КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ПРАВА НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Збірник матеріалів

ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції

«КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ПОСТІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ»

м. Київ

30 травня 2024 року

УДК 1:316.324.8:316.77:005.745

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського університету інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія» (Протокол №3 від 03.07.2024 року).

Комунікаційний простір постінформаційного суспільства: виклики в умовах воєнного часу : Збірник матеріалів ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 30 травня 2024 року) / За ред. Жорнокуй У.В. і Кивлюк О.П. Київ: НУБіП України. 2024. 288 с.

ISBN 978-617-8368-44-9

У збірнику матеріалів ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Комунікаційний простір постінформаційного суспільства: виклики в умовах воєнного часу», яку було проведено 30 травня 2024 року в Київському університеті інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія» кафедрою іноземних мов, філології та журналістики й кафедрою філософії та психології, опубліковані тези доповідей учасників, серед яких і представники ЗВО-співорганізаторів наукового заходу: Український державний університет імені Михайла Драгоманова, Запорізький національний університет, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Харківський національний педагогічний університет імені Григорія Савича Сковороди, ВНЗ «Університет економіки та права “КРОК”». Розвідки, представлені в 4 секціях, зусібіч увиразнюють найактуальніші питання різних галузей наукових знань у контексті постінформаційного суспільства.

ISBN 978-617-8368-44-9

©Київський університет інтелектуальної власності та права НУ «ОЮА», 2024
©Автори, 2024
© НУБіП України. 2024

ЗМІСТ

Вітальне слово Ректора Київського університету інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія», доктора юридичних наук, професора, заслуженого юриста України **Фелика Василя Івановича** 11

Секція 1: КОМУНІКАЦІЙНА КУЛЬТУРА МЕДІАПРОСТОРУ ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ЧАС ВІЙНИ

Галай В. В., Данько-Сліпцова А. А.

Радіокомунікація. Історія розвитку та специфіка українського ринку 12

Дубецька О. О.

Факти сучасної історії в медіапросторі України періоду війни (книги-хроніки, свідчення, репортажі, інтерв'ю, есеї, щоденники).....14

Каркузашвілі Д. Г., Данько-Сліпцова А. А.

Фотографія як різновид соціальних комунікацій: комунікативні можливості та маніпулятивний вплив.....17

Любаренко А. В.

Соціальні мережі як інструмент органів державної влади для налагодження зв’язків з громадськістю.....18

Мартиненко О. О., Білякова А. В.

Якісна журналістика під час війни: особливості застосування стандартів.....20

Момот Н. М.

Культура мовлення українського медіапростору: нові підходи та стратегії комунікації 21

Петрушевський Ю. Ю.

Українська пропаганда за час повномасштабного вторгнення: вплив на медіапростір 24

Харитоненко О. І., Савенкова Л. В.

Медійні інструменти формування культури роботи студентів з джерелами інформації на тлі глобальних викликів воєнного часу 27

Христенко С. О.

Інноваційні стратегії для сталого розвитку організації 29

Секція 2: КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПОСТІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: РЕТРОСПЕКТИВА, ПЕРСПЕКТИВА, ТА ТРАНСПЕКТИВА

Ажажа М. А., Фурсін О. О., Венгер О.М.

