МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «**Інформаційно-комунікаційна репрезентація в соціальних мережах Міністерства культури та стратегічних комунікацій України**»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0291 – ід
спеціальності В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»
ОП «Інформаційно-комунікаційна справа»
Дерев'янко О. О.
Керівник: проф., д-р наук соц. ком.
Ковпак В. А.
Рецензент доц., к.філол.н.
Лебідь Н.М.
…...……

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

Завдання.....3

Реферат.....5

Вступ.....7

Розділ 1. Міністерство культури та стратегічних комунікацій (МКСК): історія реформ, сфери діяльності, проєкти

1.1. Еволюція Міністерства культури та стратегічних комунікацій: ключові етапи реформ та організаційні зміни……11

1.2. Основні напрями діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій : стратегічні ініціативи, реалізовані проєкти.……...21

Розділ 2. Офіційні сайт та соціальні мережі як інформаційно-комунікаційні платформи репрезентації МКСК……26

2.1. Офіційний веб-сайт Міністерства культури та стратегічних комунікацій України: інформаційна структура……...34

2.2. Офіційні сторінки МКСК у соціальних мережах: оперативний та прямий доступ до цільових аудиторій…….55

Висновки…….……...……73

Список використаних джерел……..……76

Summary……..81

Декларація академічної доброчесності……...82

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
Рівень вищої освіти бакалаврський
Спеціальність В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»
ОПП Інформаційно-комунікаційна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____
_____
«__»_____2025 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Дерев'янко Олександри Олексіївни

1. Тема роботи (проєкту) «Інформаційно-комунікаційна репрезентація в соціальних мережах Міністерства культури та стратегічних комунікацій України» (Information and communication representation in social networks of the Ministry of Culture and Strategic Communications of Ukraine»)
керівник роботи (проєкту) Ковпак В. А., проф., д-р наук соц. ком.
затверджені наказом ЗНУ від «07» листопада 2024 року № 1782-с.

2. Строк подання студентом роботи 23 квітня 2025 року.

3. Вихідні дані до роботи праці вітчизняних дослідників В. Бігуна, Є.Большешапова, А. Полісученка, О. Хмельовського та А. Чупіса.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) охарактеризувати ключові етапи реформ та організаційні зміни в еволюції Міністерства культури та стратегічних комунікацій; 2) висвітлити основні напрями діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій : стратегічні ініціативи, реалізовані проєкти; 3) проаналізувати інформаційну структуру офіційного веб-сайту Міністерства культури та стратегічних комунікацій України; 4) визначити контент-стратегії та комунікаційні інструменти офіційних сторінок МКСК у соціальних мережах.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) – 26 рисунків.

6. Консультанти розділів роботи (проєкту):

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

Перший розділ	Ковпак В.А., професор, д. соц. ком.	02.10.2024	02.10.2024
Другий розділ	Ковпак В.А., професор, д. соц. ком.	12.12.2024	12.12.2024
Вступ, висновки	Ковпак В.А., професор, д. соц. ком.	03.03.2025	03.03.2025

7. Дата видачі завдання 02.10.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	Жовтень 2024 р..	Виконано
2.	Збір матеріалів для аналізу	Листопад-грудень 2024 р.	Виконано
3.	Підготовка Розділу 1	Січень 2025 р.	Виконано
4.	Написання Розділу 2	Березень 2025 р.	Виконано
5.	Формулювання вступу, висновків, оформлення роботи	Квітень 2025 р.	Виконано
6.	Одержання відгуку та рецензії, проходження нормоконтролю	Травень 2025 р.	Виконано
7.	Захист роботи	Червень 2025 р.	Виконано

Студент _____ **О. О. Дерев'янко**
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ **В. А. Ковпак**
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер **К.М. Пирогова_**

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра «Інформаційно-комунікаційна репрезентація в соціальних мережах Міністерства культури та стратегічних комунікацій України» – основний текст – 88 сторінки. Для виконання дипломної роботи 39 джерел.

Об'єктом дослідження є інформаційно-комунікаційна репрезентація Міністерства культури та стратегічних комунікацій України в соціальних мережах.

Предметом дослідження є контент-стратегії та комунікаційні інструменти, які використовуються для реалізації стратегічних цілей Міністерства культури та стратегічних комунікацій України на офіційному сайті та в соціальних мережах.

Мета дослідження: проаналізувати контент-стратегії та комунікаційні інструменти, які використовуються для реалізації стратегічних цілей Міністерства культури та стратегічних комунікацій України на офіційному сайті та в соціальних мережах.

Методи дослідження: елементи дискурс-аналізу (урахування історико-політичного, соціокультурного контексту в умовах російсько-української війни), синхронічний метод (акцентуація на умовах реалізації інформаційно-комунікаційної діяльності міністерства в умовах повномасштабного вторгнення); використання аналітичної платформи Similarweb (для більш детального вивчення взаємодії авдиторії із веб-сайтом Міністерства культури та стратегічних комунікацій України); дані сервісу Social Blade (графіки, що характеризують активність сторінки Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у Facebook, відображають динаміку щомісячного приросту вподобань у заданий період); сервіс Rival IQ, аналітичні дані соціальних мереж Міністерства культури та стратегічних комунікацій України; сервіс Telemetr, аналітичні дані Телеграм-каналу Міністерства культури та стратегічних комунікацій України.

Завдання дослідження:

1) охарактеризувати ключові етапи реформ та організаційні зміни в еволюції Міністерства культури та стратегічних комунікацій;

2) висвітлити основні напрями діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій : стратегічні ініціативи, реалізовані проєкти;

3) проаналізувати інформаційну структуру офіційного веб-сайту Міністерства культури та стратегічних комунікацій України;

4) визначити контент-стратегії та комунікаційні інструменти офіційних сторінок МКСК у соціальних мережах.

Методологічну і теоретичну основу рунтується на працях українських науковців, зокрема В. Бігуна, А. Полісученка, Є. Большешапова, О. Хмельовського, А. Чупіса та інших, які присвячені аналізу місця та ролі Міністерства культури та стратегічних комунікацій України в системі суб'єктів захисту національних інтересів в інформаційній сфері, а також окреслюють рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності державних органів у соціальних мережах.

Наукова новизна дослідження полягає в системному аналізі контент-стратегій і комунікаційних інструментів МКСК у соціальних мережах із урахуванням специфіки гібридної війни. Дослідження підтверджує важливість адаптації державної комунікаційної політики до умов інформаційних загроз та політичних змін.

Сфера застосування: полягає у можливості використання матеріалів дослідження для вдосконалення державної комунікаційної політики, розробки нових кампаній для залучення громадськості до участі в національних ініціативах.

ВСТУП

У сучасному суспільстві основними інструментами комунікації і інформування у всіх сферах життєдіяльності виступають цифровізовані платформи.

На четвертий рік повномасштабного вторгнення в Україні, що супроводжується застосуванням гібридних методів впливу з боку російської федерації, питання забезпечення інформаційного суверенітету набуває особливої актуальності як ключового елемента системи національної безпеки України. У цьому контексті вагома роль відводиться діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (далі – МКСК), яке відіграє провідну роль у формуванні та реалізації державної політики у сферах культури, інформаційної безпеки та збереження національної культурної спадщини.

Актуальність дослідження полягає в аналізі цифрових стратегій та креативних підходів, які трансформували репрезентацію МКСК у соціальних мережах.

Метою дослідження є проаналізувати є контент-стратегії та комунікаційні інструменти, які використовуються для реалізації стратегічних цілей Міністерства культури та стратегічних комунікацій України на офіційному сайті та в соціальних мережах..

Завдання дослідження:

1) охарактеризувати ключові етапи реформ та організаційні зміни в еволюції Міністерства культури та стратегічних комунікацій;

2) висвітлити основні напрями діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій : стратегічні ініціативи, реалізовані проєкти;

3) проаналізувати інформаційну структуру офіційного веб-сайту Міністерства культури та стратегічних комунікацій України;

4) визначити контент-стратегії та комунікаційні інструменти офіційних сторінок МКСК у соціальних мережах.

