

Леся Прохоренко,
доктор психологічних наук, професор,
член-кореспондент НАПН України,
Інститут спеціальної педагогіки і психології
імені Миколи Ярмаченка НАПН України, м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0001-5037-0550
Researcher ID: O-8044-2016
e-mail: lesya-prohor@ukr.net

В'ячеслав Засенко,
доктор педагогічних наук, професор,
дійсний член (академік) НАПН України, почесний директор, радник,
Інститут спеціальної педагогіки і психології
імені Миколи Ярмаченка НАПН України, м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0003-0325-4578,
Researcher ID: Y-9259-2019
e-mail: v.v.zasenko@gmail.com

Інна Бобренко,
науковий співробітник відділу освіти дітей
з порушеннями інтелектуального розвитку,
Інститут спеціальної педагогіки і психології
імені Миколи Ярмаченка НАПН України, м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-9501-5461
Researcher ID: P-7589-2016
e-mail: ivb08@ukr.net

ЦИФРОВІЗАЦІЯ У СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІМІДЖОТВОРЕННЯ НАУКОВИХ УСТАНОВ

***Анотація.** У статті здійснено комплексний аналіз ролі вебсайту, соціальних мереж і платформ відкритого доступу в системі комунікації та формуванні іміджу сучасної наукової установи. Обґрунтовано, що в умовах цифровізації та зростання суспільного запиту на відкритість і доступність інформації, активна цифрова присутність наукових інституцій є важливим чинником їхньої публічності, репутаційної стійкості та соціальної відповідальності.*

Розкрито функціональне призначення офіційного вебсайту як базового інформаційного ресурсу, що забезпечує системне представлення наукових досліджень, освітніх і науково-методичних матеріалів, результатів експериментальної діяльності та нормативно-правових напрацювань у сфері спеціальної та інклюзивної освіти. Особливу увагу приділено ролі

соціальних мереж, зокрема Facebook і Twitter (X), як ефективних інструментів оперативного поширення інформації щодо освіти осіб з особливими освітніми потребами, розвитку інклюзивних практик, психолого-педагогічної підтримки дітей та їхніх родин, а також популяризації сучасних наукових підходів у галузі спеціальної педагогіки та психології.

Підкреслено значення соціальних мереж як простору для формування професійних спільнот, налагодження діалогу між науковцями, педагогами-практиками, фахівцями інклюзивно-ресурсних центрів, представниками органів управління освітою та громадськістю. Проаналізовано значення платформ відкритого доступу (Google Scholar, ResearchGate, ORCID, institutional repositories тощо) у підвищенні доступності та видимості наукових публікацій, розширенні міжнародної співпраці та інтеграції наукової установи у світовий науковий простір. Зазначено, що системне використання цифрових комунікаційних каналів сприяє формуванню позитивного, відкритого та довіроорієнтованого іміджу наукової установи, підвищує впізнаваність її діяльності та забезпечує ефективний зворотний зв'язок із суспільством.

Зроблено висновок, що системне й стратегічно виважене використання вебресурсів, соціальних мереж і платформ відкритого доступу сприяє формуванню позитивного, відкритого та довіроорієнтованого іміджу наукової установи, (виділені фрагменти майже ідентичні, можливо трохи змінити) підвищенню обізнаності суспільства щодо проблем інклюзії та забезпеченню сталого розвитку у сфері освіти осіб з особливими освітніми потребами.

Ключові слова: інклюзія, психологія, імідж, цифровізація, наукові дослідження, стратегія.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах цифрової трансформації суспільства цифровізація комунікаційних процесів стає визначальним чинником розвитку та публічної діяльності наукових установ. Швидке поширення інформаційно-комунікаційних технологій, зростання ролі цифрових платформ і соціальних мереж зумовлюють необхідність переосмислення традиційних підходів до взаємодії науки з суспільством, формування іміджу наукових інституцій та популяризації результатів наукових досліджень. Особливої актуальності ці процеси набувають у період суспільних трансформацій та кризових викликів, коли доступ до достовірної, науково обґрунтованої інформації стає ключовою умовою соціальної стабільності та довіри.