Філософські виміри комунікаційних процесів і практик 33

Безверхий І. А.
Менеджмент програмного забезпечення: стратегії, методи і підходи 36
Безмеліцина А. О., Білякова А. В.
Маніпуляції в соцмережах.....39
Безсонова Д. І., Мусієнко Я. В., Дяченко Н. П.
Механізми впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес-процеси.....41
Білоблоцький М. О., Поліщук Ю. В.
Модель планування і розробки стратегії маркетингових комунікацій.....43
Богатирьов І. Д., Бондаренко І. Є., Дяченко Н. П.
Особливості впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у процеси публічного адміністрування 45
Зейналова А. А., Поліщук Ю. В.
Реклама в пресі 47
Кушнір Н. О., Поліщук Ю.В.,
Переваги інтернету як засобу електронного бізнесу і реклами 48
Нікітенко В. О., Воронкова В. Г.
Місце і роль штучного інтелекту в постінформаційному суспільстві 50
Грамчук М. О.
Створення «розумного середовища» як чинника забезпечення ефективності повсякденного буття.....53
Данько-Сліпцова А. А., Кучерявенко В. С.
Воєнна журналістика – можливість побачити справжнє життя під час війни 57
Дидиченко В. В., Богом'я В. І.
Методи ідентифікації за голосом.....58
Дроботенко М. О.
Терапевтичний потенціал філософії у часи екзистенційних викликів.....60
Дяченко В. С., Ярмолатій А. В.
Особливості впровадження цифрових технологій у комунікаційні бізнес-процеси 63
Іващенко Т. В.
Візуалізація як невербальний засіб у просторі сучасної освіти.....65
Кивлюк О. П.
Цифрова культура наукової комунікації в постінформаційному суспільстві 67
Кивлюк О. П., Воронкова В. Г.
Трансформація комунікативного простору постінформаційного суспільства: перехід від «століття інформації» до «століття комунікації» 71

Кірданова Д. Р., Дяченко Н. П.

Інформаційні технології у комунікаційних процесах 76
Коваленко Н. А.
Генеративний копірайтинг: використання ШІ для створення оригінального контенту в умовах VUCA-світу 78
Коваленко Н. А., Антоненко І. С.
Застосування системного мислення та системного підходу для ефективного управління комунікацією в складних середовищах постінформаційної епохи .81
Коваленко Н. А., Блаженна К. О.
Інструменти для моніторингу порушень авторських прав у цифровому середовищі сучасного комунікаційного простору 84
Коваленко Н. А., Бушева В. В.
Вплив цифрових технологій та штучного інтелекту на ділову комунікацію та прийняття рішень у постінформаційному суспільстві.....86
Коваленко Н. А., Голубка М. М.
Основні характеристики та типологія масмедійних текстів у комунікаційному просторі постінформаційного суспільства.....89
Коваленко Н. А., Гушинець Д. О.
Використання сценарного планування та стратегічного прогнозування для підготовки до можливих майбутніх сценаріїв у VUCA-світі.....91
Коваленко Н. А., Дяченко Н. П.
Роль великих даних та аналітики в ідентифікації та моніторингу проблем у комунікаційному просторі постінформаційного суспільства 94
Коваленко Н. А., Ільченко Д. В.
Економічні потреби й економічні інтереси як визначальні чинники економічної поведінки компаній в умовах постінформаційного суспільства.....97
Коваленко Н. А., Коваль А. А.
Застосування дизайн-мислення для генерування ідей та управлінських рішень в умовах світу VUCA.....100
Коваленко Н. А., Красковська Л. В.
Реалізація рекламної комунікації в сатирико-гумористичному контексті в умовах постінформаційного світу.....102
Коваленко Н. А., Красковська Л. В.
Розробка рекламної ідеї в комунікативному просторі постінформаційного суспільства 105
Коваленко Н. А., Нерода В. Р.
Управління інсайдерськими загрозами та культурою інформаційної безпеки в організаціях VUCA-світу 107
Коваленко Н. А., Ніколаєнко О. С.
Інструменти сегментування цільової аудиторії в комунікаційному просторі

