

ності медіа, тип публікації, тональність, персони, географія, топ-слова, тематика тощо.

Програма відображає тексти публікацій у вигляді стислих повідомлень, де вказані найважливіші цитати з матеріалу та коротка суть повідомлення з посиланням на повний текст публікації. Аналітичні звіти формуються індивідуально, у різних форматах (PowerPoint (PPT), PDF, Word, Excel) з 30 графіками для детальної медіааналітики. Медіадослідження можуть бути одноразовими, а також періодичними – щотижневими, щомісячними, щоквартальними, щорічними. Через один акаунт можуть працювати кілька користувачів зі встановленими зонами відповідальності.

Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю успішно використовує цей сервіс, оскільки він допомагає реалізувати ефективний щоденний моніторинг інформаційного простору області та іншої оперативної звітності, зокрема інформування Адміністрації Президента України й Кабінету Міністрів України про події соціально-економічного та суспільно-політичного життя області.

Список використаних джерел

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 р. «Про Стратегію інформаційної безпеки»: Указ Президента України від 28.12.2021 № 685/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#n14>
2. Методичний посібник «Методологія вимірювання та оцінки стратегічних комунікацій» для державних службовців. *spravdi.gov.ua*. 02.12.2023. URL: <https://spravdi.gov.ua/metodychnyj-posibnyk-metodologiya-vymiryuvannya-ta-oczinky-strategichnyh-komunikaczij-dlya-derzhavnyh-sluzhbovcziv/>
3. Semantrum. URL: <https://support.semantrum.com/portal/uk/kb/semantrum>



УДК 003:316.77

Жакун Богдан Олександрович

(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Маслова Ю. П.)
Національний університет «Острозька Академія», м. Острог

КОМУНІКАТИВНА ФУНКЦІЯ ХЕШТЕГІВ У ПРОЦЕСАХ ЦИФРОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Анотація. Дослідження спрямоване на вивчення комунікативної функції хештегів у соціальній мережі Instagram. Розкрито їх роль у розширенні охоплення дописів, формуванні цифрових спільнот та розвитку цифрової грамотності. Проаналізовано стратегії використання хештегів з урахуванням сучасних тенденцій цифрової комунікації.

Ключові слова: Instagram, хештеги, соціальні мережі, цифрова комунікація, охоплення.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі соціальних мереж як вагомого інструменту цифрової комунікації, оскільки в сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали невід’ємною частиною щоденного життя

мільйонів людей. Вони не лише забезпечують комунікацію, а й виступають потужним інструментом впливу, формування громадської думки, просування товарів, послуг і брендів [5]. У сучасному медіапросторі Instagram утверджується як одна з провідних платформ візуальної комунікації, що активно функціонує в межах цифрового дискурсу для репрезентації особистого, комерційного й медійного контенту. Відповідно стратегічне використання її інструментарію, зокрема механізму хештегування, істотно впливає на охоплення цільової аудиторії, рівень користувацької залученості та загальну ефективність комунікативного впливу.

Варто зауважити, що в контексті функціонування цифрових документів у соціальних медіа хештеги, теги та емодзі виступають маркерами, що виконують структурно-семіотичну та комунікативну функцію, забезпечуючи категоризацію, емоційне забарвлення та навігацію в межах платформи. У такому розумінні публікація в Instagram постає як форма цифрового документа та засіб соціальної комунікації.

Як зазначає Віра Володимирівна Орлова, дослідниця Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, хештег варто розглядати як тип метаданих, що функціонує у середовищі соціальних мереж і забезпечує можливість динамічного, створеного користувачами тегування. Такий механізм маркування контенту сприяє полегшеному пошуку повідомлень за певною темою або змістовим маркером. Варто зазначити, що сам хештег складається з двох обов'язкових елементів: знака решітки (#) та вербального повідомлення (певного ключового слова або фрази) [3].

Постійне зростання популярності хештегів зумовило активне їх використання провідними компаніями та комерційними брендами як інструменту для підвищення впізнаваності бренду, розширення видимості контенту й залучення нової цільової аудиторії. Як наслідок – користувачі соціальних мереж почали здійснювати публікацію повідомлень зі слоганоподібними хештегами, які насамперед асоціюються із відомими брендами, наприклад: #fashionNike (Nike), #ShareACoke (Coca Cola), #14побачень_aromakava (Aroma Kava), що і дає змогу рекламувати власний бренд. Отже, використання хештегів сприяє формуванню віртуальної комунікативної спільноти, у межах якої кожен користувач, незалежно від географічного розташування чи соціального статусу, може долучитися до обговорення певної теми або події. Завдяки ретельно підібраним хештегам публікація набуває ширшого інформаційного охоплення: зростає кількість переглядів, реакцій та коментарів. Це активує алгоритми платформи Instagram, що сприяє підвищенню видимості контенту серед представників цільової аудиторії та зростанню його комунікативної ефективності.

Водночас ефективність використання хештегів як інструменту підвищення охоплення публікацій залишається предметом наукових дискусій і практичних досліджень. Зокрема, результати аналітичного звіту компанії Socialinsider за 2022 рік засвідчили відсутність прямої кореляції між кількістю використаних хештегів та рівнем залученості аудиторії. Найвищий середній показник залученості (3,41 %) був зафіксований у публікаціях, що містили від трьох до чотирьох хештегів, тоді як збільшення їх кількості не приводило до суттєвого зростання

показників взаємодії. Це свідчить про необхідність стратегічного, а не механічного використання хештегів у цифровому контенті [4].

