінці сайту опубліковано новини;
 - 4) бібліотека в соцмережах: наявність ютуб-каналу та сторінки в facebook;
 - 5) наукові конференції:
 - а) міжнародна наукова конференція «Василь Стефаник в українському та світовому соціокультурному просторі»;
 - б) Міжнародна наукова конференція «ЛННБ України ім. В. Стефаника: історія, джерела, постаті»;
 - в) II Міжнародна наукова конференція «Видавничий рух в Україні: середовища, артефакти»
- Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка – найбільша бібліотека Харкова і Східної України, друга за книгофондом, після Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, бібліотечна установа України. Щорічно до бібліотеки надходить до 70 тис. документів (книг, журналів, газет, баз даних та електронних документів на CD-ROM та ін.). Розгалужена система довідково-бібліографічного апарату ХДНБ містить понад 60 каталогів і картотек, у тому числі електронний, довідково-бібліографічний фонд, автоматизовані

бази даних, друковані зведені каталоги та фонд виконаних довідок.

Комунікативні можливості ХДНБ імені В. Г. Короленка (<https://korolenko.kharkov.com>) включають:

1) електронний каталог. За допомогою електронного каталогу ХДНБ ім. В. Г. Короленка Ви можете за ключовими словами знайти необхідну інформацію у різних базах даних, що містять оцифровані видання з фондів бібліотеки;

2) бібліотека надає доступ до:

а) вебресурсу «Краєзнавство»;

б) фонду електронних документів;

в) архівних фондів;

г) обмінного фонду;

г) власних баз даних;

д) видань та публікацій працівників бібліотеки;

3) тематичні виставки ХДНБ ім. В. Г. Короленка:

а) «Лідер українського літературного авангарду»;

б) «Оздоблення жіночих сорочок Слобожанщини кінця ХІХ – початку ХХ століття»;

в) «Основоположник нового світлого життя»;

4) конференції та семінари:

а) «Бібліотека. Наука. Комунікація. Актуальні питання збереження та інноваційного озвитку наукових бібліотек»;

б) «Теоретичні та прикладні аспекти біографістики»;

в) «Спільні зусилля для збереження української культурної спадщини в умовах конфлікту»;

5) на сторінці бібліотеки опубліковано багато різних новин та подій;

б) соціальні мережі: Instagram, facebook, twitter, youtube;

7) освітні послуги:

а) ХДНБ ім. В. Г. Короленка – хаб цифрової освіти.

3 березня 2020 року Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка стала офіційним хабом Національного проєкту освітньої онлайн-платформи «Дія. Цифрова освіта».

Хаби цифрової освіти — це простори, куди може завітати кожний громадянин та безкоштовно отримати доступ до платформи «Дія. Цифрова освіта», щоб пройти навчання з цифрової грамотності, отримати консультації й допомогу працівників, а також сертифікати. Хаби допомагають людям, які не мають власних гаджетів, зрозуміти, як ними користуватися, а також опанувати необхідні навички для того, щоб безпечно поводитись у цифровому світі та цифровому суспільстві.

б) Інтернет-клуб «Онлайн».

Клуб об'єднує користувачів пенсійного віку, які пройшли курси з основ комп'ютерної грамотності в інформаційно-ресурсному центрі та висловили бажання й надалі навчатися та поглиблювати знання.

в) Школа бібліотечного журналіста.

Мета школи – сприяння професійному розвитку бібліотекарів і створення позитивного іміджу бібліотек як безкоштовних загальнодоступних центрів доступу до інформації через ЗМІ різного рівня, бібліотечні ЗМІ (електронні та друковані) та через сайти й сервіси Web 2.0, 3.0. Головне завдання школи – опанування учасниками методів, прийомів, засобів журналістської діяльності та отримання практичних навичок.

Отже, бібліотека виступає базовою соціально-комунікативною структурою, яка концентрує комунікативну культуру суспільства й забезпечує комунікативні процеси з використанням документів, інформації і знань.

КНИГА ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Бондаренко А. , здобувачка освіти

**Науковий керівник – канд. філос. наук, доц. Я.М. Кунденко,
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова**

Комунікація – це процес обміну інформацією між людьми для досягнення взаєморозуміння. Вона має різні функції, такі як передача інформації, організація взаємодії, сприйняття один одного та вплив на емоції. Вивчаючи комунікацію, важливо розглянути її учасників, мету, канали та наслідки цього процесу.

Основні функції комунікації включають:

1) інформативну функцію. Це передача інформації, яка може бути істинною або помилковою. Ця функція відповідає за рух інформації між учасниками комунікації;

2) інтерактивну (спонукальну) функцію. Ця функція спрямована на організацію взаємодії між людьми. Вона включає в себе розподіл функцій, вплив на настрої та поведінку співрозмовника за допомогою різних форм впливу, наприклад: заохочення, накази, прохання;

3) перцептивну функцію. Це сприйняття один одного учасниками комунікації та встановлення на цій основі взаєморозуміння;

4) експресивну функцію. Ця функція збуджує або змінює характер емоційних переживань під час комунікації.

Ці функції допомагають в організації, передачі та сприйнятті інформації, вони спрямовані на досягнення взаєморозуміння та взаємодії між учасниками комунікації. Книга є словесним засобом комунікації, спрямованим на читача. Її основними засобами та метою є:

1) словесна мова: послідовність слів, стиль письма, образність мови, що створюють настрій, передають враження та

відтворюють образи в уяві читача;

2) сюжет та наратив: розвиток історії, характери персонажів, конфлікти, їх розв'язання для передачі ідей, виклику відчуттів та залучення читача;

3) символіка та метафори: використання словесних символів, метафор та алегорій для передачі складних ідей, глибших значень або абстрактних концепцій;

4) інтертекстуальність: використання посилань на інші твори, культурні аспекти чи літературні алюзії для створення зв'язків із ширшим контекстом, залучення читача до різноманітних аспектів твору;

5) взаємодія з читачем: за допомогою мови та відповіді персонажів чи автора досягають залучення читача, виклику емоцій та активізації участі в подіях;

б) соціокультурний контекст: відображення соціальних та культурних аспектів у тексті для передачі можливості читачеві розуміти сучасні суспільні питання та для розкриття соціокультурних тем.

Ці засоби та завдання працюють разом для створення тексту, який спілкується з читачем, сприймається на рівні емоцій, інтелекту та досвіду, щоб передати естетичне значення та взаємодіяти зі світом літератури.

Книга, завдяки своїм словесним засобам, створює процес комунікації з великою кількістю людей. Емоції читачів, спочатку викликані словами та подіями в книзі, відіграють ключову роль у сприйнятті образів через механізм емпатії. Читачі переходять від пасивного читання до активної участі в подіях, ставлять себе на місце героїв та відчувають їхні емоції. Однак участь читача не є постійним станом, а чергується з моментами віддалення від тексту. Зміст книги, її структура та індивідуальні особливості читача впливають на процес сприйняття та комунікації між автором та читачами.

Чим простіші емоції викликає книга, тим більше читачів бере участь у комунікації, тож найпростіші та найбільш популярні теми та жанри – гумор-комедія, кохання-роман, боротьба-пригоди – мають найбільший успіх серед аудиторії.

Особливість книги як засобу комунікації

1. Смысловий контекст. Книга володіє здатністю передавати інформацію, ідеї, концепції, теорії та історії через слова, структуру та сюжет. Вона створює масивну базу знань та можливість розмірковувати над різноманітними аспектами життя, культури, історії та науки.

2. Емоційна взаємодія. Книга може викликати емоції, співчуття, радість, захоплення чи роздуми. Вона здатна створювати емоційний зв'язок між автором та читачем через зображення персонажів, сюжетів та ідей.

3. інтелектуальний стимул. Читання книги може розвивати інтелект, розширювати словник, стимулювати уяву та критичне мислення. Вона спонукає до аналізу, рефлексії та відкриття нових горизонтів знань.

4. Культурний вплив. Книга є важливим елементом культурного спадку, вона передає історію, традиції, моральні цінності та відображає соціокультурний контекст певного часу та місця.

5. Інтерактивність. Читання книги залучає читача до взаємодії з текстом, до сприйняття та інтерпретації, можливості спілкування з ідеями та концепціями, що в ній містяться.

Обличчя книги як засобу комунікації є багатограним, воно сприяє сприйняттю інформації та взаєморозумінню між автором та читачем на рівні ідей, емоцій та думок. У книзі використовують різні прийоми комунікації для взаємодії з читачем та передачі інформації:

1) описовість: автор може детально описувати обставини, місце подій, зовнішній вигляд персонажів, створюючи відчуття присутності читача в уявному світі книги;

2) діалоги: використання розмов між персонажами дозволяє показати їхні внутрішні думки, конфлікти, відносини та розвиток сюжету;

3) внутрішні монологи: дозволяють читачеві зазирнути в мислення персонажів, розуміти їхні мотивацію та внутрішній світ;

4) символізм та метафори: використання символів та метафор допомагає передати складні концепції, абстрактні ідеї чи глибокі значення через образність;

5) флешбеки та передумови: історії з минулого персонажів або розповіді про їхнє минуле, що впливає на сюжет, розкривають характери та розвивають інтригу;

6) сюжетні ходи: здивування, перевертання сюжету, несподівані обороти подій, що зацікавлюють читача та тримають його зацікавлення;

7) алегорії та іронія: використання певних образів або ситуацій для передачі складних ідей або виклику почуттів у читача.

Ці прийоми спільно створюють унікальну комунікацію між автором та читачем, дозволяючи передати ідеї, емоції та викликати різні враження в процесі читання. У книзі використовують різні прийоми комунікації, такі як описи, діалоги, внутрішні монологи, символіка, флешбеки та інші, для створення живого світу, змістовного сюжету та глибокого розуміння персонажів. Ці прийоми дозволяють передати інформацію, викликати емоції, розвивати інтригу та вражати уяву читача, створюючи зв'язок між автором і аудиторією. Комбінація цих засобів дозволяє книзі спілкуватися з читачем на рівні ідей, емоцій та досвіду, створюючи багатий та чарівний світ міркування.

**УПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ
В БІБЛІОТЕЧНІЙ ТА АРХІВНІЙ СПРАВІ**

Д. Р. Грабовський, студент

*Науковий керівник – доктор наук із соц. комунікацій,
проф. Г. В. Шемаєва*

*Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»*

З часом традиційні галузі, такі як бібліотечна справа та архіви, трансформуються разом із технологічним прогресом. Штучний інтелект (ШІ) відіграє значну роль у цій еволюції, пропонуючи нові можливості для зберігання та поширення знань.

Однією з головних переваг впровадження ШІ в бібліотеках та архівах є автоматизація аналізу та індексування інформації. Використання ШІ може значно підвищити швидкість пошуку та доступу до рідкісних документів, тим самим покращуючи зручність для користувачів.

ШІ-аналіз великих обсягів даних дає змогу виявити тенденції та зв'язки, які можуть бути невидимими під час ручного аналізу. Це сприяє швидкому виявленню інновацій та нових перспектив у дослідженнях, сприяючи підвищенню інтелектуального потенціалу бібліотек та архівів.

Ще однією перевагою штучного інтелекту є його здатність передбачати потреби користувачів. Аналітичні алгоритми штучного інтелекту враховують зміни в питаннях та інтересах відвідувачів, що дозволяє бібліотекам і архівам адаптуватися до змін у режимі реального часу та надавати більш ефективні послуги.

Крім того, штучний інтелект допомагає оптимізувати оброблення та класифікацію архівних матеріалів. Алгоритми машинного навчання можуть ефективно класифікувати

документи за тематикою, виявляти та виправляти помилки в архівних записах, зберігаючи важливу інформацію.

ШІ також може надавати персоналізовані рекомендації, аналізуючи вподобання користувачів. Застосування його можливостей в бібліотечній діяльності може сприяти підвищенню якості обслуговування користувачів, підкреслює необхідність заходів кібербезпеки для захисту від потенційних загроз і збереження конфіденційності даних, а також у сучасному зарубіжному досвіді слугує для розроблення інтелектуальних систем, які відповідають високим стандартам безпеки.

Розвиток штучного інтелекту в бібліотечній та архівній справі відкриває можливості для співпраці та обміну знаннями між установами. Відкриті стандарти та платформи для об'єднання зусиль сприятимуть досягненню спільної мети – збереженню та поширенню культурної спадщини.

Важливо зазначити, що реалізація проєктів зі штучного інтелекту потребує активної участі експертів з галузі інформаційних технологій та навчання персоналу. Фахівці повинні бути готові використовувати нові інструменти та взаємодіяти з системами штучного інтелекту для підвищення ефективності.

Отже, штучний інтелект стає важливим партнером у розвитку бібліотечної та архівної галузі, упроваджуючи інноваційні підходи та покращуючи якість обслуговування сучасних користувачів. Завдяки штучному інтелекту зберігання, оброблення та поширення знань стануть більш точними та краще відповідатимуть потребам суспільства, створюючи нові можливості для досліджень та освіти.

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ТЕХНІЧНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

О. Р. Гриншпун, студентка

Науковий керівник – канд. філол. наук, доц. М. Г. Шленьова

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Бренд-менеджмент – управління репутацією підприємства, спрямоване на створення, підтримку та покращення сприйняття цільовою аудиторією продуктів та послуг. Правильне управління брендом знижує витрати, підвищує лояльність клієнтів та забезпечує зростання пізнаваності компанії на ринку.

Бренд університету – це засіб, що формує лояльність, цінність, імідж, привертає потенційних споживачів до освітньої послуги, транслює цінності, які ЗВО розповсюджує в процесі підготовки фахівців, демонструє відкритість освітньої установи й участь у вирішенні економічних і соціальних проблем.

Роль бренду для освітнього середовища надзвичайно велика, оскільки він повідомляє максимум корисної інформації та гарантує стабільну якість та асортимент освітніх послуг; створює стійкі, довгострокові, позитивні відносини із споживачем (лояльність); відображає систему цінностей, традицій, норм ЗВО.

Сьогодні ринок освітніх послуг України стикається (окрім демографічної та економічної кризи, війни з її дистанційною формою навчання) з такою проблемою, як відсутність маркетингової стратегії створення бренду закладу вищої освіти (ЗВО). Цю проблему, як правило, не розглядають як основну, і це є величезною помилкою. Гарвард, Оксфорд, Масачусетський технологічний університет та інші «брендові» університети при вартості навчання від 50–90 тисяч доларів на рік ніколи не мають проблем з набором і спокійно підвищують вартість навчання, якщо зростають їхні бюджети на надання освітніх послуг. Отже, зважаючи на це, і приділяючи увагу тому, що пропозиція закладів

вищої освіти вже в декілька разів перевищує попит, а кількість випускників загальноосвітніх шкіл з кожним роком зменшується, необхідно розвивати та поширювати маркетинг освіти, а саме необхідність формування стійкого бренду університетів.

Актуальність теми обумовлена кількома аспектами, насамперед чергою, у ситуації, що склалася на ринку освітніх послуг, умовами оптимізації навчальних закладів для створення університету серед конкурентів. Необхідно виділити головні та сильні сторони ЗВО для залучення споживача.

Таким чином, робимо висновок, що проблема дослідження методології формування та просування ЗВО є актуальною. Бренд університету має «пояснити» абітурієнту, чому саме йому він надає свою перевагу й чим освітній продукт відрізняється від товарів та послуг конкурента.

Питання формування брендової стратегії організації є актуальним та досить досліджуваним серед вітчизняних, а також закордонних вчених і практиків. Шляхи та інструменти розвитку бренду розглядали такі вчені, як В. Ф. Оберемчук, Т. О. Примак, О. Л. Шевченко та ін., проте на сьогодні не досить повно розкрито питання розвитку бренду технічних закладів вищої освіти України, а формування стратегії бренд-менеджменту технічних університетів розглядають тільки в досить вузькому ракурсі.

**ВИКОРИСТАННЯ ШІ ЯК ПРОБЛЕМНИЙ ЧИННИК У
НАВЧАННІ:**

ВИКЛАДАЦЬКИЙ ДОСВІД І ПОШУКИ РІШЕНЬ

Є. В. Дмитренко, канд. філол. наук, доц.