постінформаційного суспільства.....110
Коваленко Н. А., Савіцька Є. Ю.
Переконання як прийом психологічного впливу реклами на цільову аудиторію в комунікаційному просторі постінформаційного суспільства 112
Коваленко Н. А., Сучкова А. О.
Емоційний потенціал образності у текстах комунікаційного простору постінформаційного суспільства.....115
Коваленко Н. А., Телетьон А. Р.
Мудборд як інструмент візуалізації та формування візуальної ідентичності бренду в комунікаційному просторі постінформаційного суспільства 117
Коломоєць І. В.
Інформаційна культура особистості цифрового міста.....120
Крупа А. Г.
Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток постінформаційних економіки і суспільства.....123
Мар'єнко В. Ю.
Онтологія комунікативного вибору особистості в умовах постінформаційного суспільства 125
Машина І. М.
Актуальні проблеми професійної самореалізації журналіста в часи війни 128
Мельник В. О., Дяченко Н. П.
Корпоративні комунікації в умовах цифрової економіки 130
Метеленко Н. Г., Воронкова В. Г.
Концепція суспільства 5.0 як вираження ідей і принципів постінформаційного суспільства 132
Нерода В. Р., Бушева В. В., Дяченко В. С.
Стратегічні комунікації у сфері міжнародної торгівлі в умовах правового режиму воєнного стану в Україні 135
Оспіщев Д. С.
Адаптаційні стратегії як чинник збереження психічного здоров'я в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення.....137
Попов К. І., Білякова А. В.
Рекламний контент в інтернет-просторі.....140
Присяжнюк М. В., Данько-Сліпцова А. А.
Особливості функціонування українських онлайн-ЗМІ 141
Сапон П.О., Шульга О.В., Дяченко Н. П.
Роль комунікаційних стратегій у формуванні позитивного іміджу організації 143
Слюсарь М. Ю.
Майбутнє мережевого суспільства: тенденції розвитку, виклики

та перспективи 145
Терещенко А. А., Яцко В. О.
Комунікаційна культура медіапростору та медіаграмотність в час війни 148
Тодоренко О. О., Богом'я В. І.
Особливості використання мультибіометричних систем 152
Трашков В. Д.
Філософія цифрової медицини: проблеми та перспективи 154
Трітиніченко М.О., Богом'я В. І.
Ідентифікація за параметрами обличчя 157
Фурманова О. В.
Інформаційно-комунікаційні технології зеленого міста: виклики та можливості 159
Хабібуліна Д. О., Данько-Сліпцова А. А.
Розвиток суспільного мовлення в Україні: етапи становлення та завоювання аудиторії 162
Хоменко А. О.
Доцільність використання інструменту GAMMA.APP під час вивчення навчальної дисципліни «Макетування і верстка» 165
Червінська Т. М.
Використання інформаційно-комунікаційної технології (ІКТ) у підприємництві 168
Черемісіна Л. О.
Використання штучного інтелекту в освіті 170

Секція 3: ПРАВОВІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРАКТИК В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Гладкін В. В.
Захист прав людини в ЄС: еволюція, виклики та перспективи 173
Дем'янішин Я. В.
Механізм реалізації, гарантії та захист прав та свобод людини та громадянина в Україні 176
Мельников В. В.
Конституційні принципи забезпечення публічного порядку в Україні 179
Ніколенко М. Б.
Теоретико-правові аспекти компетенції органів виконавчої влади (Фонд державного майна України) в умовах воєнного стану 181
Олійник О. Б., Олійник К. В.
Особливості здійснення судочинства в умовах воєнного стану 184

Хлонь О. М.
Комунікативні технології у правоохоронній діяльності з метою формування правосвідомості у здобувачів освіти за фахом юриста 186
Щава Є. В., Покотило Л. Б.
Захист свободи слова та інформації в умовах воєнного стану.....188
Янушевський О. М.
Постінформаційний перехід та виклики праву та справедливості 191
Voronik Ye. V., Zhornokui U. V.
Problems of access to information under the conditions of martial state 196
Demchuk O. O., Zhornokui U. V.
Labor rights of Ukrainian citizens abroad 199
Maksymov D. V, Zhornokui U. V.
The place of international custom in the sources (sources) of international law …203
Nazarchuk A.R., Zhornokui U. V.
International regulation of the protection of human rights: European organizations 205
Nishchenko S. R., Zhornokui U. V.
The state as a subject of public international law (in the context of modern global communication).....210
Rozzavko A. S., Zhornokui U. V.
Cross-board inheritance.....213
Shulhin A. H., Zhornokui U. V.
International legal regulation of migration processes.....216
Shurapova D. O., Zhornokui U. V.
Compensation for the consequences of the war in Ukraine through the prism of historical experience.....218