До того ж керівник Instagram Адам Моссері зазначив, що хештеги більше сприяють категоризації контенту, ніж безпосередньо впливають на його поширення. Він зауважив, що хоча хештеги допомагають системі зрозуміти зміст публікації, вони не обов'язково збільшують її охоплення [1]. Такий підхід актуалізує необхідність переосмислення ролі хештегів у комунікаційній стратегії користувача: замість механічного додавання популярних тегів, варто зосередитись на їх осмисленому та цільовому використанні.

У контексті сучасного цифрового медіапростору ефективне використання хештегів у мережі Instagram потребує стратегічного підходу та всебічного розуміння специфіки цифрових комунікацій. Користувачі, які володіють навичками цифрової грамотності, здатні здійснювати аналіз цільової аудиторії, добирати релевантні хештеги та адаптувати контент відповідно до актуальних тенденцій, динаміки інформаційного простору й комунікативних запитів спільноти. Такий процес охоплює не лише технічні операції, а й передбачає застосування стратегічного мислення, що забезпечує досягнення окреслених комунікаційних цілей – зокрема, підвищення впізнаваності бренду, розширення аудиторії або посилення взаємодії з підписниками. Відтак хештеги функціують не лише як засіб категоризації контенту, а й як дієвий інструмент реалізації стратегій цифрової комунікації.

На наш погляд, ефективне використання хештегів у середовищі Instagram варто розглядати не лише як прояв технічної обізнаності, а передусім як свідчення стратегічного мислення користувача, який володіє навичками цифрової грамотності, орієнтується в механізмах функціонування платформи та здатен налагоджувати результативну взаємодію з аудиторією. З огляду на стрімку динаміку розвитку цифрових технологій і зростаючий вплив соціальних медіа у формуванні публічного дискурсу функційна роль хештегів набуває дедалі більшого значення. Відтак дослідження комунікативної ефективності хештегів інтерпретуємо як актуальний і перспективний напрям сучасної наукової парадигми, що інтегрує положення семіотики, цифрового етикету, стратегічної комунікації, а також концептуальні засади інформаційно-документної діяльності в контексті документознавчих студій та соціальних комунікацій.

Список використаних джерел

1. Instagram executive suggests hashtags don't affect reach. *Hootsuite Blog*. 2022. URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-updates/instagram/hashtags-dont-affect-reach/> (дата звернення: 01.04.2025).
2. Maslova Y., Maslova D., Ulianova V. Linguistic and Communicative Aspect of Social Networks: Mechanisms of Mutual Influence. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 65, т. 2. С. 181–188.
3. Orlova V. Hashtagging as a communication strategy 2019. P. 32. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/04/Hashtagging-as-a-communication-strategy-V.-Orlova.pdf> (дата звернення: 18.03.2025).

4. New Report Highlights That Instagram Hashtags Don't Significantly Increase Post Engagement. *Socialinsider*. 2022. URL: <https://www.socialmediatoday.com/news/new-report-highlights-that-instagram-hashtags-dont-significantly-increase/622260/> (дата звернення: 18.03.2025).

5. The role of social media utilization and innovativeness on SMEs performance / A. D. Subagja et al. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*. 2022. C. 85–102.



УДК 004.75

Кириленко Олександра Андріївна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ USB, SSD ТА ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Анотація. У статті розглядаються особливості використання сучасних технологій зберігання даних, зокрема флеш-накопичувачів (USB), твердотільних накопичувачів (SSD) та хмарних сервісів. Проаналізовано їх ключові переваги, що включають високу швидкість передачі даних, компактність, надійність, енергоефективність та доступність із будь-якої точки світу.

Ключові слова: USB-накопичувачі, SSD, хмарні сервіси, швидкість передачі даних, надійність, компактність, енергоефективність.

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій флеш-накопичувачі (USB), твердотільні накопичувачі (SSD) та хмарні сервіси стають невід'ємною частиною зберігання і передавання даних. Ці технології забезпечують зручність, швидкість і безпеку в роботі з інформацією. Метою цієї роботи є аналіз основних особливостей і переваг USB-накопичувачів, SSD та хмарних сервісів у сучасних умовах використання.

Флеш-накопичувачі (USB) широко застосовуються для перенесення файлів між пристроями. Вони компактні, легкі, мають широкий діапазон обсягів пам'яті, що нині перевищує 1 ТБ, та підтримують різні версії USB (2.0, 3.0, 3.1, 3.2, 4.0), що впливає на швидкість передавання даних.

Основні переваги USB-флешок:

1. Універсальність – не потребують спеціальних дисководів чи адаптерів, автоматично розпізнаються операційними системами.

2. Компактність – стандартний розмір $70 \times 20 \times 10$ мм, вага до 30 г.

3. Надійність – відсутність механічних рухомих частин, що робить їх стійкими до вібрацій і ударів.

4. Швидкість передачі даних – залежить від стандарту USB (до 5 Гбіт/с для USB 3.0).

5. Захист даних – можливість встановлення паролів або використання механічного захисту від запису [1].

6. Низьке енергоспоживання – завдяки відсутності механічних систем [2].

Твердотільні накопичувачі (SSD) надійним рішенням для зберігання даних, яке забезпечує значно вищу швидкість роботи, ніж традиційні жорсткі диски