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

За останні роки студенти помітно активізували використання штучного інтелекту в освітньому процесі, зокрема для написання різного роду і обсягу робіт – від розгорнутих відповідей на запитання для семінарських занять до кваліфікаційних робіт. Це не може не викликати цілий ряд ускладнень і трансформацій у навчальному процесі: від оцінювання поточних робіт до мотивації самостійних студентських розвідок у цілому. Отже, наразі штучний інтелект стає проблемним чинником у вищій освіті.

Цю проблемність узагальнено і з певною умовністю можна представити трьома аспектами: дотримання академічної доброчесності, визначення результатів навчання у вигляді набутих знань (або ж чи не їх відсутності) і оцінювання робіт, виконаних із використанням чат-ботів.

Чітко помітними ці проблемні аспекти стають у процесі групових практичних занять, а саме під час виконання письмових робіт на задану тему. Наш власний досвід дав можливість переконатися в цьому.

Студентам було запропоновано самостійно опрацювати доступні інтернет-джерела та дати розгорнуту відповідь на одне з лекційних питань («Приватна і публічна комунікація в професійній діяльності»). При цьому висувалася чітка вимога: розкрити тему з огляду на обрану професію. Результати перевірки змусили замислитися щодо проблеми самостійного

мислення сучасних першокурсників у цілому. Нажаль, від студентів викладачеві було надано близько сотні робіт із надто схожим змістом надто узагальненого характеру. Лише третина дійсно опрацювали стандартний загальновідомий матеріал у контексті власної професійної комунікації.

Осмисливши прочитане, ми прийшли до думки, що тут не йдеться про використання однакових науково-навчальних джерел інформації, таких як підручники, посібник або ж на крайній випадок готових робіт, розміщених у Мережі. Тобто, нажаль, навіть так зібрати і скопіювати матеріал студентам або складно, або ліньки (вітім, очевидно, що ні те, ні інше аж ніяк не сприяє якісному навчанню так само, як і використання ШІ). Подані роботи були виконані за допомогою ШІ (як потім зізналися студенти в наступній письмовій роботі, переважна більшість з них використовують GPT-чат або іншу подібну платформу).

У цій ситуації, на наше переконання, було досить корисно роз'яснити студентам, що один з недоліків використання ботів у підготовці домашніх завдань – це однотипність відповідей на той самий запит навіть від різних користувачів. Це тим більше стало помітно, коли наступне завдання полягало у формулюванні конкретних відповідей на 10 запитань від викладача (для усіх однакових).

Інша ключова проблема, яку довелося «озвучити» студентам, – це неможливість об'єктивно оцінити ці роботи. Адже, що, власне, викладач має оцінювати? Знання чат-бота із заданої теми? Вміння студентів користуватися чат-ботом або ж копіювати і формувати (і навіть далеко не в кожному випадку це було зроблено!) текст у текстовому редакторі?

Відтак, стало необхідним донести студентам неминучість інтелектуальної деградації за умови, що вони продовжать «навчання» у такий спосіб, попри те, що самі здобувачі вищої (!) освіти чи не в абсолютній більшості переконані, що ШІ

допомагає їм творчо (!) розвиватися й знаходити необхідні знання. Хоча, на превеликий жаль, тут же вони демонструють свою неспроможність (або небажання) генерувати власні авторські судження, не говорячи вже про якісь креативні підходи до виконання письмових завдань.

Так само виявилось, що студенти практично не розцінюють подання згенерованої ШІ письмової відповіді під власним ім'ям як факт порушення академічної доброчесності, хоча в основному, і це досить парадоксально виглядає, всі розуміють, що таке плагіат і говорять про необхідність регулювання використання ШІ в закладах вищої освіти.

Отже, стають очевидними принаймні три висновки.

По-перше, уже в перші тижні навчання, на нашу думку, є потреба централізовано роз'яснити студентам засади академічної доброчесності та окреслити реальні способи її дотримання, доступно, на конкретних прикладах пояснити: «Так можна чинити, а так – ні», буквально зазначити потрібні рядки в нормативних актах, а головне – чітко визначити міру відповідальності, прийняту саме в нашому університеті.

По-друге, варто скоригувати реальні ситуації використання чат-ботів, оскільки є очевидним те, що повна заборона використовувати ШІ не на часі, в цілому неможлива і неправомірна. Тобто прописати критерії, які визначають доцільність і межі використання відповідних платформ саме для здобуття нових знань, як інформаційно-пошукових систем, а не заміників власного мислення.

По-третє, очевидно потребує переосмислення уся методологія оцінювання письмових робіт студентів у контексті можливостей застосування чат-ботів, і щонайменше – розробити методику оперативної перевірки кожної роботи щодо присутності в ній суджень ШІ (наприклад, це може бути перевірка на дублікат або щось подібне). Хоча при цьому і є очевидною необхідність відповідного технічного забезпечення, бажано корпоративного,

аби засоби і результати перевірки мали легітимність передусім у межах конкретного закладу вищої освіти.

Отже, в усякому разі необхідно оперативно реагувати на факт небезпеки і водночас неминучості використання технологій ШІ в навчальному процесі не лише на загальнодержавному й законодавчому рівні, але й на рівні окремого закладу, уводячи внутрішні регулятивні заходи і документи, що, власне, і відбувається у провідних університетах прогресивних країн світу.

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ ДОКУМЕНТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ
МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ
(НА ПРИКЛАДІ СТАРОВІРІВСЬКОЇ СІЛЬСЬКОЇ РАДИ
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

А. Р. Дуброва, студентка

Науковий керівник – старший викладач О. В. Телюпа

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Організаційні документи призначені для організації, упорядкування та погодження діяльності органів місцевого самоврядування, зокрема і Старовірівської сільської ради. Документація визначає організаційну структуру органів, включаючи розподіл відповідальності, функцій та повноважень між різними підрозділами та посадовими особами та забезпечує належне збереження та оброблення інформації, що стосується діяльності органів місцевого самоврядування.

Організаційні документи – це документи, що закріплюють певні функції, права та обов'язки органів місцевого самоврядування. До організаційних документів належать статут, положення про організацію, регламент, положення про структурні підрозділи, штатний розклад, інструкція, правила, пам'ятка.

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначає систему органів місцевого самоврядування, зокрема регламентує діяльність сільської ради. Сільська рада є органом місцевого самоврядування, що представляє сільську територіальну громаду та здійснює від її імені та в її інтересах функції та повноваження місцевого самоврядування, визначені законодавством України.

У діяльності сільської ради можуть використовувати такі організаційні документи:

– статут сільської ради, який визначає склад та повноваження ради та порядок прийняття рішень;

– регламент роботи сільської ради, що встановлює правила проведення засідань, порядок прийняття рішень, розподіл обов'язків між членами ради;

– положення про виконавчий комітет сільської ради, який визначає структуру та функції виконавчого комітету, його повноваження, процедуру взаємодії з радою.

Отже, організаційні документи в діяльності органів місцевого самоврядування відіграють важливу роль. Вони закріплюють певні функції, права та обов'язки органів та посадових осіб, забезпечуючи їхнє ефективне функціонування.

**КОНЦЕПТИ СІМ'Ї, ПОДРУЖНЬОГО ЖИТТЯ, ХАТИ ЯК
СКЛАДНИКИ УКРАЇНСЬКОЇ ВЕСІЛЬНОЇ
КОНЦЕПТОСФЕРИ**

(НА МАТЕРІАЛІ «СЛОБОЖАНСЬКИХ КАЗОК»

БОРИСА КРАУША)

О. Л. Заверющенко

Національний аерокосмічний університет

імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»,

М. П. Заверющенко

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Концепти сім'ї, подружнього життя, хати тісно переплітаються в картині світу українців. Їх можна віднести до української весільної концептосфери. Кожний із названих концептів наповнений численними образами, символами. Концепт сім'ї в українській концептуальній картині світу представлений концептами-образами роду, батька-матері. Близьким до нього є концепт подружнього життя, наповнений концептами-образами любові, кохання, щастя, вірності, честі тощо. Цілком логічним є зв'язок концепту хати (дому) з іншими концептами досліджуваної концептосфери. Цікавим матеріалом для вивчення названих концептів є «Слобожанські казки» Бориса Крауша. Письменник уводить у текст казок численні фразеологізми, прислів'я, народні та авторські порівняння.

Для формування концепту подружнього життя українців важливими складниками є поняття батьківщини, добра, щастя як моральні категорії та хати, майна, хліба як матеріальні поняття. Сімейне життя є повноцінним для людини. Кохання як основа зародження майбутньої сім'ї є стрижнем, на який нанизуються інші компоненти щасливого подружнього життя: віра в Бога, діти, хата, господарство (майно, добро) тощо: *і покохалися вони, і були в них діти, і було всього в хаті, і на дворі, і на столі, і в скрині»*

(Крауш); *жили вони в мирі та злагоді, россою умивалися, любилися та кохалися* (Крауш). Образ роси доповнює ідеал української подружньої пари рисами чистоти та вірності. Роса символізує також у народних уявленнях здоров'я, Божу благодать, плодючість, дівочу вроду, вона є чудодійною, бо лікує та додає краси (В. Жайворонок). Римовані компоненти *умивалися, любилися та кохалися* додають цьому вислову ознак фольклорності та міфопоетичності, унаслідок чого він сприймається як народний стійкий вираз.

Провідними ознаками української сім'ї є злагода та повага: *жила-була одна сім'я. І все у них ішло на лад... Здавалося, так і мине все життя в злагоді та достатку* (Крауш); *і покохалися вони, і були в них діти, і було всього в хаті, і на дворі, і на столі, і в скрині. І час не летів, а слався над ними* (Крауш).

Важливим концептом, який наповнює досліджувану концептосферу, є концепт добра. Лексема «добро» позначає як усе позитивне в житті людей, що відповідає їх інтересам, бажанням, мріям, благо, так і сукупність належних кому-небудь речей, предметів, цінностей, майно. Численні фразеологізми з компонентом *добро* насичують українську весільну концептосферу: *стала господа добром повнитись, добра наживати*. У свідомості українців бути добрим хазяїном – дбати про дружину, дітей, господарство, тому письменник часто послуговується фольклорними кліше, трансформованими в авторські на зразок *...та й стали вони жити-поживати, добра наживати. А дні їх щасливі, як корали з намиста в'язалися, на добро і щастя низалися* (Крауш). Українське обійстя є доглянутим, повним худоби, збіжжя, сільськогосподарських знарядь: *стала господа Степанова добром повнитись...* (Крауш), *...з Орисею одружився. І стали вони жити-поживати, добра наживати* (Крауш).

Сімейне життя передбачає спільні зусилля, спільну працю для досягнення матеріальних статків. Щоденне побутове життя

подружжя супроводжується клопотами, працею, виконанням роботи по господарству, що може здатися на перший погляд не зовсім привабливим. Як засторога дівчині, що нехтує парубками, стати жінкою незаможного селянина й виконувати хатню роботу виглядає контекст *ану, дівко, постривай, будеш простому селянинові борщ варити й сорочку прати!* (Крауш).

Замість компонентів *добро, багатство, статки* може вживатися образний вислів *дай Боже* в значенні «багато»: *Чого це я вештаюсь по чужих людях хазяйнувати, в мене вже й свого дай Боже* (Крауш). Образи добра, хазяйства нерозривно пов'язані між собою в українській ментальності. Багатство, статки, добро – це те, що хазяїн отримує від Бога. Звідси закріпилася форма наказового способу дієслова *дати* як звертання до Господа у фразеологізмі *дай Боже*. Концепт подружнього життя містить уявлення про спосіб існування за Божими та людськими законами: *були собі чоловік із жінкою, добре жили, Бога не гнівили, дай Боже і нам так пожити* (Крауш).

Заможність як одна з необхідних умов щасливого життя українського подружжя передбачає обов'язкову наявність хати, двора, свійських тварин та птиці, а також хатнього начиння, зокрема печі, стола, скрині, одягу, рушників, ікон тощо: *ось і живуть вони, горя не знають, гроші з припичка в торбу змітають, злиднів у двір не пускають* (Крауш); *і покохалися вони, і були в них діти, і було всього в хаті, і на дворі, і на столі, і в скрині* (Крауш); *і хату мали, і в хаті, і хліб, і до хліба* (Крауш). Заможність часто асоціюється з наявністю багатого одягу, худоби: *...а далі вже й дівчину запитав...: а чи підеш за мене, одягну тебе як панну, нову хату поставлю* (Крауш).

Образи добра, багатства протиставляються образам нужди, біди, злиднів. Зокрема, опозитними є вирази *добра наживати* (Крауш) й *а життя на добро не повертало (жив-був собі чоловік із жінкою. І що вони не робили, як тільки не бідкались, а життя на добро не повертало)* (Крауш).

На протипагу сімейному життю самотнє життя приносить розчарування, невдоволеність: *...нема в мене ні дітей, ні жіночки любесенької* (Крауш), *...не вік же одному на сволок в порожній хаті дивитись* (Крауш). Образ порожньої хати протистоїть хаті, де живе родина, чути дитячий сміх.

Хата часто є символом дому взагалі, матеріальним і духовним осереддям сім'ї, родинним вогнищем, де відбуваються весільні обрядодії, створюється нова сім'я, люди живуть подружнім життям, народжуються діти: *виходь за мене заміж, будемо жити під одним дахом* (Крауш). Зовнішньо та внутрішньо українська хата виглядає біленою, чепурною, часто з розмальованими стінами: *жили-були собі дід та баба. Мали невеличку біленьку хату, але дід так дбайливо укривав її соломною, що вона здаля здавалась золотою* (Крауш), *...у хаті все аж блищить* (Крауш).

Подружнє життя діда та баби виглядає тихим, щасливим: *жили-поживали, не дуже про статки дбали, бо були самотні, а життя вже давно за полудень повернуло, що Бог посилав, тому раді були* (Крауш). Звертають на себе увагу фольклорні формули початку розповіді *жили-були* (Крауш), *жили-поживали* (Крауш), *були собі чоловік із жінкою* (Крауш), *жив-був собі чоловік із жінкою* (Крауш). Матеріальний добробут стареньких не є головним порівняно з їхнім моральним благополуччям: *не дуже про статки дбали*. Мудрість, віра в Бога та сімейне щастя є доміантними для подружньої пари: *що Бог посилав, тому раді були*. Тривалість спільного життя діда та баби передано метафорою *життя вже давно за полудень повернуло*, у якій образною основою є *полудень* як середина не тільки дня, а й віку людини.

Готуючися до весілля, батьки дають за наречену посаг, який є рівнозначним добру в даному контексті: *заметушились родичі, батько з матір'ю до весілля готуються, бика зарізали, пива та меду наварили – гуляй донесхочу. Всю округу скликали, посагу*

*гору навалили, почав жених добро лічити... (Крауш). Саме весілля є дійством, у якому бере участь ціле село, люди гуляють часто в хаті нареченого та нареченої, весільне дійство супроводжується обрядами, танцями, співами: *почали до весілля готуватись. Посідали за столи святкові (Крауш), а весілля було – всім весіллям весілля. І я там був, пив, їв, гопака бив, не одну пару чобіт стоптав (Крауш).* Весільні концепти батька-матері, посагу, добра доповнюються образами святкового столу, пива-меду, гопака. Б. Крауш уживає численні фольклорні формули, фразеологізми для опису українського весілля: *до весілля готуватись; бика зарізали, пива та меду наварили – гуляй донесхочу; і я там був, пив, їв, гопака бив, не одну пару чобіт стоптав,* авторський образний вислів *а весілля було – всім весіллям весілля.**

Таким чином, на матеріалі «Слобожанських казок» Б. Крауша було досліджено концепти сім'ї, подружнього життя, хати, які накладаються в концептосфері українського весілля. Вони мають зв'язок із концептами життя, роду, батька-матері, добра, кохання, щастя, ладу, часу, краси, вірності, багатства, хліба, віку, образами Бога, наречених, дітей, роси, весільних атрибутів, посагу, господи тощо та потребують подальшого вивчення.

