

2. Salas M. (2023). The Refugee Crisis' Double Standards: Media Framing and the Proliferation of Positive and Negative Narratives During the Ukrainian and Syrian Crises *Policy Brief* n. 129. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.euromesco.net/wp-content/uploads/2023/03/Policy-Brief-N%C2%BA129-1.pdf

3. 4Service group (2022) Українські біженці в Європі. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://4service.group/ukr/wp-content/uploads/2022/05/Ukrajnsk%D1%96-b%D1%96zhenc%D1%96-v-Evrop%D1%96-2022_1-hvilja.pdf

ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ В АДАПТАЦІЇ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ЖУРНАЛІСТИКА» В УМОВАХ ВІЙНИ

ШКУРОВ Євген,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри журналістики та реклами,

Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: *медіаосвіта, війна, журналістика, соціальні комунікації.*

Keywords: *media education, war, journalism, social communications.*

Під час повномасштабної війни загострюється питання адаптації освітнього процесу до нових реалій. Це стосується і підготовки майбутніх журналістів та спеціалістів у сфері реклами. Майбутнім фахівцям необхідно не лише навчитися користуватися цифровими інструментами, вміти працювати з різними форматами медіа, створювати контент, що включає текст, аудіо, відео, інфографіку для різноманітних платформ тощо. Освіта медійників потребує виховати глибоке розуміння відповідальності за слово та образ, що вони створюють.

Справжня освіта починається з виховання духовного начала людини. У цьому контексті, в умовах війни, освітні програми для студентів журналістики та реклами мають не лише адаптуватися до нових технологій, але й спрямовуватися на формування глибоких моральних цінностей, критичного мислення та здатності до емпатії. Здатність зберігати спокій та об'єктивність у стресових ситуаціях, обробляти важку інформацію без втрати професіоналізму – особлива

компетенція, яку має набувати медійник за часів війни. Прокрастинація та стрес, які можуть супроводжувати дистанційне навчання під час війни, лише підкреслюють необхідність розвитку внутрішньої мотивації та самодисципліни у студентів.

Виклики, що стоять перед освітою в умовах війни, вимагають від педагогів бути не просто носіями знань, а наставниками, здатними надихнути студентів на самовдосконалення. Гейміфікація, інтерактивні цифрові платформи можуть стати корисними інструментами в цьому процесі, але їх застосування має бути обґрунтованим та спрямованим на розвиток особистості студента. У воєнний період особливо важливою стає підтримка студентів, які можуть зазнавати психологічних труднощів та емоційного вигорання. Завдання викладачів у такий час – не тільки передати знання, а й стати джерелом натхнення для студентів, допомогти їм знайти в собі сили для подолання викликів та віру в можливість кращого майбутнього, засобом чого може бути спонукання здобувачів вищої освіти до творчості.

Важливо, щоб університети в умовах війни забезпечували не лише доступ до сучасних навчальних ресурсів, але й створювали атмосферу підтримки та розуміння, де кожен студент міг би відчувати себе частиною спільноти, здатної разом долати складнощі. Такий підхід дозволить формувати не просто кваліфікованих журналістів та рекламистів, але й справжніх лідерів думок, здатних працювати в умовах невизначеності, зберігаючи професійну етику та людяність. Ці лідери думок будуть відігравати ключову роль у формуванні суспільної думки, просуванні ідей розбудови, миру і злагоди в поствоєнний час. Тому освітні програми повинні бути спрямовані на розвиток не тільки технічних навичок, але й на виховання глибокого розуміння соціальної відповідальності, етики комунікації та здатності до аналізу складних моральних дилем.

Василь Сухомлинський наголошував на важливості любові до ближнього, розуміння його болю та співчуття як основи морального виховання. У воєнний час, коли суспільство переживає глибокі травми, роль журналіста та спеціаліста з реклами стає ще більш значущою. Вони повинні бути мостом, що з'єднує людей, надає голосу непочутим, висвітлює правду та сприяє відновленню справедливості.

Таким чином, освітні програми для студентів журналістики та реклами мають включати не тільки актуальні теми з цифрових медіа, але й поглиблені курси з етики, психології, філософії, історії, літератури та культурології. Це допоможе майбутнім фахівцям розвинути комплексний погляд на сучасні виклики та навчитися використовувати силу слова та образу для позитивних змін в суспільстві.