Для наукових установ, діяльність яких спрямована на наукове забезпечення освіти осіб з особливими освітніми потребами та розвиток інклюзивних практик, цифровізація є не лише інструментом модернізації комунікації, а й важливим засобом реалізації соціальної місії. Через офіційний вебсайт, соціальні мережі та платформи відкритого доступу установи забезпечують поширення наукових знань, методичних рекомендацій і результатів досліджень серед педагогів, фахівців інклюзивно-ресурсних центрів, батьків і широкої громадськості.

Водночас, недостатня систематизація підходів до використання цифрових каналів комунікації, фрагментарність цифрової присутності та відсутність єдиної іміджевої стратегії можуть знижувати ефективність комунікації наукової установи з цільовими аудиторіями. У зв'язку з цим актуальним є наукове осмислення ролі цифровізації у системі комунікації та іміджотворення наукових установ, що зумовлює потребу в аналізі наявних цифрових практик і визначенні перспектив їх подальшого розвитку.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика цифровізації комунікаційних процесів і формування іміджу наукових і освітніх установ широко представлена у працях вітчизняних і зарубіжних дослідників, зокрема, теоретичні основи маркетингу освітніх послуг та формування іміджу ЗВО та наукових установ викладено у працях Ф. Котлера, К. Фокса, С. Квіта, О. Петренка, В. Ковальчук; питання цифрової трансформації комунікацій освітніх установ висвітлені у дослідженнях таких вчених як Л. Харріс, Д. Роу, М. Савченко, Н. Тарасюк, В. Бондаренко, Р. Кормич, Л. Іванова та ін. У наукових публікаціях розглядаються питання ролі інформаційно-комунікаційних технологій у забезпеченні відкритості науки, розвитку наукової комунікації, популяризації результатів досліджень і зміцненні довіри суспільства до наукових інституцій. Зокрема, у працях українських науковців акцентується увага на значенні цифрових платформ для підвищення ефективності управління інформаційними потоками в закладах освіти та

наукових установах, формуванні їхнього публічного образу та налагодженні зворотного зв'язку з різними цільовими аудиторіями (Гуржій, Радкевич & Пригодій, 2023).

Зарубіжні дослідження зосереджені на вивченні впливу цифрової присутності установ на їхню репутаційну стійкість, конкурентоспроможність і видимість у міжнародному науковому просторі (С. Берн, Т. Оноре, А. Мюррея, Т. Окса, Ф. Скуотто). У працях вчених, присвячених використанню соціальних мереж (Facebook, Twitter/X, YouTube та ін.), доведено їх ефективність як інструментів наукової комунікації, популяризації наукових знань і формування професійних спільнот. Окремий напрям становлять дослідження, що аналізують роль платформ відкритого доступу (Google Scholar, ResearchGate, ORCID, інституційні репозитарії) у підвищенні цитованості наукових публікацій, розширенні міжнародної співпраці та інтеграції наукових установ у глобальний науковий простір (Квіт, 2022).

Разом з тим, аналіз наукових джерел засвідчує, що більшість досліджень мають узагальнений характер і переважно зосереджуються на закладах вищої освіти або наукових організаціях загального профілю. Натомість специфіка цифрової комунікації та іміджотворення наукових установ, діяльність яких спрямована на розвиток спеціальної та інклюзивної освіти, залишається недостатньо висвітленою. Зокрема, потребує поглибленого аналізу роль цифрових ресурсів у поширенні інформації щодо освіти осіб з особливими освітніми потребами, підтримки інклюзивних практик і формування соціально відповідального іміджу спеціалізованих наукових інституцій.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та аналізі ролі цифровізації у системі комунікації та іміджотворення сучасних наукових установ, а також у визначенні основних напрямів та інструментів використання цифрових інформаційно-комунікаційних технологій (офіційних вебсайтів, соціальних мереж, платформ відкритого доступу) для підвищення публічності, репутаційної стійкості та ефективної взаємодії наукових інституцій із професійною спільнотою й суспільством.

