

захисту та впровадження сучасних цифрових інструментів психологічної допомоги.

Список використаної літератури:

1. Козирєв М. П. Насильство у сім'ї як соціально-психологічна проблема. Соціально-правові студії. 2020. № 3 (9). С. 202–207.

2. Гендерні аспекти газлайтингу як форми психологічного насильства у сім'ї URL:

<https://sjeducation.pau.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/%d0%a0%d1%83%d0%b4%d0%b5%d0%bd%d0%be%d0%ba-%d0%90.-%d0%86.-%d0%9f%d0%b5%d1%82%d1%8f%d0%ba-%d0%9e.-%d0%92.-%d0%86%d0%b3%d1%83%d0%bc%d0%bd%d0%be%d0%b2%d0%b0-%d0%9e.-%d0%91..pdf> (дата звернення: 08.06.2026).

3. Методичні рекомендації щодо запобігання та протидії насильству URL: https://www.scholl68.lviv.ua/wp-content/uploads/2023/12/metodychni_rekomendacziyi_shhodo_zapobigannya_ta_protydiyi_nasylstvu.pdf (дата звернення: 08.06.2026).

4. Психологічний профіль жертви аб'юзу в партнерських відносинах URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/4598/1/%d0%9a%d1%80%d0%b0%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%be%20%d0%92%d0%b0%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d1%82%d0%b8%d0%bd% d0%b0.pdf> (дата звернення: 08.06.2026).

5. Психологічна допомога жертвам психологічного насилля у сучасній сім'ї URL:

<file:///c:/users/v-9/downloads/222784-%d0%a2%d0%b5%d0%ba%d1%81%d1%82%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%96-504693-1-10-20210107.pdf> (дата звернення: 08.06.2026).

Шарманова Наталя

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології
Криворізького державного педагогічного університету

**МЕДІАКУЛЬТУРА В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СУВЕРЕНІТЕТУ:
НОВІТНІ КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ**

Пошуки новітніх креативних технологій у використанні медіаресурсів у поєднанні з вільним доступом до інформації та застосування різноманіття форматів її представлення створюють не тільки нові моделі медіа, а й задають певні тенденції в культурі комунікації. Зважаючи на сучасні світові вектори,

усвідомлюємо, що проблематика медіакультури є досить актуальною, адже передбачає врахування у розв'язанні порушеного питання тих або тих викликів сьогодення в умовах цифрового суверенітету.

Динаміка транснаціональної соціальної взаємодії в аспекті питання розвитку медіакомунікації в маргінальних умовах інформаційного суспільства набуває неабиякого антропоцентричного звучання. В сучасних умовах тотальних трансферних цивілізаційних змін, технологічних проривів і перетворень, світових фінансових криз і конфліктів актуальними постають теми міжконтинентальної інтеграції та міжнаціональної трансформації, а також проблеми, пов'язані із системами національного самозбереження, національного суверенітету, розбудовою нових соціально-економічних конгломератів і постконфліктних утворень, громадської стійкості тощо.

Осмислюючи соціально-філософські проблеми сьогодення, Л. Шашкова вказує на те, що сучасному суспільству притаманна відкритість, висока динамічність та вільне поєднання рівноправних і незалежних партнерств. Саме це поєднання закладає основи мультикультурного взаємозалежного транзитивного світу [4, с. 123–28]. Підґрунтям такої ситуації стало перетворення світової цивілізації на єдиний інформаційний мегапростір без кордонів як результат і наслідок глобалізації – «global village» (М. McLuhan).

Зауважимо: новітня інформаційна епоха характеризується постійною актуалізацією засобів масового поширення інформації, удосконаленням цифрових інструментів в урегулюванні світовими й національними інформаційними потоками. Наскрізним за такого підходу є профілізація поняття цифрового суверенітету, бо дає вихід на більш глобальні питання, зокрема: концесійні вектори на суспільні зміни, дозволи чи табу, міжмедійний баланс на професійному ринку, медіаформування на регіональному, національному і транснаціональному рівнях, відсилання до тераформування (Krzysztof Kowalik).

