

## ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення  
результатів дисертації Гондюл Олександри Дмитрівни  
«Ігрові технології в медіа: стратегії комунікативного впливу»,  
поданої на здобуття ступеня доктора філософії  
з галузі знань 06 Журналістика  
за спеціальністю 061 Журналістика

**Актуальність дослідження.** Сьогодні, як ніколи, медіа виборюють право бути не лише конкурентоспроможними, а й на тлі виконання основних функцій – інформаційної, аналітичної, пізнавально-просвітницької, морально-виховної, гедоністичної та функції впливу, посилюють свою роль як простору проєктування досвіду взаємодії, що в дослідженні концептуалізовано як дизайн вражень. У цих умовах традиційні інструменти журналістського залучення дедалі частіше виявляються недостатніми для забезпечення глибокого розуміння складних соціально-політичних тем та формування стійкого інтересу до якісного контенту.

Саме враження є двигуном сучасної економіки. Нині суспільство у своєму розвитку дісталось економіки вражень як «продажу незабутніх вражень споживачам», де основну роль відіграє дизайн вражень, а товари чи послуги продаються з огляду на те, яку силу впливу (пам'ятне враження) вони мають на людей. В аспекті медіадосліджень економіка вражень демонструє, як медіаспоживач приймає рішення про купівлю (споживання, використання) медіапродукту або послуги не лише з огляду на його характеристики, а й на враження, яке такий продукт чи послуга викликає.

Для ефективного впливу на сучасного споживача медіа потребує нових інструментів / технологій, що забезпечують отримання певних вражень та кращу взаємодію з користувачем, з-поміж яких важливу роль відіграє гейміфікація, або «використання елементів ігрового дизайну в неігрових контекстах», а також, власне новинні ігри, завжди орієнтовані на актуальні події, однією з яких сьогодні є, зокрема, повномасштабне російське вторгнення в Україну. Такі ігри привертають увагу до війни в Україні тієї частини аудиторії, на яку не мають впливу інші засоби комунікації, насамперед закордоном і стають засобом впливу на громадську думку західних країн задля збільшення допомоги Україні саме зараз, а не через 10 років після війни.

Відтак актуалізується потреба в науково обґрунтованому описі феномену ігрових технологій у медіа, у типологізації форматів, у створенні класифікації стратегій комунікативного впливу, системи параметрів вимірювання комунікативного впливу та в розробленні практичних інструментів, які дозволяють забезпечувати ефективність і етичну коректність таких продуктів у практиці редакцій та в системі журналістської освіти.

Використання ігрових технологій в медіа не лише занурює споживача в певну проблематику, а й сприяє розвитку його м'яких навичок, адже більшість ігор мають суспільно-політичну проблематику та фокусуються на двох

ключових аспектах: аналізові кризової ситуації та прийняття рішень у складних умовах, на яких і сфокусовано пропонуване дослідження. Це ті навички, які необхідні сучасній людині не лише для розуміння викликів сьогодення, явищ і процесів, що висвітлюються в медіа, а й для вдосконалення громадянського суспільства загалом.

Актуальність зазначеної проблеми засвідчують наукові праці, присвячені:

1) вивченню сучасних медіакомунікативних технологій, комунікативного впливу, стратегій комунікативного впливу в медіа, медіастратегій, компонентів комунікаційної взаємодії, соціокомунікаційних стратегій, стратегій комунікації, зокрема в аспектах: соціокомунікаційному – В. Іващенко, М. Комова, Н. Зражевська, О. Даниліна; психолінгвістичному та дискурсивному (в кореляції з мовленнєвим впливом) – О. Селіванова, Т. Ковалевська; типологічному (з огляду на стратегії впливу в комунікативних практиках та медіадискурсі) – Т. Семенюк, В. Посмітна, Н. Єльнікова, О. Щербак; психологічному (з урахуванням суб'єктної парадигми психології впливу) – В. Татенко; економіки уваги (як механізмів популярності та уваги в умовах надлишку інформації) – М. Гладуелл; Д. Томпсон;