Методи дослідження. Для вивчення функціонування цифрових комунікаційних каналів використано **метод контент-аналізу** матеріалів офіційних вебсайтів, сторінок у соціальних мережах (Facebook, Twitter/X та ін.), а також інформаційних ресурсів платформ відкритого доступу (Google Scholar, ResearchGate, ORCID, інституційні репозитарії). Це дозволило виявити основні напрями представлення наукової діяльності, особливості подання інформації та специфіку комунікації з різними цільовими аудиторіями. Застосування **порівняльного методу** дало змогу зіставити різні цифрові інструменти за їхнім комунікативним та іміджевим потенціалом, визначити їхні переваги й обмеження у контексті формування позитивного іміджу наукової установи. **Методи опису та інтерпретації результатів** забезпечили цілісне осмислення отриманих даних і формулювання обґрунтованих висновків щодо ефективності цифровізації у комунікаційній діяльності наукових установ.

Виклад основного матеріалу. Цифровізація істотно трансформувала інструментарій маркетингових комунікацій, що застосовується у процесі формування іміджу освітніх установ, зумовивши перехід від одностороннього інформування до інтерактивної, діалогічної взаємодії з цільовими аудиторіями. Водночас спостерігається посилення ролі користувачького контенту та вірусних форм поширення інформації, зростання впливу цифрових спільнот і лідерів думок на імідж і репутацію освітніх інституцій, а також підвищення рівня прозорості їхньої діяльності завдяки використанню цифрових комунікаційних каналів. За цих умов відбувається зміщення акцентів із формального подання інформації на створення емоційно насиченого контенту, орієнтованого на залучення та утримання уваги цільової аудиторії.

У дослідженнях С. Квіта, В. Михеєва, зазначено, що концепція експертного позиціонування наукових установ у цифровому середовищі, заснована на інструментах контент-маркетингу, набуває провідного значення у формуванні їхнього публічного іміджу та репутації. Ключовими напрямими її реалізації є ведення академічних блогів науковців і дослідницьких колективів,

підготовка науково-популярних матеріалів для цифрових медіа, організація освітніх подкастів і вебінарів, проведення відкритих лекцій і фахових дискусій на платформах відкритих знань, а також формування тематичних професійних спільнот навколо пріоритетних наукових і міждисциплінарних досліджень. Такі практики сприяють публічній демонстрації наукової експертизи установи, розширенню кола зацікавлених стейкхолдерів і утвердженню її статусу інтелектуального лідера у відповідній галузі знань (Квіт, 2022).

Попри активний розвиток цифрових комунікацій, ефективні стратегії іміджотворення наукових установ ґрунтуються на омніканальному підході, який передбачає концептуальну узгодженість змісту повідомлень і візуальної ідентичності в усіх комунікаційних каналах, взаємодоповнюваність онлайн- та офлайн-форм взаємодії, безперервність комунікації на різних етапах контакту з аудиторією, а також використання єдиної системи аналітики для оцінювання результативності комунікаційних заходів. Важливим складником такого підходу є інтеграція цифрових інструментів у традиційні формати наукової комунікації, зокрема застосування QR-кодів у друкованих матеріалах, елементів доповненої реальності під час конференцій, семінарів і публічних заходів.

Забезпечення цілісного та довіроорієнтованого іміджу наукової установи в цифровому просторі потребує впровадження комплексної стратегії інформаційної безпеки. Вона має включати систематичний аудит захищеності інформаційних систем, оперативне реагування на потенційні кіберзагрози, розроблення чітких алгоритмів дій у кризових комунікаційних ситуаціях, підвищення рівня цифрової культури та гігієни працівників, постійний моніторинг згадувань установи в інформаційному просторі та своєчасне реагування на негативний контент. Не менш важливим є дотримання етичних стандартів обробки, зберігання та захисту персональних даних, що є необхідною умовою збереження довіри суспільства та партнерів.

За результатами сучасних досліджень, переважна більшість користувачів розпочинає ознайомлення з діяльністю наукової установи саме через цифрові

інформаційні ресурси, насамперед мережу Інтернет (Ф. Карен, Ф. Котлер, Д. Роу, А. Фокс Л. Харріс та ін.). Вчені відмічають зростання ролі цифрового іміджу як важливого чинника публічної впізнаваності та репутаційної стійкості наукових інституцій у сучасному інформаційному просторі.