У питаннях інтерпретації медіа як «четвертої влади», на наш погляд, слушною є думка дослідників соціальних мереж щодо специфіки представлення інформації та її носіїв: «Люди у світі медіа відрізняються від людей у тім, що нині називаємо реальним світом. <...> Ми виявили, що зображення більшості людей є стереотипним, скороченим способом узагальнення того, що ми знаємо й відчуваємо про кількох людей, для інших, подібних до них» [5, с. 47]. Крім того, фахівці з медіасоціології, розкриваючи специфіку медіації в ХХІ столітті, наголошують на супервізії стереотипізації. Так, стереотипізація людей є виразно дисфункційною, а це призводить до виникнення низки культурних і суспільних стереотипів, упереджень про владу і безправ'я в суспільстві, зміщення

аксіологічних сутностей у соціумі. Відповідно, мова новітніх медіа насичена стереотипами, поширюваними за допомогою слів і ментальних образів, уявлень, бо «стереотипи можуть бути активовані без свідомого мислення» [5, с. 47].

Сфера новітніх медіа – це царина постійної комунікативної діяльності, де відбувається оперативна реакція на певні події, здійснюється обговорення різноманітної тематики. Зрозуміло, що відповідно відстежується і реальний вплив ЗМІ на формування громадської думки, продукування суспільної оцінки, а значить, здійснюється вироблення норм і стандартів культури комунікації. Вербалізація засвоєної соціумом інформації про ті або ті конкретні події та рефлексія на них розкривають реальне вираження суспільної свідомості, оскільки, на думку Т. Коць, мова медіа «відповідно до соціального буття нації формує, змінює мовну свідомість суспільства» [1, с. 27].

Д. Мак-Квейл зазначає: кожний засіб масової комунікації може бути означений через інституційне оточення, технології, конкретні матеріальні форми, типові формати і жанри, традиційні типи застосування тощо [3, с. 27].

Тексти новітніх медіа характеризуються креолізованим характером, поєднують ознаки різних типів інформації – вербальної, візуальної, векторної, гіпертекстової – та тяжіють до вироблення нових творчих елементів. Традиційні та креативні цифрові інструменти дають змогу створювати якісні медійні продукти. А це знаходить відображення і в комунікативній площині: з'являються нові конфігурації у використанні мовних засобів, систематичне відтворення їх здатне змінювати мовний стандарт і фаховий стандарт самої медіакомунікації як динамічної царини. Комунікативні стандарти сучасних медіа, за Р. Крейгом, створено на протигагу традиційним журналістським стандартам [2, с. 244].

Дослідники медіакомунікації розглядають мовний стандарт як пріоритетний складник мови масової комунікації разом із прагненням до логізації викладу, раціоналізму і місткості (С. Бирик, С. Я. Єрмоленко, О. Стишов). Відтак до ЗМІ застосовано критерій комунікативного стандарту, оскільки у мові медіа віддзеркалено сучасний стан розвою мови на підставі виробленого мовного стандарту [3, с. 46].

Поява нових журналістських трендів визначає новації в розвитку сучасної медіакомунікації та її мережеве представлення в сучасних медіа. Зростання кількості публікацій та їх поширення каналами соціальних медіа з використанням комунікаційних технологій має низку переваг. Збільшення обсягу поширюваної інформації царини, з іншого боку, спричиняє низку проблем, які виявляють специфіку новітньої медіакомунікації з наданням пріоритетності повідомлень у форматі «кліпового» представлення.

На нашу думку, лавіювання між окресленими світовими тенденціями і комунікаційними процесами відбувається на тлі актуалізації загальної тенденції, за якої сучасний медіадискурс має бути інтерпретованим у світлі клішованості.

Новітнім медіа притаманна глобальна клішованість – інтегральна ознака, – яка має численний набір стереотипних одиниць – мовних кліше.

