

УДК 165.2:316.774]:159.955-028.43:316.653-042.3

## ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

**В'ячеслав КИРИЛЕНКО** – кандидат філософських наук,  
доцент кафедри публічного управління, менеджменту інноваційної діяльності та дорадництва,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, Україна.

<https://orcid.org/0000-0002-7413-8809>

<https://doi.org/10.35619/ucpmk.52.1185>

[public\\_admin@nubip.edu.ua](mailto:public_admin@nubip.edu.ua)

**Катерина КИРИЛЕНКО** – доктор педагогічних наук, професор кафедри філософії і педагогіки,  
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0002-3303-3947>

[kf919@ukr.net](mailto:kf919@ukr.net)

## Цитування:

Кириленко В., Кириленко К. Інформаційна культура публічних комунікацій. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2026. № 52. С. 504-508. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.52.1185>

*Мета статті* – аналіз стратегій формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій як дієвого ресурсу протидії маніпулятивним технологіям, спрямованим на формування громадської думки. *Результати дослідження*. В дослідженні проаналізовано моделі та функції публічних комунікацій, визначено термін «інформаційна культура публічних комунікацій» в контексті термінів «інформаційна культура» та «інформаційна культура особистості». Систематизовано складові інформаційної культури публічних комунікацій та фактори її формування. *Висновки*. Обґрунтовано, що формування інформаційної культури публічних комунікацій є дієвим ресурсом протидії маніпулятивним технологіям впливу на суспільну свідомість. Встановлено, що стратегіями формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій є розвиток критичного мислення, підняття рівня освіченості та культури громадян, висвітлення технологій інформаційних впливів.

*Ключові слова*: складові інформаційної культури, публічні взаємодії, інформаційний вплив, стратегії маніпуляцій Н. Чомські, критичне мислення.

*Постановка проблеми*. Кожен громадянин, а також усі члени суспільства, активно або пасивно залучені до публічних комунікацій. Водночас публічні комунікації не вичерпуються взаємодіями між окремими особами. Комунікативні практики публічних комунікацій репрезентовані не лише на рівні міжособистісних взаємодій окремих учасників спільноти, однак вони не можуть бути реалізовані без належного рівня розвитку інформаційної культури особистості. Культура публічних комунікацій є наслідком вияву особистісної культури індивідів як партнерів публічних взаємодій, втіленням накопиченого в суспільстві комунікативного досвіду.

Формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій – не лише інструмент модернізації комунікативної культури суспільства, це також дієвий ресурс протидії маніпулятивним технологіям впливу на свідомість, які потребують активного реагування та рішучої відсічі в умовах збройної агресії росії проти України.

*Аналіз останніх досліджень та публікацій*. В науковій літературі від 70-80-х рр. ХХ ст. (саме в той період в академічній вжиток входить поняття «інформаційна культура») напрацьовано велику кількість досліджень із цієї теми. Враховуючи, що зацікавленість науковців у вивченні інформаційної культури постійно зростає, а сама інформаційна культура швидкими темпами еволюціонує та трансформується, репрезентативним для здійснення дослідження є аналіз літератури, що підготовлена впродовж останніх двох років та репрезентує вивчення інформаційної культури в контексті публічних взаємодій. О. Лютий, В. Калганова & О. Барташ [4] аналізують роль інформаційної культури у виявленні та унеможливленні корупційних правопорушень в цифровому середовищі. Автори розглядають інформаційну культуру як чинник, що має етичний ресурс та сприяє встановленню прозорих комунікативних зв'язків у публічному просторі. О. Матохнюк [5] досліджує інформаційно-комунікаційно-цифрову грамотність публічного службовця як суб'єкта публічних комунікацій та акцентує увагу на важливості наявності у публічного службовця високого рівня інформаційної культури, адже рівень інформаційної культури публічних управлінців першочергово впливає на формування простору ефективних публічних комунікацій. Є. Пендальчук [7] вивчає місце інформаційно-комунікаційних технологій у політичній комунікації, з'ясовує, як цифрові платформи маніпулюють громадською думкою, вивчають основні способи використання ІІІ у політичних кампаніях.

