

УДК 316.772.5:004.738.5](043.2)

© **Ольга Юркова**, аспірантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2021 р.

Науковий керівник: Л. Є. Смола, д-р політ. наук, проф., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ЧУТКИ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

The article provides an overview of the appearance of rumors in the Ukrainian media during the COVID-19 pandemic. The prerequisites that contribute to the emergence of dangerous rumors in the media are shown.

2020–2021 роки характеризуються зростанням вразливості української медійної сфери до шкідливих чуток, які поширюються у соціальних мережах та месенджерах. Спеціалізовані дослідження і медіамоніторинги підтверджують, що українські засоби масової інформації, особливо регіональні, досить активно поширювали неперевірені факти і чутки з початком і протягом пандемії. Це викликає стурбованість, оскільки довіра до локальних медіа традиційно є вищою, ніж до інформації, яка поширюється у соцмережах. Таким чином, споживачі розглядають медійні публікації як додаткове підтвердження того, що цій інформації варто довіряти. При цьому така інформація нерідко є небезпечною для життя і здоров'я громадян.

Важливими передумовами для ухвалення редакційними рішеннями про поширення чуток стала, *по-перше*, важливість для аудиторій медіа тематики COVID-19, *по-друге*, нестача перевіреної інформації, зокрема й якісних урядових комунікацій цієї теми, та, *по-третє*, в окремих випадках — брак компетентності і незрозуміння загроз працівниками медіа. Слід відзначити, що після публікації кількох досліджень цієї теми окремі медіа перестали публікувати чутки.



УДК 3:304:001

© **Інна Левченко**, аспірантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2021 р.

Науковий керівник: О. В. Тришук, д-р наук із соц. ком., проф., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

МОДЕЛЬ PESO ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВІРИ У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ

It was analyzed the PESO model as the leading external communications tool for loyalty development in the finance sector and provided results of the PESO model in National Bank of Ukraine communications.

Поняття та компоненти зовнішніх комунікацій є провідними складниками комунікаційної стратегії. Модель PESO — один з інструментів саме зовнішніх комунікацій, завдяки яким досягається комунікаційна мета — досягнення довіри у фінансовому секторі.

Модель PESO має у своєму складі окремі напрями каналів для комунікації: *paid* (оплачені канали), *earned* (отримані канали), *shared* (соціальні мережі), *owned* (власні канали).

До оплачених каналів комунікації слід віднести публікації та спецпроекти в медіа, рекламу (таргетовану в соціальних мережах, на ТБ, співпрацю з лідерами думок і блогерами).

Отримані канали — це згадки в медіа. Ці згадки досягаються завдяки інфоприводам, а також аналітичним матеріалам, які можуть поширюватись безкоштовно.

Соціальні мережі є одним із додаткових каналів для спілкування з потенційною аудиторією. Серед різноманіття мереж необхідно обрати релевантні.

Власні канали комунікації — сайт, розсилки та власні соціальні мережі.



Національний банк України є найбільшою структурою фінансового сектора, яка працює над довірою суспільства. За результатами моніторингу з грудня 2020 року до лютого 2021 року було виявлено, що НБУ не використовує оплачені канали комунікації, при цьому послуговується власними сайтом, розсилками та власними соціальними мережами, мережами Facebook і Telegram, які мають тематичні та періодичні дописи. Він також активно співпрацює з медіа. За досліджуваний період було опубліковано 11 авторських колонок і 4 інтерв'ю провідних експертів установи.



VI. ДИЗАЙН, МОДЕЛЮВАННЯ, ОФОРМЛЕННЯ ВИДАНЬ ТА ПАКОВАНЬ

УДК 655.254.22:82.083

© **Марина Наконечна**, магістрантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2021 р.

Науковий керівник: Т. Г. Осипова, канд. техн. наук, доц., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ПОЕЗІЯ ЛІНИ КОСТЕНКО, ЯК ОБ'ЄКТ ІЛЮСТРУВАННЯ

Poetry, which combines realistic and abstract compositions, allows you to immerse yourself in his poetic world, in a whirlpool of emotions and experiences, as an immortal trace in history.

Поезія Ліни Костенко несе в собі ніжність, ліричність, безкомпромісність, кожен рядок її віршів наводить на думку про сенс життя, його цінність,плинність часу, завдяки чому залишає слід в душі кожного читача. Аудиторія поетеси доволі широка, тому створення художньо-технічного оформлення її книг задля залучення молодого покоління читачів для осмислення палітри людських почуттів, любові й ненависті, є актуальним.

Метою роботи є порівняння оформлення різних видань поезії Ліни Костенко для створення власного дизайну.

Для дослідження ілюстративного ряду були вибрані видання поезії Ліни Костенко випущені різними видавництвами.

Проведений аналіз свідчить про використання різного типу ілюстрацій та технік для відображення її слів, серед яких: графіка, абстракція, декоративні мотиви, які в більшості є такими ж емоційно насиченими і живими. Стилiстично забарвлені ілюстрації до збірок поезії висвітлюють стиль, шарм і той жіночий дух, яким притаманний поезії Ліни Костенко.