2) концептуалізації дизайну вражень і досвіду для пояснення взаємодії людини з медіапродуктом, де контент – це не лише повідомлення, а сконструйований досвід взаємодії, що має параметри інтенсивності, залучення та післядії в межах: концепції «економіки вражень» (як конкуренції за час, увагу та емоційно значущий досвід) – Б. Дж. Пайн і Дж. Гілмор; теорії оптимального переживання та стану «поток» (англ. flow) (як психологічної передумови залучення) – М. Чіксентмігаї; підходів до практичного проєктування досвіду / вражень (англ. experience design) – М. Дюрден, Дж. Россман; К. Фарнем, П. Ньюбері;

3) теорії та практиці ігрових технологій як інструментів залучення (в контексті визначення гейміфікації та уточнення її категорійних меж) – С. Детердинг, Д. Діксон, Р. Халед та Л. Неке; теоретико–прикладним аспектам опису складників ігрового досвіду та якості геймплею – Р. Хуніке, М. Леблан та Р. Зубек; К. Фабрікаторе; типологізації гравців і моделей ігрової взаємодії – Р. Бартл; типологізації ігор у межах ігрових студій – Е. Аарсет та ін.; дослідженню «серйозних ігор» та узагальненню чинників результативності ігрових навчальних / соціальних продуктів – В. Кабалес, Х. Перес, М. Кастро, Г. Лопес, О. Рожко, Л–К. Лі та ін.; інструментів для створення відеоігор, відеоігор як медіаконтенту – Є. Малюк;

4) використанню ігрових технологій у журналістиці та соціальних комунікаціях, зокрема феномену новинних ігор (англ. newsgames) як форми ігрової журналістики (англ. journalism at play) та процедурної риторики – І. Богост, С. Феррарі та Б. Швайцер; М. Сікарт; тенденціям гейміфікації цифрової журналістики – Р. Ферер–Корніл і М. Карлсон; Г. Перро, Т. Вос; медіапрактикам інтеграції ігрових елементів у новинні продукти та аналізу досвіду аудиторії – Ф. Регаладо та ін.; вивченню професійного поля ігрової журналістики, його дискурсивним та інституційним особливостям – Д. Ніборг,

М. Фоксман; Г. Перро, Т. Вос; Р. Карлсон; окремим проявам ігрової журналістики, типології гейміфікованих інформаційних продуктів та аналізові кейсів в онлайн-медіа – Д. Загорулько; О. Рижко; Р. Пикалюк; Ю. Демянів, О. Чернявська; Н. Шотурма; О. Задорожній; М. Малюк; М. Герман; моделей комунікації у відеоіграх – Є. Малюк; навчальних ігор як методів викладання в журналістській освіті – П. Александров;

5) імерсивним форматам та викликам цифрового медіасередовища, зокрема: імерсивній журналістиці та VR (як формам досвіду «від першої особи») – Н. де ла Пенья, П. Вайль; К. Сора, Дж. Солер-Адільйон; імерсивним трансформаціям – О. Кирилова; В. Каленич; інформаційним порушення / дезінформації та практикам верифікації в журналістиці, які уточнюють етичні та професійні межі ігрових форматів – Т. Томсон та ін.

Водночас наявні праці переважно або розглядають ігрові технології фрагментарно (як тренд / інструмент залучення), або описують новинні ігри як окремий жанр без інтеграції в аспект дизайну вражень та без кореляції «ігрові технології – дизайн вражень – стратегії комунікативного впливу». Це зумовлює потреби: в комплексному підході до аналізу ігрових технологій у медіа як інструментів проєктування досвіду взаємодії медіаспоживача з контентом, у типологізації відповідних форматів, у розробленні параметрів / критеріїв для оцінювання ефективності та етичної коректності таких рішень.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження виконано відповідно до планів наукової роботи Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка в межах науково-дослідної теми «Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах» (реєстраційний номер 0120U000064).

**Метою дослідження** є виявлення основних стратегій комунікативного впливу на аудиторію в суспільно-політичному контексті через використання ігрових технологій у медіа як інструментів дизайну вражень.