Дослідження маніпулювань громадською думкою засобами штучного інтелекту здійснюють М. Лазарович, Т. Гончарук-Чолач & О. Докаш [3].

Кількість публікацій, спрямованих на вивчення впливу технологій штучного інтелекту та аналіз потенційних загроз, які вони містять, стрімко зростає. Зокрема, інформаційну культуру в умовах домінування технологій штучного інтелекту аналізує І. Шевель [11]. Науковиця досліджує вплив чат-ботів та ШІ на культурну комунікацію та соціальну взаємодію, висвітлює дуалістичну природу цифрових технологій, які, з одного боку, відкривають нові комунікативні можливості, а, з іншого, провокують конфлікти на основі знецінення соціальних цінностей.

Збільшення досліджень цифрових ресурсів комунікативної діяльності засвідчує нагальну необхідність вивчення змін, які за цих умов зазнала інформаційна культура особистості, важливість формування інформаційної гігієни та напрацювання досвіду інформаційної безпеки в громадській комунікації. Інформаційна культура особистості зокрема та суспільства загалом є інструментом протидії маніпулятивним технологіям, які в умовах активного впровадження ресурсів ШІ стрімко розвиваються та дедалі більше заповнюють простір публічних комунікацій.

*Мета статті* – аналіз стратегій формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій як дієвого ресурсу протидії маніпулятивним технологіям, спрямованим на формування громадської думки.

*Виклад основного матеріалу.* Поняття «інформаційна культура» має широке конотативне поле, яке не в останню чергу сформоване розлогим семантичним спектром денотативних значень терміну.

Відповідно до визначення, яке пропонує Українська бібліотечна енциклопедія, «Інформаційна культура – сфера буття, що пов'язана з функціонуванням інформації в суспільстві, формуванням інформаційних навичок особистості» [12]. Інформаційна культура має важливе значення для реалізації в суспільстві принципів людиноцентризму, гарантування прав людини як громадянина (зокрема, її права мати власну думку і бути почутою, права на отримання інформації), створення умов для формування світоглядних уявлень про функціонування та розвиток глобального інформаційного простору, ефективної комунікації в соціумі, формування громадської думки.

Ю. Палеха в монографії «Інформаційна культура особи, суспільства, організації» зазначає, що «інформаційна культура суспільства – поняття, що характеризує світ з погляду збільшення кількості й різноманітності інформації та каналів її розповсюдження» [6; 6]. Інформаційну культуру особистості науковець визначає як «системне утворення особистості, яке інтегрує знання про основні методи інформаційних технологій, уміння використовувати наявну інформацію для вирішення прикладних завдань» [6; 7]. Інформаційна культура суспільства постає як наслідок вияву високого рівня сформованості інформаційної культури особистості.

Інформаційну культуру суспільства, зокрема, формує інформаційна культура публічних комунікацій. Під терміном «інформаційна культура публічних комунікацій» слід розуміти наявність в просторі суспільних взаємодій норм та правил функціонування (створення та поширення) інформації, а також урегульованість в публічному просторі цього процесу. «Публічна комунікація в політичному контексті розглядається як складний багатокомпонентний процес обміну інформацією (також через ЗМІ), ідеями та цінностями між владою, громадськими інституціями та населенням. Вона виступає посередником у реалізації політичної волі та втіленні суспільних інтересів», – зазначають дослідниці А. Шаповалова та О. Коваль [10; 331]. Публічна комунікація, зазначають авторки, виконує в системі державного управління інформаційну, легітимізуючу, мобілізаційну та контролюючу функції. Вона транслює рішення офіційних органів влади, сприяє формуванню довіри до них, залучає громадськість до участі в процесах державотворення, забезпечує наявність в суспільстві взаємооберненого зв'язку між інститутами владними, структурами громадянського суспільства та громадянами. С. Внучко, досліджуючи моделі політичної комунікації, наголошує, що «моделі політичної комунікації можуть бути лінійними, інтерактивними або транзакційними, кожна з яких має свої особливості в передачі та обміні інформацією» [2; 113]. Науковиця зазначає, що «лінійна модель...розглядає комунікацію як одномірний процес. Інтерактивна та транзакційна моделі враховують зворотний зв'язок, взаємодію та соціальні контексти, що дозволяє більш точно передати суть політичної комунікації» [там само]. Такий поділ доречно залучити до аналізу поняття «публічна комунікація» як більш місткого. Публічні комунікації в сучасному суспільстві є мережевими, вони долають лінійність, залучають до комунікативних взаємодій широке коло учасників, які активно взаємодіють між собою, з громадськими та державними структурами.