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НОВОТВОРІВ
В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

О. Л. Заверюченко

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»,

М. П. Заверюченко

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

Сьогодні унаслідок глобалізації, яка спричиняє інтенсивні міжмовні контакти, стрімкого розвитку науки й техніки, в українській мові спостерігається формування та закріплення у вжитку значної кількості нових лексичних одиниць з іншомовними компонентами. Такі новотвори утворюють різноманітні тематичні групи на позначення назв предметів, процесів, дій, ознак тощо.

У творенні слів з іншомовними компонентами переважає спосіб основоскладання, оскільки це дозволяє більш точно та повно передати нове поняття. У першу чергу це стосується творення складних слів із першим незмінним усіченим чи зв'язаним компонентом інтернаціонального походження (переважно греко-латинського): *авто-*, *агро-*, *анти-*, *біо-*, *гіпер-*, *де-*, *еко-*, *євро-*, *інтернет-*, *квазі-*, *кібер-*, *кіно-*, *макро-*, *мікро-*, *міні-*, *нано-*, *псевдо-*, *супер-*, *теле-*, *ультра-* *фото-* та ін. Вони можуть поєднуватися зі словами іншомовного походження або власне українськими.

Так, наприклад, словотворчий формант *еко-* означає «екологічно чистий». Він виявляє високу продуктивність у сучасній українській мові, за його допомогою творяться різноманітні терміни: *екомаркування*, *екознак*, *екоархітектура*, *екодизайн*, *екодім*, *екобудівля*, *екоресторанекотоп* тощо.

Доречно зауважити, що поєднання компонента *еко-* з конкретними й абстрактними іменниками сприяє зростанню новотворів за межами терміносистем (*екорозмальовка, екохата, ековідпочинок*).

Слова з компонентом *авто-* можуть позначати назви процесів та явищ (*автонещастя, автобізнес, автомобілізація, автотренінг*); назви приміщень (*автосалон*); назви осіб за виконуваною роботою чи професією (*автодилер, автодизайнер, автоман*). Префікс *анти-* (гр. *anti* – проти) використовують для іменникових, прикметникових новотворів, що виражають значення протилежності, заперечення. Його часто зустрічаємо в суспільно-політичних номінаціях, на позначення протилежності тому, що є твірною основою: *антиукраїнець, антиєвропеєць, антиконфлікт, антилюстрація, антирейтинг, антиреформа, антиякість, антистиль, антиреклама, антинезалежницький, антиолігархічний*.

Одним з найпродуктивніших префіксоїдів є *мікро-* (гр. *micro* – малий). За його допомогою, наприклад, утворюють назви приладів, пристроїв, інструментів (*мікродрон, мікрорешітка, мікропристрій*). Проте переважна більшість іменників із префіксоїдом *мікро-* належить до термінологічної лексики різноманітних наукових галузей (*мікроклімат, мікроорганізм, мікрокорозія, мікромодель, мікрооб'єкт*). Антонімічним до нього є компонент *макро-* (гр. *macro* – великий) (*макроподія, макронебезпека, макрофауна, макрофотографія, макропроцесор, макрокоманда*).

Наукові зв'язки з представниками інших країн, розвиток космонавтики, кібернетики, медицини, фармакології та ін. галузей зумовили зростання термінологічних новоутворень з компонентом *нано-:* *нанотехнології, нанокомпозит, нанооб'єкт, наноматеріал, наноплазмоніка*. Доволі активно зараз утворюються лексеми з компонентом *-кібер* на позначення суспільних і політичних понять (*кіберактивність, кібербезпека,*

кіберзлочин, кібератака, кіберзагроза, кібершпигун, кіберполіція). Синонімічні форманти *псевдо-* й *квазі-* вказують на несправжність, фальшивість (*псевдовибори, псевдокерівник, квазідержава, квазіпроцедура*). За допомогою префіксоїда *квазі-* також утворюються прикметники (*квазірелігійний, квазінародний*).

Чи не найбільш продуктивним є компонент *інтернет-*, що пояснюється потребами сьогодення: у першу чергу отримання та передавання інформації (*інтернет-запит, інтернет-простір, інтернет-провайдер, інтернет-знайомство, інтернет-спільнота, інтернет-піратство, інтернет-шахрайство, інтернет-залежний*). Новотвори з префіксоїдом *мега-* (гр. *megas* – великий) вказують на щось виняткове, незвичайне (*мегамісто, мегавиставка, мегарельєф*). Утворення з цим компонентом позначають назви об'єднань, будівель, споруд, процесів, явищ тощо (*мегаблок, магабудинок, мегаканал, мегаталант, мегачерга, мегакліп*). Слушно також зазначити, що на сучасному етапі спостерігається тенденція до гібридизації (змішаного словотворення), коли іншомовний компонент додається до власне української лексеми (*суперважливий, спа-догляд, віп-хворий, теледоступ, детінізація*).

Отже, можна зробити висновок про те, що лексичні інновації з іншомовними компонентами є композитами, що утворені або за аналогією до наявних у мові, або на основі словосполучень. Необхідність називання нових науково-технічних, суспільних понять і явищ, міжкультурна комунікація сприяють запозиченню не лише іншомовних слів, а й словотвірних моделей, що збагачує словниковий склад української літературної мови.

**ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА В НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ
СФЕРІ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

Г. Калашнікова, студентка

Науковий керівник – доктор наук із соц. ком.,

проф. Г. В. Шемаєва

Національний аерокосмічний університет імені

М. Є. Жуковського «ХАІ»

Цифрова трансформація, яка швидко розвивається, приводить до збільшення обсягів цифрової інформації та даних, їхньої важливості в розробленні та впровадженні високоефективних технологічних рішень.

Зростання кількості інцидентів небезпечних інформаційних дій, кібератак в науково-технічному секторі підкреслює актуальність розроблення ефективних стратегій та практик інформаційної безпеки. Зростання значення інформаційних активів у науково-технічній галузі, постійний розвиток технологій, нові вимоги та методи загрозливих атак створюють потребу в системному вдосконаленні заходів інформаційної безпеки. У цьому контексті постає важливим завданням забезпечити не лише оперативний доступ до інформації та інформаційних баз даних, але й здійснювати їхній надійний захист від неправомірного доступу, неякісної інформації, потенційних загроз.

Важливого значення набуває вивчення міжнародного досвіду в цій галузі, оскільки це відкриває можливості для взаємодії та обміну кращими практиками, підвищення ефективності захисту інформації.

Для розроблення комплексної картини сучасного стану інформаційної безпеки в науково-технічній галузі доцільним є:

– виявити сучасні тенденції цифрової трансформації в науково-технічній галузі;

– вивчити наявні стратегії інформаційної безпеки та їхньої ефективності;

– проаналізувати практики інформаційної безпеки в науково-технічній сфері;

– визначити ефективні цифрові інструменти та технології для підвищення рівня захисту науково-технічних даних.

Отже, нагальним є дослідити не тільки сучасні виклики у сфері інформаційної безпеки в науково-технічній галузі, але й визначити шляхи для розв'язання цих проблем для забезпечення сталого розвитку та інноваційного наукового прогресу.

**ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НАЗЯВО
З МОНІТОРИНГУ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ
ТРЕТЬОГО РІВНЯ ОСВІТИ**

Каширкін Є.А., студент 4 курсу, групи 749-Д

Науковий керівник – Дмитренко Є.В.

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

В умовах стрімкої трансформації вищої освіти інформаційна система, розроблена Національним агентством з питань якості вищої освіти для моніторингу атестації здобувачів ступеня доктора філософії, стає вирішальним інструментом у забезпеченні високого стандарту та рівня якості в науковій сфері.

Однією з ключових функцій цієї інформаційної системи є забезпечення об'єктивності та прозорості в процесі атестації. Шляхом автоматизованого аналізу результатів досліджень та наукових робіт система дозволяє уникнути піддавання процесу впливам суб'єктивних чинників та забезпечує чесну оцінку.

Крім того, інформаційна система створює умови для підвищення якості наукових досліджень. Шляхом збирання та аналізу даних про інноваційність та актуальність дисертацій, вона сприяє розвитку передових та конкурентоспроможних досліджень.

Система інтегрує в себе функції прискореної адаптації до змін в освітньому середовищі. Шляхом автоматизованого відстеження новітніх тенденцій у галузі, вона дозволяє агентству оперативно реагувати на зміни та адаптувати процес атестації до вимог сучасності.

Також варто відзначити, що інформаційна система є потужним інструментом для забезпечення стандартів освіти. Автоматизована перевірка дотримання науковцями етичних норм, а також об'єктивна оцінка їхніх досягнень сприяють формуванню високих стандартів в академічній галузі.

Великою мірою інформаційна система є не тільки інструментом внутрішнього контролю, але й каналом комунікації зі співтовариством вчених. Шляхом публікації результатів та висновків відносно якості досліджень система сприяє взаємодії та обміну досвідом серед академічної громадськості.

Система є відкритою щодо доступу до внесених у неї даних, передусім про склад разових спеціалізованих вчених рад, загальний зміст дисертацій та публікації за результатами наукового дослідження кожного здобувача ступеня доктора філософії, місце і час, посилання на пряму відео трансляцію захисту, а також про результати засідання разової ради. Проте для захисту цих даних від несанкціонованого використання внесення відповідної інформації суворо обмежене, створювати повідомлення може спеціально призначена особа від кожного закладу вищої освіти або наукової установи, на неї ж покладено відповідальність за достовірність внесеної інформації. Доступ до інтерактивних полів, призначених для заповнення, можливий лише через застосування електронного ключа – токена із кваліфікованим електронним підписом відповідального працівника із зазначенням ЄДРПОУ навчального закладу або наукової установи.

У результаті створених повідомлень автоматично формується сторінка для перегляду і файл із ідентичною інформацією у форматі PDF, доступний для завантаження на будь-які пристрої.

В цілому система не складна для використання, має інтуїтивний інтерфейс, в окремих розділах – детальну інструкцію для користувача і всі потрібні супровідні документи.

Таким чином, інформаційна система для моніторингу атестації докторів філософії відіграє важливу роль в забезпеченні якості та стандартів вищої освіти в Україні, оптимізує освітньо-наукову комунікацію, забезпечує її прозорість і відкритість, сприяючи розвитку наукової сфери та впровадженню передових практик в академічному середовищі.

**ТЕНДЕНЦІЇ КОНСАЛТИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В
УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**Любов Кислюк, канд. наук з соц. ком., доцент,
Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»**

В умовах воєнного стану на українському ринку як вітчизняні, так і міжнародні консалтингові компанії продовжують надавати різносторонні послуги. Одними з найгостріших питань під час війни в Україні для українського бізнесу є питання з консультування бізнесу з питань релокації, запуску та налагодження раніше зупиненого виробництва, відтворення логістичних зв'язків, відновлення операційної ефективності, визначення процедури сплати податків тощо.

Завданнями консалтингових компаній у цьому напрямку є:

- супроводження інтеграції в регіоні (допомога в обранні локації; пояснення особливостей регіонального розвитку ринкової інфраструктури та рівень безпеки нових локації; надання переліку наявних підприємств та можливості співпраці з ними на нових територіях, розрахунок ризиків);
- роз'яснення можливостей приєднання до кластерних ініціатив;
- супроводження під час переоформлення дозвільних документів, роз'яснення правових аспектів при переміщенні бізнесу;
- допомога в переналаштуванні бізнесу на інші види продукції та послуг;
- підбір кадрів на нових територіях, надання можливостей пошуку вузьких спеціалістів;
- пошук нових замовників, нових постачальників сировини, матеріалів в Україні та закордоном;
- допомога при запровадженні інструментів просування;

– допомога у визначенні джерел фінансування, інформування про гранти [1].

Українські консалтингові компанії все більше співпрацюють з міжнародними партнерами для розширення свого міжнародного впливу та доступу до передового досвіду та технологій. Це дозволяє підвищити якість послуг та відповідати глобальним стандартам

Зразком пристосування консалтингових компаній України до умов воєнного стану стала Програма міжнародної співпраці «EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП», яку спільно фінансують Європейський Союз і Уряд Німеччини. Стратегічним виконавцем програми є німецька федеральна компанія Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Локальний партнер з прямої підтримки МСП – ТОВ «Європейська технічна допомога». Програму спрямовано на підтримку економічної стійкості, відновлення та зростання України, створення кращих умов для розвитку українських малих і середніх підприємств (МСП), а також підтримку інновацій та експорту [2].

Наведені питання не є вичерпними для консультантів. Майже щодоби перелік питань консалтингового супроводження оновлюють. Незмінними залишаються питання виходу вітчизняного бізнесу на експортні ринки, підвищення операційної ефективності, покращення фінансового стану через призупинення діяльності.

Крім того, уряд України вживає заходів для підтримки бізнесу під час воєнного стану, що створює можливості для консалтингових компаній. Наприклад, уряд запровадив програми фінансової підтримки для підприємств, постраждалих від війни, а також спростив процедури реєстрації та ліцензування бізнесу.

Загалом консалтинговий бізнес в Україні залишається актуальним під час воєнного стану, оскільки підприємствам потрібна підтримка в подоланні труднощів, адаптації до мінливих умов і плануванні майбутнього зростання.

**ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЯДРО БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ**

А. А. Коляда, студентка

Науковий керівник – канд. філол. наук (PhD), доц.

М. Г. Шленьова,

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

У зв'язку зі стрімкими змінами у глобальному економічному ландшафті процеси євроінтеграції набувають ще більшого значення для стратегічного розвитку підприємств у різних країнах. Розширення європейського ринку створює нові можливості для підприємств, але також посилює конкурентність та вимагає адаптації до нових стандартів і вимог. У такому контексті бізнес-плани стають ключовим інструментом, який допомагає підприємствам оцінювати ситуацію на ринку, визначати потенційні ризики та можливості й розробляти стратегії відповідно до цих умов. Документаційне ядро бізнес-плану виступає фундаментом для такого комплексного підходу, надаючи не лише опис стану справ, а й аналіз сильних та слабких сторін бізнесу, конкурентного середовища, потенційних стратегій розвитку, а також рекомендації щодо оптимального використання ресурсів та вирішення проблем.

Підприємства, що активно впроваджують євроінтеграційні стратегії, зазнають значного впливу регулятивного середовища, особливо з урахуванням вимог європейських стандартів та нормативних положень. Інтеграція цієї інформації в документаційне ядро бізнес-плану дозволяє підприємствам не лише стежити за останніми тенденціями в законодавстві, а й активно адаптувати свою діяльність до вимог міжнародних стандартів. Крім того, аналіз процесу гармонізації національного законодавства з європейськими нормами допомагає

підприємствам вчасно ідентифікувати можливі ризики та уникнути негативних наслідків, що можуть виникнути внаслідок невідповідності законодавства та стандартів.

Аналіз міжнародних ринків та їхніх тенденцій у документаційному ядрі бізнес-плану дозволяє підприємствам отримати глибше розуміння глобальних кон'юнктурних змін, включаючи зростаючі та занепадаючі сектори, тенденції споживчої поведінки, інноваційні ринки та конкурентні переваги різних регіонів світу. Це дозволяє підприємствам адаптувати свої стратегії експорту та імпорту, шукаючи нові ринки збуту для своїх товарів або послуг та зменшуючи ризики, пов'язані із залежністю від певних регіональних ринків. Крім того, аналіз тарифних та митних політик допомагає підприємствам розробляти стратегії зниження витрат на міжнародну торгівлю, виявляти можливість здійснення зовнішньоторговельних операцій з максимальною ефективністю та уникати можливих торговельних бар'єрів і обмежень.

У контексті євроінтеграції розвиток технологій та інновацій стає ключовим чинником успіху для підприємств. Зміни в міжнародному середовищі вимагають від підприємств не лише адаптуватися до високотехнологічних ринків, але й активно застосовувати новітні розробки для підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності продукції. Документаційне ядро бізнес-плану може включати не лише аналіз наявних технологій, а й стратегії їх впровадження, оцінку можливостей для використання інноваційних методів у виробництві та управлінні, а також плани розвитку досліджень і розробок. Це допомагає підприємствам не лише адаптуватися до нових умов конкуренції, але і стати лідерами у своїй галузі за рахунок постійного інноваційного розвитку.