Офіційний вебсайт наукової установи залишається базовим елементом її цифрової присутності. Водночас сучасний вебресурс уже не обмежується функціями статичного джерела інформації, а трансформується у багатофункціональну комунікаційну платформу, що поєднує адаптивний дизайн для різних типів пристроїв, диференційований контент для різних цільових аудиторій, інтерактивні інструменти взаємодії (віртуальні презентації, онлайн-консультування), мультимедійні матеріали (відеопрезентації, трансляції наукових заходів), а також принципи багатомовності та цифрової інклюзивності (Котлер & Фокс, 2011).

Перспективним напрямом розвитку офіційних сайтів наукових установ є персоналізація користувацького досвіду із застосуванням технологій штучного інтелекту та машинного навчання, що дає змогу адаптувати інформаційне наповнення відповідно до інтересів і потреб конкретних груп користувачів. Такий підхід сприяє підвищенню ефективності цифрової комунікації та якості взаємодії з різними стейкхолдерами – науковцями, освітянами, фахівцями-практиками, партнерами та представниками громадськості.

У цьому контексті доцільним є аналіз структури офіційного вебсайту наукової установи як показника її відкритості, функціональної повноти та готовності до цифрових трансформацій. Такий аналіз дозволяє виявити напрями подальшого вдосконалення цифрових сервісів, посилення інтеграції комунікаційних інструментів і зростання рівня залучення аудиторії. Отже, архітектура та наповнення офіційного вебсайту наукової установи можуть розглядатися як індикатори її цифрової зрілості та комунікаційної ефективності.

У сучасних умовах цифровізації соціальні мережі посідають провідне місце у системі наукової комунікації, виконуючи функцію оперативного, відкритого та інтерактивного каналу взаємодії наукових установ із суспільством. Як зазначає Т. Титаренко, цифрові комунікаційні платформи суттєво змінюють традиційну модель поширення наукового знання, перетворюючи її з ієрархічної на діалогічну та мережеву. Соціальні мережі (зокрема Facebook, Twitter/X, YouTube, LinkedIn) забезпечують швидке інформування широкої аудиторії про результати досліджень, наукові заходи, освітні ініціативи та експертні позиції науковців (Ковальчук, 2023).

Українські дослідники (В. Кремень, С. Литвинова, О. Савченко, О. Спірін) наголошують, що соціальні мережі сприяють підвищенню публічності та соціальної відповідальності наукових установ. Цілком зрозуміло, що це стосується сфери освіти осіб з особливими освітніми потребами та розвитку інклюзивних практик. Через соціальні платформи наукові інституції отримують можливість не лише інформувати, а й формувати суспільний дискурс, популяризувати науково обґрунтовані підходи, протидіяти поширенню псевдонаукових уявлень та стигматизації вразливих соціальних груп.

Зарубіжні дослідники також підкреслюють зростаючу роль соціальних мереж у науковій комунікації. Зокрема, L. Harris, D. Rowe (2022) розглядають соціальні медіа як ключовий елемент мережевого суспільства, у якому знання поширюється через горизонтальні комунікаційні зв'язки. А. Martin (2006) акцентує увагу на тому, що цифрові платформи сприяють залученню ширшої аудиторії до обговорення наукових проблем, посилюючи взаємодію між наукою та суспільством. Дослідження R. Orji, K. Moffatt (2018) доводять, що соціальні мережі є ефективним інструментом впливу на обізнаність, мотивацію та поведінкові установки користувачів, зокрема у сфері психічного здоров'я та освіти. (Harris & Rowe, 2022; Martin, 2006; Orji & Moffatt, 2018). – можливо, посилання зробити одразу в тексті?

Особливу роль соціальні мережі відіграють у формуванні іміджу наукових установ як відкритих, сучасних і соціально орієнтованих інституцій. За спостереженнями Н. Еллісона та Д. Бойд, постійна присутність організації у соціальних мережах сприяє зростанню довіри, формуванню відчуття спільноти та емоційної залученості аудиторії. Для наукових установ це означає можливість налагодження сталого діалогу з педагогами-практиками, фахівцями інклюзивно-ресурсних центрів, батьками дітей з особливими освітніми потребами, представниками органів управління освітою та громадськими організаціями (Петренко, 2023).