Об'єктом дослідження є інформаційно-комунікаційна репрезентація Міністерства культури та стратегічних комунікацій України в соціальних мережах.

Предметом дослідження є контент-стратегії та комунікаційні інструменти, які використовуються для реалізації стратегічних цілей Міністерства культури та стратегічних комунікацій України на офіційному сайті та в соціальних мережах.

При написанні кваліфікаційної роботи бакалавра використані такі **методи дослідження:** елементи дискурс-аналізу (урахування історико-політичного, соціокультурного контексту в умовах російсько-української війни), синхронічний метод (акцентуація на умовах реалізації інформаційно-комунікаційної діяльності міністерства в умовах повномасштабного вторгнення); використання аналітичної платформи Similarweb (для більш детального вивчення взаємодії авдиторії із веб-сайтом Міністерства культури та стратегічних комунікацій України); дані сервісу Social Blade (графіки, що характеризують активність сторінки Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у Facebook, відображають динаміку щомісячного приросту вподобань у заданий період); сервіс Rival IQ, аналітичні дані соціальних мереж Міністерства культури та стратегічних комунікацій України; сервіс Telemetr, аналітичні дані Телеграм-каналу Міністерства культури та стратегічних комунікацій України.

Методологічна і теоретична основа дослідження складають праці, присвячені аналізу місця та ролі Міністерства культури та стратегічних комунікацій України в системі суб’єктів захисту національних інтересів в інформаційній сфері, а також рекомендаціям щодо підвищення ефективності його діяльності, зокрема роботах В. Бігуна, А. Полісученка, Є. Большешапова, О. Хмельовського, А. Чупіса та інших.

Наукова новизна дослідження полягає в системному аналізі контент-стратегій і комунікаційних інструментів МКСК у соціальних мережах із урахуванням специфіки гібридної війни. Дослідження підтверджує важливість адаптації державної комунікаційної політики до умов інформаційних загроз та політичних змін.

Практичне значення одержаних результатів. Дослідження визначається можливістю використання його результатів для вдосконалення комунікаційної діяльності МКСК. Рекомендації щодо оптимізації контент-стратегій, зокрема адаптації контенту до платформ, персоналізації для різних аудиторій і впровадження етичних стандартів, можуть підвищити охоплення, залученість і довіру до контенту. Пропозиції щодо посилення кібербезпеки, розширення аналітичних інструментів і автоматизації комунікацій через чат-боти сприятимуть технічній ефективності. Результати можуть бути застосовані для розробки національних стратегій медіаграмотності, культурної дипломатії та протидії дезінформації.

Апробація кваліфікаційної роботи здійснена під час роботи науково-практичній конференції «Сучасні наукові дослідження: від теорії до практики»

Ковпак В., Дерев'янко О. Особливості представлення Міністерства культури та інформаційної політики України в соціальних мережах (за даними моніторингу). *«Сучасні наукові дослідження: від теорії до практики»: матеріали науково-практичної конференції (*Львів, 27–28 червня 2025 р.). Одеса : Видавництво «Молодий вчений», 2025. Матеріали прийнято до друку.

Також апробація відбулася під час ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах»

Ковпак В., Дерев'янко О. Інформаційно-комунікаційна репрезентація в соціальних мережах Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. *«Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах»:* матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (Київ, 22 травня 2025 р.). Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. Матеріали прийнято до друку.

Структура: кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та 1 додатку. Обсяг основної роботи – 88 сторінок. Список використаної літератури включає 39 найменувань (викладених на сторінках).

РОЗДІЛ 1
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ (МКСК): ІСТОРІЯ РЕФОРМ, СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ, ПРОЄКТИ

1.1 Еволюція Міністерства культури та стратегічних комунікацій: ключові етапи реформ та організаційні зміни.

Під час повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну надзвичайно важливою стала функція ефективної репрезентації діяльності держави в цифровому середовищі, зокрема у соціальних мережах. Соціальні мережі сьогодні виступають ключовою платформою для комунікації між органами влади та громадянами, сприяючи оперативному донесенню інформації з різних напрямів державної діяльності. В умовах масової дезінформації, яку поширює агресор, прозора та відкрита комунікація держави в соцмережах допомагає зміцнити довіру до державних інституцій, об'єднати суспільство та мобілізувати громадян.

Тож у цьому контексті П. Фармхаус зазначив: «Соціальні мережі є зручним інструментом для роботи по всім вищезазначеним напрямам, оскільки вони відрізняються рядом переваг у порівнянні з іншими джерелами інформації. По-перше, простота і доступність соціальних мереж. По-друге, можливість відходу від офіційного стилю у викладі інформації простою і доступною мовою забезпечує зрозумілість повідомлень для користувачів. По-третє, соціальні мережі дозволяють безперервне двостороннє спілкування держави і громадян, а також колективне обговорення питань за допомогою коментарів, лайків та інших засобів взаємодії. Крім того, зручність перегляду інформації, її збір в одну стрічку, можливість швидкого пошуку за допомогою хештегів, а також швидке поширення інформації через репости сприяють ефективному розповсюдженню інформації. Також важливою є можливість збереження цікавої інформації на сторінці користувача, проведення опитувань громадської думки та зручність

відстеження найбільш цікавих для громадян тем за кількістю лайків і/або репостів» [34].

Наразі держава впроваджує низку програм, що сприяють зменшенню дистанції з громадськістю через інструменти інформаційних платформ.

Основною метою ініціативи «Відкритий уряд», що ґрунтується на концепції відкритості, є якісне покращення рівня інформаційної відкритості державних органів. Для досягнення цієї мети важливо дотримуватися принципів інформаційної відкритості, зрозумілості, участі громадянського суспільства та підзвітності. Принцип інформаційної відкритості передбачає своєчасне, доступне та достовірне надання інформації про дії державного органу. Принцип зрозумілості вимагає, щоб цілі, завдання і плани відомства були зрозумілими та доступними для громадськості. Принцип залучення громадянського суспільства передбачає створення каналів зворотного зв'язку між суспільством і державним органом для участі громадян у розробці та реалізації державно-управлінських рішень. Принцип підзвітності означає можливість контролю за діяльністю відомства з боку громадян. Концепція також вказує на важливість використання Інтернету для публікації інформації про роботу відомства та для встановлення каналів комунікації з громадянами [33].

Одним із основних виконавчих органів України, у фокусі діяльності якого є формування висвітлення держави на різних рівнях є Міністерство культури та стратегічних комунікацій. В.М. Бігун зазначав: «МКСК є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері медіа, інформаційній та видавничій сфері» [1, с. 245].

МКСК України є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України. Воно створене 2 вересня 2019 року Постановою Кабінету Міністрів України № 829 «Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади» [17] шляхом реорганізації Міністерства культури і Міністерства молоді та спорту в Міністерство культури, молоді та спорту України. Теперішню назву відомство

має з 06 вересня 2024 року, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 1028 «Про перейменування Міністерства культури та інформаційної політики України і Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України» [16].

Міністерство, відповідно до Положення про Міністерство культури та стратегічних комунікацій України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2019 р. № 885, є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах культури, державної мовної політики, популяризації України у світі, державного іномовлення, інформаційного суверенітету України (у частині повноважень з управління цілісними майновими комплексами державного підприємства «Мультимедійна платформа іномовлення України» та Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ») та інформаційної безпеки, а також забезпечує формування та реалізацію державної політики у сферах відновлення та збереження національної пам’яті, мистецтв, охорони культурної спадщини, музейної справи, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей. Основними завданнями МКСК є:

1) забезпечення формування та реалізація:

- державної політики у сферах культури та державної мовної політики;
- державної політики у сферах інформаційного суверенітету (у частині повноважень з управління цілісними майновими комплексами державного підприємства “Мультимедійна платформа іномовлення України” та Українського національного інформаційного агентства “Укрінформ”), інформаційної безпеки України;
- державної політики у сфері державного іномовлення;
- державної політики у сферах популяризації України в світі, стратегічних комунікацій, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами;

2) забезпечення формування та реалізації державної політики у сферах відновлення та збереження національної пам’яті, кінематографії, у сфері

мистецтв, охорони культурної спадщини, музейної справи, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей;

3) забезпечення формування та реалізації державної політики у сфері медіа, зокрема з питань медіаграмотності, інформаційній та видавничій сфері;

5) участь у формуванні та реалізації державної політики з питань тимчасово окупованих територій України у Донецькій та Луганській областях, Автономній Республіці Крим і м. Севастополі та населення, що на них проживає, з метою їх реінтеграції в єдиний культурний та інформаційний простір України [19].