**Основні завдання дослідження:**

1) сформулювати теоретико-методологічні засади вивчення ігрових технологій у медіа, окреслити термінологічно-поняттєвий апарат, впровадити до наукового обігу авторське формулювання визначень ключових понять дослідження «ігрова журналістика» – «ігрові медіа», «ігрові механіки» – «ігрові елементи» (в аспекті їх розмежування) та «ігрові технології в медіа», «новинна гра»;

2) розкрити специфіку застосування ігрових технологій та власне ігрових технологій у медіа як інструменту дизайну вражень, розробити їхню типологію та екстраполювати на український досвід в аспекті вивчення зарубіжних практик;

3) на тлі розмежування понять «комунікативна vs комунікаційна стратегія» та «стратегія комунікативного впливу» виявити й проаналізувати основні стратегії комунікативного впливу ігрових технологій на медіаспоживача інформації суспільно-політичної тематики;

4) розробити систему параметрів оцінювання, авторську модель, тест-самоаналіз та основні етапи ефективного впровадження ігрових

технологій у журналістську практику; на цій основі сформулювати рекомендації для стейкхолдерів щодо перспектив використання ігрових технологій у медіа;

5) узагальнити досвід ефективного використання гейміфікованих бізнес–моделей у медіа й освітніх практик із упровадження дисциплін із гейміфікації в медіа; інтегрувати результати дослідження у викладання навчальної дисципліни «Гейміфікація в медіа» на Факультеті журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

**Об'єктом дослідження** є ігрові технології в медіа.

**Предмет дослідження** – особливості застосування ігрових технологій у медіа в кореляції зі стратегіями комунікативного впливу.

**Методи дослідження** включають загальнонаукові і конкретно–наукові методи, зреалізовані на різних рівнях:

- *описово–аналітичному* – методи аналізу і синтезу (для систематизації наукових підходів до інтерпретації основних понять дослідження та формування його термінологічно–поняттєвого апарату й уточнення кореляцій між суміжними поняттями); *зіставний метод* (для зіставлення практик використання ігрових технологій у світових та українських медіа та виявлення спільних і відмінних тенденцій інтеграції ігрових форматів у суспільно–політичному контенті); *контент–аналіз та аналіз кейсів* (для дослідження гейміфікованих медіаматеріалів і новинних ігор, визначення їхнього змістового наповнення, тематики, ігрового інструментарію, характеру інтерактивності, виявлення зв'язків між застосованими механіками і передбачуваними стратегіями комунікативного впливу);

- *типологізаційному* – системний метод (для обґрунтування авторського визначення й типології ігрових технологій у медіа як багатовимірної системи); *когнітивне картування* (для побудови авторської діаграми поняттєвих кореляцій, виявлення взаємозв'язків між стратегіями комунікативного впливу, інструментарієм ігрових технологій і компонентами дизайну вражень); *моделювання в аспекті проектно–аналітичного підходу* (для розроблення: основних етапів упровадження ігрових технологій у медіа – алгоритму створення гейміфікованих рішень; тесту–опитувальника задля визначення оптимального підходу до інтеграції ігрових технологій у журналістський матеріал);

- *емпірично–верифікаційному* – метод імплементації проектної діяльності (для перевіряння й аналізу: практичної реалізації дидактичного проектування авторської навчальної дисципліни в систему журналістської освіти; результатів студентської проектної діяльності у форматі створення прототипів гейміфікованих матеріалів та настільних медіаігор); *онлайн–опитування* (для емпіричної верифікації положень дисертації задля виявлення ставлення молоді аудиторії до освітнього потенціалу ігор та

експериментального вимірювання комунікативного впливу від споживання гейміфікованих медіапродуктів із використанням розробленої системи параметрів).

**Теоретичне значення результатів дисертації.** Теоретичне значення результатів дослідження полягає в тому, що в ньому органічно поєднано наукові здобутки сучасного українського медіазнавства, журналістикознавства, теорії соціальних комунікацій, проблематику використання новітніх медіа, ігрової журналістики, ігрових технологій в галузі культури, психології, UX–дизайну, поведінкових наук. Зокрема: науково обґрунтовано теоретико–методологічні засади використання ігрових технологій у медіа як інструментів дизайну вражень, що дає підстави для виокремлення самостійного міждисциплінарного дослідницького напрямку – *ігрових студій* (англ. *Game Studies*), релевантного для аналізу сучасних медіапрактик у цифровому середовищі; проаналізовано зміст основних понять дослідження: «ігрові технології», «ігрові медіа», «ігрова журналістика», «імерсивна журналістика», «імерсивні технології», «серйозні ігри», «ігрофікація / гейміфікація», «ігрові механіки», «ігрові елементи», «дизайн вражень / дизайн досвіду / користувацький досвід», «комунікативний вплив», «комунікативна стратегія»; уточнено зміст понять «медіагра», «новинна гра»; сформульовано зміст понять «ігрові технології в медіа», «ігрофікація / гейміфікація в медіа» в аспекті розмежування: «ігрова журналістика» – «ігрові медіа», «ігрові механіки» – «ігрові елементи», «комунікативна стратегія» – «стратегія комунікативного впливу».