У контексті діяльності наукових установ у сфері спеціальної педагогіки і психології соціальні мережі виконують також просвітницьку та адвокаційну функції. Вони слугують каналом поширення інформації про інклюзивну освіту, психолого-педагогічний супровід дітей з ООП, сучасні корекційно-розвивальні технології та результати наукових досліджень. Як підкреслює В. Chen, Т. Bryer (2012), саме через соціальні мережі наука стає «видимою» для суспільства, а наукові знання – доступними та зрозумілими для нефахової аудиторії (Chen & Bryer, 2012).

Таким чином, соціальні мережі постають не лише інструментом оперативної комунікації, а й важливим чинником популяризації наукових результатів, формування позитивного іміджу та посилення суспільної значущості наукових установ. Їх системне й стратегічно виважене використання сприяє інтеграції науки у публічний простір, розширенню соціального впливу наукових інституцій та утвердженню цінностей відкритості, інклюзії та наукової доброчесності.

Варто відзначити, що у сучасному науковому просторі платформи відкритого доступу відіграють ключову роль у забезпеченні міжнародної наукової видимості досліджень та інтеграції наукових установ у глобальну систему знань. Концепція відкритої науки (Open Science), яку активно розвивають Ф. Котлер, К. Фокс (2011), ґрунтується на принципах вільного

доступу до результатів наукових досліджень, прозорості наукової діяльності та широкого залучення академічної і професійної спільнот до використання наукових знань. (Котлер & Фокс, 2011).

Платформи відкритого доступу, зокрема Google Scholar, ResearchGate, Academia.edu, ORCID, institutional repositories, а також міжнародні наукометричні бази даних, забезпечують не лише поширення результатів наукових досліджень, а й формування цифрової ідентичності науковця та наукової установи. Як зазначає І. Кучерак (2020), присутність у платформах відкритого доступу сприяє підвищенню цитованості наукових публікацій, розширенню академічних контактів і залученню до міжнародних дослідницьких проєктів (Кучерак, 2020).

Українські дослідники (В. Кремень, О. Спирін, М. Шишкіна) наголошують, що відкриті наукові платформи є важливим інструментом популяризації результатів вітчизняних досліджень і подолання інформаційної ізоляції національної науки. Особливої актуальності це набуває для галузі спеціальної педагогіки та психології, де результати досліджень мають безпосередню соціальну значущість і можуть бути використані міжнародною професійною спільнотою для розвитку інклюзивних освітніх практик (Зацерківна, 2023).

Зарубіжні автори, зокрема С. Шарсо-Вейд (2018), Г. Макридіс (2020) підкреслюють, що платформи відкритого доступу сприяють демократизації науки, зменшенню бар'єрів між дослідниками з різних країн і підвищенню рівня міждисциплінарної взаємодії. Наявність публікацій у відкритому доступі дозволяє науковим установам бути видимими для міжнародних експертів, грантодавців і професійних асоціацій, що, у свою чергу, посилює їхню конкурентоспроможність на глобальному науковому ринку (Шарсо-Вейд, 2018; Макридіс, 2020).

Особливу роль у забезпеченні міжнародної наукової видимості відіграють інституційні репозитарії, які акумулюють наукові публікації, звіти, монографії, методичні матеріали та результати експериментальних досліджень. За

висновками А. Гуржія, В. Радкевич, М. Пригодія, (2023) інституційні репозитарії виконують функцію довготривалого збереження наукового контенту та слугують інструментом репрезентації наукового потенціалу установи на міжнародному рівні (Гуржій, Радкевич & Пригодій, 2023).

У контексті розвитку цифрової науки важливим є також використання ідентифікаторів науковців (ORCID, ResearcherID), які забезпечують коректну атрибуцію авторства, уніфікацію наукових профілів і спрощують інтеграцію даних у міжнародні наукометричні системи. Як зазначають L. Harris, D. Rowe (2022), цифрова ідентичність науковця стає складником академічної репутації, а системне ведення профілів у відкритих наукових платформах є необхідною умовою професійної видимості (Harris & Rowe, 2022).