За час своєї діяльності Міністерство культури та інформаційної політики України пройшло через низку інституційних трансформацій, реформ та структурних змін, що відображали як внутрішні потреби державного управління, так і виклики зовнішнього середовища. Від початку свого існування міністерство неодноразово змінювало пріоритети, структуру та функціональне навантаження, адаптуючись до нових суспільно-політичних реалій і міжнародних стандартів.

Реформування Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) є комплексним процесом, що відображає необхідність адаптації державного управління до викликів гібридної війни, цифрової трансформації та суспільного запиту на прозорість.

Здобувши незалежність у 1991 році, Україна успадкувала від СРСР систему управління культурою. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 13 травня 1993 року № 348 (м. Київ) Міністерство культури України забезпечує реалізацію державної політики у сфері культури. До основних завдань Міністерства належать: здійснення гуманістичної політики у сфері культури як необхідної умови гармонійного розвитку українського народу та національних меншин в Україні, сприяння розбудові громадянського суспільства і демократичної правової держави; збереження культурного надбання, захист української культури та української мови; розроблення пропозицій щодо стратегічних напрямів розвитку національної культури, стимулювання культурного процесу; розвиток соціальної та ринкової інфраструктури культури, забезпечення ефективного управління галуззю, зміцнення матеріально-технічної

бази культури; розширення міжнародного культурного співробітництва, розвиток культурних зв'язків з україномовним світом [17].

Відповідно у період з 1997–2005 було змінено назву виконавчого органу на Міністерство культури і мистецтв України. Це рішення уряду було зумовлене прагненням акцентувати значущість мистецької складової шляхом її окремого відображення в назві. Такий крок засвідчував посилення уваги до розвитку мистецтв як невід'ємної частини культурного процесу, зокрема театру, музики, живопису, кінематографу та інших галузей. Указом Президента України від 31 серпня 2000 року № 1038/2000 Мінкультури України є головним (провідним) органом у системі центральних органів виконавчої влади із забезпечення реалізації державної політики у сфері культури і мистецтв. Основними завданнями Мінкультури України є: забезпечення реалізації державної політики у сфері культури і мистецтв, державної політики з питань охорони культурної спадщини, національної музейної політики; підготовка пропозицій щодо основних напрямів державної мовної політики та участь у її реалізації; здійснення відповідно до законодавства державного управління і контролю у сфері охорони культурної спадщини, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей, музейної та бібліотечної справи, кінематографії; забезпечення реалізації прав громадян на свободу літературної і художньої творчості, вільного розвитку культурно-мистецьких процесів, забезпечення доступності всіх видів культурних послуг та культурної діяльності для кожного громадянина; створення умов для задоволення національно-культурних потреб українців, які проживають за межами України, розвитку міжнародного культурного співробітництва; координація діяльності органів виконавчої влади з питань реалізації державної політики у сфері культури і мистецтв, державної політики з питань охорони культурної спадщини, національної музейної політики, державної політики щодо бібліотечної справи; захист відповідно до законодавства прав і законних інтересів вітчизняних творчих працівників і творчих спілок, а також закладів, підприємств та організацій, що діють у сфері культури і мистецтв; створення умов для розвитку соціальної та ринкової

інфраструктури у сфері культури і мистецтв, організація її матеріально-технічного забезпечення [29].

Відповідно до Указу Президента України № 680/2005 від 20 квітня 2005 року було прийнято рішення: «Реорганізувати Міністерство культури і мистецтв України та Державну туристичну адміністрацію України у Міністерство культури і туризму України» [32]. Така зміна була зумовлена потребою у формуванні цілісної гуманітарної стратегії, що поєднує охорону культурної спадщини, розвиток мистецтв та популяризацію України як туристичної держави. Туризм розглядався не лише як економічна галузь, а й як інструмент культурної дипломатії, промоції національної ідентичності та міжкультурного діалогу.

У 2011 році відбулася реорганізація міністерства, у результаті якої функції туризму були передані Міністерству інфраструктури. Відповідно до Указу Президента України № 388/2011 від 6 квітня 2011 року було затверджено нове Положення про Міністерство культури України, що визначило оновлені засади функціонування міністерства у сфері культури [31]. Цим самим указом визнано таким, що втратив чинність Указ Президента від 2 грудня 2005 року № 1688, яким було затверджено Положення про Міністерство культури і туризму України.[32]. Відновлене Міністерство культури України зосередилося виключно на питаннях культури, включаючи підтримку культурної спадщини, розвиток мистецтва, народної творчості та культурної освіти.

В результаті реорганізації 2019 року міністерство отримало розширений мандат, включивши до сфери своєї відповідальності питання молодіжної політики, фізичного виховання та спорту. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 2 вересня 2019 р. № 829 «Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади», було створено Міністерство культури, молоді та спорту України, реорганізувавши шляхом перетворення Міністерство інформаційної політики та поклавши на утворений центральний орган виконавчої влади завдання та функції Міністерства культури і Міністерства молоді та спорту, що ліквідуються [18]. Таке об’єднання було спрямоване на

створення більш цілісної та ефективної системи управління цими важливими напрямами.

Еволюція МКСК є частиною ширшої трансформації державного управління в Україні, що розпочалася після здобуття незалежності в 1991 році. У 1990-х і 2000-х роках функції культури та інформації були розподілені між різними відомствами, що призводило до фрагментації політики та обмежувало її ефективність у протидії інформаційним загрозам та стало прогалиною у гібридній війні російської федерації проти України.

Як зазначав М. Савлюк: «Цій війні, яка, безперечно, є гібридною, багато років поспіль передували інформаційна, культурна та економічна експансії. В Україні постійно працювали російські телеканали та інші мас-медіа, які практично у цілодобовому режимі транслювали і насаджували українцям прокремлівські наративи, зокрема про «братні народи», спільну історію та культуру. До України безперешкодно приїжджали виступати російські популярні артисти та музиканти. Російські потужніші компанії та підприємства безперешкодно купляли та поглинали не такий економічно розвинений український бізнес. Разом із торговими та газовими «війнами» це все разом починало гібридну війну супроти Україні ще з 90-х років XX ст. та «нульових» років XXI ст. Увесь цей комплекс «агресивних» дій заклав підґрунтя того, що нам усім довелося бачити на «антимайдані» у 2013 р. та на Донбасі вже у 2014 р.» [24, с. 187].

Гібридну війну як протистояння, що виникло як наслідок технологічного розвитку, технічного зростання рівня оборонних інструментів, наступальних озброєнь, іншими словами – технологій протиборства розглядає науковець О. Ситник. Він зауважує: «При цьому значно змінюються самі цілі для ураження. Ними виступають уже не позбавлення життя солдатів і руйнування матеріальних об’єктів. Тут найважливішими цілями є вплив на масову свідомість суспільства, експертні судження осіб, відповідальних за прийняття важливих державних рішень, уключаючи конгресменів, міністрів, депутатів, президентів, коли

відбувається навіювання їм певних теорій, прищеплення ціннісних позицій, які мотивують учиняти певні дії. Таке протиборство теж є державним» [26].

14 січня 2015 року відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України» було офіційно затверджено утворення нового центрального органу виконавчої влади – Міністерства інформаційної політики України (надалі – МІП). Відповідно до Постанови було визначено: «МІП є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах інформаційного суверенітету України, державного іномовлення та інформаційної безпеки. Основними завданнями МІП є:

- забезпечення формування та реалізація державної політики у сферах інформаційного суверенітету України та інформаційної безпеки, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами;
- забезпечення формування та реалізація державної політики у сфері державного іномовлення;
- забезпечення розбудови в Україні системи державних стратегічних комунікацій;
- забезпечення здійснення реформ засобів масової інформації щодо поширення суспільно важливої інформації» [13].