**Наукова новизна результатів дисертації.** Новизна дослідження полягає в тому, що вперше: узагальнено український та міжнародний досвід використання ігрових технологій / ігрофікованих медіаматеріалів у медіа, узагальнено практичні кейси ефективного використання гейміфікованих бізнес–моделей у медіа та приклади зарубіжних освітніх програм і дисциплін у галузі ігор і медіа ЗВО різних країн, розроблено типологію ігрових технологій у медіа, розроблено типологію стратегій комунікативного впливу, релевантних для аналізу ігрових технологій у медіа; розроблено систему параметрів оцінювання ефективності стратегій комунікативного впливу, розроблено модель впровадження ігрових технологій у журналістську практику, розроблено тест для самодіагностики готовності медіа до впровадження ігрових технологій та вибору оптимального формату, розроблено основні етапи впровадження ігрових технологій у журналістську практику, визначено критерії класифікації ігрових технологій у медіа, досліджено стратегії комунікативного впливу на аудиторію у висвітленні суспільно–політичної проблематики у ігрових технологіях в медіа, описано стратегії комунікативного впливу в практиці ефективного використання гейміфікованих бізнес–моделей у медіа та в освітніх практиках з ігрових технологій у медіа, простежено кореляцію «стратегії комунікативного впливу – ігрові технології – дизайн вражень», експериментально підтверджено

оцінювання ефективності використання стратегій комунікативного впливу на прикладі ігрових медіаматеріалів, що посилює доказовість запропонованих теоретичних положень і демонструє можливість їх практичної верифікації в аналізі конкретних кейсів.

**Практичне значення результатів дисертації.** дослідження полягає у висвітленні саме прикладних аспектів проектування, аналізу й етичного застосування ігрових технологій у медіа як механізмів дизайну вражень та реалізації стратегій комунікативного впливу в суспільно–політичному контексті. Отримані результати мають міжгалузеве значення, їх можуть безпосередньо використовувати медіа (зокрема редакції), комунікаційні підрозділи інституцій та освітні установи. Практичні напрацювання роботи дозволяють перевести ігрові технології з рівня експериментального інструменту в площину стандартизованих, вимірюваних і керованих рішень, що підсилюють залученість аудиторії, поглиблюють розуміння складних суспільно–політичних взаємозв'язків та підвищують конкурентоспроможність медіапродукту в умовах економіки уваги й інформаційного шуму.

**Апробація результатів дослідження.** Дисертацію обговорено: на засіданні кафедри журналістики та нових медіа Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (18.05.2026); окремі положення на засіданні Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих учених Факультету журналістики (05.12.2024).

Основні положення та результати дослідження пройшли апробацію в доповідях, виголошених на 12–ти наукових та науково–практичних конференціях:

1. European Journalism Training Association (EJTA) Annual Conference «MEDIA AND TRUST: Teaching Journalism Students how to Work With Trustworthy Sources and Deal With Untrustworthy Media Environments» (13–14 жовтня 2022 р., Тбілісі, Грузія; доповідь «How to stay independent in untrustworthy media environments» / «Як залишатися незалежним у ненадійному медіасередовищі»).

2. Міжнародний круглий стіл на тему «Міжнародні медіакommunікації у цифрову епоху» (10 листопада 2022 р., Київ, онлайн; доповідь «Роль гейміфікації в медіа у взаємодії зі споживачами медіаконтенту»).

3. JERAA Conference (Journalism And Education Research Association of Australia) «Journalism In Post–Normal Times» (7 грудня 2022 р., Перт, Австралія, онлайн; доповідь «At the frontline: The role of journalism in the war for Ukraine's existence» / «На передовій: роль журналістики у війні за незалежність України»).