Таким чином, платформи відкритого доступу виступають стратегічним ресурсом підвищення міжнародної наукової видимості наукових установ, сприяють поширенню результатів досліджень, розвитку міжнародної співпраці та інтеграції національної науки у світовий науковий простір. Системне використання таких платформ дає змогу науковим установам не лише посилювати власний імідж, а й реалізовувати принципи відкритості, доступності та соціальної відповідальності науки.

Висновки. Цифровізація наукових установ є об'єктивною та стратегічно важливою тенденцією розвитку сучасного наукового простору, що суттєво трансформує систему комунікації, популяризації наукових результатів і формування інституційного іміджу. Здійснений аналіз засвідчує, що використання цифрових технологій, зокрема офіційних вебсайтів, соціальних мереж і платформ відкритого доступу, виступає ключовим чинником підвищення публічності, відкритості та суспільної значущості наукових установ.

Встановлено, що офіційний вебсайт наукової установи виконує роль базового інформаційно-комунікаційного ресурсу, який забезпечує системне представлення наукової, освітньої та науково-методичної діяльності, сприяє

формуванню довіри з боку професійної спільноти та широкої громадськості. Соціальні мережі, своєю чергою, розширюють можливості оперативного інформування, інтерактивної взаємодії та залучення різних цільових аудиторій, створюючи умови для діалогу між наукою та суспільством і популяризації актуальних наукових ідей.

Доведено, що платформи відкритого доступу є важливим інструментом підвищення міжнародної наукової видимості, розширення академічної мобільності та інтеграції наукових установ у світовий науковий простір. Системне представлення результатів досліджень у міжнародних наукометричних базах, інституційних репозитаріях та цифрових наукових профілях сприяє зростанню цитованості, розвитку міжінституційної співпраці та посиленню репутаційного потенціалу наукових організацій.

Результати аналізу дають підстави стверджувати, що ефективна цифрова стратегія наукової установи має ґрунтуватися на комплексному, омніканальному підході, який поєднує узгодженість комунікаційних повідомлень, інтеграцію онлайн- і офлайн-форматів, дотримання принципів інформаційної безпеки та етичних стандартів роботи з даними. Такий підхід забезпечує цілісність інституційного іміджу, підвищує рівень довіри до наукової діяльності та сприяє сталому розвитку науки в умовах цифрової трансформації.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у поглибленому аналізі ефективності цифрових комунікаційних інструментів, вивченні впливу соціальних мереж і відкритих наукових платформ на суспільне сприйняття науки, а також у розробленні моделей цифрової комунікації, адаптованих до специфіки діяльності наукових установ у різних галузях знань, зокрема у сфері спеціальної педагогіки та психології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Гуржій, А., Радкевич, В., & Пригодій, М. (2023). Методологічні засади цифровізації інформаційно-освітнього середовища закладу професійної освіти. *Наука та освіта: збірник праць XVII Міжнародної наукової конференції (м. Хайдусобосло, Угорщина,*

15–22 січня 2023 р.) (с. 22–26). Хмельницький: ХНУ.
<https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/521a59a1-2b5b-4413-8be0-94fed5b59aec/content>