Важливими факторами формування інформаційної культури публічних комунікацій є медіакультура та медіакомпетентність особистостей, що є суб'єктами публічних взаємодій, їх медіаграмотність як здатність застосовувати ресурси критичного мислення для аналізу і перевірки фактів та уміння критично оцінювати інформацію.

Складовими інформаційної культури учасників публічних взаємодій є такі компоненти: інформаційно-технологічний (здатність працювати з інформаційними системами, використовувати їх для пошуку, створення та поширення інформації), аналітико-дослідницький (уміння застосовувати ресурси критичного мислення в процесі оцінювання інформації, здатність до фактчекінгу), інноваційно-творчий (готовність до впровадження нового, налаштованість на вдосконалення та зміни, потреба в генеруванні нових ідей та пошуку нестандартних рішень), правовий (розуміння та дотримання законодавчо-правових норм, що регулюють суспільні взаємодії та спрямовані на забезпечення авторських прав, гарантують захист особистої інформації тощо), етичний (розуміння норм моралі, дотримання етичних норм та правил).

Формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій є дієвим ресурсом протидії маніпулятивним технологіям, які мають на меті вплинути на формування громадської думки у вигідний для певних осіб чи політичних сил спосіб. В напрацьованні стратегій формування інформаційної культури публічних взаємодій, мають бути враховані ефективні інструменти протидії пропагандистському маніпулятивному інжинірингу. Широко відомим є аналіз найбільш поширених в сучасному інформаційному полі маніпулятивних інструментів впливу на свідомість людей, який належить американському медіакритику Н. Чомскі. Він виокремив десять стратегій публічних комунікацій, які активно використовуються в інфосфері для маніпулювання свідомістю громадян. А саме: 1) стратегія відволікання уваги (з метою переспрямувати увагу громадян від важливих до менш значущих тем інфопростір наповнюють новинами шоу-бізнесу, навколоспортивними плітками тощо); 2) генерування проблем та пропонування шляхів їх вирішення (громадськість ініціює рішення, вигідні владі, у відповідь на виклики, яких де-факто не існує); 3) запровадження поступових змін «малими кроками» (складні рішення пролонгуються у часі з метою адаптації до них громадян та зниження рівня напруги у суспільстві); 4) відтермінування непротиставлених рішень (непопулярні рішення призначаються на час, який настане згодом); 5) інфантилізація громадської свідомості (спрощення інформації, демонстрація з боку влади готовності надати громадянам батьківську підтримку, включно з взяттям на себе відповідальності за прийняті ними рішення); 6) апелювання до емоцій громадян (таких, як страх, гнів, пошана, гордість тощо), а не до раціональності (формування громадянина, який має невисокий рівень інтелектуального розвитку); 7) культивування невігластва громадян (їм пропонуються популістичні гасла, прості рішення складних проблем, афірмації на кшталт «я тебе розумію», «я знаю, як зробити тебе щасливим» тощо, дискурс публічних дискусій вихолощується та примітивізується); 8) формування культу посередності (бути «як всі» проголошується вимогою часу, необхідністю реагування на виклики, модою на посередність тощо); 9) газлайтинг (перекладання провини за рішення на тих, хто потерпає від них, звинувачення громадян у помилках влади, які при цьому нею не визнаються як власні помилки); 10) переконання людей у тому, що владні інституції (або лідери думок) знають про них більше, ніж вони самі [1]. Ці стратегії фіксують найбільш поширені форми впливу на свідомість громадян, вони залучаються з метою маніпулювання нею. Інформаційна культура учасників публічних взаємодій має формуватися з урахуванням необхідності напрацьовання інструментів, як унеможливають окреслені та подібні до них маніпуляції. Важливо наголосити, що нагальним є не пошук рецептурних рішень, а напрацьовання стратегій, які можуть запропонувати дієві інструменти протидії. Г. Почепцов влучно зазначив, що «стратегія відрізняється від тактики тим, що працює в рамках багатовимірного простору, ... працює за принципом «багатоходівки». ... Стратегія висуває пріоритети» [9].

