

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

Кафедра журналістики та мовної комунікації

СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ:

МЕДІА, МОВА, КОМУНІКАЦІЯ

Збірник матеріалів

ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

19 березня 2026 року

м. Київ

УДК 37:654.1:070:81

Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікація: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 19 березня 2026 р.). Київ, 2026. 262 с.

Збірник матеріалів охоплює широке коло питань із наукових досліджень та професійного зростання в лінгвістичних, медійних, комунікаційних студіях і подальшого використання їх у сучасних дискурсах, наукових та дидактичних дослідженнях, гуманітаристиці загалом. Для фахівців у галузі журналістики, молодих науковців, студентів, а також усіх, хто цікавиться інноваційними процесами, які відбуваються в медіагалузі, мові та комунікації в складних умовах безпекових загроз і боротьби на інформаційному фронті.

Редакційна колегія: Савицька І.М., канд. філос. наук, доц. (голова); Степаненко М.І., д-р філол. наук, проф.; Харченко С.В., д-р філол. наук, проф.; Кочукова Н.І., канд. філол. наук, доц.

Відповідальні за випуск: д-р філол. наук, проф., Степаненко М.І.,
канд. філол. наук, доц. Кочукова Н.І.

Схвалено до друку на засіданні вченої ради гуманітарно-педагогічного факультету (протокол № 7 від 17 березня 2026 року).

Автори публікацій відповідають за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел, покликання на них та інші відомості й засвідчують відсутність плагіату.

Передруковувати опубліковані в збірникові матеріали дозволено тільки за згодою авторів.

© НУБіП України, 2026

© Автори, 2026

організацію та супровід. Та коли за дев'ять місяців до завершення навчання аспірант не може представити цілісний текст дисертаційного дослідження з висновком наукового керівника про його готовність, продемонструвати необхідну кількість публікацій визначеного рівня, всі додаткові, навіть корисні й престижні види діяльності, втрачають свою вагу. Саме це й окреслює їхнє реальне місце в системі підготовки фахівців третього (освітньо-наукового) рівня.

СЕНЧИЛО-ТАТЛІЛІОҐЛУ Надія,
кандидат філологічних наук, доцент,
Університет Ататюрка
(м. Ерзурум, Туреччина)

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ ГІДА

Під впливом цифрових технологій та сучасних медіа туристична діяльність активно трансформується. Звична роль гіда, як носія знань та культурних сенсів, поступово змінюється. Сьогодні гід є не лише провідником, але й медіатором, що здатний ефективно комунікувати з туристами за допомогою цифрових інструментів. Поширення віртуальних та доповнених реальностей (VR/AR), аудіогідів, мобільних додатків, активне використання соціальних мереж формує новий стиль туристичної комунікації, який поєднує традиційне мовлення з інтерактивними, мультимедійними та персоналізованими формами передачі інформації.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що цифровізація не лише змінює спосіб подання історичних, культурних та природних об'єктів, а й трансформує мовні та поведінкові стратегії гіда. Для студентів, які опановують професію туристичного супроводу, особливо важливими стають навички використання цифрових інструментів, правильний підбір мовних засобів та інтерактивні прийоми комунікації, що забезпечує ефективне залучення туристів і створює позитивний досвід взаємодії.

Метою роботи є вивчення впливу цифрових технологій на комунікаційні практики гідів. Заглиблення у це питання дозволяє зрозуміти не лише сучасні виклики професії гіда, а й перспективи розвитку туристичної комунікації у контексті глобалізації суспільства. Оскільки цифрові технології активно інтегруються в усі сфери туристичної діяльності, у сучасних наукових дослідженнях ці питання також вивчаються. Процес цифровізації туристичної галузі включає не лише автоматизацію бізнес-процесів, але й перетворення комунікації між учасниками туристичного ринку – туристами, гідами, турагентствами. На думку А. Гварамадзе, цифрові медіа та мобільні технології сьогодні є ключовими чинниками трансформації туристичного продукту. Саме вони формують нові способи подання інформації, просування послуг і взаємодії з аудиторіями [1].

Важливим аспектом цифрової трансформації є перехід від традиційних форм комунікації до мультимедійних і персоналізованих каналів. Соціальні мережі, мобільні додатки, онлайн-платформи та відеоконтент дозволяють не лише презентувати туристичний продукт, а й створювати інтерактивний діалог з туристами на різних етапах подорожі – від планування до відгуків туристів. Зокрема, соціальні платформи формують інформаційне середовище, де туристи активно шукають і порівнюють інформацію, діляться власним досвідом з іншими учасниками спільнот [1]. Інформаційно-комунікаційні технології посприяли появі нових інструментів для туристичного супроводу. Дослідники Е. Чєлкін та Д. Токґьоз зазначають, що мобільні застосунки (мобільні гіди) і вебпортали з інтерактивними маршрутами стали не лише джерелом інформації, а й засобом адаптації мовного контенту під потреби різних культурних і мовних груп туристів. Це дозволяє гідам ефективніше позиціонувати культурний контент і забезпечувати персоналізовану комунікацію з міжнародною аудиторією [2]. У науковій літературі також наголошується на тому, що цифровізація туристичних комунікацій сприяє формуванню нових моделей взаємодії між суб’єктами туристичного ринку. Сьогодні гід має оперувати не лише знанням

історії та культури, а й цифровою компетентністю для організації ефективної взаємодії з туристами через цифрові сервіси [4].