- Зацерківна, М. (2023). Цифровізація освіти та маркетинг освітніх послуг в умовах збройної агресії Російської Федерації проти України. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*, 6(1), 43–52. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.6.1.2023.283941>
- Зінчук, Н. А. (2016). Маркетингові комунікації як фактор успіху навчального закладу на ринку освітніх послуг. *Педагогічний процес: теорія і практика*, 4, 130–136.
- Квіта, С. (Ред.). (2022). *Соціальні медіа в системі комунікацій сучасного університету: монографія*. Київ: КМА.
- Ковальчук, В. (Ред.). (2023). *Персоналізація маркетингових комунікацій в освіті: від теорії до практики*. Київ: Освітні технології.
- Котлер, Ф., & Фокс, К. (2011). *Стратегічний маркетинг для навчальних закладів* [Пер. з англ.]. Київ: УАМ, Вид. Хімджест.
- Кучерак, І. В. (2020). Цифровізація та її вплив на освітній простір у контексті формування ключових компетентностей. *Інноваційна педагогіка*, 22(2), 91–93. http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2020/22/part_2/22.pdf
- Петренко, О. (2023). Цифрова присутність українських університетів: результати всеукраїнського дослідження. *Маркетинг в Україні*, 4, 32–41.
- Штучний інтелект у вищій освіті: ризики та перспективи інтеграції: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 1 липня – 11 серпня 2024 року.* (2024). Львів – Торунь: Liha-Pres.
- Chapco-Wade, C. (2018). Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: What's the Difference? <https://medium.com/@colleenchapco/digitization-digitalization-and-digital-transformation-whats-the-differenceeff1d002fbdf>
- Chen, B., & Bryer, T. (2012). Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning. *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, 13, 87–104. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v13i1.1027>
- Collins, A., & Halverson, R. (2009). *Rethinking Education in the Age of Technology: The Digital Revolution and the Schools*. New York: Teachers College Press. https://www.researchgate.net/publication/264869053_Rethinking_education_in_the_age_of_technology_the_digital_revolution_and_the_schools
- Harris, L., & Rowe, D. (2022). Digital transformations in universities: A study of communication strategies. *Journal of Higher Education Marketing*, 3, 45–67.
- Makrides, G. A. (2020). The Evolution of Education Education 1.0 to Education 4.0: Is it an evolution or a revolution? <https://projectwithsense.eu/wp-content/uploads/2021/03/Evolution-of-Education-1.0-4.0-Gr.-Makrides-Nov-2020.pdf>
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age. In A. Martin & D. Madigan (Eds.), *Digital literacies for learning* (pp. 3–25). London: Facet Publishing.
- Orji, R., & Moffatt, K. (2018). Persuasive technology for health and wellness: State-of-the-art and emerging trends. *Health Informatics Journal*, 24(1), 66–91. <https://doi.org/10.1177/1460458216650979>

REFERENCES

- Gurzhii, A., Radkevych, V., & Pryhodii, M. (2023, January 15–22). Metodolohichni zasady tsyfrovizatsii informatsiino-osvitnoho seredovyshecha zakladu profesiinoi osvity. In *Nauka ta*

- osvita: Proceedings of the XVII International Scientific Conference (pp. 22–26). Khmelnytskyi National University. <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/521a59a1-2b5b-4413-8be0-94fed5b59aec/content> [in Ukrainian]
- Zatserkivna, M. (2023). Tsyfrovizatsiia osvity ta marketynh osvitnikh posluh v umovakh zbroinoi ahresii rosiiskoi federatsii proty Ukrainy. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi*, 6(1), 43–52. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.6.1.2023.283941> [in Ukrainian]
- Zinchuk, N. A. (2016). Marketynhovi komunikatsii yak faktor uspikhu navchalnoho zakladu na rynku osvitnikh posluh. *Pedahohichni protses: teoriia i praktyka*, (4), 130–136. [in Ukrainian]
- Kvita, S. (Ed.). (2022). *Sotsialni media v systemi komunikatsii suchasnoho universytetu*. Kyiv-Mohyla Academy. [in Ukrainian]
- Kovalchuk, V. (Ed.). (2023). *Personalizatsiia marketynhovykh komunikatsii v osviti: vid teorii do praktyky*. Osvitni tekhnolohii. [in Ukrainian]
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (2011). *Stratehichni marketynh dlia navchalnykh zakladiv* (Ukrainian trans.). UAM; Khimdzhest. (Original work published 1995) [in Ukrainian]
- Kucherak, I. V. (2020). Tsyfrovizatsiia ta yii vplyv na osvitnii prostir u konteksti formuvannia kliuchovykh kompetentnosti. *Innovatsiina pedahohika*, 22(2), 91–93. http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2020/22/part_2/22.pdf [in Ukrainian]
- Petrenko, O. (2023). Tsyfrova prysutnist ukrainskykh universytetiv: Rezultaty vseukrainskoho doslidzhennia. *Marketynh v Ukraini*, (4), 32–41. [in Ukrainian]
- Shtuchnyi intelekt u vyshchii osviti: ryzky ta perspektyvy intehratsii*. (2024). Proceedings of the All-Ukrainian scientific and pedagogical professional development program. Liha-Pres. [in Ukrainian]
- Chapco-Wade, C. (2018). Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: What's the Difference? <https://medium.com/@colleenchapco/digitization-digitalization-and-digital-transformation-whats-the-differenceeff1d002fbdf>
- Chen, B., & Bryer, T. (2012). Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning. *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, 13, 87–104. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v13i1.1027>
- Collins, A., & Halverson, R. (2009). *Rethinking Education in the Age of Technology: The Digital Revolution and the Schools*. New York: Teachers College Press. https://www.researchgate.net/publication/264869053_Rethinking_education_in_the_age_of_technology_the_digital_revolution_and_the_school
- Harris, L., & Rowe, D. (2022). Digital transformations in universities: A study of communication strategies. *Journal of Higher Education Marketing*, 3, 45–67.
- Makrides, G. A. (2020). The Evolution of Education Education 1.0 to Education 4.0: Is it an evolution or a revolution? <https://projectwithsense.eu/wp-content/uploads/2021/03/Evolution-of-Education-1.0-4.0-Gr.-Makrides-Nov-2020.pdf>
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age. In A. Martin & D. Madigan (Eds.), *Digital literacies for learning* (pp. 3–25). London: Facet Publishing.
- Orji, R., & Moffatt, K. (2018). Persuasive technology for health and wellness: State-of-the-art and emerging trends. *Health Informatics Journal*, 24(1), 66–91. <https://doi.org/10.1177/1460458216650979>