Стратегіями формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій в умовах нагальної необхідності протидії маніпулятивним технологіям формування громадської думки (які актуалізуються в умовах російсько-української війни та боротьби з імперською неокolonіальною доктриною «русского міра») є: 1) формування у громадян критичного мислення та розвиток їх когнітивних здібностей; 2) підняття рівня освіченості та культури громадян, ініціювання широких суспільних обговорень інтелектуально містких тем та проблем, незалежно від їх рівня складності; 3) висвітлення технік і технологій інформаційних впливів, каналів та інструментів, які ними використовуються. Центром протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України за підтримки Консультативної місії Європейського Союзу в Україні розроблено «Посібник з протидії дезінформації», напрацьовання якого є ефективним досвідом реалізації даної стратегії. В документі зазначено, що «інформаційний вплив – цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій для внесення змін у свідомість особистості, соціальних груп чи населення (корекція поведінки)» [8; 54].

Рівень сформованості інформаційної культури особистості, суспільства та напрацьованих у ньому публічних взаємодій залежить від напрацьовання дієвих інструментів протидії маніпулятивним технологіям впливу на свідомість громадян, які деформують простір суспільних взаємодій. Окреслені стратегії містять ресурсний потенціал для пошуку нових та вдосконалення наявних інструментів протидії маніпулятивним технологіям, які перманентно видозмінюються. Їх адаптивний та гнучкий

характер підтверджує нагальність в умовах спротиву військовій агресії росії подальшої розробки стратегій формування інформаційної культури публічних комунікацій. Не менш важливим є вивчення наявного досвіду їх втілення.

*Висновки.* В дослідженні термін «інформаційна культура публічних комунікацій» визначено в контексті термінів «інформаційна культура» та «інформаційна культура особистості». Зазначено, що комунікативні практики долають лінійність та мають мережевий характер, залучають до комунікативних взаємодій широке коло учасників. Встановлено, що факторами формування інформаційної культури публічних комунікацій є медіакультура, медіакомпетентність, інформаційна та медіаграмотність. Систематизовано компоненти інформаційної культури публічних взаємодій: інформаційно-технологічний, аналітико-дослідницький, інноваційно-творчий, правовий, етичний.

Обґрунтовано, що формування інформаційної культури публічних комунікацій є дієвим ресурсом протидії маніпулятивним технологіям впливу на суспільну свідомість. Наголошено на тому, що стратегії формування інформаційної культури публічних взаємодій мають базуватися на використанні ефективних інструментів протидії маніпулятивному інжинірингу. Встановлено, що стратегіями формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій є: розвиток критичного мислення, підняття рівня освіченості та культури громадян, розкриття технологій інформаційних впливів. Аргументовано, що рівень сформованості інформаційної культури публічних взаємодій залежить від напрацювання дієвих інструментів протидії маніпулятивним технологіям впливу на свідомість громадян. Гнучкість маніпулятивних технологій, що збільшилася в умовах збройної агресії росії проти України, актуалізує нагальність перманентного вдосконалення механізмів реалізації стратегій формування інформаційної культури учасників публічних взаємодій.