Бізнес-план, зокрема його документаційне ядро, стає важливим інструментом для підприємств у процесі впровадження євроінтеграційних стратегій. Він допомагає не лише

проаналізувати поточний стан підприємства, але й визначити стратегічні напрями розвитку, що відповідають вимогам європейських стандартів та практик. Крім того, документаційне ядро забезпечує системний підхід до вирішення ключових питань, таких як фінансове планування, маркетингові стратегії, управління ресурсами та ризиками. Його комплексний характер дозволяє підприємствам легко адаптуватися до змін у макроекономічному середовищі, уникати можливих загроз і використовувати нові можливості, що виникають на глобальному ринку. Такий підхід сприяє підвищенню конкурентоспроможності та стійкості підприємств у процесі інтеграції в європейське економічне співтовариство.

ПОНЯТТЯ НЕБІНАРНОЇ ЛЮДИНИ

Я.М. Кунденко, канд. філос. наук, доцентка

К. Кулешова, здобувачка освіти

**Харківський національний університет міського господарства
ім. О. М. Бекетова**

Небінарні люди – це ті люди, чия гендерна ідентичність та/або гендерне самовираження виходять за межі традиційних бінарних гендерних категорій «чоловік» або «жінка». Деякі небінарні люди ідентифікують себе як суміш чоловічої та жіночої статі; інші – як стать, відмінну від чоловічої або жіночої; треті – не ідентифікують себе з жодною статтю.

Для багатьох людей їхня гендерна ідентичність збігається зі статтю, визначеною при народженні. При тому, що гендерна ідентичність – це внутрішнє відчуття людиною того, ким вона є, і для деяких людей це співвідноситься зі статтю, визначеною при народженні. Коли стать, визначена при народженні, збігається з гендерною ідентичністю людини, її іноді називають цисгендером. Наприклад, людина з чоловічою анатомією та гендерною ідентичністю чоловіка називається цисгендерним чоловіком, а з жіночою анатомією та гендерною ідентичністю жінки – цисгендерною жінкою.

Ідея про те, що гендер – це спектр, ґрунтується на двох загальноприйнятих переконаннях: історичних передумовах і базовій біології.

Від хіджрів в Індії до маху на Гаваях завжди існували люди, чия стать не вписувалася в стереотипне уявлення про те, що означає бути чоловіком чи жінкою. Ці приклади небінарної та невідповідної гендерної ідентичності в історії заклали важливе підґрунтя для того, як ми розуміємо гендерну ідентичність сьогодні.

Більше того, стать не завжди є бінарною – навіть на біологічному рівні. Інтерсекс – це термін, що його використовують для опису людей, які мають хромосоми, анатомію або інші статеві ознаки, що не можуть бути віднесені до категорії виключно чоловічої або жіночої статі.

Уявлення про те, що існує чоловіча та жіноча ідентичність, не є хибним – воно просто неповне. Багато людей, незалежно від того, інтерсекс вони чи ні, мають поєднання біологічних ознак або гендерних проявів, які виходять за межі чоловічої чи жіночої статі. Наприклад, спроби узгодити гендерну ідентичність інтерсексуальної людини з її зовнішніми геніталіями, як правило, виявляються безуспішними. Це свідчить про те, що статеві ознаки, з якими люди народжуються, не завжди збігаються з їхньою гендерною ідентичністю.

Існує низка гендерних ідентичностей, які підпадають під поняття небінарних. Сюди належать такі види ідентичностей, як:

- гендерквір – людина, яка не дотримується загальноприйнятих гендерних норм;

- агендер – людина, яка не ідентифікує себе з жодною статтю;

- гендерфлюїд – людина, чия гендерна ідентичність не є фіксованою і може змінюватися з часом;

- демігендер – людина, яка відчуває частковий зв'язок з певною статтю;

- інтергендер – людина, яка ідентифікує себе і як чоловіка, і як жінку, або як поєднання обох статей;

- пангендер – людина, яка ідентифікує себе з багатьма гендерами;

- андроген – людина, гендерне самовираження якої є поєднанням маскулінних і фемінних рис або яка ідентифікує себе як таку, що не є виключно чоловічою чи жіночою статтю;

- гендерно не конформний – людина, яка не відповідає суспільним очікуванням або нормам щодо гендерного самовираження чи ідентичності;

– трансгендер – людина, чия гендерна ідентичність відрізняється від статі, визначеної при народженні.

Термін «гендерна дисфорія» означає дискомфорт або страждання, які відчувають деякі небінарні люди через те, що їхня гендерна ідентичність не збігається зі статтю, визначеною їм при народженні.

Американська психіатрична асоціація (АПА) визначає гендерну дисфорію як «клінічно значущий дистрес або порушення, пов'язані з гендерною невідповідністю, що може включати бажання змінити первинні та/або вторинні статеві ознаки».

Різні країни протягом історії криміналізували трансгендерну та небінарну гендерну ідентичність.

Дискримінація, з якою стикаються небінарні люди, включає зневагу, невіру, поблажливе ставлення та неповагу. Небінарних людей також часто розглядають як прихильників певного тренду і, таким чином, вважають нещирими або такими, що шукають уваги. Як наслідок, «стирання» часто є серйозною формою дискримінації, з якою стикаються небінарні люди.

Неправильна гендерна ідентифікація, навмисна чи ні, також є проблемою, з якою багато хто стикається. У разі навмисної місгендеризації рушійною силою є трансфобія. Крім того, використання займенників «вони/їх» вписується в ширшу, суперечливу тему безпечного простору та політичної коректності, що викликає відторгнення та навмисне негендерне ставлення з боку деяких людей.

Люди з небінарною та трансгендерною ідентичністю також стикаються з дискримінацією під час занять спортом. Спортсмени з небінарною ідентичністю мають справу з безпосереднім бар'єром, оскільки більшість спортивних змагань розділені на чоловічі та жіночі категорії.

Багато небінарних/гендерно квірлюдей використовують гендер, який вони отримали при народженні, для ведення

повсякденних справ, оскільки багато інституцій та форм ідентифікації – наприклад, паспорти та водійські права – приймають, у значенні офіційного визнання, лише бінарну гендерну ідентичність. Але зі зростанням прийняття небінарної гендерної ідентичності та ширшим суспільним визнанням ситуація повільно змінюється, оскільки все більше урядів та інституцій визнають і допускають небінарну ідентичність.

Багато країн юридично визнають небінарну або третю гендерну класифікацію. Деякі незахідні суспільства вже давно визнають трансгендерних людей третьою статтю, хоча це може не включати офіційне юридичне визнання. Серед західних суспільств Австралія, можливо, була першою країною, яка юридично визнала класифікацію статі за межами «чоловічої» та «жіночої» в 2003 році.

Люди по-різному розуміють гендер. Багато людей не ідентифікують себе ні як чоловіків, ні як жінок, тоді як деякі ідентифікують себе і так, і так.

Опитування 2015 року свідчить, що багато людей з небінарною гендерною ідентичністю повідомляють, що відчують дискримінацію та психологічний дистрес через це. Деякі дослідження також вказують на те, що молоді небінарні люди можуть мати меншу соціальну підтримку, ніж молоді цисгендерні люди, і менший доступ до трансспецифічної медичної допомоги. Проте суспільство стає все більш терпимим до небінарних гендерних ідентичностей. Розуміння та повага до небінарної гендерної ідентичності – це крок до того, щоб люди відчували себе прийнятими та представленими. Ознайомлення з термінологією та вивчення термінів і займенників, які використовує небінарна людина, є важливим для забезпечення її комфорту та руху до повної інклюзивності.

**ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ РЕКЛАМІ
ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ**

К. І. Кураксін, студент

Науковий керівник – д-р наук із соц. комунікацій,

проф. Г. В. Шемаєва

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

Використання цифрових інструментів в інформаційній рекламі товарів та послуг є невід’ємною частиною сучасних маркетингових стратегій, оскільки дає можливість організаціям та закладам різних форм власності ефективно привертати увагу цільової аудиторії, підвищувати впізнаваність бренду та покращувати показники конверсії. У сучасних умовах цифровізації суспільства, розвитку дистанційних форм інформаційної діяльності актуалізується питання дослідження напрямів застосування цифрових інструментів у рекламуванні продуктів і послуг.

Розвиток цифрових технологій дозволяє компаніям використовувати низку інструментів для реклами: онлайн-рекламу, соціальні мережі, контент-маркетинг, електронну пошту та інші цифрові канали. Це дає можливість охопити широке коло споживачів та ефективно взаємодіяти з ними.

Важливе значення має використання цифрових інструментів для персоналізації рекламних кампаній, що сприяє залученню аудиторії та підвищенню ефективності маркетингових заходів. Цифрові платформи дозволяють збирати та аналізувати дані про поведінку споживачів, що дає компаніям можливість створювати персоналізовані рекламні повідомлення та пропонувати товари й послуги, ураховуючи конкретні потреби та переваги кожного клієнта.

Значного поширення набуває використання цифрових інструментів для вимірювання результатів рекламних кампаній, що дозволяє точніше оцінювати ефективність маркетингових заходів та коригувати рекламні стратегії в режимі реального часу. Це зумовлено тим, що цифрові платформи надають доступ до цілої низки аналітичних інструментів для відстеження ключових показників, таких як: перегляди, кліки, конверсії та ROI. Їх використання дозволяє організаціям оптимізувати свої рекламні кампанії та більш ефективно розподіляти ресурси.

Варто також відмітити значний вплив цифрових інструментів на розвиток можливостей взаємодіяти з аудиторією в режимі реального часу, що підвищує довіру до бренду та сприяє довгостроковим відносинам із клієнтами. Соціальні мережі, блоги, чати, онлайн-форуми та інші цифрові платформи дозволяють швидко реагувати на відгуки та питання споживачів, надавати їм найактуальнішу інформацію та вирішувати проблеми.

Цифрові інструменти в рекламі інформації про товари та послуги сприяють кращій взаємодії між споживачами і брендами, що приводить до підвищення задоволеності клієнтів та лояльності до компанії. Застосування широкого спектру можливостей швидкої і прямої взаємодії з клієнтами через цифрові канали дозволяє поглиблювати та розширювати взаємозв'язки між усіма суб'єктами ринку продуктів та послуг.

Зазначені переваги використання цифрових інструментів в інформаційній рекламі продуктів та послуг актуалізують нагальність і своєчасність визначення подальших шляхів її розвитку.

**СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ
ЕЛЕКТРОННИХ БІБЛІОТЕК**

А. С. Лактіна, студентка

Науковий керівник – канд. наук із соц. комунікацій, доц.

Л. В. Кислюк

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Останнє десятиріччя бібліотеки всього світу досить активно використовують нові техніко-технологічні розробки та інноваційні електронні засоби, зорієнтовані на надання широкого спектру інформаційних послуг як у локальному, так і у віддаленому режимах.

Перевагами електронних бібліотек можна назвати те, що:

1. Електронні бібліотеки доступні з будь-якого пристрою з Інтернетом, що дозволяє користувачам швидко знаходити та читати книги та інші матеріали в будь-якому місці та в будь-який час.

2. Електронні бібліотеки зазвичай мають великий вибір книг, журналів, наукових статей та інших ресурсів, що робить їх корисними для різних потреб і інтересів користувачів.

3. Використання електронних книг дозволяє уникнути проблеми забезпечення фізичного зберігання та розміщення книг, що особливо важливо для людей з обмеженим простором.

4. Електронні бібліотеки зазвичай мають ефективні засоби пошуку та індексації, що допомагають користувачам швидко знаходити необхідні матеріали.

5. Електронні книги можуть бути легко адаптовані для людей із схильністю до великих шрифтів, аудіокниг для осіб з обмеженнями зору та інші зручності для різних аудиторій.

Серед найбільш цікавих проєктів, які вже успішно реалізовані, можна назвати такі: проєкт Нью-Йоркської публічної

бібліотеки Underground Library, головною метою якого є залучення потенційних читачів до відвідування бібліотечних філій через рекламування книжкових фондів, представлених на віртуальній книжковій полиці у вагонах метрополітену; запровадження нових сервісів 3M Cloud Library eBook Lending Service (Абонемент електронних книг Хмарної бібліотеки 3M) у публічних бібліотеках Нью-Йорка та Брукліна, що забезпечують своїх читачів електронними версіями відомого видавництва Penguin та найпопулярніших бестселерів, музичні CDs і фільми на DVDs.

Найбільш поширеними та затребуваними у бібліотеках всього світу стають послуги, які основані на сучасних інноваційних електронних технологіях, зокрема: використання в університетських бібліотеках кіосків, що забезпечують оренду ноутбуків для виконання студентами навчальних завдань; організація бібліотечного середовища з елементами коворкінгу, а саме створення умов для індивідуальної роботи користувачів з використанням персональних комп'ютерів з офісними програмами та доступом до ресурсів і сервісів Інтернету та зонами high-tech; впровадження технології самообслуговування користувачів з використанням RFID-карт; запровадження безкоштовних служб з перекладу «Language Line» та ін.

На сьогодні найпопулярнішими електронними бібліотеками в Україні є Бібліотека української літератури «УкрЛіб» (<http://www.ukrlib.com.ua/>), вільна онлайн-бібліотека україномовної літератури «Чтиво» (<https://chtyvo.org.ua>), «Книги українською мовою» (<https://e-bookua.org.ua/>), Українська електронна бібліотека «Лібрук» (Libruk) (<https://libruk.com.ua/>), «ДжаваЛібре» (<https://javalibre.com.ua/>).

**АКАУНТИ БІБЛІОТЕК ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ У
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

М. В. Міщенко, студентка

Науковий керівник – канд. наук із соц. комунікацій,

доц. Л. В. Кислюк

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

У сучасному світі соціальні мережі стали не лише платформою для збереження зв'язку з друзями та родиною, але й важливим інструментом для формування нашого соціального середовища. Легкість обміну інформацією та спілкування зробила їх неодмінною частиною нашої рутини.

Спільноти, що створюються в соціальних мережах, стають місцем, де ми можемо ділитися радістю, засмучуватися разом та висловлювати свої думки. Соціальні мережі буквально заповнили всі аспекти нашого життя: навчання, роботу, комунікацію з близькими, що перебувають на відстані.

Цікавим для дослідження є питанням, чи змогли пристосуватись до сучасних реалій заклади, які протягом багатьох століть були основним джерелом інформації для населення.

На 2020 рік в Полтавській області налічувалось 768 бібліотек, що є досить непоганим показником порівняно з іншими областями.

Ми здійснили статистичний аналіз акаунтів у соціальних мережах 7 бібліотек (табл. 1), який продемонстрував такі показники: Facebook використовують і активно ведуть – 67% з розглянутих бібліотек, Instagram – 11%, YouTube – 22%.