Отже, туризм переходить від традиційної моделі до «розумної» (smart tourism) і разом з тим формується нова модель – «цифровий турист». Цифрові технології стають не лише засобом технічного забезпечення туристичної діяльності, а й ключовим елементом комунікаційних стратегій, що визначають сучасні практики туристичного супроводу [3]. Сучасна практика туристичного супроводу активно інтегрує цифрові інструменти, які розширюють комунікативні можливості гіда та змінюють формат взаємодії з туристами. Ми бачимо нову модель професійної діяльності. Вона поєднує традиційне усне мовлення з цифровими платформами та мультимедійним контентом. Мобільні додатки та аудіогіди дозволяють туристам самостійно обирати мову, темп і формат сприйняття інформації. Гід переходить від монологічної подачі матеріалу до моделі фасилітатора. Він доповнює цифровий контент коментарями, відповідає на запитання та забезпечує культурну інтерпретацію об’єктів. Дослідження Ekici & Toksöz [1] підкреслює, що впровадження мобільних технологій у сфері туристичного супроводу підвищує якість сервісу та сприяє індивідуалізації комунікації. Технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) створюють можливість візуалізації історичних подій, архітектурних об’єктів або втрачених культурних пам’яток. Вони розширюють традиційну екскурсію, додають інтерактивні елементи та емоційний компонент. У цьому контексті змінюється і комунікативна стратегія гіда: зростає роль коротких пояснень, інструкцій, координації уваги групи, цифровий контент інтегрується в живу розповідь тощо.

Соціальні мережі є інструментом професійного позиціонування гіда та каналом комунікації. Через Instagram, TikTok, YouTube гіди формують власний медіаобраз, презентують маршрути, залучають аудиторію та підтримують контакт із туристами. Наукові дослідження цифрового маркетингу в туризмі засвідчують, що онлайн-присутність суттєво впливає на

вибір туристичних послуг і формування довіри до фахівця [1]. Але цифрові інструменти не замінюють гіда, а трансформують його професійну роль. Цифровізація туристичної сфери зумовлює зміну не лише інструментів роботи гіда, а й його мовленнєвих стратегій. Традиційна модель монологічної розповіді поступається інтерактивній, діалогічній формі комунікації. Сьогодні гід використовує короткі, структуровані повідомлення, орієнтовані на візуальний супровід (слайди, відео, AR-елементи). Це вимагає лаконічності та чіткої організації мовлення. Мультимедійний супровід потребує пояснення і коментарів. Отже, комунікація стає більш адаптивною. Зявляються ширші можливості для урахування культурних, вікових і мовних особливостей аудиторії. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато музеїв і туристичних центрів перейшли до онлайн-формату (Zoom-тури, 360°-екскурсії). Це вплинуло на формат роботи гіда, у його комунікації з'явилися елементи модерації чату, інтерактивні опитування, робота з презентаціями тощо. Сьогодні у музеях поширена практика QR-кодів із доступом до аудіоматеріалів різними мовами. Це дозволяє гіду адаптувати екскурсію до міжнародної групи та скоротити обсяг монологічного мовлення. У соціальних мережах гіди створюють відеофрагменти маршрутів, короткі історичні довідки та прямі ефіри, що формують довіру аудиторії. Ці приклади демонструють, що цифрові технології інтегруються в туристичний супровід як доповнення до традиційної комунікації, змінюючи її формат і функції.

Отже, цифрові технології суттєво трансформують професійну діяльність гіда. Змінюються інструменти роботи і характер комунікації з туристами. Трансформація комунікації проявляється у переході від монологічної моделі до інтерактивної. Лаконічність та адаптивність мовлення, візуальна підтримка стають дуже важливими. Водночас цифровізація висуває нові вимоги до професійної підготовки майбутніх гідів: розвитку цифрової компетентності та вміння інтегрувати онлайн-ресурси в живу екскурсійну практику. Сучасні соціокультурні трансформації зумовлюють необхідність переосмислення змісту навчання іноземної мови для студентів туристичного

супроводу, орієнтуючи його на формування комунікативних навичок у цифровому та мультимедійному середовищі.

Література

1. Gvaramadze A. Digital technologies and social media in tourism. *European Scientific Journal (ESJ)*. 2022. Vol. 18, No. 10. P. 28. DOI:10.19044/esj.2022.v18n10p28.

2. Ekici Çilkin R., Toksöz D. Reflections of technological developments on tourist guidance: Mobile tourist guide applications. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*. 2024. Vol. 12, No. 1. P. 445–455. DOI: 10.21325/jotags.2024.1388.

3. Parra-Sanchez D. T., Viviescas-Jaimes P. A. Application of digital technologies in nature-based tourism: A scientometric analysis. *Journal of Digital Economy*. 2024. Vol. 3. P. 249–259. DOI: 10.1016/j.jdec.2025.05.003.

4. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 226–235. DOI: 10.31866/2410-1311.38.2021.245956.

СИЛКА Оксана,
доктор історичних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
та природокористування України
(м. Київ, Україна)

ЕМІГРАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ 1930-х рр. ЯК ПРОСТІР СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНЦІВ: БОРИС ЛАЗАРЕВСЬКИЙ

Дослідження української еміграції першої половини ХХ ст. посідає важливе місце у сучасній історіографії, оскільки еміграційні спільноти стали осередками формування нових форм культурної та інтелектуальної комунікації. Водночас еміграція була наслідком глибоких політичних і соціальних потрясінь, що супроводжувалися втратою батьківщини, розривом усталених соціальних зв’язків та необхідністю адаптації до нових культурних і соціальних умов. Для багатьох представників інтелігенції цей досвід означав не лише включення у нові комунікативні мережі, а й переживання особистісної та культурної кризи, пов’язаної з вимушеним перебуванням поза межами власного культурного простору.