Зокрема протягом 2015–2018 років Сектору стратегічних комунікацій МІП вдалося просунутися на шляху створення системи державної комунікації. На стратегічному рівні розроблено базовий документ державних комунікацій – Доктрину інформаційної безпеки. Також здійснено аудит комунікаційних структур міністерств і відомств та розроблено концепцію урядових комунікацій на стратегічному та операційному рівнях.

Також МІП проводило низку заходів для представників регіональних медіа на кшталт «Медіа без упереджень: слова мають значення». Одним із найважливіших досягнень Міністерства у сфері стратегічних комунікацій стало створення комунікаційної платформи «Єдиний голос», завдяки якій у 2018 році

було проведено 40 зустрічей комунікаційних держорганів та проведено успішну маркетингову кампанію Уряду «UkraineNOW», що отримала одну із найпрестижніших премій у сфері дизайну – «RedDot Design Award» у категорії «Corporate Identity». Водночас звіти про діяльність Міністерства здебільшого містять перелік заходів, в яких МІП взяло участь та не висвітлює, яких документів/кроків/результатів було досягнуто завдяки проведенню цих заходів. Зауважимо, що досягнення МІП у створенні спеціального інформаційного контенту в контексті реінтеграції є найбільш наочними, зокрема проведені МІП інформаційні кампанії «Крим – це Україна», «#Кримнаш», «Два прапори – єдина країна!». Більшість інформаційних кампаній є соціальною рекламою на суспільно важливу тематику: підвищення статусу армії, щодо необхідності підтримки вимушених переселенців, роз'яснення прав користування пільгами на навчання у ЗВО дітей з тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей [3, с. 6–7].

Повномасштабне вторгнення росії в лютому 2022 року стало каталізатором для створення МКСК як окремого органу. МКСК було сформовано шляхом виокремлення інформаційно-комунікаційних функцій, що дозволило зосередитися на стратегічних комунікаціях і культурній дипломатії. Указ Президента «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України» від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки» від 28.12.2021 N 685/2021) встановив правові рамки для координації комунікацій і протидії дезінформації [30]. Наказ Кабінету Міністрів 07.12.2020 № 2353 «Про затвердження Порядку взаємодії Міністерства культури та стратегічних комунікацій України з центральними органами виконавчої влади, діяльність яких спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України через Міністра культури та стратегічних комунікацій України» додатково врегулював взаємодію державних органів у сфері стратегічних комунікацій, що посилило координацію між МКСК та іншими інституціями [12]. У 2024 році МКСК затвердило оновлену Стратегію розвитку медіаграмотності до 2026 року, що передбачала масштабні кампанії в соціальних мережах для підвищення обізнаності громадян [27]. Цей

етап характеризувався інтеграцією цифрових платформ для оперативного інформування та просування національного іміджу.

Реформування МКСК спричинило значні інституційні зміни, які вплинули на державну політику та суспільну довіру. Консолідація інформаційних і культурних функцій під егідою МКСК дозволила створювати єдині комунікаційні наративи, що поєднують протидію дезінформації з просуванням національної ідентичності. Наприклад, проєкт Ukraine.ua використовував соціальні мережі для цифрового сторітелінгу, що зміцнив міжнародний імідж України. Ця ініціатива мала значне охоплення в Instagram і Twitter, де публікації про українську культуру залучали міжнародну аудиторію [39]. Інтеграція функцій сприяла підвищенню ефективності комунікацій, оскільки культурні ініціативи стали частиною ширшої стратегії інформаційної безпеки.

Отже, реформування Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) стало відображенням глибших трансформацій, що відбуваються у сфері державного управління в умовах сучасних викликів. Протягом останніх років інституція зазнала численних змін – як структурних, так і функціональних, – що засвідчили прагнення держави сформувати більш гнучку, ефективну й стратегічно орієнтовану модель управління гуманітарною політикою. Зокрема, інтеграція напрямів культури, інформаційної політики та стратегічних комунікацій в межах однієї установи є відповіддю на потребу комплексного підходу до зміцнення національної ідентичності, інформаційної безпеки та формування позитивного міжнародного іміджу України.

Модернізація міністерства також свідчить про перехід від суто адміністративного управління до стратегічного комунікування із суспільством, де культура розглядається не лише як спадщина, а як інструмент державної стійкості, соціальної єдності та міжнародної суб’єктності.

1.2 Основні напрями діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій : стратегічні ініціативи, реалізовані проєкти.

Міністерство культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) є ключовим державним органом, який координує культурну політику, стратегічні комунікації та інформаційну безпеку в умовах гібридної війни, цифрової трансформації та суспільного запиту на прозорість. Функціональні повноваження МКСК охоплюють широкий спектр завдань, від протидії дезінформації до просування національного іміджу, тоді як його організаційна структура забезпечує ефективну реалізацію цих функцій.

У 2024 році Міністерство культури та інформаційної політики України (МКІП), правонаступником якого стало МКСК здійснювало свою діяльність у межах правового поля, визначеного низкою нормативно-правових актів, стратегічних документів державної політики, а також міжнародних зобов'язань України. З огляду на воєнний стан та потребу в посиленні культурного фронту, ключовими пріоритетами діяльності міністерства стали збереження культурної спадщини, підтримка сектору культури та креативних індустрій, а також стратегічні комунікації в межах національного спротиву.

Зокрема, одним із нормативно-правових документів є Державна стратегія регіонального розвитку України на 2021–2027 роки, оновлена у 2024 році. Стратегічною метою державної регіональної політики до 2027 року є посилення соціально-гуманітарної, економічної, просторової згуртованості України, підвищення рівня безпеки і добробуту громадян шляхом задоволення потреб регіонів та територіальних громад у відновленні інфраструктури та модернізації економіки за принципом «краще, ніж було», ефективного використання внутрішнього потенціалу територій, розвитку системи демократичного, децентралізованого та інклюзивного багаторівневого врядування.

Стратегічна мета державної регіональної політики до 2027 року досягається на основі трьох стратегічних цілей:

- формування згуртованої держави в соціальному, гуманітарному, економічному, екологічному, безпековому та просторовому вимірах;
- підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів;
- розбудова ефективного багаторівневого врядування [23].

Затверджено План заходів на 2021–2023 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки, який передбачає проведення різноманітних активностей для досягнення стратегічних цілей. Зокрема, завдання, покладені на МКІП, включали низку заходів у сфері їх компетенції [14].

У рамках культурної складової передбачено створення комунікаційних платформ та інформування українського суспільства, підвищення обізнаності щодо необхідності охорони культурної спадщини та боротьби з вандалізмом. Зокрема, одним із заходів є розміщення на офіційних веб ресурсах інформаційних матеріалів, спрямованих на популяризацію культурної спадщини, її збереження, охорону та протидію вандалізму на пам'ятках.

Міністерство культури та інформаційної політики України з нагоди Міжнародного дня культурних пам'яток і визначних місць році провело флешмоб «Місяць селфі з пам'ятками», метою якого було підвищити обізнаність українців про культурні пам'ятки у їхніх містах. До участі запрошувалися всі охочі, які мали зробити селфі на фоні будь-якої культурної пам'ятки – як у рідному місті, так і в інших місцях — та поділитися у дописі короткою історією або цікавим фактом про неї. Пости учасників потрібно було позначати хештегами #селфізпам_ятками2024, #saveheritage, #CulturalMonument, #CulturalSite. Активних учасників, які зробили найбільше фото або отримали найбільше вподобань, нагороджували сертифікатами, що давали змогу більше дізнатися про культурну спадщину України.

