

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**  
**ІНСТИТУТ ФІЛОСОФІЇ ім. Г. СКОВОРОДИ НАН УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. М. ДРАГОМАНОВА**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ» ім. І. СІКОРСЬКОГО**



# **ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

**МАТЕРІАЛИ ХІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ»**

**REPORTS OF THE XI INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE "A PERSON, A SOCIETY, COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES"**

**м. Харків, 26–27 жовтня 2023 р.**

Харків  
2023

УДК 740+656+338

ББК 87

Л 93

**Головні редактори:**

**Панченко С.В.** – доктор технічних наук, професор, академік Транспортної академії України, ректор Українського державного університету залізничного транспорту

**Андрущенко В.П.** – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАН України, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, ректор Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова

**Редакційна колегія:**

**Абашик В.О.** – д-р філос. наук, професор

**Бабенко А.О.** – канд. техн. наук, доцент

**Вельш Вольфганг** – габілітований доктор філософії, професор

**Даніл'ян В. О.** – канд. філос. наук, доцент

**Дудін О.А.** – канд. техн. наук, доцент

**Змій С.О.** – канд. техн. наук, доцент

**Каграманян А.О.** – канд. техн. наук, доцент

**Колеснік К. Е.** – канд. іст. наук, доцент, академік ТАУ

**Коростельов Є.М.** – канд. техн. наук, доцент

**Кравець А. М.** – канд. техн. наук, доцент

**Куценко М. Ю.** – канд. техн. наук, доцент

**Лисечко В.П.** – канд. техн. наук, доцент

**Лях В.В.** – д-р філос. наук, професор

**Новіков Б. В.** – д-р філос. наук, професор

**Павлов В. І.** – канд. філос. наук, доцент

**Панченко В. В.** – канд. техн. наук, доцент

**Соломніков І.В.** – канд. екон. наук, доцент

**Семенцова О.В.** – канд. екон. наук, доцент

**Толстов І. В.** – канд. філос. наук, доцент

**Устенко О. В.** – д-р техн. наук, професор, академік ТАУ

*Затверджено до друку Вченою радою Українського державного університету залізничного транспорту (протокол № 6 від 11.12.2023 р.)*

Людина, суспільство, комунікативні технології: матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 жовтня 2023р. Відп. за випуск В.О. Даніл'ян. — Харків : Мачулін, 2023. — 242 с..

ISBN 978-617-8195-79-3

УДК 740+656+338

Матеріали подано в авторській редакції

ISBN 978-617-8195-79-3

© Авторський колектив, 2023

© Мачулін, худ. оформлення, 2023

*ДЕРГОУСОВА А.О., к.екоп.н., доцент  
Український державний університет залізничного транспорту  
м. Харків, Україна*

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ DIGITAL-MАРКЕТИНГУ**

Пандемія, потім війна сильно вплинули на інформаційне середовище, на стратегічне бачення розвитку маркетингових цифрових технологій. Багато бізнесів закрилося, дехто вимушений був коригувати свою діяльність. Але те, що ситуація на ринку digital-маркетингу в цілому змінилася не викликає сумніву. Український бізнес вимушений був швидко адаптуватися під поточні обставини, змінювати стратегії, оптимізувати інструменти та бюджети.

Основними каналами цифрового маркетингу виступають комп'ютери, планшети, смартфони, вебсайти, блоги, соціальні мережі, відеохостинги, POS-термінали, відеокамери, локальні мережі, цифрове телебачення, цифрове мистецтво [1].

За останні пару років у сфері рекламних технологій та інструментів веб-аналітики відбулося досить багато змін. Наприклад, з 1 липня Google примусово перевів всіх клієнтів на систему аналітики Google Analytics 4 (GA4), що суттєво відрізняється від попередньої версії за логікою роботи та методикою збору даних. Також є певні зміни в поведінці користувачів, наприклад, через війну посилилося використання месенджерів. Окрім того, можна відзначити той факт, що частина бізнесів почала більш активно шукати можливості виходу на іноземні ринки [2].

Головним скілом сьогодні є вміння адаптуватися. Це в 2023 році фактично така собі воєнна стратегія – не вдаватися до паніки, а оперативно оптимізувати процеси; адаптуватися до зовнішніх впливів та змін.