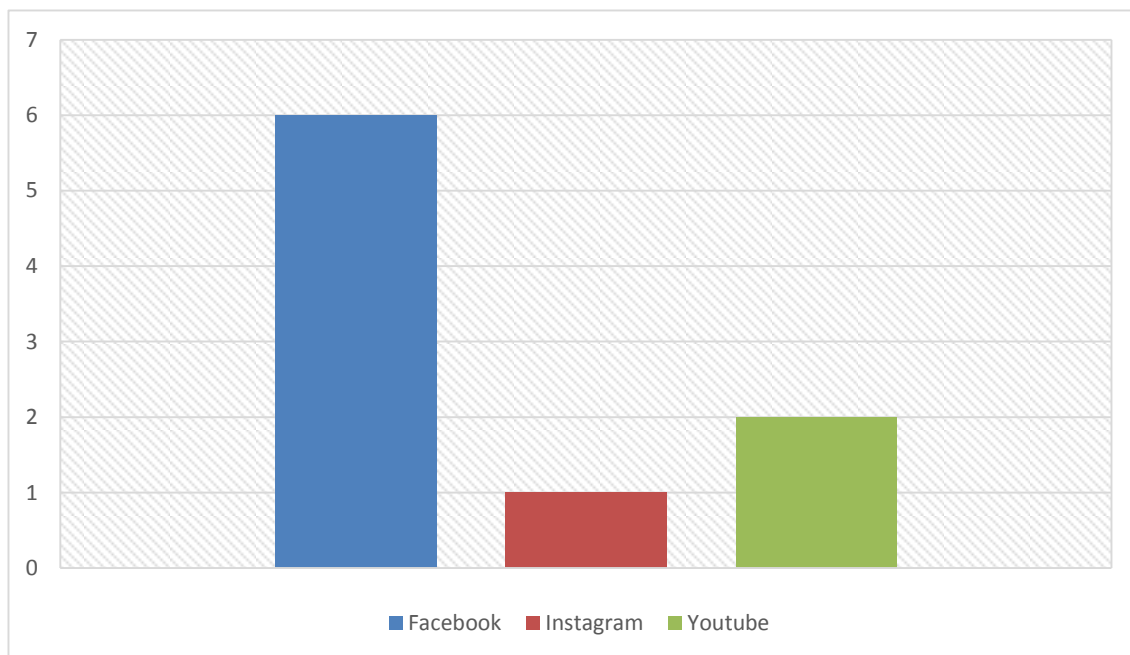


Рисунок 1 – Статистика використовуваних соціальних мереж бібліотеками Полтавської області

Ця статистика у цілому збігається зі статистикою найпопулярніших соцмереж у світі за кількістю відвідувань за місяць (у мільйонах): Facebook – 2 958; YouTube – 2 514; WhatsApp – 2000; Instagram – 2000; WeChat – 1309, але відрізняється від статистики популярності соціальних мереж в Україні за споживанням новин: Telegram (71,3%), YouTube (66,2%), Facebook (55%). Половина респондентів споживає новини у Viber, третина – в Instagram, 25% – у TikTok, 8,3% – у Twitter.

Таблиця 1 – Соціальні мережі бібліотек Полтавської області

Назва бібліотеки	Сайт бібліотеки	Соціальні мережі	
Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені І.П. Котляревського	https://library.pl.ua/	Facebook	https://www.facebook.com/library.pl.ua/?locale=uk_UA
Кременчуцька центральна міська бібліотека для дорослих	https://cbsbook.com.ua/	YouTube	https://www.youtube.com/@user-ju4dw2tb1f/videos

Публічна бібліотека імені Г.С. Сковороди Чорнухинської об'єднаної територіальної громади	http://ch-biblioteka.at.ua/	Facebook	http://surl.li/pjrdc
Миргородська районна бібліотека для дітей	https://mirg-children.blogspot.com	Facebook	https://www.facebook.com/mirbiblio/
Пирятинська публічна бібліотека	http://publib.kl.com.ua/	Facebook	https://www.facebook.com/PyriatinPublicLibrary/
Зіньківська центральна районна бібліотека імені В.Г. Короленка	http://zinkivlibrary.at.ua	Facebook	https://www.facebook.com/groups/393074197782322/
		YouTube	https://www.youtube.com/channel/UC72gu8amLMWC_vwrSSyxgRg?view_as=subscriber
Бібліотека Полтавського державного медичного університету	https://www.pdmu.edu.ua/biblioteka	Instagram	https://www.instagram.com/bibliotekapdmu/
		Facebook	https://www.facebook.com/poltavapdmu

Одним із найбільш цікавим за змістом є YouTube-канал Кременчуцької міської публічної бібліотеки. Його контент не обмежується лише оновленнями з життя бібліотеки, а також включає в себе теми, які стосуються гострої соціальної проблематики та освітньо-культурних аспектів.

На кожному з облікових записів акцентується увага на важливих історичних подіях та військових зборах через постійні нагадування. Це свідчить про бажання зберегти та підтримати пам'ять про події минулого, надаючи глядачам можливість розширити свої знання і відчутти зв'язок із загальною історією.

Проте, на нашу думку, для забезпечення більшої насиченості контенту та залучення ширшого аудиторного спектру, варто додати більше різноманітних форматів відеоконтенту, таких як інтерв'ю, лекції чи віртуальні тури, а також більш регулярно викладати матеріал.

**ДИСКУСІЯ ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ
ВЗАЄМОПРИЙНЯТНОГО РІШЕННЯ В ПУБЛІЧНИХ
КОМУНІКАЦІЯХ**

***Н. І. Парафійник, канд. філос. наук, доцентка
Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***

У публічних комунікаціях часто трапляються ситуації, коли під час обговорення проблеми необхідно обстоювати свою думку, критикувати думки інших. Це можна пояснити тим, що будь-яке явище багатогранне і пов'язане з іншими явищами. Одній людині важко враховувати всі його аспекти. Дискусія найчастіше виникає тому, що партнери звертають увагу на суперечливі характеристики одного явища, і кожен з них по-своєму має рацію.

Діловий стиль спілкування орієнтований на отримання конструктивного результату, пов'язаного з обговоренням спірного положення. Конструктивним вважають такий результат спілкування, який оптимально комбінує позиції учасників комунікативного процесу. Силовий стиль спілкування має своїм результатом підпорядкування однієї позиції іншій.

Дискусія є важливою формою обговорення спірного питання. Її публічна мета – з'ясувати і порівняти різні точки зору, знайти правильне рішення дискусійного питання. Дискусію можна розглядати як колективне обговорення спірного питання, проблеми, що є активним способом пошуку істини.

В основі дискусії лежать відмінності в розумінні її учасниками не тільки суті проблеми, а й шляхів вирішення. Дискусію широко застосовують під час обговорення розбіжностей у ситуації, коли немає єдиної думки щодо обговорюваного питання. Під час її проведення зіставляються точки зору, позиції сторін, які беруть у ній участь, при цьому

кожна сторона намагається аргументовано утвердити своє розуміння обговорюваного питань і спростувати доводи протилежної сторони.

Вступаючи в дискусію, людина повинна знати, що її переконання можуть бути і помилковими. Тому під час ведення дискусії потрібно уважно вислуховувати й аналізувати доводи інших учасників, пам'ятати про те, що опонент має право на власну думку. Хід дискусії має бути коректним. Учасники дискусії повинні чітко усвідомлювати, що кожен з них має незаперечне право на власну думку, судження про певний предмет чи явище, може по-своєму оцінювати його і публічно відстоювати свої переконання.

Для того щоб дискусія була плідною, необхідно дотримуватися певних правил. Основні правила ведення дискусії можуть бути такі: говорити по черзі; не перебивати того, хто говорить; критикувати ідеї, а не особу; поважати всі висловлені думки; не говорити занадто довго та занадто часто; дотримуватися регламенту; не змінювати тему обговорення. У жодному разі під час дискусії не можна використовувати недозволені методи ведення суперечок: ображати один одного, натякати на якісь певні негативні риси один одного. Навіть якщо опонент вдається до некоректних прийомів, не слід опускатися до його рівня. Культура ведення дискусії виявляється й у тому, щоб не вести суперечку з людиною, яка не розуміється на питанні, і тоді, коли це недоцільно. Не варто вступати в ділову суперечку з людиною, яка не є компетентною в питаннях, винесених на розгляд. Під час публічної дискусії всі учасники, за винятком голови, є рівними. Голова керує ходом дискусії і робить остаточні висновки. Усі учасники дискусії повинні поводитися відповідно до загальноприйнятих етичних норм поведінки.

Дискусія є видом суперечки. Вона відрізняється від полеміки. Мета дискусії – досягнення певної міри згоди її учасників щодо обговорюваного питання, тоді як мета полеміки – не пошук

оптимального способу вирішення проблеми, згоди, а перемога над іншою стороною, утвердження власної точки зору. Учасники дискусії намагаються дійти єдиної думки, знайти спільне рішення проблеми, встановити істину. Полеміка передбачає боротьбу принципово протилежних думок щодо того чи іншого питання. Полеміка – це таке публічне обговорення, за якого є конфронтація, протистояння, протиборство сторін, ідей і поглядів.

Ділова людина повинна не тільки критично ставитися до пропонуваній їй думок, але й бути самокритичною, уміти визнавати свою помилку щодо предмета дискусії. Самокритичність змушує рахуватися з поглядами інших людей, бути толерантними. Думки кожної людини заслуговують на увагу. Толерантність не передбачає відмови від своїх поглядів і критики точки зору інших.

Важливо вміти відстоювати свою точку зору, уміти переконувати інших. Уміння переконувати потребує глибоких знань, умінь, життєвої мудрості. Воно є необхідною складовою частиною більшості публічних виступів. Досвід спілкування свідчить, що домогтися, аби співрозмовник змінив свою думку, легше, ніж змінити його переконання, оскільки переконання складаються протягом тривалого часу і є системою поглядів, тоді як окрема думка порівняно легко змінюється.

Логічною основою дискусії є правильно побудований процес доведення тези та її спростування. Відстоювати свою точку зору – це вміти аргументувати свої думки, переконувати інших у їх істині. Поряд з прийомами обґрунтування тези мистецтво аргументації передбачає також оволодіння раціональними прийомами критики. Критика – це процедура, спрямована на руйнування процесу аргументації, який відбувся раніше.

Дискусія – одна з важливих форм публічної комунікації. Вона є способом досягнення взаємоприйняттого рішення. Під час дискусії надзвичайно важливо вміти створити комунікативний клімат, який допомагає встановити ділові конструктивні

відносини. Основними чинниками, що сприяють встановленню доброзичливого клімату під час дискусії, є: визнання плюралізму думок, усвідомлення необхідності конструктивного діалогу, надання можливості кожному висловити свою точку зору, пошук спільних точок зору.

Отже, дискусія передбачає об'єктивне й доброзичливе обговорення питання з обов'язковою повагою до опонентів. За результатами дискусії не може бути переможців і переможених. Вона передбачає публічне, відкрите обговорення спірного питання й спрямована на позитивне вирішення питання. Предметом обговорення не може бути другорядне, випадкове для конкретної аудиторії питання. Воно має бути проблемним і важливим в цій ситуації. Дискусія – це спосіб досягнення взаємоприйняттого рішення, а не «вдала» можливість виплеснути негативні емоції на супротивника.

**РЕКЛАМА ПІД ЧАС ВІЙНИ:
НОВІ ЕТИКО-ГУМАНІСТИЧНІ ВИКЛИКИ**

*А. А. Коляда, студентка гуманітарно-правового факультету
Науковий керівник - А. Є. Прилуцька, проф. ХАІ,
канд. філос. наук, завідувачка кафедри документознавства та
української мови Національного аерокосмічного університету
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

Реклама – це невід’ємна частина нашого сучасного світу, вона оточує нас з усіх боків, намагаючись впливати на наше щодення сприйняття реальності та вибір у повсякденному житті. Тому зрозуміло, що цей потужний інструмент не може існувати поза впливом соціальних та політичних подій. Втім, етичність використання реклами під час війни є дискусійним питанням.

Видатними рекламистами ХХ ст. є Альберт Ласкер (Albert Lasker), Стейнлі Різор (Stanley Resor), Реймонд Рубікейм (Raymond Rubicam), Лео Барнет (Leo Burnett).

Реклама під час війни опиняється на тонкій межі між необхідністю інформаційного впливу та збереженням етичних стандартів. Вона вимагає від рекламних агенцій ретельного вибору стратегій, які б відображали справедливий погляд на події і не підкріплювали б конфліктність суспільства. У цьому контексті реклама стає не лише інструментом впливу, але й важливим елементом формування публічної думки та ставлення до важливих національних подій.

З одного боку, вона є необхідною складовою для збільшення підтримки нації та мобілізації ресурсів. Рекламні кампанії, спрямовані на залучення громадської уваги та підтримки, можуть створювати образ сильної та єдиної нації, готової до викликів: стимулювання патріотичних почуттів і підтримки армії є логічним варіантом використання реклами у військових умовах. Реклама може втілювати патріотичні цінності та підсилювати

національний дух, спонукаючи громадян до спільних зусиль для перемоги.

Реклама в Україні під час війни є яскравим відображенням викликів та можливостей, з якими стикається суспільство в умовах конфлікту. Однією з ключових рис реклами в Україні під час війни є спроба мобілізувати громадян та підтримати військові зусилля. Рекламні кампанії створюють образ сильної та стійкої нації, готової об'єднатися навколо спільної мети в умовах загрози. Елементи патріотизму та національної гордості використовуються для збільшення підтримки серед громадян.

Соціальна реклама також може бути спрямована на залучення населення до волонтерства та допомоги армії. Волонтерських рух за допомогою донатів від населення задовольняє потреби армії. Така реклама стимулює людей підтримувати грошима наших воїнів заради особистої безпеки та визволення країни. Однак, використання реклами для збору коштів на військові потреби може викликати конфлікти в суспільстві, оскільки деякі люди вважають, що це може бути спробою скористатися війною для власної вигоди або персонального збагачення.

З іншого боку, негативні наслідки реклами можуть бути пов'язані з маніпуляціями та фабрикацією інформації. Реклама під час війни може використовувати емоційний вплив, щоб спрямовувати суспільство в певний спосіб, не завжди відображаючи реальність. Це може призвести до виникнення стереотипів, ворожнечі та недовіри між країнами та населенням. Реклама також може формувати уявлення про зовнішнього ворога, що може призвести до виникнення агресивного націоналізму, що в подальшому поглибить розділ у суспільстві.

Тому реклама під час війни є складною та контроверсійною сферою, де необхідно збалансувати необхідність інформаційного впливу з етичними стандартами. Вона може виконувати важливу роль у підтримці нації, але водночас призводити до маніпуляцій

та створення стереотипів. Реклама в Україні під час війни показує, як цей інструмент може бути використаний для об'єднання громадян навколо спільної мети, але також виявляє ризики використання його для збору коштів та може породжувати конфлікти в суспільстві. У контексті реклами під час війни важливо зберігати баланс між підтримкою нації та збереженням етичних принципів, щоб уникнути негативних наслідків для суспільства та міжнародних відносин.

ОПТИМІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В АДВОКАТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

М. В. Просянік, студентка

Науковий керівник – канд. філол. наук, доц. М. Г. Шленьова

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Адвокатська діяльність, як і будь-яка інша професійна сфера, потребує ефективного управління документацією для досягнення успіху та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Оптимізація документаційного забезпечення в адвокатській практиці є ключовим аспектом, який сприяє підвищенню ефективності роботи, зменшенню часу на адміністративні процеси та забезпечує високий рівень професійного стандарту. Правильно організована система документообігу дозволяє адвокатам швидко знаходити необхідну інформацію, раціонально розподіляти ресурси та ефективно співпрацювати з колегами. Крім того, систематичне збереження та аналіз документів допомагає в уникненні можливих конфліктів із клієнтами та забезпечує дотримання вимог щодо збереження конфіденційності та захисту особистих даних.

Оптимізація документаційного забезпечення сприяє підвищенню рівня професійної ефективності адвокатів. Впорядкована система управління документами дозволяє зменшити час, необхідний для підготовки матеріалів до судових засідань, а також мінімізує ризик втрати або неправильної інтерпретації важливої інформації. Це не лише збільшує продуктивність роботи адвокатів, але й сприяє підвищенню рівня якості наданих юридичних послуг, забезпечуючи клієнтам більш високу якість юридичного обслуговування.

Оптимізація документаційного забезпечення сприяє зменшенню ризику помилок та втрати важливої інформації. З

використанням сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення для управління документами адвокати можуть автоматизувати багато рутинних процесів, таких як створення, зберігання та пошук документів. Це дозволяє уникнути помилок під час обробки документів та забезпечує високу точність та доступність інформації для всіх зацікавлених сторін. Більш того, застосування цифрових технологій сприяє підвищенню ефективності роботи та скороченню часу, необхідного для здійснення адміністративних процедур. Наприклад, електронні системи управління документами можуть автоматично створювати та оновлювати звіти, що дозволяє зосередити увагу на більш складних завданнях та стратегічному розвитку бізнесу.