Окрім цього, флешмоб сприяв залученню молоді Запоріжжя до культурного життя міста. У цей час у регіоні також продовжувалася співпраця з Дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ), що дозволило облаштувати нові укриття, цифрові освітні центри, мультифункціональний хаб і центри психосоціальної підтримки. Крім того, у Запорізькій області тривала видача гуманітарної допомоги для внутрішньо переміщених осіб і місцевих жителів. Через застосунок «Дія» переселенці могли оформити необхідні документи та соціальні виплати. Держава також запровадила програму компенсацій для роботодавців, які працевлаштовували ВПО за направленням центрів зайнятості [25].

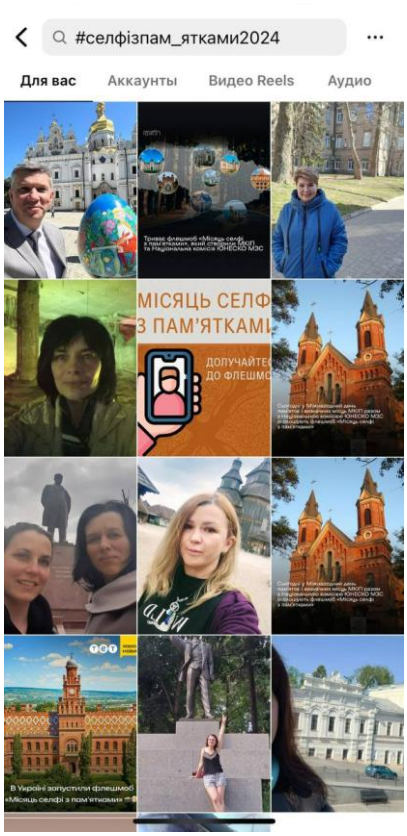


Рис. 1.1 Скриншот публікацій в Instagram щодо флешмобу «Місяць селфі з пам'ятками з хештегом #селфізпам_ятками2024 від МКСК. Джерело [6]

Напрям підвищення спроможності закладів культури до міжсекторальної співпраці, зокрема з представниками креативних індустрій, передбачає створення нових культурних продуктів, розширення джерел фінансування та реалізацію заходів, спрямованих на стимулювання попиту на креативну продукцію і популяризацію народних художніх промислів в Україні.

6 березня 2023 року Мінкульт запустив пізнавальний флешмоб з нагоди відзначення 15-ї річниці ратифікації Україною Конвенції ЮНЕСКО про охорону спадщини запустило пізнавальний флешмоб «Не борщем єдиним». Ініціатива мала на меті привернути увагу до унікальної та неповторної нематеріальної спадщини України, адже про неї було важливо знати та популяризувати. У рамках флешмобу українцям пропонували ділитися у соцмережах світлинами елементів культурної спадщини свого регіону або улюблених об’єктів, щоб підкреслити багатство і різноманіття українських традицій [10]. Так, основними хештегами стали #НематеріальнаСпадщина України та #НеБорщемЄдиним.

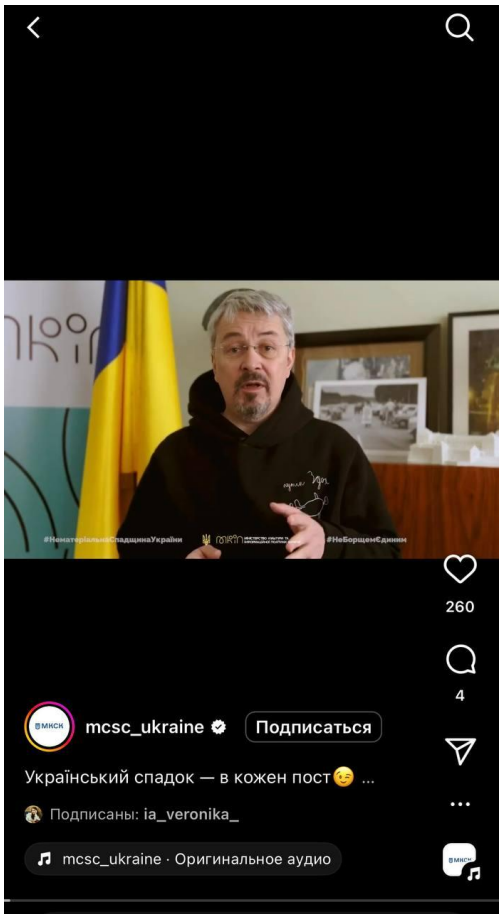


Рис. 1.2. Скриншот публікації d Instagram “ З нагоди відзначення 15-ї річниці ратифікації Україною Конвенції ЮНЕСКО про охорону культурної спадщини 2003 року” під хештегом #НематеріальнаСпадщина #НеБорщемЄдиним. Джерело [6]

Міністерство культури та стратегічних комунікацій провело кампанію #СилаКультури до Дня працівників культури та майстрів народного мистецтва. Ініціатива приурочена до Всеукраїнського дня працівників культури та майстрів народного мистецтва, який щорічно відзначають 9 листопада. У межах кампанії було проведено серію онлайн майстер-класів з петриківського розпису, виготовлення ляльки-мотанки та витинанки. Участь у цих заходах взяли актори Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки, для яких робота у традиційних видах народного мистецтва стала унікальним досвідом. Ініціатива надала можливість усім охочим не лише дізнатися більше про окремі види українського народного мистецтва, а й власноруч створити традиційні вироби та поділитися ними у соціальних мережах із хештегом #СилаКультури. Кампанія мала на меті підкреслити важливість української культури, яка живе і

розвивається завдяки зусиллям працівників культури та майстрів народного мистецтва, котрі щоденно зберігають національну ідентичність і роблять мистецтво доступним для всіх. Це була можливість для кожного відчути свій внесок у збереження культурної спадщини та поширити натхнення через творчість [4].



Рис. 1.3. Банер #СилаКультури до Дня працівників культури та майстрів народного мистецтва від МКСК. Джерело [4]

3 червня відбулась презентація Стратегії з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року (акт Міністерства культури та інформаційної політики України).

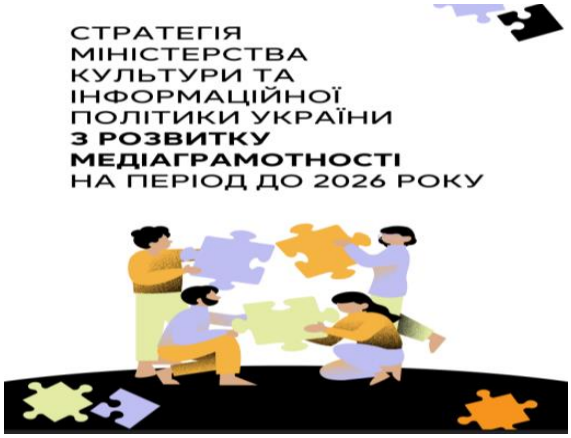


Рис. 1.4. Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності до 2026 року. Джерело [27]

Стратегія базується на чотирьох стратегічних цілях, реалізація яких покликана охопити всі ключові сектори – від освіти й медіа до культури, місцевого самоврядування та бізнесу.

Перша ціль – це налагодження системної координації зусиль усіх стейкхолдерів. Передбачається створення інтегрованого міжсекторального простору для співпраці державних інституцій, інститутів громадянського суспільства, міжнародних організацій, а також приватного сектору.

Друга стратегічна ціль полягає в підвищенні стійкості українського суспільства до дезінформаційних впливів. У цьому контексті медіаграмотність позиціонується як не лише технічна навичка перевірки фактів, але й як важливий чинник психоемоційної безпеки громадян.

Третя стратегічна ціль стосується посилення відповідальності медіа та лідерів громадської думки за створення інформаційного контенту. Стратегія передбачає створення умов для інтеграції медіаграмотності в різні формати контенту, включно з розважальними програмами, що є ефективним способом донесення складної інформації до масової аудиторії.

Четверта ціль закріплює концепцію медіаграмотності як компетенції, що розвивається впродовж усього життя. Одним із головних векторів тут є співпраця з Міністерством освіти і науки для інтеграції медіаграмотності у всі рівні формальної освіти, включаючи дошкільну, шкільну, професійну та вищу. Пропонується також налагодити взаємодію з Міністерством цифрової трансформації, що дозволить адаптувати медіаграмотність до новітніх технологічних умов, зокрема розвитку генеративного штучного інтелекту. Значну увагу приділено ментальному здоров'ю громадян.

