

• «РИА Новости» повністю в нейтральному стилі при згадці про президента подається інформація, використовуючи стримані прикметники чи дієслова без якоїсь позитивної чи возвеличувальної риторики.

Отже, вивчення та аналіз трансформації лексичного образу президентів та інших політичних осіб в інформаційних телеграм-каналах під час повномасштабного вторгнення є досить актуальним, що зумовлює продовження більш глибокого дослідження даної теми у сфері медіалінгвістики.

#### *Список використаних джерел*

1. *Rating of Telegram channels. TGStat. URL: <https://tgstat.com/ratings/channels/news?sort=members> (дата звернення: 11.10.2022).*
2. *Зневажлива граматики війни: власні назви та імена агресора пишемо з малої літери. Армія.Інформ : веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/03/16/znevazhlyva-gramatyka-vijny-vlasni-nazvy-ta-imena-agresora-lyshe-z-maloyi-literi/> (дата звернення: 17.09.2022).*

**УДК 316.472.4:004]-057.4(043.2)**

*Василенко В. Ю., канд. соц. ком.,  
старший викладач кафедри  
інформаційних систем управління*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ПЛАТФОРМ ДЛЯ НАУКОВЦІВ**

*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

**Актуальність дослідження.** Сьогодні необхідність залучення та привернення уваги як зовнішніх, так і внутрішніх представників цільової аудиторії до українських закладів вищої освіти (ЗВО) є надзвичайно важливим аспектом функціонування системи вищої освіти, адже саме ЗВО готують наше майбутнє покоління, яке буде розбудовувати нашу країну після Перемоги. Саме тому акцент робиться, у тому числі, на формуванні позитивного іміджу викладача, створити який можливо за допомогою підтримки соціальної активності в освітній та науковій діяльності.

**Мета** цього дослідження полягає у визначенні особливостей використання спеціалізованих соціальних мереж та платформ для науково-педагогічних працівників (НПП) як науковців.

у тому, аби охарактеризувати особливості використання технологій Data Mining з огляду користувача освітніх послуг та виокремити основні завдання, які суміжно впливають на якість освітніх продуктів.

**Викладення основного матеріалу.** Імідж викладача являє собою проекцією його особистості в процесі соціальних комунікацій, який включає в

себе як внутрішні можливості суб'єкта, так і вимоги, які висуваються до викладача із зовнішнього середовища [1].

Одним із сучасних інструментів, який дає змогу встановлювати комунікаційні зв'язки, створювати й підтримувати соціальну активність впливати на свідомість аудиторії, поряд з іншими соціокомунікаційними технологіями, є соціальні мережі [2; 3].

Під соціальними мережами розуміємо платформу, онлайн-сервіс або веб-сайт, які призначені для побудови, відбиття та організації соціальних взаємовідносин [4].

Окрему увагу слід виділити спеціалізованим соціальним мережам для вчених, які являють собою певний інструмент для висвітлення своїх наукових праць, можливості встановлення зв'язку з іншими українськими та іноземними науковцями, пошуку актуальних публікацій із заданої тематики тощо.

Сьогодні акаунт у Google Scholar для викладача виступає атрибутом професійної обізнаності у науковій спільноті і стає обов'язковим аспектом формування ефективного іміджу і самого викладача, і закладу вищої освіти, в якому він працює.

Найпопулярнішими науковими мережами, поряд із Google Scholar, є Ukrainian Scientists Worldwide, Academia.edu, ResearchGate, LinkedIn та ін. Специфікою застосування представлених мереж є те, що, на відміну від соціальних мереж загального використання, вони надають можливість викладачам, науковцям створювати свої профілі із зазначенням наукових інтересів (сфер інтересів), дискутувати з іншими учасниками на просторах форумів, переглядати, скачувати та коментувати наукові доробки (статті, навчальні посібники, монографії) інших користувачів, переглядати професійний ріст інших (збільшення кількості робіт, цитування за певний період часу).

Характерною особливістю використання згаданих вище соціальних мереж та платформ є можливість встановлення ділових зв'язків з цільовою аудиторією, можливість оперативного обміну інформацією між учасниками освітнього процесу (здобувачами, викладачами); достатньо лише знайти відповідну платформу та зареєструватись.

**Висновки.** Отже, для створення й підтримки соціальної активності в освітній та науковій діяльності науково-педагогічним працівникам потрібно створювати й постійно оновлювати свої профілі в популярних наукових порталах та соціальних мережах, які призначені для співробітництва між вченими з будь-яких наукових дисциплін. У таких соціальних мережах (наприклад, Google Scholar, Academia.edu, ResearchGate, LinkedIn) відбиваються профілі науковців з інформацією про їхній досвід роботи, освіти, посилання на наукометричні бази даних з їхніми публікаціями, кількісними показниками цитування тощо.

#### *Список використаних джерел*

1. Василенко В. Ю. Використання соціокомунікаційних технологій інмутації в процесі формування іміджу ЗВО. Інформація, комунікація та управління знаннями в

глобалізованому світі : матеріали II міжнародної наукової конференції, м. Київ, 16-18 березня 2019 року Київ, 2019. С. 22–23.

2. Курбан О. В. Загальна характеристика сучасного інтернет-простору в контексті використання соціальних онлайн-мереж. Поліграфія і видавнича справа. 2016. № 1. С. 216–225.

3. Горбатюк Т. В. Розвиток Інтернет-середовища в ретроспективі та перспективі. Науковий вісник НУБіП України. Серія: Гуманітарні студії. 2017. № 274. С. 44–51.

4. Хмільовська Л. В., Фасолько Т. М. Соціальні мережі як потужний інструмент будівництва бренду роботодавця. Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці : матеріали II міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 7 грудня 2021 року Київ, 2021. С. 191–193.

## УДК 340.134

Вербицька К. В., здобувачка 4 курсу  
Навчально-наукового інституту права та  
інноваційної освіти,  
Карпенко Р. В., кандидат юридичних наук,  
доцент кафедри цивільно-правових  
дисциплін

### ПРАВОВИЙ СТАТУС ЗМІ ЯК СУБ'ЄКТІВ ВЗАЄМОДІЇ ПІД ЧАС ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРАВОВОГО РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ

*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, м. Дніпро*

Професія журналіста завжди була важливою. Нині в Україні журналіст інформує людей про перебіг воєнних дій, вирушає на місця запеклих боїв, ризикуючи своїм життям, щоб зробити репортаж, висвітлювати страшні наслідки війни.

Журналіст – творчий працівник, який на професійних засадах збирає, одержує, зберігає і використовує інформацію для створення та опрацювання повідомлень, статей, програм, передач, фотоілюстрацій тощо з метою поширення їх через друковані засоби масової інформації, аудіовізуальні (електронні) засоби масової інформації, інформаційні агентства на невизначене коло осіб і професійна діяльність якого є основним джерелом його доходів. Професійна діяльність журналіста – це безпосередня самостійна або у співавторстві систематична діяльність журналіста, пов'язана із збором, одержанням, зберіганням і використанням інформації для створення та опрацювання творів з метою поширення їх через засоби масової інформації на невизначене коло осіб для реалізації ними свого права на одержання інформації [1].