

Рішення разової спеціалізованої вченої ради ДФ 26.133.137

про присудження ступеня доктора філософії

Здобувачка ступеня доктора філософії Гондюл Олександра Дмитрівна, 1996 року народження, громадянка України, освіта вища: закінчила у 2018 році Київський університет імені Бориса Грінченка «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». З 2026 р. працює у Programme Officer в UNICEF, а також з 2017 р. є тренеркою із суспільних комунікацій, гейміфікації, розробницею настільних та симуляційних ігор, виконала акредитовану освітньо-наукову програму «Журналістика».

Разова спеціалізована вчена рада ДФ 26.133.137 Київського столичного університету імені Бориса Грінченка виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), місто Київ, від 29.05.2026 р. №420 (на підставі рішення Вченої ради Університету Грінченка від 29.05.2026 р., протокол №6), у складі:

Голова разової спеціалізованої вченої ради:

ЗРАЖЕВСЬКА Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Рецензенти:

ДАНИЛІНА Олена Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

МАЛЮК Євген Олександрович, кандидат культурології, доцент кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Офіційні опоненти:

КОМОВА Марія Василівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка»;

АЛЕКСАНДРОВ Павло Миколайович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри нових медій Факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

На засіданні 23 липня 2026 року прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика Гондюл Олександрі Дмитрівні на підставі прилюдного захисту дисертації «Ігрові технології в медіа: стратегії комунікативного впливу» за спеціальністю 061 Журналістика.

Дисертацію виконано у Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), місто Київ.

Науковий керівник: Іващенко Вікторія Людвігівна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри медіапродюсування та видавничої справи, заступник декана Факультету журналістики з наукової роботи та міжнародної діяльності Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису.

Дисертація Гондюл Олександрі Дмитрівні «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 обґрунтовані 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. Дисертація Гондюл Олександри Дмитрівни та наукові публікації, у яких висвітлено наукові результати дисертації, виконані на належному науковому рівні з дотриманням академічної доброчесності. Гондюл Олександра Дмитрівна на високому рівні оволоділа методологією наукової та педагогічної діяльності, набула теоретичних знань, відповідних умінь, навичок та компетентностей. Здобувачка володіє матеріалом.

Здобувачка має 16 наукових публікацій за темою дисертації, з них 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.

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*

5. **Гондюл О. Д.** Гейміфікація у книговидаванні 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).

6. 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>

У дискусії взяли участь голова і члени разової спеціалізованої вченої ради та висловили зауваження:

ДАНИЛІНА Олена Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, зауваження:

1. Оскільки в роботі на с. 122–125 комунікативний вплив розглянуто як один із ключових результатів взаємодії аудиторії з ігровими технологіями, доцільним було б глибше розкрити психологічні аспекти такого впливу. Йдеться, зокрема, про увагу, емпатію, ідентифікацію, залучення, емоційне зараження, когнітивне навантаження, ефект присутності, мотивацію до дії та потенційну зміну ставлення аудиторії. Оскільки психологічний вплив входить до системи параметрів оцінювання ефективності (на ст. 146), його можна було б розгорнути як окрему дослідницьку площину. Особливо важливим це видається для аналізу ігрових медіаматеріалів на суспільно-політичні, воєнні, кризові або травматичні теми, де емоційне залучення аудиторії потребує особливої етичної обережності.

2. У дисертації на ст. 48–50 окреслено зв'язок ігрових технологій з імерсивними медіа, VR, AR та імерсивною журналістикою, однак цей аспект

представлений радше як важливий напрям розвитку, ніж як окрема розгорнута емпірична лінія. З огляду на активний розвиток імерсивних форматів у світових медіа, можливим, доцільним було б ширше проаналізувати саме імерсивні ігрові технології та їхній вплив на досвід аудиторії. Перспективним у цьому сенсі є розширення переліку кейсів імерсивних ігрових медіапроектів, зокрема VR/AR-форматів, 360°-відео, інтерактивних симуляцій, просторових історій і форматів журналістики занурення. Це дозволило б точніше визначити, як ефект присутності, тілесного або просторового занурення посилює чи змінює стратегії комунікативного впливу.

3. Емоційне залучення, інтерес, емпатія, розуміння, запам'ятовування й мотивація до дії можуть мати різну природу, тому перспективним для дослідження, на нашу думку, є уточнення індикаторів дизайну вражень та їхнього зв'язку зі стратегіями комунікативного впливу, а також відповідь на запитання: «Як саме вимірювати “враження” як результат взаємодії з ігровим медіаконтентом?». Можливо, доцільно було б в огляді на ефективність різних типів дизайну вражень – емоційно-сенсорного, когнітивного, рефлексивного, імерсивного, соціального та поведінкового – детальніше пояснити, які саме враження формують довіру, які емпатію, які критичне мислення, а які можуть створювати ризик маніпуляції.