4. Міжнародна науково–практична інтернет–конференція «Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни» (до річниці героїчного спротиву російському вторгненню) (27–28 лютого 2023 р.,

Київ; доповідь «Використання ігрових технологій в медіаматеріалах про війну та кризи»).

5. Міжнародна науково–практична онлайн–конференція студентів, аспірантів, молодих учених та практиків «Креативні індустрії: сучасні тренди» (24–25 травня 2023 р., Київ; доповідь «Гейміфікація в роботі музеїв у кризових ситуаціях»).

6. ECREA Digital Games Research Section Symposium «Digital Games at the Forefront of Change – On the Meaningfulness of Games and Game Studies» (9–10 листопада 2023 р., Мадрид, Іспанія; доповідь «Ігрові технології в медіа: стратегії комунікативного впливу: український контекст» / «Game technologies in media: strategies of the communication impact: Ukrainian context»).

7. Друга науково–практична студентська конференція «Світова журналістика в епоху глобальних змін» (21 травня 2024 р., онлайн, Київ; доповідь «Створення медіаосвітніх ігор як інструмент популяризації Цілей сталого розвитку»).

8. Європейська літня школа ECREA «European Media and Communication Doctoral Summer School 2024» (5–11 серпня 2024 р., Роскілле, Данія; доповідь «Game technologies in media: strategies of communication impact»).

9. Міжнародна конференція «Communications, Media and Education in the Paradigm of New Technologies and Artificial Intelligence» (24 жовтня 2024 р., Софія, Болгарія, онлайн; доповідь «Media Education for Adults at the MediaHub of Grinchenko University»).

10. III INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY CONFERENCE Resilience in Education Amid War and Global Challenges: Ukrainian Perspective (Winnipeg, April 24th – 25th, 2025, онлайн; доповідь «Gamification in Media on the Edge of Engagement and Manipulation: Educating Future Journalists to Design Gamified Formats Addressing Socio–Political Issues»).

11. II Всеукраїнська науково–практична конференція «Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково–освітньому дискурсах» (22 травня 2025р., онлайн; доповідь «Гейміфікація у видавничій справі: трансформація читацького досвіду в умовах цифрової культури»).

12. III Міжнародна науково–практична онлайн–конференція «Креативні індустрії: сучасні тренди» (14 травня 2025 р., онлайн; доповідь «Experience design first: гейміфікація журналістських матеріалів як нова бізнес модель медіа»).

**Публікації.** Зміст і результати висвітлено у 16 публікаціях, а саме: 5 статей опубліковані у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України; 1 (з них у співавторстві) в науковому виданні, проіндексованому у базі даних Web of Science Core Collection; 10 публікацій, у яких додатково висвітлено наукові результати дисертації.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**  
*Наукові статті, опубліковані у наукових виданнях, внесених на дату  
опублікування до переліку наукових фахових видань України:*

1. **Гондюл О.** Ігрові технології у світових медіа як інструмент дизайну вражень. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 1(17). С. 152–160. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1720>
2. **Гондюл О.** Типологія ігрових технологій у сучасній журналістиці: від гейміфікації до новинних ігор. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2024. Вип. 3(13). С. 5–16. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.3.1>
3. **Гондюл О.** Ефективність стратегій комунікативного впливу через використання гейміфікації у медіа. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35(74), №5. С. 207–217. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/32>
4. **Hondiul O.** Play the News and Level up: transforming journalism through experience design. *Актуальні питання масової комунікації / Current Issues of Mass Communication*. 2024. Vol. 36. P. 21–42. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2024.36.21-42>
5. **Гондюл О. Д.** Гейміфікація у книговиданні як інструмент залучення читацької аудиторії. *Обрії друкарства*. 2025. Вип. 1(17). С. 172–193, [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).333986](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).333986).