Крім того, оптимізація документаційного забезпечення сприяє покращенню комунікації між адвокатами та їхніми клієнтами. Завдяки електронним системам зберігання та обміну документами клієнти можуть швидко та зручно отримувати доступ до необхідної інформації, отримувати звіти про стан справи та вносити коментарі чи зміни в документи онлайн. Це сприяє покращенню взаєморозуміння між адвокатами та клієнтами, забезпечуючи ефективну співпрацю та високу якість обслуговування. Більше того, електронні системи дозволяють забезпечити конфіденційність та безпеку обміну даними, що є критичним у сфері правової діяльності. Додатково, ці системи можуть впроваджувати автоматизовані процеси контролю термінів та нагадування про важливі події, що сприяє уникненню затримок та забезпечує вчасне виконання завдань.

Отже, оптимізація документаційного забезпечення в адвокатській діяльності є важливим елементом успішної та ефективної роботи. Вона сприяє підвищенню продуктивності, зменшенню ризику помилок та втрати інформації, а також покращує комунікацію з клієнтами. Інтеграція сучасних технологій та методів управління документами дозволяє

адвокатам зосередитися на своїй основній діяльності та забезпечити найвищий рівень обслуговування клієнтів. Однак, варто відзначити, що впровадження технологій повинно супроводжуватися відповідним навчанням та підготовкою персоналу, щоб забезпечити їхню ефективну інтеграцію та використання. Крім того, забезпечення безпеки даних та конфіденційності інформації є ще одним важливим аспектом при використанні технологій управління документами і адвокатські фірми повинні ретельно розглядати ці питання під час добирання та впровадженні відповідних рішень.

**ДО ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ДОКУМЕНТНИМИ
ПОТОКАМИ В ГІМНАЗІЇ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Я. Т. Рюма, студентка

**Науковий керівник – доктор наук із соц. комунікацій,
проф. Г. В. Шемаєва**

**Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»**

Якість функціонування освітнього закладу значною мірою залежить від організації та управління документними потоками. У сучасних кризових умовах, насамперед під час воєнного стану в Україні, все активніше відбувається перехід до створення високоефективних систем управління комплексом документопотоків у гімназії. У зв'язку з цим доцільно виділити декілька пріоритетних аспектів.

1. Ефективне управління документообігом у сучасних гімназіях є ключем до оптимізації завдань, розподілу ресурсів, координації послуг та підтримки організованої бібліотеки документів. Впровадивши належний документообіг, гімназії можуть спростити процеси, покращити співпрацю та забезпечити дотримання політики. Якісне управління документами в межах гімназії передбачає зосередження на завданнях, ресурсах, послугах та ефективному обігу документів. Мета полягає в створенні добре організованої системи управління документами від ідеї до доставки документа.

2. Оптимізація документообігу в гімназіях. Це вимагає комплексного підходу, який враховує не лише технічні аспекти, а й організаційні та культурні особливості. Впровадження сучасних інструментів документообігу допомагає впорядкувати управлінський процес, забезпечує швидкий доступ до інформації та підвищує рівень безпеки й конфіденційності даних. Управління документообігом у гімназіях не лише спрощує

щоденні операції, а й створює сприятливе середовище для позитивного навчання та розвитку потенціалу. Оптимізація підходів до процесів управління усього документного потоку в гімназії сприятиме підвищенню ефективності адміністративних процесів та створенню сприятливого середовища для навчання й розвитку особистості.

3. Інтеграція систем електронного документообігу в гімназіях є актуальним завданням сьогодення, що дозволить зменшити бюрократичні перепони, збільшити швидкість опрацювання інформації та покращити співпрацю між учасниками освітнього процесу. Для цього необхідним є здійснення ретельного проєктування імплементації таких систем для збереження документів та отримання оперативного доступу до них у безпечному та структурованому середовищі.

4. Впровадження цифрових технологій в управління документообігом у гімназії сприятиме підвищенню ефективності роботи педагогічного персоналу, взаємодії адміністрації гімназії з вчителями, учнями та їх батьками через забезпечення більшої доступності і зручності для учасників освітнього процесу.

5. Ефективне управління документообігом у гімназії сприятиме розвитку відповідальності, дисципліни та організаторських здібностей учнів і персоналу, створюючи гармонійне освітнє середовище.

КЛУБНІ ФОРМИ В БІБЛІОТЕКАХ ДЛЯ ДІТЕЙ

С. В. Серета, студентка

Науковий керівник – доктор наук із соц. ком., проф.

Г. В. Шемаєва

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Сучасна бібліотека для дітей – це культурний інформаційний центр, а також місце, де діти можуть в комфортній атмосфері та з користю провести вільний час. Діяльність бібліотеки для дітей є багатоаспектною, динамічною, різноманітною. На сьогодні майже в кожній такій бібліотеці організуються та діють клуби, творчі гуртки чи студії, що використовують різні форми роботи.

Найчастіше клуби формують за інтересами та віковими категоріями користувачів, зокрема виділяють: мовні, інтелектуальні, просвітницькі, літературні, художньо-мистецькі та інші клубні форми. Лідером, як правило, є творчий бібліотекар, що організовує, планує сам чи разом з учасниками діяльність клубу, встановлює зв'язки з установами та видатними особистостями.

Обрання форми роботи залежить від тематичної спрямованості клубу. Так, художньо-мистецькі гуртки й клуби прикладної творчості мають на меті розвиток у дитини творчих здібностей, таланту, уявлення, естетичного смаку тощо. До них можна віднести клуби за інтересами, де учасники займаються рукоділлям, співом, театральним мистецтвом, музикою тощо. Наприклад, клуби «Творчі долоньки» та «Biblio-art майстерня» в Національній бібліотеці України для дітей; клуб «Мальована книга» та театральна студія «Язиката Хвеська» в Львівській обласній бібліотеці для дітей; ляльковий театральний гурток «Грайлик» та відеостудія «Соняшник» в Черкаській обласній бібліотеці для дітей та багато інших.

Також можна виокремити й іншу форму роботи в клубній діяльності, що практикується в багатьох бібліотеках. Це – спілкування, дискусії, обговорення певної книги чи теми, читання вголос, розповідь або лекції, читання віршів тощо. Їхньою метою є розвиток комунікаційних навичок, прищеплення молоді любові до рідного слова, розширення кругозору та поповнення словникового запасу дитини, розвиток інтелектуального мислення. Наприклад, письменницький клуб «П'ятниця. Вечір» в Центральній бібліотеці ім. Т. Г. Шевченка для дітей; родинний клуб сімейного читання «Моє серденько» та краєзнавчий клуб «Юні дослідники рідного краю» в Дніпропетровській обласній бібліотеці для дітей тощо.

На сьогодні в дитячих бібліотеках популярні різноманітні ігрові клуби. Діти під кураторством бібліотекаря грають у різні ігри, переважно настільні. Для прикладу можна назвати клуб «С.Т.І.Л» в Житомирській обласній бібліотеці для дітей і юнацтва або ж шаховий клуб для дітей у Вінницькій міській бібліотеці № 7.

Також можна відмітити активне поширення у бібліотеках для дітей клубних форм за ІТ-тематикою, метою яких є навчити дітей працювати з комп'ютером, основам програмування, робототехніки та використанню різних цифрових інструментів. Наприклад: «STEAM-студія Lev-IT» та клуб «Code Club Ua» в Львівській обласній бібліотеці для дітей; читацьке об'єднання альтернативного технічного дозвілля «ІТ-К@мпанія без меж» та науково-пізнавальне об'єднання «Robotics» у Національній бібліотеці України для дітей.

Таким чином, клубні форми у діяльності бібліотеки для дітей мають вагомим значення. Такі об'єднання захоплюють дитину, сприяють її всебічному розвитку та надають можливість проводити свій вільний час в безпечному комфортному місці серед однодумців.

Результати проведеного дослідження показують, що на сьогодні існує велика кількість клубів за інтересами, творчих гуртків та студій діючих в дитячих бібліотеках. Важливо, що не лише для дітей створюються різноманітні об'єднання, а й для їх батьків. Бібліотечні працівники відповідально та з творчим підходом організують клубну діяльність. А тематична спрямованість клубу визначає відповідні форми роботи: комунікація, мистецтво, комп'ютерні технології тощо.

**УПРАВЛІННЯ ДОКУМЕНТАМИ ТА ІНФОРМАЦІЄЮ В
ЗАКЛАДАХ КУЛЬТУРИ ХАРКІВЩИНИ:
ПРОБЛЕМНІ ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

***К. Стеценко, студентка магістратури
Науковий керівник – доктор наук із соц. ком., проф.
А. В. Шемаєва***

***Національний аерокосмічний університет М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»***

У сучасному суспільстві спостерігається зростання обсягу інформації, що ставить перед культурними закладами великі виклики у справі її ефективного управління. Регіон Харківщини, який має багатий культурний спадок, потребує системного підходу до збереження та доступу до цієї унікальної спадщини. Застосування сучасних інформаційних технологій управління документами може відігравати ключову роль у поліпшенні доступності, організації та збереженні важливих інформаційних ресурсів.

Збільшення обсягів документів та інформації ставить перед культурними закладами завдання розроблення ефективних стратегій управління. Значущість цієї теми проявляється не лише у забезпеченні ефективної діяльності культурних закладів, але і у здатності забезпечити доступність культурної інформації для громади, сприяючи її освіті та культурній освіченості. В умовах постійного розвитку стандартів управління та збереження документів, культурні заклади зобов'язані вдосконалювати свої системи відповідно до сучасних вимог.

Проблема управління документами та інформацією в закладах культури Харківщини набуває особливої актуальності через кілька ключових викликів, що з ними стикаємося в сучасних умовах функціонування культурних установ. Швидкий розвиток технологій призводить до величезного

збільшення кількості генерованої та збереженої інформації, що ставить під загрозу ефективність доступу, опрацювання, використання та зумовлює нагальність підвищення якості управління документами. Заклади культури в Харківщині відіграють важливу роль у збереженні та просуванні культурної спадщини регіону, і відсутність ефективних систем управління документами може призвести до втрати цінних ресурсів. В умовах цифрової трансформації важливо розглядати, як інформаційні технології можуть бути використані для удосконалення управління документами та сприяти розвитку культурних закладів.

Ефективність процесів управління документами та інформацією в закладах культури Харківщини сприяє підвищенню якості та доступності культурних ресурсів для громад. Це є ключовим аспектом в їхній взаємодії та розвитку.

Важливим завданням створення ефективної системи управління документами, яка відповідає сучасним вимогам та стандартам, є здійснення аналізу законодавчого та нормативно-методичного середовища. Систематичний огляд відповідних законів та норм дозволяє визначити основні принципи та вимоги до роботи з документами в культурних установах. Це важливо для створення відповідальної системи управління, яка сприятиме збереженню та доступності цінної інформації.

Дослідження сучасних методичних матеріалів вказує на наявність рекомендацій та стандартів, які можуть служити для організації ефективного управління документами у культурних закладах. Це стає важливою основою для розробки внутрішніх процедур, спрямованих на оптимізацію роботи з інформацією.

Проведення аналізу відомих на сьогодні систем управління документами дозволяє визначити різноманітність підходів та технологій, які використовуються в культурних закладах Харківщини. Розкриття сильних та слабких сторін цих систем

надає можливість для подальшого вдосконалення та адаптації сучасних інструментів для потреб конкретного контексту.

Визначення перспективних технологій та підходів, спрямованих на покращення ефективності управління документами в культурних установах, є стратегічним завданням. Впровадження інновацій дозволить оптимізувати робочі процеси та підняти якість обслуговування громади.

Стратегічним завданням для удосконалення системи управління документами та інформацією виокремлюється створення конкретних рекомендацій, що враховують сучасні практики управління документами.

Реалізація зазначених завдань сприятиме підвищенню ефективності та інноваційності роботи культурних закладів Харківщини.

**ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДІЛОВОДСТВА
В АЕРОКОСМІЧНІЙ ГАЛУЗІ**

А. І. Стогній, студентка

Науковий керівник – доктор наук із соц. ком., проф.

Г. В. Шемаєва

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

У сучасному світі аерокосмічна промисловість має вирішальне значення для розвитку технологій та економічного прогресу. За останні десятиліття індустрія пережила значні зміни, але одним з найбільш впливових та інноваційних аспектів є цифровізація діловодства. Ця тенденція відкриває широкі можливості для підвищення ефективності, безпеки та точності управління аерокосмічними проектами.

Цифрові технології та інформаційні системи революціонізують кожен аспект діловодства в аерокосмічній галузі, починаючи від проектування та розробки до виробництва та експлуатації. Впровадження цифрових платформ, хмарних обчислень, штучного інтелекту та інших інноваційних рішень дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни в ринкових умовах, підвищує рівень автоматизації та оптимізації виробничих процесів, а також забезпечує надійність та безпеку в експлуатації аерокосмічних систем.

У цьому контексті важливо визначити ключові аспекти цифровізації діловодства в аерокосмічній галузі, у тому числі й упровадження цифрових двійників, використання аналітики даних для прогнозування показників технічного стану обладнання, розвиток автономних систем та інше. Дослідження цих аспектів дозволить краще зрозуміти переваги та виклики, пов'язані з цифровою трансформацією у сфері аерокосмічних технологій.

Цифрові двійники все більше стають ключовим інструментом у цифровізації діловодства в аерокосмічній галузі. Вони дозволяють створювати точні віртуальні моделі реальних аерокосмічних систем, які можна використовувати для тестування, аналізу та оптимізації. Це забезпечує можливість виявлення потенційних проблем та розробки ефективних стратегій покращення ще до того, як фізичний продукт буде виготовлений.

Використання аналітики даних дозволяє збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги інформації, що надходять з аерокосмічних систем. Це допомагає передбачати можливі відмови або несправності в обладнанні, що в свою чергу дозволяє здійснювати проактивні заходи з обслуговування та уникнути негативних наслідків.

Цифрові технології дозволяють створювати все більш автономні аерокосмічні системи. Від автономних дронів для вантажних перевезень до супутників, здатних самостійно коригувати свою орбіту. Автономність стає ключовим чинником для підвищення ефективності та зниження ризиків у різних аспектах аерокосмічних операцій.

Розвиток цифрових технологій також вносить нові виклики у сфері кібербезпеки. Забезпечення безпеки цифрових систем та мереж стає надзвичайно важливою задачею, особливо у важливих галузях, таких як аерокосмічна промисловість. Ефективне керування кібербезпекою вимагає поєднання технологічних заходів, процесів та освіти персоналу.

У цифрову еру аерокосмічна промисловість вступає з великими перспективами та викликами. Цифровізація діловодства відкриває безліч можливостей для підвищення ефективності, безпеки та інноваційності у всіх аспектах аерокосмічних проектів. Використання цифрових двійників, аналітики даних, розвитку автономних систем та забезпечення

кібербезпеки стають ключовими стратегічними напрямками для компаній у цій галузі.

Проте разом з перевагами цифровізації приходять і нові виклики. Необхідно вирішувати питання щодо захисту конфіденційності, а також забезпечення сумісності та інтеграції цифрових систем. Крім того, важливо не забувати про розвиток та навчання персоналу, оскільки успішна цифрова трансформація потребує не лише технологічних змін, але й культурних та організаційних зрушень.

Отже, цифровізація діловодства в аерокосмічній галузі відображає глибокі зміни в способі, яким цей сектор функціонує і розвивається. Впровадження цифрових технологій вимагає від компаній гнучкості, інноваційного мислення та стратегічного планування, але також відкриває нові можливості для забезпечення конкурентоспроможності та лідерства в цій важливій сфері.