4. Можливо, доцільним було б також глибше розкрити питання персоналізації ігрового досвіду, вивчення того, як персоналізація впливає на стратегії комунікативного впливу в ігрових медіапродуктах, адже в сучасних цифрових медіа взаємодія користувача дедалі частіше залежить від його попередньої поведінки, виборів, цифрового сліду та алгоритмічного налаштування контенту.

МАЛЮК Євген Олександрович, кандидат культурології, доцент кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, зауваження:

1. При формуванні наукової новизни зазначено велику кількість факторів, які демонструють інноваційність роботи. Проте хотілося б бачити більший діалектичний елемент при його формуванні. Іншими словами, важливо звертати увагу не тільки на те, що зроблено вперше, але й на те, що змінює наші уявлення, спростовує вже відомі твердження інших дослідників або уточнює сформовані ними положення. Деякі з цих моментів спостерігаються в тексті, але не сформовані експліцитно.

2. У дисертації емпірично підтверджено ефективність форматів симуляції, компромісу та рольового вибору на ст. 151. Водночас перспективним, на нашу думку, є зіставлення цих форматів із традиційними журналістськими форматами на ту саму тему, що дозволило б точніше визначити, у чому саме полягає цінність та специфіка ігрових технологій.

3. Також перспективним напрямом дослідження, на нашу думку, є проведення аналогічного наведеного в розділі 3.3 експерименту з групами людей із більш різноманітними соціально-демографічними характеристиками, оскільки вибірка тільки зі студентів не обов'язково відображає тенденції, які можна спостерігати на інших групах.

4. Запропонована система параметрів є різноманітною та дозволяє комплексно проаналізувати можливості впливу ігрових технологій на комунікацію, однак запропоновані формулювання здаються недосконалими з точки зору логіки. Наприклад, параметрами є когнітивні навички, інтерактивність, мотивація до активної участі, етичність, дизайн – різні аналітичні рівні, що ускладнює розуміння критеріїв їх вибору в межах однієї системи.

КОМОВА Марія Василівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка», зауваження:

1. Окремої уваги в подальших дослідженнях потребує питання співвідношення стратегій і тактик комунікативного впливу. У дисертації ґрунтовно систематизовано стратегії комунікативного впливу, релевантні для аналізу ігрових технологій у медіа, однак тактичний рівень їх реалізації представлений менш розгорнуто. Перспективним видається подальше деталізоване вивчення конкретних комунікативних тактик, за допомогою яких ці стратегії втілюються в гейміфікованих медіаматеріалах. Це дозволило б точніше описати механізм переходу від загальної стратегії комунікативного впливу до конкретних мовних, візуальних, наративних, інтерактивних та ігрових засобів її реалізації.

2. На особливу увагу заслуговує розподіл стратегій комунікативного впливу за ознакою позитивного й негативного впливу. Проте в журналістській практиці почасти та сама стратегія може мати не лише різні етичні наслідки залежно від теми, контексту, наміру редакції та способу взаємодії з аудиторією, а й поєднувати ознаки і позитиву, і негативу, що вимагає глибшого контекстуального аналізу та умов етичного або маніпулятивного застосування таких амбівалентних стратегій.

3. Окремої уваги потребує питання вимірювання комунікативного впливу. Запропонована система параметрів є цінною для аналізу гейміфікованих медіаматеріалів, однак у майбутньому її можна було б доповнити більш розгорнутими індикаторами довготривалого ефекту: зміни ставлення, рівня запам'ятовування, повторної взаємодії з темою, готовності до дії або зміни поведінкових настанов.

4. Однією з актуальних проблем є розкриття мовних репрезентантів відповідних комунікативних стратегій у гейміфікованих медіаматеріалах. У роботі цей аспект частково простежується через аналіз комунікативного впливу, наративу, взаємодії з аудиторією та змістового наповнення кейсів, однак дослідження лексичних, стилістичних, риторичних і прагматичних засобів реалізації стратегій могло б посилити соціокомунікаційний вимір роботи. Відтак виникає запитання: «Якими саме мовними засобами в ігрових медіаматеріалах реалізуються, наприклад, стратегії переконання, сугестії, маніпуляції, дискредитації, ідентифікації з аудиторією чи створення образу ворога?». Вважаємо, що аналіз мовних маркерів кожної зі стратегій комунікативного впливу в українських і міжнародних кейсах став би доцільним у подальших дослідженнях.