*Наукова стаття у періодичному науковому виданні, проіндексована у  
базах даних Web of Science Core Collection:*

1. Ivashchenko V., **Hondiul O.** «Game Media» and «Game Journalism»: Correlation of Concepts in English–Ukrainian Terminological Equivalents. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik*. 2024. Vol. 50 (2). С. 347–368. <https://doi.org/10.31724/rihjj.50.2.6>

*Наукові публікації, у яких додатково висвітлено результати дисертації:*

1. **Гондюл О. Д.** Наукові дослідження застосування ігрових технологій в медіа. *Нотатки сучасної науки: електронний мультидисциплінарний науковий часопис*. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. № 3. С. 5.
2. **Гондюл О. Д.** Застосування ігрових технологій в медіа для привернення уваги до глобальних проблем людства. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку*: матеріалами Всеукраїнської науково–практичної конференції для молодих учених і здобувачів освіти (м. Тернопіль, 11 квітня 2023 року) / упоряд.: Н. Поплавська, О. Мединська, О. Пелешок. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2023. С. 36–38.
3. **Гондюл О.** Використання ігрових технологій в медіаматеріалах про війну та кризи. *Україна у просторі соціальних комунікацій: суспільство, медіа, рефлексії війни (до річниці героїчного спротиву російському*

вторгненню): матеріали міжнародної науково–практичної інтернет–конференції (Київ, 27–28 лютого 2023). Київ: Держ. торг.–екон. ун–т, 2023. С. 439–446. URL:

<https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/5dfa316f6d113a202044b0c8557413f1.pdf>

4. Гондюл О. Д. Використання ігрових технологій в медіа для досягнення глобальних Цілей сталого розвитку (на прикладі авторської гри Unicorn Media Camp). *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 1. С. 42–49. DOI 10.28925/2524–2644.2023.156.

5. Гондюл О. Д. Гейміфікація в роботі музеїв у кризових ситуаціях. *Креативні індустрії: сучасні тренди*: матеріали II Міжнародної науково–практичної онлайн–конференції студентів, аспірантів, молодих учених та практиків (м. Київ, 24–25 травня 2023 р.) / відп. ред. В. Л. Іващенко; упоряд. Д. В. Харамурза. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. С. 43–47.

6. Гондюл О. Д. Створення медіаосвітніх ігор як інструмент популяризації Цілей сталого розвитку. *Світова журналістика в епоху глобальних змін*: збірник тез Другої наук.–практ. студ. конф. (м. Київ, 21 травня 2024 р.). Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. С. 6–10. URL: [https://fj.kubg.edu.ua/images/phocagallery/Podii2024/макет2\\_final.pdf](https://fj.kubg.edu.ua/images/phocagallery/Podii2024/макет2_final.pdf)

7. Гондюл О. Політичні наративи про війну проти України в німецьких медіа: еволюція та рекомендації щодо використання гейміфікованих інструментів. *Медіаторчість*: монографія. Т. 2 / Д. С. Файвішенко, Є. В. Шкуров, О. В. Добродум та ін.; за ред. А. А. Мазаракі. Серія: Медіалогія. Київ: Держ. торг.–екон. ун–т, 2025. С. 321–337.

8. Гондюл О. Гейміфікація у видавничій справі: трансформація читацького досвіду в умовах цифрової культури. *Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково–освітньому дискурсах*: матеріали II Всеукраїнської науково–практичної конференції (м. Київ, 22 травня 2025 р.) / упоряд. Н. М. Вернигора. Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. С. 176–179.

9. Гондюл О. Гра за правилами ігор: про гейміфікацію медіа. *European Journalism Observatory*. 2024. URL: <https://ua.ejo-online.eu/8720/mediaekonomika/hra-za-pravylamy-ihor>

10. Гондюл О. Не просто інформувати, а трансформувати: як медіа можуть допомогти сталому розвитку в Україні. *Детектор Медіа*. 2025. URL: <https://cs.detector.media/blogs/texts/186503/2025-06-11-ne-prosto-informuvaty-a-transformuvaty-yak-media-mozhut-dopomogty-stalomu-rozvytku-v-ukraini/>

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація є самостійною науковою працею, в якій викладено результати авторського дослідження, що дозволили виконати основні наукові завдання. Усі теоретичні положення, методичні підходи, узагальнення та висновки сформульовані здобувачем особисто. Використані у роботі наукові ідеї, концепції та положення інших авторів мають відповідні посилання та застосовані для обґрунтування власних наукових результатів.