Секція 4: ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ, ЛІТЕРАТУРО- ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧІ ВИМІРИ КОМУНІКАЦІЇ

Артемчук М. С., Цівун Н. М.
Структурно-комунікативні особливості інтерв'ю на платформі YouTube (на матеріалі інтерв'ю YouTube-каналу «Розмова» 2023 р.) 221
Жорнокуй У. В.
Прийом ескапізму в концептосфері категорії сліпоти.....223
Возна Д.Є., Цівун Н.М.
Стильове використання трансформованих фразеологізмів та крилатих виразів в періодичних виданнях (на матеріалі газети «день» 2022-2024 рр.).....226
Власенко К. О., Бурдужа Л. С.
Соціальні та психологічні фактори поширення булінгу серед студентів 228

Власенко К. О., Парнюк М. О.
Форми та методи соціальної профілактики адиктивної поведінки підлітків 230
Власенко К. О., Тишко Д. Г.
Феномен професійної компетентності в соціально-педагогічній науковій літературі.....233
Коваленко Н.А.
Трансформація літературної комунікації в епоху цифрових технологій та соціальних медіа у постінформаційному суспільстві 235
Немирська А. І., Калита О. М.
Сучасні тренди у створенні артбуків: проєкт «OK SIRI, хто такі зумери?».....238
Перейма Д. В., Камінська І. В.
Сучасні тренди в оформленні та просуванні літературно-художніх видань.....241
Пілявська Т. С., Білорусцева Т. М.
«Ornamental Cyrillic»: створення, сфера застосування та комунікативні можливості автентичного шрифту» 244
Полякова А.С., Харитоненко О.І.
Застосування ярликів як засіб пропаганди РФ на окупованих територіях (на прикладі газети «Наддніпрянська правда» 2022 року) 247
Смірнов М.М., Виноградова Ю.Б.
Використання гіпертекстуальних елементів у книжковому електронному виданні (на прикладі популярного видання «Пантеон баскетболу») 249
Чепєгін І. В.
Антропологічні наслідки подолання комунікативної закритості політичних кордонів під час війни 252
Чіпак О. С.
Роман Еріка Сігела «Історія одного кохання»: жанрово-стилістичні особливості.....253
Bielkin B. D., Zakhutska O. V.
Przestrzeń komunikacyjna społeczeństwa postinformacyjnego: problemy i perspektywy 255
Davydchuk K. Y., Zakhutska O. V.
Rola rozpowszechniania się języka ukraińskiego w przestrzyni medialnej w czasie wojny 256
Donchuk T. V., Zakhutska O. V.
Semantic change in the Internet sphere 260
Hyliardi N. V., Zakhutska O. V.
Rola środowiska kultyrowo-językowego w nauczaniu języków obcych 262
Holovii K. V., Zakhutska O. V.

Wpływ najnowszych technologii na nauczanie języków obcych.....264
Hryhura V. O., Zakhutska O. V.
False friends of translaters of publicist texts 267
Krasnova O. V., Zakhutska O. V.
Problemy zdalnego nauczania języków obcych na uczelniach wyższych.....269
Lebiedieva Y. O., Zakhutska O. V.
Przekład regionalizmòw i wyrażeń gwarowych w literaturze pięknej 271
Maliukova V. O., Zakhutska O. V.
Cyber-bulling we współczesnym środowisku internetowym 273
Morenko O. O., Zakhutska O. V.
Szanse I zagrożenia korzystania w internetu we współczesnym świecie.....275
Oleksiv M. V., Zakhutska O. V.
Fact-check: walka z fake newsami w dibie rewolucji cyfrowej 277
Suprunenko D. R., Zakhutska O. V.
Wpływ mediòw społecznościowych na zmianę języka w erze cyfrowej 280
Khationka V. M., Zakhutska O. V.
Dobre praktyki I wyzwania w zakresie wykorzystania technologii informacyjnej w nauczaniu języków obcych 281
Shamanskyi D. V., Zakhutska O. V.
Problematyka przeciążenia informacyjnego I jego wpływ na efektywność komunikacji w przestrzeni postinformacyjnej.....284