#### Список використаної літератури

1. Chomsky N. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. New York City : Seven Stories Press, 1997. 64 p.
2. Внучко С. Еволюція політичної комунікації: від класичних моделей до трендових технологій впливу. *Актуальні проблеми політики*. 2025. Вип. 75. С. 109–115. <https://doi.org/10.32782/app.v75.2025.15>
3. Лазарович М., Гончарук-Чолач Т., Докаш О. Штучний інтелект у політичних маніпуляціях та трансформація виборчої культури. *Політикус*. 2025. № 1. С. 131–135. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-1.20>
4. Лютий О., Калганова В., Барташ О. Роль інформаційної культури у виявленні та запобіганні корупційним схемам в онлайн-середовищі. *Моделювання та інформаційні системи в економіці*. 2024. Вип. 104. С. 108–124. <https://doi.org/10.33111/mise.104.10>
5. Матохнюк О. Інформаційно-комунікаційно-цифрова грамотність як показник лідерства публічного службовця. *Наук. вісник Вінницьк. акад. безперервної освіти. Серія «Екологія. Публічне управління та адміністрування»*. 2024. № 1 (5). С. 94–104. <https://doi.org/10.32782/2786-5681-2024-1.12>
6. Палеха Ю. Інформаційна культура особи, суспільства, організації : монографія. Київ : Ліра-К, 2022. 404 с.
7. Пендальчук Є. В. Роль інформаційно-комунікаційних технологій у політичній комунікації: вплив цифрових платформ на маніпулювання громадською думкою. *Сучасний наук. журн.* 2024. № 5 (3). С. 71–79. <https://doi.org/10.36994/2786-9008-2024-5-9>
8. Посібник із протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua/announcement/posibnyk-z-protydiyi-dezinformaczi>
9. Почепцов Г. Стратегія як мистецтво і особливий вид аналітики. *Політичний менеджмент*. 2004. № 2. С. 3–27. URL: [https://ipriend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/pocheptsov\\_strategia.pdf](https://ipriend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/pocheptsov_strategia.pdf)
10. Шаповалова А., Коваль О. Соціологія публічних комунікацій: політичний дискурс і громадська думка в інформаційному суспільстві. *Вісник Прикарпат. ун-ту. Серія: Політологія*. 2025. Вип. 21. С. 330–336. <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-21-40>
11. Шевель І. Культура штучного інтелекту, чат-ботів та емодзі як новий етап культурної комунікації в цифрову епоху: їхній вплив на соціальність і пов'язані суперечності. *Питання культурології*. 2025. № 45. С. 234–245. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.45.2025.325062>
12. Шелестова А. Інформаційна культура. *Українська бібліотечна енциклопедія*. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%d0%86%d0%bd%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%b0%d1%86%d1%96%d0%b9%d0%bd%d0%b0%20%d0%ba%d1%83%d0%bb%d1%8c%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b0>

#### References

1. Chomsky N. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. New York City : Seven Stories Press, 1997. 64 p.
2. Vnuchko S. Evoliutsiia politychnoi politychnoi komunikatsii: vid klasychnykh modelei do trendovykh tekhnolohii vplyvu. *Aktualni problemy polityky*. 2025. Vyr. 75. S. 109–115. <https://doi.org/10.32782/app.v75.2025.15>
3. Lazarovych M., Honcharuk-Cholach T., Dokash O. Shtuchnyi intelekt u politychnykh manipuliatsiiah ta transformatsiia vyborchoi kultury. *Politykus*. 2025. № 1. S. 131–135. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-1.20>
4. Liutyi O., Kalhanova V., Bartash O. Rol informatsiinoi kultury u vyivlenni ta zapobihanni koruptsiinym

skhemam v onlain-seredovyshchi. *Modeliuvannia ta informatsiini systemy v ekonomitsi*. 2024. Vyp. 104. S. 108–124. <https://doi.org/10.33111/mise.104.10>