АЛЕКСАНДРОВ Павло Миколайович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри нових медій Факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка, зауваження:

1. Насамперед потребує уточнення дещо обмежена вибірка експериментальної групи для оцінювання ефективності стратегій за розробленою системою параметрів. На ст. 147 зазначено, що онлайн-опитування було проведене за участю 61 респондента (студентів Київського столичного університету імені Бориса Грінченка), що є прийнятним показником для пілотного дослідження, але доволі скромним для наукових висновків щодо ефективності стратегій комунікативного впливу. Якщо опитування було лише первинним, як зазначає авторка, то завдяки чому можна вважати його науково цінним? З якими іншими показниками дослідження воно корелюється, що дозволяє вважати його підтвердженням загальних висновків роботи?

2. Окремої уваги, на нашу думку, потребує питання про співвідношення інтерактивності та власне ігрової природи медіаматеріалу, про що частково зазначено на ст. 70–71. Не кожен інтерактивний формат автоматично набуває ознак ігрової технології. Відтак важливо з'ясувати, за якими критеріями інтерактивний журналістський продукт може бути кваліфікований саме як ігрофікований або ігровий?

3. Авторка часом розглядає різні комунікаційні практики (журналістика, медіаменеджмент, UX-дизайн, маркетинг, освітні комунікації) в межах єдиної аналітичної рамки гейміфікації. Через це виникає питання: де закінчується власне журналістика і починаються інші комунікаційні практики? Чи існують чіткі критерії, за якими можна виокремити винятково журналістський гейміфікований контент від інших?

4. Робота містить дуже багато авторських класифікацій («типологія ігрових технологій», «типологія стратегій впливу», «система параметрів», «модель впровадження», «алгоритм із 17 етапів» тощо), що, з одного боку, демонструє ґрунтовну та різнобічну наукову активність, але з іншого боку провокує питання: наскільки всі ці авторські конструкції є емпірично верифікованими, а не лише концептуально сконструйованими? Адже інколи велика кількість авторських класифікацій створює ризик певної «надбудови моделей над матеріалом».

5. У дисертації слушно акцентовано на освітньому потенціалі ігрових технологій у підготовці майбутніх журналістів. У цьому контексті постає питання щодо оцінювання довготривалого впливу таких освітніх практик на професійні компетентності студентів, зокрема на їхню здатність проєктувати інтерактивні, етичні і соціально відповідальні медіапродукти. Чи проводились якісь опитування чи інші форми оцінювання результативності таких практик, зокрема в рамках навчального курсу «Гейміфікація в медіа»?

6. На ст. 171–182 запропоновано авторську модель, тест-самоаналіз та етапи впровадження ігрових технологій у журналістську практику. Чи не

спала на думку авторці ідея розширення техніко-практичного складника дослідження через опис типових виробничих сценаріїв створення гейміфікованих медіапродуктів: від журналістського задуму й написання сценарію до роботи з дизайнером, розробником, редактором, фактчекером і фахівцем з аудиторного аналізу?

ЗРАЖЕВСЬКА Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, побажання:

1. Ця дисертація, на мою думку, може бути корисна не тільки журналістам, редакціям, студентам, а взагалі бути корисною для всіх, хто цікавиться новими технологіями, штучним інтелектом, створенням нових ігрових платформ. Тобто ця робота показує, що дуже багато може бути як продовження в різних напрямках, і в журналістиці, і в ігрових технологіях, і так далі. Ми побачили таку дослідницю, яка, по-перше, захищалася дуже активно, дуже переконливо, вона має свою думку, свою наукову позицію і це заслуговує на велику позитивну оцінку і показує, що дисертанка має таку високу наукову зрілість. Мені особисто дуже приємно, що приходять в науку такі молоді дослідники, які не бояться нових галузей, нових тем, нових напрямків, які ми сьогодні побачили. Вони роблять нашу науку сучасною, новітньою, конкурентною. Робота, яка показує, наскільки ви багато працювали, скільки років такої напруженої праці, дало такий прекрасний результат. Дуже бажаю вам, щоб у вас ваше дослідження продовжилося, щоб не згасав вас ваш інтерес до цієї теми.

Результати відкритого голосування:

«За» – 5 членів ради,

«Проти» – немає.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада ДФ 26.133.137 присуджує ГОНДЮЛ Олександрі Дмитрівні ступінь доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика за спеціальністю 061 Журналістика.

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Голова разової спеціалізованої
вченої ради ДФ 26.133.137



Ніна Зражевська