«ORNAMENTAL CYRILLIC»: СТВОРЕННЯ, СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ ТА КОМУНІКАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ АВТЕНТИЧНОГО ШРИФТУ

Пілявська Т.С.,
студентка 4 курсу факультету української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;
Білорусцева Т.М.,
викладач кафедри журналістики факультету української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Вступ. В умовах цифрової епохи, коли візуальна комунікація стає все більш визначальною, наявність унікального шрифту може суттєво вплинути на ідентичність бренду, читабельність тексту та загальне враження від візуального контенту. Шрифти грають важливу роль у передачі повідомлень та емоцій, формуючи перше враження про бренд або продукт. У світі, де конкуренція за увагу споживача є надзвичайно високою, візуальна унікальність стає ключовим фактором для виділення на фоні інших. Унікальний шрифт дозволяє бренду виразити свою індивідуальність і цінності.

Актуальність теми. Шрифти супроводжують нас всюди і постійно: без них не обходиться жодна реклама, друк жодної книги і жодне повідомлення в месенджерах. Різноманітність шрифтів вражає, проте асортимент помітно зменшується при виборі кириличної розкладки на клавіатурі. Ще меншою буде кількість наявних декоративних шрифтів українською мовою.

За типологічною характеристикою шрифт «Ornamental Cyrillic» можна класифікувати як афішний, гротескний, декоративний та векторний. Також окрема літера шрифту може використовуватися як самостійна буквиця на початку тексту книги, розділу чи періодичному видання. Все залежить від фантазії художнього редактора.

Шрифт «Ornamental Cyrillic» створений на базі шрифту «Heavy Traditional» авторства Генадія Заречнюка [2]. За стилем він схожий на стародавній устав. Шрифтові притаманна повнота і округлість букв, проте наявні також чіткі контури і гострі кути. Висота букв однакова, за винятком тих, які мають діакритичний знак або крапки. Ширина відрізняється в залежності від особливостей букв – буква «І» вужча, ніж «Ш». Загальний стиль шрифту можна описати як фольклорний, орнаментальний, за народними мотивами. Головна особливість шрифту в тому, що форма букви не залита суцільною фарбою, а відтворена за допомогою орнаменту, індивідуального для кожної букви. У деяких з літер суцільний колір та орнамент співпрацюють. За рахунок різноманітності орнаментів і технік, товщин контурів і щільності візерунка кожна літера має різну насиченість та заповненість [3]. Шрифт не здатний адаптуватися до великої кількості інших розмірів і форматів, але в рамках збільшення або зменшення в 2-3 рази поводить себе адекватно.

Концепція полягає у можливості передати додатковий сенс через орнамент літери. За настроєм шрифту, на меті було не відходити від ідеї «власного культурного коріння». Тому було взято 4-и міфічні істоти з українського фольклору, які відповідають 4-ом різним стихіям, щоб за допомогою орнаменту підсилити значення слова. Також для кожного слова було обрано особливий колір, який би відповідав кожній істоті. Перша істота, Мавка, відображення стихії води з елементами живої природи. Для створення шрифту було відібрано орнаменти і символи, пов'язані з водою та лісом: гесики, безконечники, рослинні мотиви [4-5;7]. Кольорове оформлення виконано в темно-зеленому кольорі. Ярило – представник стихії вогню. З орнаментів та символів було обрано: коло, хрест, сварга, ружа, Ярило-сонце [5-6]. Виконано в червоному кольорі. Шубін – представник стихії землі. Ромб є основним символом, пов'язаним з землею, тому основою для створення орнаментів слугував саме він. Окрім ромбів, були застосовані гесики, як символ «важких» земних вод [5], і символ родючої землі та багатого врожаю – берегиня [8]. Забарвлення темно-коричневе. Вихор – відображення стихії повітря. За результатами дослідження українських орнаментів, виявилося, що у фольклорі немає геометричних орнаментів, які б символізували стихію повітря, або вітер. Тому за основу було взято візуальне представлення міфологічної істоти Вихор з книги В.Галайчука «Українська міфологія» [1, с. 115]. Для оформлення обрано синій колір.