Насправді, інструменти штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання вже давно вбудовані в Facebook Ads, Google Ads та деякі інші рекламні платформи. Але там вони поза межами, на які може напряму впливати маркетолог. Тому раніше це не викликало такого інтересу до інструментів ШІ. Chat GPT, Midjourney, DALL-E та інші сервіси з ШІ, що з'явилися за останні роки, реально пришвидшують роботу спеціалістів. Бо якщо фахівець розуміє, який результат він хоче отримати, які інструменти для цього використати і до того ж вміє писати правильні запити, це може прискорити його роботу. Найбільш популярним стало використання таких сервісів при генерації SEO-текстів, роботі з графікою, інтеграції з корпоративним чат-ботом, створенням контенту для SMM [2].

Які ж чинники сьогодні впливають на розвиток компаній? Це фактично фактори, які диктують умови, в яких розвиваються і будуть розвиватися українські компанії [3]:

- зменшення кількості платоспроможного населення (частина виїхала, частина втратила роботу, інша залишилася на окупованих територіях);
- зміна географії, бо люди переміщуються як всередині країни, так і за її межами;
- вплив зовнішніх обставин на кшталт атак на критичні інфраструктури;
- підвищення довіри до українських брендів.

Таким чином, що потрібно робити, щоб залишатися на плаву та відповідати запитам споживачів? Постійно моніторити ринок та запроваджувати принципи гнучкого маркетингу. Відчувати свого споживача. Бренд має знати, що хвилює потенційного споживача. Покращувати UX / CX з брендом на різних платформах та пристроях.

Радують тенденція того, що представники середнього та великого бізнесу повертаються до бюджетів, які в них були до початку повномасштабного вторгнення. Також з'являється чимало приватних підприємців, що зараз запускають нові невеликі проєкти як локально на Україну, так і глобально.

Які зараз можна відзначити тренди?

Відеорекламу сьогодні вже замовляють в YouTube, менша частка припадає на Instagram, Facebook, Twitter та інші платформи. YouTube зараз посилив свої позиції завдяки Shorts.

Неможливо використовувати відеорекламу зараз локально для українських клієнтів в TikTok, бо минулого року компанія відключила таргетування на Україну. Але можна розміщувати рекламу в TikTok для інших країн, наприклад, ЄС та США. Наразі TikTok щомісяця охоплює понад мільярд людей віком 18 років і старше по всьому світу.

Активний розвиток реклами у Telegram. Оскільки зараз платформа налічує 700 мільйонів щомісячних активних користувачів, долучання Telegram-каналів до маркетингових стратегій стає дедалі привабливішою можливістю для фахівців.

Чорна п'ятниця, Новий рік, Різдво, Старий новий рік, Водохреща, Love season і 8 березня – саме цієї хронології під час планування бюджетів зазвичай дотримувалися маркетологи. У 2023 році прогнозується перерозподіл бюджетів у бік грудня. Є гіпотеза, що через зміну традиції святкування Різдва, найімовірніше, медійних бюджетів стане трохи більше в грудні й, напевно, дещо менше в січні. Але це насамперед залежатиме від поведінки людей: чи будуть вони купувати подарунки під грудневе Різдво [3].

Очікується бум нейромереж для контенту. За останній рік практично кожен місяць стартапи викочують щось нове, що розбурхує ринок і захоплює своїми можливостями.

*Список використаних джерел*

1. Дергоусова А.О. Застосування інноваційних цифрових технологій в маркетинговій діяльності. *Людина, суспільство, комунікативні технології: матеріали X міжнар. наук.-практ. конф. (27–28 жовтня 2022 р.)*. Харків : Мачулін, 2022. С. 135-138.
2. Digital-маркетинг в умовах війни: тренди та головні виклики. URL:<https://mmr.ua/show/dydzhytal-marketynng-v-umovah-vijny-trendy-ta-golovni-vykylyku> (дата звернення: 20.10.2023)
3. Digital-marketing 2023: очікування та прогнози. URL:<https://www.promodo.ua/blog/digital-marketing-2023-ochikuvannya-ta-prognozi> (дата звернення: 20.10.2023)

*ЄВСЄВА О. О., д.екон.н., професор  
Український державний університет залізничного транспорту  
м. Харків. Україна*

**МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ЗВ'ЯЗОК В ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ  
ЕКОНОМІКИ ТА ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН В  
КОНТЕКСТІ «МАЛОГО» ТА «ШИРОКОГО» ФІЛОСОФСЬКОГО КОЛА**

Філософські проблеми співвідношення економічної теорії та практики, різних галузей науки між собою в Україні набувають актуальності в процесі осягнення та реагування на глобальні виклики сучасного динамічного світу. Спостерігаються дві суперечливі тенденції вирішення глобальної соціокультурної кризи. З одного боку, це намагання гармонізувати відносини між людьми шляхом переосмислення підходів до кооперації, надання нового імпульсу світовій економіці тощо, а з іншого – торгіві, релігійні та інші протистояння, які часто перетворюються на конфлікти, що отримують небажані асоціальні форми. У зв'язку з цим особливо гостро постає проблема розвитку такого наукового напрямку, як філософія економіки з метою подолання наслідків соціально-економічної кризи в Україні [1].

Економічні науки зможуть працювати на випередження, виокремлювати сучасні тенденції і тренди розвитку та повноцінно виконувати свою місію лише за умови якісного оновлення методологічних засад наукових досліджень. І складовою такого оновлення, безперечно, є опанування сучасної методології досліджень і якнайповніше використання потенціалу міждисциплінарного

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ І. ФІЛОСОФСЬКІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ</b>	<b>5</b>
<b>АБАШНІК В.О.</b> Григорій Сковорода у творчості Фелікса Гаазе (1882–1965)	5
<b>АБАШНІК У.В.</b> «Будинок привидів» (1942): особливості швейцарської комедії жахів	9
<b>БЕРЕЗНИЙ В.М., ЄРМОЛЕНКО О.А., ЛИСЬОНКОВА Н.М.</b> Трансформація освіти в епоху нейромереж	12
<b>БЛИЗНЮК Л.М.</b> Психофізіологічні основи мови і мислення	14
<b>БЛИЗНЮК Л.М., МИХАЙЛОВА Є.</b> Неогумбольдтіанство у визначенні мовної картини світу	16
<b>БОЙЧЕНКО М.І.</b> Цінності використання ші та вартості люської комунікації	18
<b>ВАРЛАМОВА А.В., НЕШКО С.І.</b> Переклад як засіб комунікації	21
<b>ГАЙДЕМАНН Дітмар Герман</b> Моральний скептицизм та етичний релятивізм	22
<b>ДАНІЛ'ЯН В.О.</b> Теорія регіональних розбіжностей Стейна Роккана	30
<b>ДАНІЛ'ЯН В.О., РЯБЧЕНКО С.Р., БАБЕНКО К.А.</b> Соціально-психологічні чинники формування здорового способу життя здобувачів вищої освіти	32
<b>ДАРАГАН А., НАЗАРЕНКО І.Л.</b> Особливості перекладу економічних текстів	34
<b>ДОВЖЕНКО С.С., СВЕТОШ В.Ю.</b> Особливості фізичної активності у зрілому віці у відповідності з європейськими стандартами	35
<b>ДОНЕЦЬ С.М., ТАРУТА А.</b> Переклад українських суспільно-політичних реалій англійською мовою	37
<b>ЗАГРІЙЧУК І. Д.</b> Комунікація та толерантність в умовах сучасної пограничної ситуації	39
<b>ЗРОДНІКОВА К.В., УМРИХІНА К.О.</b> Людина та інформаційно-комунікативні технології: виклик сучасності	43
<b>ЗРОДНІКОВА К.В., МИНИННИК Д.В.</b> Вплив культурної глобалізації на суспільство	44
<b>КІМ К.В., КОВАЛЬОВА О.В., ШАПАТІНА О.О.</b> Комунікації учасників освітнього процесу	45
<b>КОДАЛЛЕ Клаус-Міхаель</b> Дух прощення	47
<b>КОЛЕСНИК К.Е.</b> Образ кайзера Вільгельма в творчості німецького медальєра Карла Гьотца	53
<b>КОЛЕСНИК К.Е., ІХНЕНКО С.О.</b> Англо-ірландська книжкова мініатюра у ранньому Середньовіччі	60
<b>КОММЕДАЛ О.</b> Теорія гендеру та гендерної ідентичності С. М. Ольсен	67