Зокрема, в рамках Стратегії з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року було реалізовано проєкт «Фільтр».

«Фільтр» – це національний проєкт з медіаграмотності Міністерства культури та інформаційної політики України. Проєкт був заснований у 2021 році, щоб об'єднати зусилля держави, громадського сектору, міжнародних організацій та медіаспільноти задля покращення рівня медіаграмотності українців [21].

Онлайн-платформа «Фільтр» об’єднує навчальні ресурси для різних цільових груп: інтерактивні курси (зокрема «Фактчек» від VoxUkraine/EdEra), методичні посібники, відео та освітні матеріали для шкіл і бібліотек.

Окрему увагу приділено тренінгам для підлітків щодо розпізнавання шахрайства, маніпуляцій і дезінформації в соцмережах. Заходи реалізуються у партнерстві з освітніми закладами та НУО.

Щорічний Всеукраїнський урок медіаграмотності транслюється на телебаченні та онлайн і має широке охоплення – до мільйона глядачів. У межах уроку демонструються приклади фейків, пояснюються механізми маніпуляції та подаються практичні рекомендації з перевірки інформації.

Для розвитку аналітичного мислення серед молоді організовано конкурс «Репортер» для учнів 9–11 класів. Учасники створювали відеосюжети на теми культури, ментального здоров’я, героїзму, відповідального контенту. Конкурс стимулює критичне мислення та медіатворчість.

Проєкт активно використовує публічний простір: реалізовано кампанії у метро Києва, створено медіаклуби в регіонах, запущено серії подкастів і навіть музичні події з обговоренням тем дезінформації. Такий міждисциплінарний підхід сприяє популяризації медіаосвіти серед широких верств населення.

У 2024 році «Фільтр» провів масштабне дослідження, що охопило понад 880 наявних медіаосвітніх продуктів в Україні, а також визначив Індекс медіаграмотності населення. [21].

28 березня 2025 року Кабінет Міністрів України затвердив Стратегію розвитку культури України на період до 2030 року, а також Операційний план її реалізації на 2025–2027 роки. Ця Стратегія є середньостроковим інструментом державного планування, що містить всебічний аналіз стану культурної сфери, систематизує ключові проблеми, виклики та тенденції, на основі яких сформульовано цілі, пріоритети та завдання культурної політики до 2030 року. Її основна мета — утвердити культуру як фундамент національної ідентичності, чинник суспільної єдності, розвитку людського капіталу та підвищення міжнародної впізнаваності України. [27].

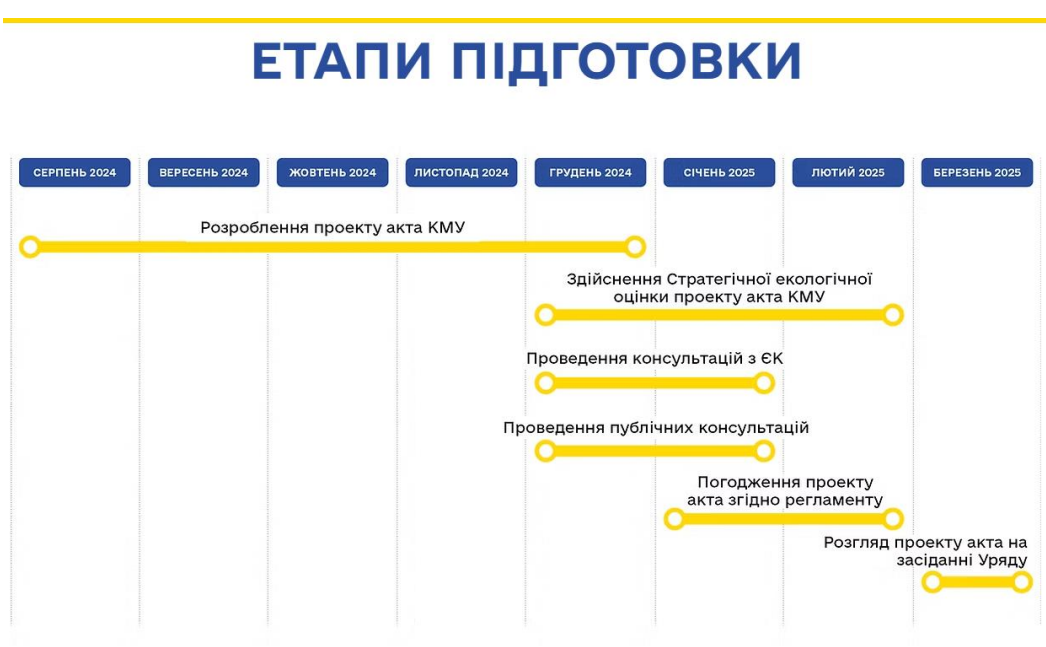


Рис. 1.5. Скриншот із Сайту Міністерства культури та стратегічних комунікації з інформацією про Етапи підготовки для прийняття Стратегії розвитку культури в Україні на 2025 – 2030 роки.

Розробка та прийняття Стратегії розвитку культури в Україні на 2025 – 2030 роки (далі – Стратегія) передбачені Законом України «Про культуру» та Планом України, схваленим розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18 березня 2024 р. № 244 (Офіційний вісник України 2024 р., № 32, ст. 2035), що є одним з інструментів для відновлення, реконструкції та модернізації держави, покликаних прискорити шлях України до набуття членства в Європейському Союзі [27].

Зокрема, в Стратегії розвитку культури в Україні на 2025–2030 роки зазначено: «Необхідність розроблення Стратегії аргументована тим, що сьогодні Україна зіткнулася із безпрецедентними викликами, глибокими соціальними та економічними змінами, спричиненими війною. Наслідки руйнувань, втрати людського капіталу, вимушена міграція та загроза культурній спадкоємності створюють серйозні ризики для майбутнього нації. У цих умовах культура набуває особливого значення як інструмент збереження національної ідентичності, культурної спадщини, соціальної згуртованості, відновлення суспільної довіри та посилення державної безпеки. » [28].

Відповідно зараз як ніколи Україна потребує системних стратегічних рішень у сфері культури, які забезпечать інтеграцію культурної спадщини у сучасний розвиток суспільства, стимулюватимуть творчий потенціал громадян, сприятимуть розумному розвитку інфраструктури та стимулюватимуть конкурентоспроможність української культури. Ці рішення стануть основою для посилення соціальної згуртованості, укріплення в Україні громадянського суспільства європейського рівня, культури як невід'ємної складової національної безпеки та створення умов для культурного розквіту, що є критично важливим у контексті повоєнного відновлення країни і забезпечення сталого розвитку суспільства в майбутньому.

Політика держави у сфері культури повинна стати однією з ключових політик для досягнення довгострокових цілей України. Вона відіграє вирішальну роль у формуванні, утвердженні та збереженні української національної ідентичності, забезпеченні стійкості суспільства, стимулюванні інноваційного розвитку, а також збереженні традиційної культури та нематеріальної культурної спадщини національних меншин та корінних народів України, зміцнення позицій державної мови, збереження культурних цінностей та успадкованих традицій, а також для створення нових майбутніх культурних цінностей в усіх секторах сфери культури.

До 2030 року Україна бачить себе активною учасницею світових культурних процесів та простором спільнодії для можливості в подальшому реалізації сміливих ідей, а українську культуру – основою та багатством стійкого (сталого) об'єднаного суспільства вільних, відповідальних, креативних і щасливих людей."