Створення літер відбувається у програмі Adobe Illustrator 2024. Знайдений зразок орнаменту або символу перемальовується вручну (пензлем або за допомогою прямих ліній) для комфортної подальшої роботи з ним. Таким чином отримуємо векторне зображення, яке складається з декількох елементів. Таке зображення легко модифікувати і адаптувати після будь-яких змін. Головним принципом у роботі є заповнити силует букви якомога більше орнаментом, не втративши при цьому стильових особливостей шрифту, це означає, що всі елементи літер, такі як внутрішньолітерний проміжок, верхні та нижні виносні елементи, мають залишатися того самого розміру і форми. Для створення орнаментів використовувалися такі інструменти в Adobe Illustrator 2024: «Перо», «Малювання кривих», «Прямокутник», «Еліпс», «Відрізок лінії», «Пензель», «Олівець».

Сучасна тенденція створення нових шрифтів з уже наявних стосується і цього проєкту, тому він має перспективу стати трендовим і популярним. Унікальність застосування такої великої кількості різноманітних орнаментів вирізняє проєкт з-поміж сотні нових щоденних шрифтів. Це можливість поєднати сучасні виклики маркетингу та дизайну з давнім культурним корінням. В майбутньому розглядається можливість створення 4 підгруп дляшрифту «Ornamental Cyrillic», де кожна підгрупа міститиме шрифт, пов'язаний з кожною зі стихій. Таким чином існуватиме «Ornamental Cyrillic. Mavka», «Ornamental Cyrillic. Vykhor» тощо.

Шрифт «Ornamental Cyrillic» має високий потенціал використання завдяки можливості вкладати додаткові сенси для читача. Коли вибір кольору шрифту обмежений певними чинниками: кольоровий фон, ризик зниження читабельності тексту тощо, орнаментальне оформлення чудово підійде для передачі зашифро-

ваного повідомлення до реципієнта. Прикладом може слугувати будь яка компанія, наприклад з виробництва доглядової косметики. І одним з її головних принципів є робота з екологічними матеріалами і використання технологій, мінімально шкідливих або абсолютно не шкідливих для навколишнього середовища. І задля відображення цієї ідеології компанія може використати шрифт, створений для слова «Мавка». Таким чином, буде читатися «зв'язок з природою» цієї компанії. Іншим прикладом візьмемо бренд сонцезахисних окулярів. В назві свого бренду можна використати шрифт, створений для слова «Ярило», який складається повністю з орнаментів, пов'язаних з сонцем.

У книговидавничій галузі цей шрифт чудово зарекомендує себе для оформлення титульних назв, заголовків, буквиць. Якщо художній редактор матиме на меті передати читачеві настрій автора, який пише, наприклад, про історію України, її культуру, про самобутні українські рецепти страв, шрифт «Ornamental Cyrillic» впорається з цією задачею. Окрім цього, шрифт виконано настільки художньо, що він може слугувати самостійним елементом оформлення, або друкуватися на постерах чи плакатах. Як художнє оформлення, його можна виконувати для ілюстрації в книгах. Також шрифт чудово підійде для дитячих видань. Завдяки великій кількості деталей, титул з цього шрифту, безперечно приверне увагу маленького читача.

Висновки. Шрифт «Ornamental Cyrillic» ідеально підходить для оформлення заголовків на обкладинках та титульних сторінках книг, привертаючи увагу до видання. Використання декоративного шрифту для заголовків розділів допоможе виділити важливі частини тексту. Кожна літера може бути використана як буква на початку розділу або абзацу, додаючи декоративний елемент до тексту. Шрифт може бути використаний для створення декоративних елементів та ілюстрацій у книгах, особливо у дитячих виданнях. Завдяки своєму унікальному стилю, шрифт може бути основою для створення постерів, плакатів та інших рекламних матеріалів.