Адаптація до нових цифрових технологій та інструментів виступає як ключовий елемент у підготовці рекламістів. У цьому контексті гейміфікація та використання інтерактивних цифрових платформ можуть сприяти підвищенню мотивації студентів, зниженню рівня стресу та боротьбі з прокрастинацією. Викладачам та освітнім установам необхідно не лише забезпечувати доступ до сучасних рекламних інструментів, але й сприяти їхньому опануванню, допомагаючи студентам адаптуватися до швидко змінних вимог ринку. В умовах війни особливо важливо, аби університети надавали студентам не тільки навчальний матеріал, але й психологічну підтримку, полегшуючи перехід до нових форматів навчання. Таким чином, для університетів важливо прийняти комплексний підхід до навчання, що поєднує теоретичні знання з практичними навичками використання цифрових інструментів. Підготовка рекламістів до ефективного використання новітніх цифрових інструментів у контексті цифрової трансформації та соціальних викликів має стати пріоритетом освітніх програм, спрямованих на формування конкурентоспроможних спеціалістів у галузі реклами.

Завдання викладачів у такий час – не тільки передати знання, а й стати джерелом натхнення для студентів, допомогти їм знайти в собі сили для подолання викликів та віру в можливість кращого майбутнього. Тільки так, через спільні зусилля, можливо виховати нове покоління журналістів та рекламістів, готових працювати в умовах складних соціальних змін, відстоювати правду і сприяти гармонії в суспільстві. Серед інших можливих варіантів, ідеї Говарда Гарднера про множинний інтелект можуть стати однією з основ для розробки таких освітніх програм. Визнаючи різноманітність інтелектів кожної особи, можна адаптувати навчальний процес таким чином, аби будь-хто знайшов в собі той унікальний ресурс, який допоможе йому стати не лише професіоналом у своїй галузі, а й справжнім лідером здатним на емпатію, критичне мислення та творчий підхід до вирішення проблем.

Освіта має розвивати не тільки логіко-математичний та мовний інтелекти, але й соціальний інтелект, інтелект самопізнання, просторовий інтелект тощо. У контексті навчання журналістики та реклами в умовах війни це особливо актуально. Розвиток міжособистісного (соціального) інтелекту може допомогти краще розуміти потреби аудиторії, відчувати нюанси комунікації та будувати повідомлення, які здатні об'єднувати людей. Внутрішньоособистісний інтелект допоможе залишатися стійкими в умовах стресу та емоційного тиску, що є важливим для роботи в умовах кризи тощо. Творчий підхід до

вирішення проблем, який розвивається через різноманітні види інтелекту, є незамінним у створенні інноваційних комунікаційних стратегій та рекламних кампаній, які можуть привернути увагу до соціально важливих питань, сприяти розумінню та відновленню в поствоєнний період.

Наразі як ніколи важлива інклюзія в освіті, аби забезпечити рівний доступ до якісної освіти для всіх студентів, незалежно від їхнього місця проживання, соціального статусу або наявності спеціальних потреб, особливо в умовах, коли війна змушує багатьох людей залишити свої домівки. Необхідна інтеграції в навчальний процес таких підходів, які б допомогли студентам не тільки набувати знань та навичок, необхідних для професійного розвитку, але й вирішувати проблеми, з якими вони стикаються в реальному житті через військові дії. Це означає акцент на психологічну підтримку, розвиток стійкості та здатності адаптуватися до змінних обставин. Також важливим стає заохочення студентів до активної участі у відновленні та підтримці громад, з яких вони походять, наприклад, через журналістські проекти та рекламні кампанії, спрямовані на вирішення соціальних проблем.

Важливим є залучення до діалогу у сфері освіти всіх зацікавлених сторін: викладачів, студентів, батьків, громадських організацій та державних установ, зокрема через відкриті лекції, конференції, круглі столи, спільні проекти. Це дозволить сформулювати спільне бачення освітньої політики, що враховує потреби та виклики, які постали перед суспільством в умовах війни. Залучення студентів до розробки освітніх програм може сприяти розвитку їхньої відповідальності, ініціативності та відчуття приналежності до процесу відновлення та розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Байсара, Л.І. (2010). *Множинність прояву видів інтелекту: конспект лекцій*. Дніпро: РВВ ДНУ. Retrieved from http://distance.dnu.dp.ua/ukr/nmmateriali/documents/mn_proyav_v_intel.pdf
2. Браун, П., Редігер, Г., & Макденіел, М. (2019). *Засіло в голові. Наука успішного навчання*. Київ: Наш формат.
3. Головенкін, В.П. (2019). *Педагогіка вищої школи* (2-ге вид., переробл. і доповн.). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. Retrieved from <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/dca98cbd-487b-43eb-86ef-d5c4634b16c/content>