До Стратегії розвитку культури додається Операційний план на 2025–2027 роки, який деталізує процес її впровадження. Документ містить перелік стратегічних і операційних завдань, що супроводжуються конкретними заходами, визначеними термінами реалізації та очікуваними результатами. Такий підхід забезпечує практичне втілення стратегічних цілей і надає чіткий орієнтир

для реалізації державної культурної політики у середньостроковій перспективі. [27]

Перший стратегічний напрям передбачає зміцнення людського капіталу через культурні практики. У межах цієї мети планується інтегрувати культуру в систему національної безпеки шляхом розроблення відповідних законопроєктів і залучення культурних діячів до процесів стратегічного планування. Важливим напрямом є деколонізація культурного простору та подолання імперських наративів, що передбачає інвентаризацію музейного фонду, створення нових концепцій музейних продуктів і проведення інформаційних кампаній, спрямованих на формування історичної пам'яті. Крім того, заплановано стимулювання створення культурно-мистецького продукту шляхом розширення грантових програм, запровадження механізму державного замовлення та цифровізації. Значну увагу буде приділено підтримці ментального здоров'я через культурні практики, включаючи освітні програми, тренінги та розроблення методичних матеріалів. Окремо підкреслюється роль культури у формуванні громадянських і соціальних компетентностей населення через реалізацію інформаційних кампаній, проведення фестивалів, молодіжних форумів та освітніх заходів. Водночас планується відновити кадровий потенціал у сфері культури завдяки аналізу потреб, підвищенню кваліфікації працівників та реформуванню профільної системи освіти.

Друге стратегічне завдання спрямоване на захист, збереження, примноження та ефективне використання потенціалу культурної спадщини та культурних цінностей. У межах цього напряму передбачено комплекс заходів щодо захисту об'єктів культурної спадщини в умовах воєнного стану, зокрема розроблення протоколів евакуації, створення національних фондосховищ і проведення оцінки ризиків. Водночас здійснюється інституційне та правове посилення системи охорони спадщини, включаючи підготовку Кодексу культурної спадщини, оновлення законодавства та впровадження сучасних реставраційних методик. Цифрова трансформація галузі реалізується через створення електронних реєстрів, оцифрування об'єктів спадщини та

використання інформаційно-комунікаційних технологій. У пріоритеті також розвиток реставраційної сфери шляхом оновлення освітніх програм, створення професійних стандартів і організації міжнародних стажувань. Не менш важливою є діяльність з повернення культурних цінностей: передбачається створення правових механізмів реституції, активізація співпраці з українською діаспорою та гармонізація національного законодавства з європейськими директивами.

Інший стратегічне завдання зосереджене на підвищенні стійкості культури як суспільної системи. Основною метою є забезпечення ефективного функціонування системи управління у сфері культури, що досягається через визначення кваліфікаційних вимог, оновлення освітніх програм і впровадження сучасних професійних стандартів. Важливим є інституційне реформування закладів культури, яке передбачає пілотні проєкти, підтримку державно-приватного партнерства, розвиток меценатства та лібералізацію управлінських моделей. Паралельно здійснюється оптимізація системи державного фінансування культури шляхом розширення повноважень Українського культурного фонду (УКФ) та Українського інституту книги (УІК), а також створення окремого Українського фонду культурної спадщини. Одним з ключових напрямів також є забезпечення рівного доступу населення до культурних та мистецько-освітніх послуг шляхом створення мережі центрів культурних послуг, оновлення нормативної бази та модернізації інфраструктури.

У рамках реалізації визначених стратегічних завдань Міністерство культури та стратегічних комунікацій України вже розпочало втілення низки ініціатив. 10 червня в Україні стартувала всеукраїнська кампанія соціальних змін «Безбар'єрність – це коли можеш», яка реалізується в межах Національної стратегії зі створення безбар'єрного простору та ініціативи першої леді Олени Зеленської «Без бар'єрів». Ініціатива об'єднує зусилля понад десяти міністерств у партнерстві з ЮНІСЕФ і спрямована на формування суспільства, де кожна людина, незалежно від фізичного чи соціального стану, має рівні можливості для участі в житті громади. Перша хвиля кампанії знайомить з шістьма напрямами

безбар’єрності: фізичним, інформаційним, цифровим, громадянським, освітнім та економічним, тоді як друга має на меті активну участь громадян у створенні доступного середовища.

Одним із ключових проєктів є «Інформація без бар’єрів», представлений Міністерством культури та стратегічних комунікацій, який забезпечує доступність важливої інформації для людей з інвалідністю, дітей, іноземців та інших вразливих груп. У межах проєкту понад тисячу працівників культурної сфери пройшли навчання з безбар’єрної комунікації, а вісім міністерств розпочали впровадження принципів простої мови. Кампанія отримала широку підтримку суспільства – за результатами дослідження, 87% українців вважають безбар’єрність важливою цінністю, і тепер вона поступово стає стандартом у державних рішеннях, сервісах та щоденному житті [2].

Таким чином, реалізовані стратегічні ініціативи та проєкти Міністерства культури та стратегічних комунікацій України свідчать про цілеспрямовану й системну роботу держави у сфері гуманітарної політики в умовах війни та трансформаційного періоду. МКСК ефективно поєднує культурні, інформаційні та комунікаційні функції, що дозволяє забезпечувати не лише збереження культурної спадщини та розвиток творчого потенціалу, а й формувати інформаційну стійкість суспільства, сприяти соціальній згуртованості та розбудові демократичного, відкритого культурного простору. Комплексність підходу, міжвідомча взаємодія та залучення громадян до ініціатив міністерства формують нову якість державної політики в сфері культури й комунікацій.

РОЗДІЛ 2
ОФІЦІЙНІ САЙТ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МКСК

2.1 Офіційний веб-сайт Міністерства культури та стратегічних комунікацій України: інформаційна структура

Офіційний веб-сайт Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) є ключовим цифровим інструментом для реалізації його функціональних повноважень, що включають протидію дезінформації, просування культурної дипломатії та забезпечення прозорості державного управління. Інформаційна архітектура веб-сайту, яка охоплює навігаційну модель, аспекти користувацького досвіду та інтеграцію мультимедійних ресурсів, відіграє центральну роль у забезпеченні доступності, залученості та ефективності комунікацій. У контексті гібридної війни та цифрової трансформації веб-сайт МКСК слугує платформою для оперативного інформування громадян, популяризації української культури та зміцнення національної єдності.

Загальна структура сайту логічно побудована та інтуїтивно зрозуміла. Головне меню розташоване у верхній частині екрану і включає розділи: «Міністерство», «Діяльність», «Законодавство», «Громадянам», «Медіа блок»,. Меню має горизонтальне розміщення та зберігає свою видимість під час прокручування сторінки. Кожен з основних розділів містить додаткові підрозділи з детальнішою інформацією.

Основний блок «Міністерство» містить у собі розділ «Про міністерство». Зокрема, у даному блоці розписана більш детальна інформація про функціональні обов’язки міністерства, напрями діяльності та сфери, які воно охоплює. Крім того, даний блок містить посилання на нормативні акти.

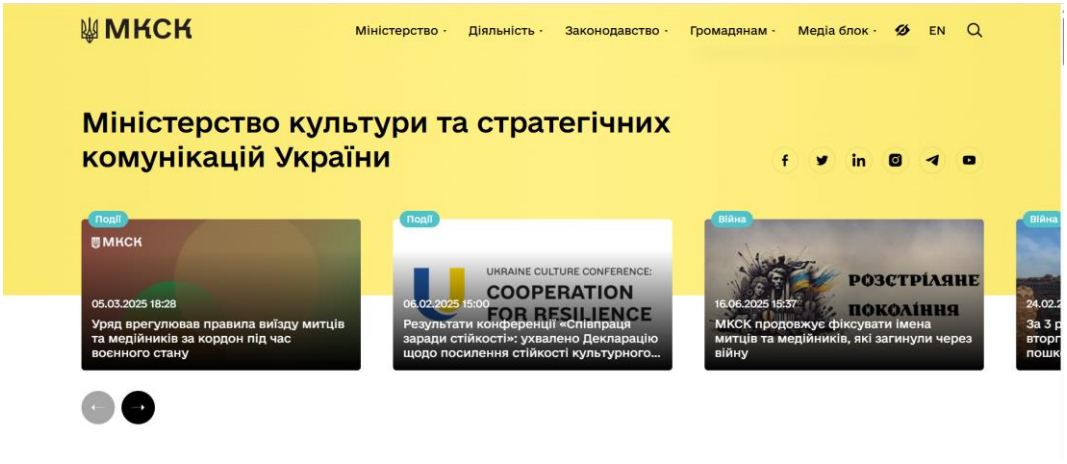


Рис. 2.1 Інтерфейс веб сайту Міністерства культури та стратегічних комунікації з інформацією

Розділ «Команда» присвячений інформації про керівництво Міністерства та його структурні підрозділи. Окремо зазначено про центральні органи виконавчої влади, зокрема Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Український інститут національної пам'яті, Державне агентство з питань мистецтв та мистецької освіти та Державне агентство з питань кіно. Загалом, розділ забезпечує користувачів сайту повною і структурованою інформацією про організаційну структуру Міністерства.