5. Matokhniuk O. Informatsiino-komunikatsiino-tsyfrova hramotnist yak pokaznyk liderstva publichnoho sluzhbovtsia. *Naukovyi visnyk Vinnytskoi akademii bezpererвної osvity. Seriiia «Ekolohiia. Publichne upravlinnia ta administruvannia»*. 2024. № 1 (5). S. 94–104. <https://doi.org/10.32782/2786-5681-2024-1.12>

6. Palekha Yu. Informatsiina kultura osoby, suspilstva, orhanizatsii : monohrafiia. Kyiv : Lira-K, 2022. 404 s.

7. Pentalchuk Ye. V. Rol informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u politychnii komunikatsii: vplyv tsyfrovoykh platform na manipuliuvannia hromadskoiu dumkoiu. *Suchasnyi naukovyi zhurnal*. 2024. № 5 (3). S. 71–79. <https://doi.org/10.36994/2786-9008-2024-5-9>

8. Posibnyk z protydyii dezinformatsii. URL: <https://cpd.gov.ua/announcement/posibnyk-z-protydyii-dezinformaczi>.

9. Pocheptsov H. Stratehiia yak mystetstvo i osoblyvyi vyd analityky. *Politychnyi menedzhment*. 2004. № 2. S. 3–27. URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/pocheptsov\\_strategia.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/pocheptsov_strategia.pdf).

10. Shapovalova A., Koval O. Sotsiolohiia publichnykh komunikatsii: politychnyi dyskurs i hromadska dumka v informatsiinomu suspilstvi. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seriiia: Politolohiia*. 2025. Vyp. 21. S. 330–336. <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-21-40>

11. Shevel I. Kultura shtuchnoho intelektu, chat-botiv ta emodzi yak novyi etap kulturnoi komunikatsii v tsyfrovu epokhu: yikhni vplyv na sotsialnist i poviazani superechnosti. *Pytannia kulturolohii*. 2025. № 45. S. 234–245. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.45.2025.325062>

12. Shelestova A. Informatsiina kultura. *Ukrainska bibliotekna entsyklopediia*. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%d0%86%d0%bd%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%b0%d1%86%d1%96%d0%b9%d0%bd%d0%b0%20%d0%ba%d1%83%d0%bb%d1%8c%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b0>.

UDC: 165.2:316.774]:159.955-028.43:316.653-042.3

#### INFORMATION CULTURE OF PUBLIC COMMUNICATIONS

**Viacheslav KYRYLENKO** – PhD in Philosophy, Associate Professor at the Department of Public Administration, Innovation Management and Extension Service, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Kyiv, Ukraine.

**Kateryna KYRYLENKO** – DSc in Education, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine.

The aim of the article is to analyze strategies for developing the information culture of participants in public interactions as an effective means of counteracting manipulative technologies aimed at shaping public opinion. The study defines the term «information culture of public communications» in the context of the concepts of «information culture» and «personal information culture». It is noted that communicative practices overcome linearity, have a networking nature, and involve a wide range of participants.

The study analyzes models and functions of public communications. It has been established that the factors influencing the formation of the information culture of public communications include media culture, media competence, information and media literacy, and writing skills. The components of the information culture of public interactions are systematized as follows: informational-technological, analytical-research, innovative-creative, legal, and ethical.

It is emphasized that the development of the information culture of public communications serves as an effective resource for counteracting manipulative technologies that influence public consciousness. The study highlights that strategies for fostering the information culture of public interactions should be based on the use of effective tools to counter manipulation. It has been determined that such strategies include the development of critical thinking, increasing the level of education and cultural awareness of citizens, and raising awareness of information influence technologies.

It is substantiated that the level of development of the information culture of public interactions depends on the establishment of effective tools to counter manipulative technologies influencing citizens' consciousness. The flexibility of manipulative technologies has increased in the context of Russia's war against Ukraine, which intensifies the urgency of continuously improving the mechanisms for implementing strategies aimed at developing the information culture of participants in public interactions.

*Key words:* components of information culture, public interactions, information influence, manipulation strategies of N. Chomsky, critical thinking.

Стаття отримана 22.03.2026

Стаття прийнята 24.04.2026

Стаття опублікована 28.05.2026