



СИНЕРГІЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Матеріали
І ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
(26 березня 2026 року)



м. Івано-Франківськ
2026 рік

DOI 10.33098/2026.1.26.03

УДК 004.774(0.064)

С 38

*Рекомендовано до розміщення в електронних сервісах
ЗВО «Університет Короля Данила»
(протокол № 8 від 26 березня 2026 р.)*

С 38 **Синергія інтернет-технологій:** матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 26 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. 156 с.

ISBN 978-617-8850-10-4

Видання вміщує тези доповідей учасників I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Синергія інтернет-технологій», яка відбулася 26 березня 2026 року у закладі вищої освіти «Університет Короля Данила». Розраховане на наукових та науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти і наукових установ, здобувачів вищої освіти, а також на широкий читацький загал.

Організаційний комітет не завжди поділяє думку учасників конференції. Відповідальність за достовірність фактів, статистичних даних, точність викладеного матеріалу покладається на авторів.

УДК 004.774(0.064)

© ЗВО «Університет Короля Данила», 2026

© Автори, 2026

З точки зору кібербезпеки, платформи перейшли до тотального стеження через методи Device Fingerprinting (Canvas та AudioContext API), що дозволяють ідентифікувати користувача в обхід налаштувань приватності. Таким чином, архітектурні рішення SFV-платформ створюють середовище, де дезінформація та поляризація є не випадковими помилками, а закономірними результатами роботи алгоритмів. Захист когнітивного суверенітету користувача вимагає не лише технічного аудиту, а й жорсткого регуляторного контролю за принципами роботи цих «чорних скриньок» [4].

Список використаних джерел:

1. Liu Z. et al. Monolith: Real Time Recommendation System With Collisionless Embedding Table. *Proceedings of the 16th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '22)*. ByteDance Inc., 2022. URL: <https://arxiv.org/pdf/2209.07663.pdf> (дата звернення: 23.03.2026).
2. Covington P., Adams J., Sargin E. Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '16)*. Google, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>.
3. McCrosky J., Geurkink B. YouTube Regrets: A crowdsourced investigation into YouTube's recommendation algorithm. *Mozilla Foundation Report*. 2021. 39 p.
4. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act). *Official Journal of the European Union*. 2022. L 277. P. 1–102. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj> (дата звернення: 23.03.2026).

УДК 004.8:339.138:004.03

Іванов Олександр,
завідувач кафедри інформаційних технологій,
доктор філософії,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4678-7956>

ЯК КОРПОРАЦІЇ МАЛЮЮТЬ МАЙБУТНЄ, ЯКОГО НЕ БУДЕ: ВІД СКЛЯНИХ КНОПОК ДО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Говорячи про розвиток інформаційних технологій, суспільство часто орієнтується на візії, які пропонують великі ІТ-корпорації. Технологічні гіганти витрачають мільярди доларів на маркетинг, щоб переконати користувачів у неминучості певного варіанту майбутнього. Однак ретроспективний аналіз показує, що такі передбачення часто бувають хибними, а

інновації, які подаються як революційні, нерідко залишаються лише елементом візуального стилю або інструментом для стимулювання продажів.

Історія IT-індустрії знає чимало прикладів, коли форма переважала над змістом. Яскравим прикладом є епоха Windows Vista та інтерфейсу Aero Glass у середині 2000-х років. Корпорація Microsoft презентувала напівпрозорі «скляні» вікна та 3D-ефекти як інтерфейс майбутнього, який змінить спосіб взаємодії людини з комп'ютером. На практиці ж ці візуальні ефекти лише споживали значну частину апаратних ресурсів без суттєвого покращення користувацького досвіду (UX). Згодом індустрія відмовилася від скевоморфізму та надмірної 3D-графіки на користь мінімалістичного Flat Design, довівши, що майбутнє інтерфейсів полягало у функціональності, а не у візуальних ефектах [3]. Схожа доля спіткала й концепції 3D-телевізорів та масового використання VR-гарнітур для повсякденної роботи, які так і не стали стандартом, незважаючи на агресивний маркетинг.

Сьогодні ми спостерігаємо аналогічну ситуацію навколо технологій штучного інтелекту (AI). Щоб зрозуміти природу цього явища, доцільно звернутися до циклу зрілості технологій (Hype Cycle), розробленого дослідницькою компанією Gartner [1; 2]. Згідно з цією моделлю, кожна інновація проходить етап «піку завищених очікувань» (Peak of Inflated Expectations), коли навколо неї створюється значний ажіотаж. Саме на цьому етапі зараз перебуває більшість рішень з позначкою «AI».

Сучасний хайп навколо штучного інтелекту часто має суто комерційне підґрунтя. Корпорації та стартапи масово додають приставку «AI» до своїх продуктів, навіть якщо під капотом працюють звичайні алгоритми або базові статистичні моделі. На ринку з'являються «розумні» зубні щітки зі штучним інтелектом, AI-тостери та застосунки, де нейромережі виконують тривіальні задачі, які раніше успішно вирішувалися звичайним кодом [4]. Мода на ШІ стала настільки всеосяжною, що згадка цієї технології у пресрелізі компанії здатна штучно підвищити вартість її акцій.

Проте наявність слова «AI» в описі продукту не означає його реального впровадження чи користі. У багатьох випадках це не глибока інтеграція машинного навчання для оптимізації процесів, а лише використання доступних API (наприклад, від OpenAI) як маркетингової обгортки. Технологія використовується більше для залучення інвестицій та продажу продукту, ніж для реального вирішення проблем користувача.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що візія майбутнього, яку малюють корпорації, завжди суб'єктивна і підпорядкована цілям отримання прибутку. Як і у випадку зі «скляними кнопками», значна частина сьогоднішніх AI-рішень зникне після проходження «прірви розчарування» (Trough

of Disillusionment) за циклом Гартнера [2]. Справжня цінність штучного інтелекту розкриється пізніше, коли технологія перестане бути маркетинговим інструментом і стане непомітною, але фундаментальною частиною інфраструктури, орієнтованою на вирішення реальних, а не вигаданих проблем.

Список використаних джерел:

1. Цикл зрілості технологій: як зрозуміти, коли інвестувати в інновації. *Forbes Ukraine*. 2023. URL: <https://forbes.ua/> (дата звернення: 23.03.2026).
2. Blosch M., Fenn J. Understanding Gartner's Hype Cycles. *Gartner Research*. 2018. URL: <https://www.gartner.com/en/documents/3887767> (дата звернення: 22.03.2026).
3. Norman D. *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. New York : Basic Books, 2013. 368 p.
4. Штучний інтелект як маркетинговий інструмент: реальність та завищені очікування. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 45. С. 112–118. URL: <https://economyand-society.in.ua/> (дата звернення: 21.03.2026).

УДК 004.8

Іванюк Юрій,
студент III курсу спеціальності
*G7 Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані
технології та робототехніка,*
ЗВО «Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу»
Науковий керівник:
Іванов Олександр,
завідувач кафедри інформаційних технологій,
доктор філософії, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4678-7956>

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: НОВИНКИ CES 2026

AI-технології в сучасному розумінні – це вже не про те, що буде колись, і не про те, що вже було, це те, що вже і зараз. Можливо, багато з нас цього не помічають, дехто використовує частково, проте кожної хвилини розробляються і впроваджуються нові рішення у, здавалося б, звичайних речах.