4. Нагаєв, В.М. (2019). *Педагогіка вищої школи*. Харків: Стильна типографія. Retrieved from https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/4841/1/19_Pedahohyka_%20vyshchoyi_%20shkoly_NP.pdf
5. Сікорський, П., & Герцюк, Д. (Упоряд. та наук. ред.). (2018). *Василь Сухомлинський*. Львів: Бадікова Н.О. Retrieved from <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/10/КНИЖКА-СУХОМЛИНСЬКИЙ-3.pdf>
6. Сухомлинський, В.О. (1977). Проблеми виховання всебічно розвиненої особистості. В *Вибрані твори* (Т. 1, с. 55–209). Київ.
7. Федоренко, О.І., Тюріна, В.О., Гіренко, С.П., Бойко, С.М., Котелюх, М.О., Червоний, П.Д., & Медведєва, О.В. (2020). *Педагогіка вищої школи: навчальний посібник*. Харків: ФОП Бровін О.В. Retrieved from <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4e1d91e7-e582-4715-87c4-846d11702b07/content>
8. Шкуров, Є. (2023). Розвиток креативності у вимірі медіа-освіти та корективи воєнного часу. У *Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни* (с. 107–113). Київ: ДТЕУ.
9. Шкуров, Є. (2023). Фактори розвитку творчих здібностей в рамках моделі Терези Амабайл та Роберта Стернберга. В *Вектори соціальної, організаційної та економічної психології* (с. 290–295). Київ: ДТЕУ.
10. Шкуров, Є. (2023). *Цифрові комунікації університетів у трансформації освітнього та культурного простору міста*. В *Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph* (с. 105–112). Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.
11. Шкуров, Є.В. (2023). Адаптація вищої освіти в умовах онлайн-навчання та війни. В *Країці практики розбудови європейських студій в умовах російської збройної агресії* (с. 106-109). Київ: ДТЕУ.
12. Шкуров, Є.В. (2023). Освітньо-психологічний потенціал креативного міста у розвитку творчих здібностей студентів. В *Кіберпсихологія в інформаційному суспільстві: підтримка, навчання, розвиток*. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Retrieved from https://newlearning.org.ua/sites/default/files/tezy/2023_2/Shkurov_Yevhen_2023.pdf
13. Amabile, T.M. (1983). *The social psychology of creativity*. New York, NY: Springer-Verlag.
14. Ginns, P., Freebody, K., Anderson, M., & others. (2021). *Student experience of creativity in Australian high school classrooms: A*

componential model. *Learning and Individual Differences*, 91(2).
<https://doi.org/10.1016/j.lindif.2021.102057>

15. Gardner, H. (1983). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. New York: Harper and Row.

16. Hurova, V., & Shkurov, Y.V. (2023). Man in Digitized Urban Socio-Cultural Space. В *Anthropological Measurements of Philosophical Research*, 24, 75–87. <https://doi.org/10.15802/ampr.v0i24.295321>

17. Kudlai, O., Makarchuk, A., & Bilousova, N. (2018). Теорія множинного інтелекту Говарда Гарднера у дидактичному контексті. В *Наукові записки. Серія «Психолого-педагогічні науки» (Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя)*, (2), 131–135. <https://doi.org/10.31654/2663-4902-2018-PP-2-131-135>

18. Kyiianytsia, I., Holik, O., Kurban, O., Yatsiuk, D., & Shkurov, Y. (2023). Information hygiene in the media space as a factor of environmental consciousness of society. В *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 13(2), special issue XXXVI, 73–79. <https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/PDF/130236.pdf>

19. Shkurov, Ye. (2023). Creating a pedagogical strategy for engaging students in learning and advancing the values of sustainable development. In *Образи сучасності в гуманітарному знанні* (с. 31–37). Київ: ДТЕУ.

20. Stoliarchuk, O., Khrypko, S., Dobrodum, O., Ishchuk, O., Kokhanova, O., & Sorokina, O. (2022). Academic procrastination as a challenge for students' mental health in the context of distance learning and the virtual world during the COVID-19 pandemic. В *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 22(3), 276-284. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.3.36>

МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК МЕТОД ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

ЯЦЮК Дмитро,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри журналістики та реклами,

Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: громадська думка, медіа, маніпуляції.

Keywords: public opinion, media, manipulation.