У межах дисертації обґрунтовано роль ігрових технологій у медіа як інструменту комунікативного впливу та розроблено модель ефективного впровадження ігрових технологій у журналістську практику. Запропоновано структуровані етапи інтеграції ігрових технологій у журналістські матеріали (з урахуванням стратегій комунікативного впливу), розроблено тест-самодіагностику готовності до їх використання, а також визначено параметри оцінювання ефективності стратегій комунікативного впливу в гейміфікованому контенті. Результатом дослідження є також створення авторської настільної навчальної гри «Experi.Media», спрямованої на формування професійних компетентностей майбутніх журналістів у застосуванні ігрових технологій.

У статті «“Game Media” and “Game Journalism”: Correlation of Concepts in English–Ukrainian Terminological Equivalents», опублікованій у співавторстві, внесок В. Л. Іващенко – це систематизація теоретичних положень та емпіричного матеріалу; визначення мети, завдань і методів дослідження; аналіз лексикографічної фіксації та контекстів уживання термінологічних варіантів в англійській та українській мовах (англ. *game(s) / gaming media* // укр. *ігрові медіа*; англ. *gaming journalism / game(s) journalism* // укр. *ігрова журналістика*); виявлення диференційних та спільних поняттєвих ознак й на цій основі формулювання базових визначень досліджуваних понять), що становить 50% авторського тексту; внесок О. Д. Гондюл полягає в збиранні емпіричного матеріалу (пошук лексикографічних та контекстних значень термінів англ. *game(s) / gaming media* // укр. *ігрові медіа*; англ. *gaming journalism / game(s) journalism* // укр. *ігрова журналістика*), зіставленні значень англійських та українськомовних термінологічних відповідників понять «game media» і «game journalism» та суміжних із ними, а також в уточненні формулювань аналізованих понять, що загалом становить 50% авторського тексту статті.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація містить анотації українською та англійською мовами, список публікацій дисертанта, вступ, чотири розділи, висновки до кожного розділу, загальні висновки, список використаної літератури (284 позиції, із них 185 – іноземною мовою), список умовних скорочень використаних джерел (416 позицій), 13 додатків. Загальний обсяг роботи – 496 сторінок, із яких основного тексту – 205 сторінок.

**Оцінка мови та стилю дисертації.** Дисертація виконана фаховою українською мовою, текстове подання матеріалу відповідає стилю науково-дослідної літератури.

**Дотримання здобувачем академічної доброчесності в дисертації та наукових публікаціях, в яких висвітлено наукові результати дисертації.** На підставі вивчення тексту дисертації й наукових публікацій, результатів автоматизованої перевірки на плагіат та їх експертної оцінки, встановлено, що

дисертація і наукові публікації виконані самостійно, не містять академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації, самоплагіату. Усі використані здобувачкою в тексті дисертації свої наукові праці без покликання на ці праці були попередньо опубліковані з метою висвітлення в них основних наукових результатів дисертації та вказані в анотації дисертації.

**Відповідність змісту дисертації галузі знань та спеціальності.** Зміст дисертації відповідає галузі знань 06 Журналістика, спеціальності 061 Журналістика.

### **Рішення.**

1. Дисертація Гондюл Олександри Дмитрівни «Ігрові технології в медіа: стратегії комунікативного впливу», подана на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика за спеціальністю 061 Журналістика, є завершеною, самостійною роботою, що містить науково обгрунтовані результати, актуальність, наукову новизну, теоретичне та практичне значення і відповідає п. 6–9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 № 44 (зі змінами), наказу Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 № 40 «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», затвердженого Міністерством юстиції України 03.2.2017 за № 155/30023.

2. Дисертація Гондюл Олександри Дмитрівни та наукові публікації, у яких висвітлено наукові результати дисертації, виконані на належному науковому рівні з дотриманням академічної доброчесності.

3. Гондюл Олександра Дмитрівна на високому рівні оволоділа методологією наукової та педагогічної діяльності, набула теоретичних знань, відповідних умінь, навичок та компетентностей. Здобувачка володіє матеріалом.

4. Рекомендувати дисертаційну роботу Гондюл Олександри Дмитрівни «Ігрові технології в медіа: стратегії комунікативного впливу» до публічного захисту у разовій спеціалізованій вченій раді для присудження Гондюл О.Д. ступеня доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика за спеціальністю 061 Журналістика.

**Головуюча –**  
завідувач кафедри журналістики  
та нових медіа Факультету журналістики  
Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка, кандидат  
філологічних наук, доцент



Ірина ПОГРЕБНЯК