<b>ШЕПЕЛЕНКО Т.В.</b> Міждисциплінарна інтеграція фізичного виховання та гуманітарних і природничих дисциплін у формуванні професійних компетентностей здобувачів вищої освіти	128
<b>ШЕПЕЛЕНКО Т.В., КУЩ Б.В.</b> Орієнтація студентської молоді на здоровий спосіб життя	130
<b>ШТОЛЛЬБЕРГ-РІЛІНГЕР Барбара</b> Багато шляхів до демократії	132
<b>СЕКЦІЯ II. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА ПРАВОЗНАВСТВО</b>	140
<b>АЛЕКСАНДРОВА О.Ю., КОСИЧ М.В.</b> Роль цифрового PR у формуванні іміджу організації	140
<b>ВАСИЛЬЄВ О.Л.</b> Джерела інвестицій у післявоєнне відновлення залізничного транспорту України	141
<b>ГРОМОВА О.В., ВОЛОХОВА І.В., ГАРАЄВ М.В.</b> Основні напрямки використання Fin Tech у фінансовому та банківському секторах	143
<b>ДЕРГОУСОВА А.О.</b> Сучасні тренди digital-маркетингу	145
<b>ЄВСЬЄВА О. О.</b> Міждисциплінарний зв'язок в економічній науці економіки та обліково-контрольних дисциплін в контексті «малого» та «широкого» філософського кола	147
<b>КАЛИЧЕВА Н.Є., КОРИНЬ М.В.</b> Напрями стратегічного розвитку підприємства сфери торгівлі	149
<b>КОЛІСНИКОВ А.В.</b> Особливості правового регулювання криптовалют в Україні	151
<b>КРИХТІНА Ю.О., КОВАЛЬОВ А.Ю., СЕВЕРЧЕНКО Н.О.</b> Сучасні аспекти цифрового розвитку залізниць в європейському транспортно-логістичному просторі	152
<b>КУДЕЛЯ В.І., ЯКОВЕНКО В.Г., ЧЕЛЯДІНОВА Н.Г.</b> Зміна парадигми менеджменту в сучасних умовах економічного розвитку	155
<b>МАЛИХІНА Я.А.</b> Проблеми захисту прав інтелектуальної власності у цифровому просторі	156
<b>ОВЧИННІКОВА В.О., ЛУК'ЯНОВА О.М., КОНДРАТЮК М.В.</b> Концепції та практики соціального підприємництва та краудфандингу в сучасній економіці	158
<b>СИВОЛОВСЬКА О. В., МКРТИЧЬЯН О.М., ВОЛОХОВ В.А.</b> Застосування теорії ігор до моделювання соціально-економічних відносин	159
<b>СОЛОМНІКОВ І.В., СЕМЕНЦОВА О.В.</b> Соціальна відповідальність в сфері залізничного транспорту в умовах військового стану: еколого-економічна компонента	161
<b>СЕКЦІЯ III. ТЕХНІЧНІ НАУКИ</b>	163
<b>АКІМОВА Ю.О., ОСМАЄВ О.А.</b> Математичні моделі в психологічних дослідженнях: аналіз та застосування	163

Наукове видання  
Відповідальність за редагування та достовірність інформації  
несуть автори роботи

Людина, суспільство, комунікативні технології:  
матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф.  
26-27 жовтня 2023 р.

Reports of the XI International scientific-practical conference  
“A person, a society, communicative technologies”

Відп. за випуск В.О. Даніл'ян

Підписано до друку 20.12.2023. Формат 60x84/16.  
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап.  
Ум. друк. арк. 27,67. Обл.-вид. арк. 41,8.  
Наклад 300 пр. Зам. №

Видавець Мачулін Л.І.  
тел. +38(068)886-52-57  
editor2016@ukr.net  
<http://knigoizdat.org.ua>  
Свідоцтво про держреєстрацію:  
сер. ХК №125 від 24.11.2004

Віддруковано в ПП Озеров Г. В.  
м. Харків, вул. Університетська, 3, кв. 9.  
Свідоцтво про реєстрацію: № 818604 від 02.03.2000.