РОЛЬ АУДІЮВАННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ІНОЗЕМНИМИ СТУДЕНТАМИ

І. В. Фірсова, старший викладач

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Вивчення української мови як іноземної (УМІ) в авіаційному університеті студентами-іноземцями (йдеться про студентів старших курсів) має фокусуватись на формуванні комунікативних компетенцій у сфері професійного спілкування та враховувати реальні потреби конкретної професійної діяльності. Для виявлення потреб певної цільової аудиторії, мають бути враховані кваліфікаційні вимоги та компетенції конкретної категорії спеціалістів, а також запити інтелектуального ринку праці. Існують певні вимоги щодо володіння професійною українською мовою, відповідність яким дозволяє здійснювати навчальну діяльність у спеціалізованому навчальному закладі, а надалі – робочу діяльність під час практики на авіаційному підприємстві. Авіаційна українська термінологія є типовою для спеціальних цілей, і використовується представниками різних авіаційних професій.

Мета роботи – визначити роль та місце аудіювання як мовленнєвого навичку у процесі вивчення професійної української мови іноземними студентами, узагальнити особливості застосування цього комунікативного навичку в практиці професійного спілкування та визначити його особливі відмінності під час навчання в авіаційному університеті. Проблеми аудіювання досить широко висвітлені у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Існує багато робіт, присвячених вивченню ролі аудіювання у професійній сфері, зокрема, розроблені методики навчання аудіювання на матеріалі спеціальності та комплекс вправ для формування відповідних

умінь та навичок. Однак, багато питань залишаються не до кінця вивченими. Зокрема, проблема навчання майбутніх фахівців у вузько-професійній сфері потребує пильної уваги в аспекті розуміння сприйнятого на слух мовлення. Під час навчання української мови як іноземної аудіювання є не тільки засобом навчання, а й метою. Треба пам'ятати, що говоріння неможливе без розпізнавання мови на слух. Систематичне слухання оригінальної професійної мови на старшому етапі навчання сприяє вдосконаленню говоріння. Розглядаючи аудіювання як одну з ключових компетенцій студента, який навчається в авіаційному університеті, а вміння розуміти мову, що звучить – як безпосередню складову навчального процесу, даний навичок, поряд з говорінням, є провідним у професійній комунікації майбутніх фахівців авіаційної галузі. Отже, формування аудитивної компетенції виступає на перший план під час навчання. Аудитивна компетенція – це заснована на мовних знаннях, мовних вміннях та навичках здатність до сприйняття та розуміння інформації тексту, що аудіюється, а також готовність до активної переробки інформації, що сприймається. Це дозволяє формувати мовний досвід у ситуаціях іншомовного професійного спілкування. Під час навчання іноземних студентів аудіювання ґрунтується на традиційних методах (аудіолінгвальному та аудіовізуальному), але практичне застосування мови спеціальності в ситуаціях професійного спілкування визначає особливості організації навчання аудіювання у авіаційному ЗВО. В межах навчання українській професійній мові, можна визначити два рівня навчання аудіювання. Перший, базовий, що формує загальноспеціальну компетенцію, та професійний, що дозволяє студенту-іноземцю здійснювати комунікацію під час вивчення спеціальної авіаційної термінології та виконувати завдання під час професійної практики. Ці рівні взаємопов'язані та доповнюють один одного, проте чітко простежується ієрархія всіх складових процесу формування аудитивної компетенції.

Базовий рівень забезпечує розвиток вмінь та навичок, пов'язаних з механізмом сприйняття мови (внутрішня мова, пам'ять, ймовірнісні прогнози, увага, осмислення), і поетапне формування навичок та вмінь аудіювання: від фонетичних, лексичних та граматичних до повного розуміння змісту. Особлива увага приділяється поповненню та розвитку словника спеціальності, оскільки саме на лексичному рівні простежується відмінність професійних мов від загальної.

Таки чином відбувається процес становлення перцептивної бази навчання до рівня критичного розуміння тексту, коли слухач не тільки повністю розуміє зміст, а й може оцінити його. Формування компенсаторної компетенції як вміння виходити з положення в умовах дефіциту мовних засобів при отриманні та передачі інформації є необхідною умовою навчання аудіювання. У рамках базового рівня ефективними є різні стратегії компенсаторної компетенції: лінгвістичні та паралінгвістичні.

Професійне аудіювання має на меті формування основних вмінь аудіювання як виду мовленнєвої діяльності та залучення студента до процесу професійної комунікації, що складається з діалогів та монологічних повідомлень на теми, пов'язані з виконанням професійної діяльності. Ціль розвитку пам'яті, уваги й ймовірного прогнозування залишається актуальною, оскільки все це розглядається не лише з позицій формування механізму мовлення, а й як професійна необхідність. У процесі професійного аудіювання можливе використання окремих компенсаторних умінь у рамках лінгвістичних стратегій. До них відносяться використання перифразу чи описів, синонімів чи спрощення висловлювання.

Таким чином, можна з впевненістю констатувати, що аудіювання відіграє одну з головних ролей під час вивчення професійної української мови іноземними студентами.

CLICHÉN IN SCIENTIFIC TEXTS

***Maryna Shlenova, PhD in Philology, Associate Professor
National Aerospace University "Kharkiv Aviation Institute"***

The scientific discourse, essentially, serves as a mechanism for conveying highly complex concepts and conclusions, and its effectiveness undoubtedly depends on the adaptation of precise language. However, it is worth noting that a significant abundance of clichéd vocabulary, regularly encountered in scientific texts, jeopardizes the clarity, accuracy, and originality of communication within the scientific community. Even though some clichés may seem inconsequential, their presence in scientific works significantly complicates understanding, obscures meaning, and undermines trust in research results.

This study aims to examine the phenomenon of clichéd vocabulary in scientific texts to identify its sources, assess its impact, and develop strategies to overcome this problem. The central goal is to uncover the mechanisms underlying the use of clichés and analyze how it can affect the quality of communication in the scientific environment. Specifically, the research aims to identify situations where the use of clichéd expressions is most likely and to offer specific recommendations for changing attitudes toward such vocabulary in scientific texts.

Preliminary findings indicate widespread use of clichéd vocabulary in scientific disciplines, with certain clichés being employed much more frequently than others. Among the most common phrases are "new approach," "paradigm shift," and "cutting-edge research." Analysis suggests that the use of clichéd language is often justified by the desire to conform to established conventions, create an impression on the audience, or compensate for perceived deficiencies in writing. However, the relative dependence on clichés can lead to ambiguity, loss of accuracy, and diminished impact on readers, particularly by obscuring important information or creating an impression of superficiality in speech. Therefore, it is important to

seek alternative, more original formulations that not only reflect the essence of the research or argument but also maintain clarity and effectiveness in influencing readers.

The prevalence of clichéd vocabulary in scientific texts poses a complex problem for effective communication within the scientific community. Although clichés may serve rhetorical purposes, their excessive use undermines the clarity and originality of scientific discourse. Addressing this problem requires concerted efforts aimed at increasing awareness among researchers, editors, and reviewers about the negative consequences of clichéd language. Additionally, fostering linguistic creativity, promoting critical thinking, and providing resources for improving writing skills can help reduce dependence on clichés in scientific communication.

Thus, clichéd vocabulary is a widespread yet underexplored issue in scientific writing. Its extensive use can affect the quality of communication in academic texts, undermining their clarity and originality. By analyzing its prevalence, causes, and consequences, this study emphasizes the importance of preserving clarity, accuracy, and originality in scientific discourse.

Clichés in scientific writing may arise from various reasons, including the influence of previous research, linguistic conventionality, and deficiencies in authors' language proficiency. This can lead to increased overall cognitive laziness and reduced originality of thought, jeopardizing the reflection of true progress in scientific research.

Efforts aimed at reducing the influence of clichéd language require a collective commitment to encouraging linguistic creativity and promoting effective communication within the scientific community. It is necessary to encourage authors to adopt new approaches in expressing their ideas and ensuring their originality, which will contribute to the development of scientific thought and the dissemination of knowledge. Additionally, it is important to develop and implement standardized methods for identifying and eliminating clichés in scientific writing to ensure higher quality intellectual dialogue in the academic environment.

***КВАЛІФІКАЦІЙНІ ВИМОГИ ДО ПРОФЕСІЙ СЕКРЕТАРЯ,
РЕФЕРЕНТА І ПОМІЧНИКА КЕРІВНИКА: ВИМОГИ
РИНКУ ПРАЦІ І НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ
ПРОФЕСІЙНО-КЛАСИФІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ***

***О. В. Коновченко, канд. філол. наук, доцентка
Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***

Для ефективного здійснення управлінської діяльності керівник організації потребує кваліфікованого адміністративного та допоміжного офісного персоналу. На ринку праці, зважаючи на інформацію з українських сайтів пошуку роботи (зокрема work.ua, robota.ua), з названої категорії працівників затребуваними є представники таких професій: секретар, секретар рецепції/ресепсіоніст, секретар керівника, секретар генерального директора, помічник керівника, асистент керівника, секретар-референт, офіс-менеджер. Основними кваліфікаційними вимогами до претендентів на ці посади в рекламних оголошеннях названо наявність у претендентів 1) вищої освіти (магістр або бакалавр) і 2) досвіду роботи (найчастіше, від 1 року). Причому вимоги до представників різних професій майже однотипні: роботодавці хочуть бачити вищу освіту та досвід роботи від претендентів на посади і секретаря, і секретаря-референта, і помічника керівника, і офіс-менеджера; єдине, що не однаковими можуть бути вимоги до рівня вищої освіти (бакалавр/магістр) та часових характеристик досвіду роботи (1/2/5 років).

У нормативних документах професійно-класифікаційної сфери України щодо питання кваліфікаційних вимог до професій представників адміністративного та допоміжного офісного персоналу маємо таку ситуацію: 1) наведено назви та опис не всіх згаданих вище професій; 2) кваліфікаційні вимоги до описаних у нормативних документах професій часто відрізняються від тих,

що їх озвучує ринок праці. Розглянемо ті відмінності, що стосуються професій секретаря, референта і помічника керівника.

Як відомо, основними нормативними документами професійно-класифікаційної сфери в Україні є Класифікатор професій і Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників.

Назви професій і посад визначає Національний класифікатор України ДК 003:2010 «Класифікатор професій» (затв. наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327, є чинним від 01.11.2010). Цей документ застосовують для записів про роботу в трудові книжки працівників. Класифікатор складається із кодів і назв професійних угруповань – розділів, підрозділів, класів, підкласів та груп професій. Усі професії в Класифікаторі згруповано в дев'ять розділів. Віднесення професії до того чи іншого розділу залежить від характеру виконуваних робіт та вимог до освітньо-кваліфікаційного рівня працівника.

Назви професій представників адміністративного та допоміжного офісного персоналу наведено в розділах 1–4 Класифікатора (1 «Керівники», 2 «Професіонали», 3 «Фахівці», 4 «Технічні службовці»). Назви професій, що є об'єктом нашого дослідження, є в розділах 3 і 4 Класифікатора. Зокрема у розділі 3 «Фахівці» до професійної групи «Помічники керівників» (код 3436) віднесено такі професії: помічник керівника підприємства (установи, організації) (код КП 3436.1), референт (код КП 3436.1); у розділі 4 «Технічні службовці» до професійної групи «Секретарі» (код КП 4115) віднесено такі професії: асистент референта (код КП 4115), секретар (код КП 4115), секретар керівника (код КП 4115), секретар незрячого фахівця (код КП 4115), секретар-друкарка (код КП 4115), секретар-стенографіст (код КП 4115). Звертаємо увагу на те, що 1) до розділу «Фахівці» належать професії, які вимагають кваліфікації бакалавра, молодшого спеціаліста, деякі – кваліфікації спеціаліста; до розділу «Технічні службовці» належать професії,

які вимагають повної загальної середньої та професійно-технічної освіти чи повної загальної середньої освіти та професійної підготовки на виробництві, у сфері послуг, деякі – кваліфікації молодшого спеціаліста; 2) у Класифікаторі немає назв таких популярних на ринку праці професій, як секретар-референт і офіс-менеджер.

Кваліфікаційні характеристики професій і посад містить Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників (затв. наказом Міністерства праці й соціальної політики України від 29.12.2004 № 336). Цей нормативний документ забезпечує єдність у визначенні кваліфікаційних вимог до професій. Довідник складається із випусків і розділів випусків, які згруповано за основними видами економічної діяльності та видами робіт. Кваліфікаційні характеристики розміщено в алфавітному порядку. Кваліфікаційна характеристика складається з таких частин: 1) «Завдання та обов'язки» – тут наведено типові професійні завдання, обов'язки та повноваження для певної посади, посилення на галузь необхідних знань; 2) «Повинен знати» – тут перераховано основні вимоги до спеціальних знань, потрібних для виконання типових завдань та обов'язків, а також знань законодавчих актів, положень, інших нормативних документів, методів і засобів, які працівник повинен вміти застосовувати для виконання професійних обов'язків; 3) «Кваліфікаційні вимоги» – тут визначено вимоги до освіти, освітньо-кваліфікаційного рівня (магістр, спеціаліст, бакалавр, молодший бакалавр, молодший спеціаліст), післядипломної освіти, а також мінімальні вимоги до стажу роботи. За потреби може бути додано розділ «Спеціалізація».

Кваліфікаційні характеристики професій представників адміністративного та допоміжного офісного персоналу містить Розділ 1 «Професії керівників, професіоналів, фахівців та технічних службовців» Випуску 1 «Професій працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності» Довідника.

Що стосується професій, які є об'єктом нашого дослідження, то Розділ 1 Випуску 1 Довідника містить кваліфікаційні характеристики таких професій, як: асистент референта, референт з основної діяльності, секретар-друкарка, секретар-стенографістка, секретар керівника, секретар незрячого фахівця.

Як бачимо, в Довіднику немає кваліфікаційних характеристик таких професій, як: помічник керівника (хоча назва такої професії є в Класифікаторі професій), секретар-референт і офіс-менеджер. Стосовно кваліфікаційних вимог до професії помічника керівника, можна звернутися до відповідної кваліфікаційної характеристики, опублікованої в Довіднику типових професійно-кваліфікаційних характеристик посад державних службовців (затв. наказом Національного агентства України з питань державної служби від 13.09.2011 № 11). Однак цю характеристику розроблено для системи державної служби України, крім того, на сьогодні цей Довідник є нечинним (наказ Національного агентства України з питань державної служби від 11.07.2017 № 147). Що стосується професій секретаря-референта і офіс-менеджера, то вимоги до них можна знайти в приблизних посадових інструкціях, яких доволі багато в мережі Інтернет.

Наведемо кваліфікаційні вимоги до секретарів, референтів і помічників керівника (таблиця).

Таблиця – Кваліфікаційні вимоги до секретарів, референтів і помічників керівника

Шифр і назва професії	Вимоги до кваліфікації	
	Освіта	Стаж роботи зі спеціальності
4115 Секретар керівника	Повна загальна середня освіта та професійно-технічна освіта або повна загальна середня освіта та професійна підготовка на виробництві	Без вимог до стажу роботи
3436 Референт з основної діяльності організації	Повна або базова вища освіта відповідного напрямку підготовки (спеціаліст або бакалавр)	Стаж роботи за професійним спрямуванням на підприємстві – не менше 1 року
3436 Помічник керівника	Вища освіта відповідного професійного спрямування за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістра, спеціаліста. Післядипломна освіта у сфері управління: магістр державного управління за відповідною спеціалізацією	Стаж роботи за фахом на державній службі не менше 2 років або робота за фахом не менше 3 років при необхідності, виходячи із виконання структурним підрозділом основних завдань та функцій

Як бачимо, згідно з Довідником, для того щоб працювати секретарем, вищої освіти та досвіду роботи не потрібно, натомість ринок праці потребує фахівців з вищою освітою і досвідом роботи, найчастіше від 1 року.

Отже, нормативні документи професійно-класифікаційної сфери України, на відміну від ринку праці, диференціюють кваліфікаційні вимоги до професій секретаря, референта і

помічника керівника залежно від професії; крім того, щодо деяких професій представників адміністративного та допоміжного офісного персоналу вимоги ринку праці і нормативних документів не збігаються. І це варто мати на увазі тим, хто планує влаштуватися на відповідну роботу, оскільки в приватній сфері кваліфікаційні вимоги до претендента часто формулюють на розсуд власника підприємства.