Під **мовними кліше** розуміємо регулярні комбінації стереотипних знаків, які є автономними лінгвальними утвореннями із заданими за традицією значенням і формою: *міжнародні рейтинги; світова криза; політична криза; соціальна криза.*

Найбільш частотними в інформаційно-аналітичних медіатекстах є мовні кліше на позначенні глобальних понять, зрозумілі і для вузьких фахівців, і для пересічних споживачів медіапродукції, власне, представникам різних соціальних груп і громадських угруповань, наприклад *воєнна загроза; воєнна (військова) агресія; цивілізаційний хаос; моделювання майбутнього; соціальний колапс; медичний колапс* тощо.

Мовним кліше належить особлива конструктивна роль у поданні інформації: вони виконують конструктивну й метадискурсивну функції, організовують процес комунікації, репрезентують мікротеми для обговорення тих або тих суспільних проблем у цифрових медіа та на відкритих соціальних майданчиках. Мовні кліше виступають засобом впливу в інформаційному середовищі у ролі маркерів і регуляторів інституційного спілкування, відповідно до усталених суспільних норм.

Ужиток мовних кліше в мові медіа, зважаючи на специфіку структурного представлення й семантичного наповнення, дає вихід також на нові перспективи дослідження, і зокрема питання, пов'язані з ортологією медіатексту, дотриманням мовного стандарту на певному часовому зрізі, мовним менеджментом і національно-мовною безпекою. Крім того, для проблематики медіакультури актуальною постає проблема клішованої сенсаційності, яка властива засобам масової комунікації, спрямованим не стільки на якість інформації, а на форми її швидкого подання і типового представлення.

Завданням споживача сучасних медіа є шляхом застосування прийомів і тактик аналізу інформації виробити вміння грамотно, критично сприймати медіапродукт, розуміти зміст медіатексту через декодування явних і прихованих смислів, виявлення й інтерпретацію семіотичних систем знаків у тих чи тих різновидах медіа (освітніх, мистецьких, публічних, політичних, рекламних тощо), виробити комунікативні вміння долати негативи інформаційної субкультури.

Таким чином, у новітніх медіа пріоритетом на сьогодні виступає цифрова безпека і суверенітет, стандартизація світових і транснаціональних інформаційних потоків, актуалізація уніфікованих мовних засобів і традиційних медійних форм. Окреслені підходи є онтологічним і методологічним підґрунтям культури медіакомунікації в умовах цифрового суспільства.

Список використаних джерел:

1. Коць Т. А. Публіцистичний стиль в українській літературній мові кінця XIX – початку XXI ст.: нормативно-аксіологічний аспект : автореф. дис. ... д-ра філол. наук / Інститут української мови НАН України. Київ, 2019. 41 с.
2. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А. Ю. Іщенко. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / пер. з англ. О. Возна, Г. Сташків. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
4. Шашкова Л. О. Діалогічний вимір соціальної комунікації. *Сучасна українська філософія: традиції, тенденції, інновації* : зб. наук. пр. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 304 с.
5. Shoemaker P. J., Reese S. D. *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York ; London : Routledge, 2014. 308 p.

Шеремета Надія Василівна

Студентка I курсу спеціальності D8 Право

факультету права, публічного управління і менеджменту

Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла

Коцюбинського

Науковий керівник: доктор філософії, старший викладач кафедри фундаментальних і приватно-правових дисциплін Тимошенко Є. А.

**ПРОБЛЕМА ПРАВОСУБ'ЄКТНОСТІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ:
КОМУ НАЛЕЖАТЬ ПРАВА НА ОБ'ЄКТИ, СТВОРЕНІ
НЕЙРОМЕРЕЖАМИ**

Стрімкий розвиток генеративного штучного інтелекту, зокрема систем ChatGPT, Midjourney, докорінно змінив ландшафт креативних індустрій та цифрової культури. Нейромережі здатні за лічені секунди створювати високохудожні зображення, тексти й програмні коди, які за якістю часто не поступаються людським аналогам. Проте цей технологічний прорив зумовив