Шрифт «Ornamental Cyrillic» має великий потенціал для використання завдяки можливості вкладати додаткові сенси через орнамент літер. Це може бути корисним для компаній, що бажають передати свою екологічну чи культурну ідентичність. У майбутньому планується створення підгруп шрифту, пов'язаних з окремою стихією, наприклад, «Ornamental Cyrillic. Mavka» або «Ornamental Cyrillic. Vykhor».

Шрифт «Ornamental Cyrillic» є багатогранним інструментом для книговидавничої сфери, здатним підкреслити культурну спадщину та передати особливий настрій видання. Він добре підходить для оформлення обкладинок, заголовків, буквиць та декоративних елементів, додаючи унікальності та естетичної привабливості кожному виданню.

Список використаних джерел:

1. Галайчук В. Українська міфологія. Харків: «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. 288 с.
2. Заречнюк Г. Шрифт Traditional Heavy. URL: https://ukrfonts.com/info/index.php?v=19&id=4901 (дата звернення: 20.04.2024).

3. Лекція 5. Графічні ознаки шрифтів. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/41167/7/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%205.pdf (дата звернення: 10.05.2024).
4. Малюємо орнаменти і візерунки. Пустунчик. URL: https://pustunchik.ua/ua/treasure/draw/risuyem-ornamenty-i-uzory (дата звернення: 16.04.2024).
5. Понятишин Н. Таємничі коди предків: 12 головних символів української вишивки. UaModna. URL: https://uamodna.com/articles/taemnychi-ko dy-predkiv-12-golovnyh-symvoliv-ukrayinsjkoyi-vyshyvky/ (дата звернення: 16.04.2024).
6. Посохова О. С. Декоративно-прикладне мистецтво. Орнамент. НаУрок. URL: https://naurok.com.ua/ornament-ukra-nskogo-narodu-159717.html (дата звернення: 16.04.2024).
7. Українські орнаменти у роботах Ліни Кіт, Senior Concept Artist в 11bit studios. gamedev.dou. URL: https://gamedev.dou.ua/forums/topic/41083/ (дата звернення: 10.05.2024).
8. Хшанович К. О. Українська писанка: символіка та її тлумачення. Всеосвіта. URL: https://vseosvita.ua/news/ukrainska-pisanka-simvolika-ta-ii-tlumacenna-3398.html (дата звернення: 20.04.2024).

ЗАСТОСУВАННЯ ЯРЛИКІВ ЯК ЗАСІБ ПРОПАГАНДИ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «НАДДНІПРЯНСЬКА ПРАВДА» 2022 РОКУ

Полякова А.С,
студентка 3 курсу Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;
Харитоненко О.І.,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

Одинадцятий рік Росія веде проти України війну. Один із ключових засобів такої війни – пропаганда. «Пропаганда (від лат. propaganda – те, що підлягає поширенню) – діяльність журналістики в справі роз'яснення й поширення політичних, філософських, наукових, художніх ідей, оцінок, поглядів, знань та учень, утвердження певної ідеології з метою формування масової свідомості, настроїв, уявлень та безпосереднього впливу на поведінку людей» [1, с. 298-299]. Виробляють пропагандистський продукт і поширюють його зазвичай у країнах із авторитарним чи тоталітарним режимами. Політика нацистської Німеччини і комуністичного Радянського Союзу базувалися на зомбуванні своїх громадян. У сучасному світі ці практики, на жаль, не забуті, й Росія – одна з тих країн, які їх розвивають. Пропаганда не спрямована на критичне мислення і аналіз, розрахована на будь-який вік і розум. Влада дуже ретельно підбирає шляхи впливу на різні категорії людей.

Мета цієї розвідки – дослідити друковане пропагандистське видання «Наддніпрянська правда» (на прикладі № 11, 2022), яке поширювали на окупованих територіях Херсонщини, виявити в ньому ярлики і схарактеризувати пов'язані з ними пропагандистські наративи і маніпулятиви.

«Наддніпрянська правда» – суспільно-політична газета, яка видавалася з початку XX століття до 2011 року. Під час окупації 2022 року газета знову