Lesia Prokhorenko,

Doctor of Psychological Sciences, Professor, Corresponding Member of
the National Academy of Educational Sciences of Ukraine,
Mykola Yarmachenko Institute of Special Education and Psychology
of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0001-5037-0550

Researcher ID: O-8044-2016

e-mail: lesya-prohor@ukr.net

Viacheslav Zasenko,

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Honorary Director, Adviser to the Director,
Full Member (Academician) the National Academy of
Educational Sciences of Ukraine, Mykola Yarmachenko Institute of Special
Education and Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID0000-0003-0325-4578,

Researcher ID: Y-9259-2019

e-mail: v.v.zasenko@gmail.com

Inna Bobrenko,

Researcher, Department of Education of Children with Intellectual Developmental
Disorders, Mykola Yarmachenko Institute of Special Education and Psychology of
the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-9501-5461

Researcher ID: P-7589-2016

e-mail: ivb08@ukr.net

**DIGITIZATION IN THE COMMUNICATION AND IMAGE CREATION
SYSTEM OF SCIENTIFIC INSTITUTIONS**

***Abstract.** The article provides a comprehensive analysis of the role of the website, social networks and open access platforms in the communication system and image formation of a modern scientific institution. It is substantiated that in the conditions of digitalization and the growth of public demand for openness and accessibility of information, the active digital presence of scientific institutions is an important factor in their publicity, reputational stability and social responsibility.*

The functional purpose of the official website as a basic information resource, which provides a systematic presentation of scientific research, educational and scientific and methodological materials, results of experimental activities and regulatory and legal developments in the field of special and inclusive education is revealed. Particular attention is paid to the role of social networks, in particular Facebook and Twitter (X), as effective tools for the

prompt dissemination of information on the education of persons with special educational needs, the development of inclusive practices, psychological and pedagogical support for children and their families, as well as the popularization of modern scientific approaches in the field of special pedagogy and psychology.

The importance of social networks as a space for the formation of professional communities, establishing a dialogue between scientists, practicing teachers, specialists of inclusive resource centers, representatives of education authorities and the public is emphasized. The importance of open access platforms (Google Scholar, ResearchGate, ORCID, institutional repositories, etc.) in increasing the visibility of scientific publications, expanding international cooperation and integrating a scientific institution into the global scientific space is analyzed. It is emphasized that the systematic use of digital communication channels contributes to the formation of a positive, open and trust-oriented image of a scientific institution, increases the recognition of its activities and provides effective feedback to society. It is concluded that the systematic and strategically balanced use of web resources, social networks and open access platforms contributes to the formation of a positive, open and trust-oriented image of a scientific institution, increases public awareness of inclusion issues and ensures sustainable development in the field of education of persons with special educational needs.

Keywords: *inclusion, psychology, image, digitalization, scientific research, strategy.*