**ЗАКОНОДАВСТВО ПРО ДИСЦИПЛІНАРНУ ТА МОРАЛЬНУ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУДДІВ
ЯК УМОВУ СУДОВОЇ РЕФОРМИ**

Железов О. Є., канд. юрид. наук, доцент

Харківський національний університет внутрішніх справ

Сучасне законодавство України передбачає дуже розвинуту відповідальність для професійного судді. Це може бути як дисциплінарна відповідальність, передбачена ст. 107 Закону України «Про судоустрій та статус суддів» від 2 червня 2016 року; також може бути моральна відповідальність, закріплена ст. 58 вищевказаного закону. Насамперед порушення суддівської етики може мати правові наслідки, коли моральний вчинок суперечить Кодексу суддівської етики.

Кодекс суддівської етики було прийнято 24 жовтня 2002 року на V з'їзді суддів, нова його редакція затверджена на XI з'їзді суддів. Стаття 58 перетворює його на норму прямої дії, і цією нормою права Кодекс суддівської етики перетворюється з корпоративної норми в норму права. Кодекс закріплює всі правові та моральні принципи, якими керується суддя як у час проведення судового засідання, так і в позасудовій поведінці. Правовим підґрунтям Кодексу є: Конституція України, Закон України «Про судоустрій і статус суддів», ст. 6 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, Міжнародний пакт про громадянські та політичні права, резолюція Генеральної Асамблеї ООН щодо ефективного впровадження Основних принципів незалежності судових органів, Бангалорські принципи поведінки суддів, схвалені резолюцією Економічної та Соціальної Ради ООН від 27 липня 2006 року, Європейська хартія про закон щодо статусу суддів, Рекомендація СМ/Рес (2010) 12 Кабінету Міністрів Ради Європи. Ці принципи адресовано суддям для використання як інструкції, а також судовим органам для

використання як базові принципи регламентації поведінки суддів. Крім того, вони покликані сприяти кращому розумінню та підтриманню здійснення правосуддя з боку представників виконавчої та законодавчої влади, адвокатів та суспільства загалом. Ці принципи передбачають, що судді у своїй поведінці підзвітні відповідним органам, які створено для підтримання суддівських стандартів, які діють об'єктивно та незалежно і мають на меті збільшення, а не зменшення значущості чинних правових норм та правил моральної поведінки, якими зв'язані судді.

Згідно зі ст. 1–3 Кодексу суддівської етики, суддя зобов'язаний бути прикладом додержання вимог закону і принципу верховенства права, має уникати будь-якого незаконного впливу на його діяльність та не має права використовувати своє посадове становище в особистих інтересах чи в інтересах інших осіб, тобто в разі зловживання правом суддя підлягає відповідальності. Але ст. 4 Кодексу вказує, що ці проступки не можуть бути підставою для дисциплінарного провадження, якщо буде вчинено інше правопорушення. У ст. 5–15 чітко описано поведінку судді під час судового процесу та обов'язки, покладені на нього, тому що в разі їх невиконання на суддю може бути покладено дисциплінарну відповідальність, оскільки це є його поведінка на робочому місці. Метою ст. 15–20 Кодексу є узгодити адміністративні норми з відповідними нормами моралі, щоб суддя був не тільки в правовому полі, але і в моральному одночасно.

Закон України «Про судоустрій та статус суддів» передбачає такий правовий інститут, як декларація доброчесності; цей інститут регулює ст. 62 цього Закону. Зміст декларації полягає в тому, що суддя зобов'язаний до 1 лютого подати шляхом заповнення на офіційному вебсайті Вищої кваліфікаційної комісії суддів України декларацію доброчесності за формою, що визначається Комісією. Декларація доброчесності судді

складається з переліку тверджень, правдивість яких суддя повинен задекларувати шляхом їх підтвердження або непідтвердження. У ній зазначають прізвище, ім'я, по батькові судді, його місце роботи, займану посаду та твердження про: відповідність рівня життя судді наявному в нього та членів його сім'ї майну і одержаним ними доходам; своєчасне та повне подання декларацій особи, уповноваженої на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, та достовірність задекларованих у них відомостей; невчинення корупційних правопорушень; відсутність підстав для притягнення судді до дисциплінарної відповідальності; сумлінне виконання обов'язків судді та дотримання ним присяги; невтручання в правосуддя, яке здійснюється іншими суддями; проходження перевірки суддів відповідно до Закону України «Про відновлення довіри до судової влади в Україні» та її результати; відсутність заборон, визначених Законом України «Про очищення влади».

Особливу роль відіграє Громадська рада доброчесності, що регулюється ст. 85 Закону України «Про судоустрій та статус суддів». Ця рада утворюється з метою відповідності нормам професійної етики, яких повинен обов'язково дотримуватися суддя або кандидат на посаду судді. Громадська рада доброчесності складається з 20 членів та повинна збирати, перевіряти, аналізувати інформацію щодо судді або кандидата на посаду судді, надавати Кваліфікаційній комісії суддів інформацію щодо кандидата на посаду судді та надавати за наявності відповідних підстав Вищій кваліфікаційній комісії суддів України. Для здійснення цих повноважень передбачається, що членам Громадської ради доброчесності надається право безоплатного та повного доступу до відкритих державних реєстрів. Громадська рада доброчесності формується з громадськості, але до її складу не входять особи, які перебувають у дружніх чи особистих стосунках із суддею чи кандидатом на посаду судді, причетні до справ, які розглядав чи розглядає такий

суддя, які мають інший конфлікт інтересів або обставин, що викликають сумнів у його неупередженості. Члени Громадської ради доброчесності призначаються зборами представників громадських об'єднань, які скликаються головою Вищої кваліфікаційної комісії суддів; у цих зборах беруть участь громадські організації, які здійснюють діяльність у правозахисній сфері, а також ставлять за мету подолання корупції в Україні. Ці організації не можуть фінансуватися юридичними особами, які мають бюджетний або інший фінансовий зв'язок з офіційно визнаними Верховною Радою терористичними організаціями та країною агресором. Членом Громадської ради доброчесності обирається громадянин України строком на два роки. Громадська рада доброчесності вважається правомочною за умовою призначення якнайменше десяти її членів.

Згідно з вищевикладеним, законодавство України зробило суттєвий крок у розвитку дисциплінарної та моральної відповідальності суддів. Професійний суддя є ключовою особою, яка здійснює правосуддя, тому дотримання моральних норм у його діяльності відіграє дуже важливу роль, відповідно, ці зміни є значущими і вельми актуальними.

ПЕРЕХІД ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ НА ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

**Кучер О. М., старший викладач,
Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»**

Впровадження електронного документообігу (ЕДО) є критично важливим напрямком реформування Збройних Сил України (ЗСУ). ЕДО має потенціал суттєво оптимізувати обробку документів, підвищити прозорість та дієздатність військового відомства, а також мінімізувати витрати на паперові носії та канцелярію. Однак, процес переходу на електронний документообіг не позбавлений серйозних викликів:

Насамперед це обмеження фінансування. Повноцінне впровадження ЕДО потребує значних інвестицій у програмне забезпечення, комп'ютерну техніку та навчання особового складу. Наразі рівень державного фінансування цієї реформи ЗСУ є недостатнім, це уповільнює процес переходу, обмежуючи доступ до ЕДО лише окремими військовими частинами.

Також не всі військові підрозділи мають належне забезпечення комп'ютерною технікою та доступом до мережі Інтернет. Частина військовослужбовців не володіє необхідними комп'ютерними навичками для ефективної роботи з електронними документами, що унеможлиблює повну відмову від паперового документообігу на даний час.

Застосування різноманітних систем ЕДО в ЗСУ ускладнює обмін документами між військовими частинами, тому що відсутність сумісності між цими системами зумовлює необхідність конвертації документів, що знижує ефективність роботи.

Крім того існує ще певний рівень недовіри до електронних документів. Скептичне ставлення до юридичної сили

електронних документів серед окремих військовослужбовців призводить до уповільнення переходу на ЕДО. В світлі цього критично важливим завданням стає переконання особового складу у перевагах та надійності електронного документообігу.

І, зрештою, питання кібербезпеки. Перехід на ЕДО підвищує вразливість ЗСУ до кібератак. Зловмисники можуть отримати несанкціонований доступ до електронних документів та завдати шкоди національній безпеці. Впровадження потужних засобів кіберзахисту, зокрема антивірусного програмного забезпечення, шифрування даних та навчання особового складу правилам кібербезпеки, є нагальною потребою.

Попри ці виклики, керівництво ЗСУ активно працює над розвитком ЕДО. Міністерство оборони України затвердило Стратегію розвитку електронного документообігу в ЗСУ до 2025 року, яка передбачає створення єдиної системи ЕДО, підвищення рівня комп'ютеризації та посилення кібербезпеки.

Впровадження ЕДО в ЗСУ матиме ряд суттєвих переваг. ЕДО дозволить оптимізувати використання державних коштів, мінімізувавши витрати на папір, друк, поштове обслуговування тощо, ЕДО пришвидшить обробку документів, що позитивно вплине на загальну дієздатність Збройних Сил, електронний документообіг сприятиме підвищенню прозорості діяльності військового відомства та посиленню громадського контролю, забезпечить більш ефективну взаємодію між різними підрозділами ЗС. Перехід на ЕДО дозволить військовослужбовцям отримувати доступ до документів будь-де та будь-коли за наявності підключення до мережі Інтернет.

Подолавши вищезазначені виклики, Збройні Сили України можуть розраховувати на суттєві переваги упровадження ЕДО. Взаємосумісність систем ЕДО ЗСУ з аналогічними системами країн-членів НАТО дозволить оперативно обмінюватися документами та підвищить ефективність співпраці в рамках Альянсу. Спільні навчання та участь українських військових у

міжнародних операціях відбуватимуться значно продуктивніше за умови оперативного електронного документообігу. Впровадження ЕДО пришвидшить реагування на кризові ситуації та військові загрози завдяки оперативному документообігу. Зменшення бюрократичних процедур та пришвидшення процесів ухвалення рішень сприятиме підвищенню обороноздатності держави. Електронний формат зберігання документів забезпечує їхню цілісність та захист від втрати чи пошкодження. Резервне копіювання та захист від несанкціонованого доступу дозволить довготривале зберігання важливих документів. Впровадження ЕДО в ЗСУ є кроком до розвитку електронного урядування в Україні в цілому. Спільна електронна система документообігу між військовими структурами та державними органами підвищить ефективність взаємодії та обміну інформацією. Перехід на ЕДО сприятиме формуванню нової культури документообігу в ЗСУ, орієнтованої на оперативність, прозорість та економію ресурсів. Підвищення комп'ютерної грамотності особового складу дозволить ефективніше використовувати можливості електронного документообігу. Таким чином, впровадження електронного документообігу є критично важливим кроком на шляху реформування Збройних Сил України. Подолання викликів фінансування, комп'ютеризації, стандартизації та кібербезпеки дозволить ЗСУ отримати значні переваги у вигляді оптимізації документообігу, підвищення ефективності управління, зміцнення обороноздатності держави та інтеграції до стандартів НАТО.

ЗМІСТ

Потенціал візуалізації інформації в забезпечення функціонування сучасних промислових підприємств: естетика PR-комунікацій <i>А. Є. Прилуцька</i>	5
Сучасні комунікативні можливості сайтів найбільших бібліотек України <i>Я. В. Бережна, науковий керівник – Л. В. Кислюк</i>	8
Книга як засіб комунікації <i>Анастасія Бондаренко, науковий керівник – Яна Кунденко</i>	14
Упровадження та розвиток штучного інтелекту в бібліотечній та архівній справі <i>Д. Р. Грабовський, науковий керівник – Г. В. Шемаєва</i>	18
Бренд-менеджмент технічних університетів <i>О. Р. Гриншпун, науковий керівник – М. Г. Шленьова</i>	20
Використання ІШ як проблемний чинник у навчанні: викладацький досвід і пошуки рішень <i>Є. В. Дмитренко</i>	22
Організаційні документи в діяльності органів місцевого самоврядування (на прикладі Старовірівської сільської ради Харківської області) <i>А. Р. Дуброва, науковий керівник – О. В. Телюпа</i>	26
Концепти сім'ї, подружнього життя, хати як складники української весільної концептосфери (на матеріалі «Слобожанських казок» Бориса Крауша) <i>О. Л. Заверюченко, М. П. Заверюченко</i>	28
Сучасні тенденції новотворів в українській мові <i>О. Л. Заверюченко, М. П. Заверюченко</i>	33
Інформаційна безпека в науково-технічній сфері в умовах розвитку цифровізації <i>Ганна Калашнікова, науковий керівник – Г. В. Шемаєва</i>	36
Основні функції інформаційної системи НАЗЯВО з моніторингу атестації здобувачів третього рівня освіти <i>Каширкін Є. А., науковий керівник – Дмитренко Є. В.</i>	38

Тенденції консалтингового бізнесу в Україні в умовах воєнного стану <i>Любов Кислюк</i>	40
Документаційне ядро бізнес-плану підприємств в умовах євроінтеграції національного ринку <i>А. А. Коляда, науковий керівник – М. Г. Шленьова</i>	42
Поняття небінарної людини <i>Яна Кунденко, Катерина Кулешова</i>	45
Цифрові інструменти в інформаційній рекламі продуктів та послуг <i>К. І. Кураксін, науковий керівник – Г. В. Шемаєва</i>	49
Сучасні комунікаційні можливості електронних бібліотек <i>А. С. Лактіна, науковий керівник – Л. В. Кислюк</i>	51
Акаунти бібліотек Полтавської області у соціальних мережах: загальна характеристика <i>М. В. Міщенко, науковий керівник – Л. В. Кислюк</i>	53
Дискусія як спосіб досягнення взаємоприйняттого рішення в публічних комунікаціях <i>Н. І. Парафійник</i>	56
Реклама під час війни: нові етико-гуманістичні виклики <i>А. Є. Прилуцька, А. А. Коляда</i>	60
Оптимізація документаційного забезпечення в адвокатській діяльності <i>М. В. Просянік, науковий керівник – М. Г. Шленьова</i>	63
До питання управління документними потоками в гімназії у сучасних умовах <i>Я. Т. Рюма, науковий керівник – Г. В. Шемаєва</i>	66
Клубні форми в бібліотеках для дітей <i>С. В. Середа, науковий керівник – Г. В. Шемаєва</i>	68
Управління документами та інформацією в закладах культури Харківщини: проблемні завдання дослідження <i>К. Стеценко, науковий керівник – А. В. Шемаєва</i>	71

<i>Цифровізація діловодства в аерокосмічній галузі</i> <i>А. І. Стогній, науковий керівник – Г. В. Шемаєва</i>	74
<i>Роль аудіювання під час вивчення професійної української мови іноземними студентами</i> <i>І. В. Фірсова</i>	77
<i>Cliché in Scientific Texts</i> <i>Maryna Shlenova</i>	80
<i>Кваліфікаційні вимоги до професій секретаря, референта і помічника керівника: вимоги ринку праці і нормативних документів професійно-класифікаційної сфери України</i> <i>О. В. Коновченко</i>	82
<i>Законодавство про дисциплінарну та моральну відповідальність суддів як умова судової реформи</i> <i>Железов О. Є.</i>	88
<i>Перехід Збройних Сил України на електронний документообіг: виклики та можливості</i> <i>Кучер О. М.</i>	92
<i>ЗМІСТ</i>	95

Наукове видання

Збірник наукових доповідей

**XV Міжвузівський
науково-практичний семінар**

**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СУЧАСНОГО
СОЦІОГУМАНІТАРНОГО ЗНАННЯ»**

Випуск 15

Українською та англійською мовами

Головний редактор – проф. ХАІ Прилуцька А. Є.

Редактори:

Дмитренко Є. В., Заверющенко О. Л., Коновченко О. В.

Технічна редакція:

Король Г. С.

Підписано до друку 20.02.2024

Формат 60x84/16. Папір офс.

Умовн. друк. арк. 5,9. Облік.-вид. арк. 9,26

Т. 50 прим. Замовлення 1/2024

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

Видавничий центр «ХАІ»
61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17
e-mail: izdat@khai.edu