Розділ «Консультативно-дорадчі органи» містить повний перелік рад, груп і комісій, які допомагають міністерству у розробці та впровадженні державної політики в галузі культури, спадщини, стратегічних комунікацій і реагуванні на суспільні виклики. Серед них – Колегія міністерства, Науково-методична рада з охорони спадщини, Експертні ради з нематеріальної спадщини, подолання наслідків русифікації, стратегічних комунікацій, безбар'єрності; Робочі групи з оптимізації процесів і оцінки корупційних ризиків, Молодіжна рада, Координаційна рада з реінтеграції деокупованих територій та Офіс підтримки відновлення. Сторінка має зручну навігацію, адаптивний дизайн і швидке завантаження, що забезпечує легкий доступ до детальної інформації про кожен орган, його склад, функції та нормативні документи.

Сторінка «Підприємства та установи» розроблена для зручного пошуку інформації про культурні заклади України. Вона складається з двох частин: ліворуч розташований фільтр за регіонами, що дозволяє звузити пошук до

конкретної області. Основна частина сторінки містить перелік закладів, які можна відфільтрувати за типом (бібліотеки, театри, музеї тощо) за допомогою інтерактивних жовтих кнопок-тегів. Можливе комбінування фільтрів для більш точного пошуку. Кожен заклад представлений з детальною інформацією: назва, посилання на офіційні ресурси, ім'я керівника (якщо доступне), адреса та візуальне представлення. Жовтий тег поруч з назвою вказує на категорію закладу. Інтуїтивно зрозумілий дизайн та зручні фільтри роблять пошук необхідної інформації швидким та ефективним.

Розділ «Кар'єра» має зрозумілу структуру: у верхній частині розташовані назва розділу та підзаголовок "Вакансії". Навігація здійснюється за допомогою вкладок: «Вакансії» (активна), «Конкурси», «Нагороди», «FAQ» та «Про держслужбу». На сайті повідомляється про відсутність актуальних вакансій, але користувачам пропонується заповнити анкету. Для цього передбачена кнопка "Заповнити анкету". Крім того, розділ містить інформацію про організаційну структуру міністерства, статистичні дані щодо мережі підпорядкованих установ та загальну кількість працівників у системі МКСК.

Розділ «Контакти» містить відомості про контактну інформацію, організовану в кілька функціональних блоків. Зокрема, наведено канали для інформаційних запитів, громадських звернень, контактів із пресслужбою, технічної підтримки сайту та «гарячої лінії» міністерства. У цьому розділі також представлено робочий графік міністерства. Виокремлено блок із важливою інформацією щодо вивезення культурних цінностей: надається посилання на бланк заявки, список експертних установ та номер телефону для консультацій. Також зазначено інформацію про адміністративні послуги в галузі охорони культурної спадщини. Внизу сторінки розміщено розділ "Зв’язатись з нами", де доступні електронні форми для подання запитів на публічну інформацію, звернень громадян та повідомлень про корупцію.

Основний блок «Діяльність» є досить об’ємним і містить у собі інформацію по таким розділам: «Розстріляне покоління», «Безбар’єрність», «Бібліотеки та книговидання», «Відновлення», «Внутрішній аудит», «Державна

мовна політика», «Стратегічні комунікації», «Креативні індустрії», «Культурна спадщина», «Міжнародна співпраця», «Мистецтво», «Мистецька освіта», «Мистецькі конкурси», «Проєкти за підтримки МКСК», «Стратегічне планування», «Цифровий розвиток», «Конференція «Співпраця заради стійкості», «Кінематографія».

Розділ «Розстріляне покоління» розповідає про історію культурного середовища в Україні у 20-х – на початку 30-х років XX століття. Він відображає трагічні події тих часів, що торкнулися митців і працівників культури. Окрім історичного контексту, розділ містить актуальні статистичні дані про втрати серед культурних діячів унаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну. На сторінці є окремі посилання на файли, які деталізують інформацію про загиблих. Серед них – перелік митців та працівників сфери культури, які загинули через війну, а також список медійників, які стали жертвами бойових дій. Загалом розділ не є великим і містить переважно текстову інформацію. Наприкінці сторінки розміщено блок новин, де оновлюються відомості про втрати у культурній та медійній сферах.

У розділі «Безбар'єрність» представлено низку новин і подій, які ілюструють практичні кроки у реалізації політики. Текст представлений у формі коротких новинних повідомлень із зазначенням дати та часу, а також перелічені окремі розділи з нормативно-правовими актами, флагманськими проєктами МКСК, Виконання національної стратегії із створення безбар'єрного простору і корисними матеріалами. Зокрема, у підрозділі Флагманські проєкти міститься інформація щодо проєктів від МКСК: Інформація без бар'єрів, Інформаційна кампанія «Україна без бар'єрів». Розділ Виконання національної стратегії із створення безбар'єрного простору містить у собі гіперпосилання на документи: Стан виконання Плану заходів на 2021 – 2022 роки з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року, Стан виконання Плану заходів на 2023 – 2024 роки з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Загалом розділ містить інформацію, що поєднує теоретичне визначення

безбарєрності з прикладами конкретних заходів і партнерств, спрямованих на створення рівних можливостей для всіх громадян.

Розділ «Бібліотеки та книговидання» на сайті Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) висвітлює ключові напрями діяльності у сфері бібліотекознавства та підтримки книговидання в умовах війни. Зокрема даний розділ містить додаткові підрозділи, які охоплюють такі теми: Новини, Нормативно-правові акти, Діяльність бібліотек в умовах війни, Аналіз бібліотечної мережі. Підтрозділ Новини містить інформацію про останні чотири ключові події. Підрозділ Нормативно-правові акти включає інформацію про Закони України, Постанови, розпорядження Кабінету Міністрів України, Накази Міністерства та інші документи відповідно до діяльності МКСК, що координує діяльність бібліотек, сприяє централізованому комплектуванню і використанню бібліотечних фондів, здійснює координацію робіт з об’єднання бібліотек в єдину бібліотечно-інформаційну систему та погоджує рішення органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування стосовно реорганізації та ліквідації бібліотек, що перебувають у державній та комунальній власності. Збройна агресія Росії проти України суттєво шкодить бібліотечній сфері: пошкоджено сотні бібліотечних будівель і знищено понад сто мільйонів примірників документів. МКСК проводить постійний моніторинг збитків культурній інфраструктурі, а Національна бібліотека імені Ярослава Мудрого досліджує вплив війни на публічні бібліотеки через опитування 23 областей і Києва. Регулярно публікується інформація про стан бібліотек в умовах збройної агресії за різні періоди від 2023 до 2024 року. Розділ “Аналіз бібліотечної мережі містить у собі інформацію про дослідження за 2023 рік «Мережа публічних бібліотек України у 2023 році: аналіз стану».

Розділ «Відновлення» описує МКСК у сфері стратегічного планування розвитку культури під час комплексного відновлення країни. Міністерство реалізує проєкти відновлення культурної інфраструктури, постраждалої від агресії РФ, та управляє коштами для підтримки культури, мистецтв, креативних індустрій, культурної спадщини і ЗМІ. У розділі є блок «Новини», який містить

актуальну інформацію про події, пов’язані з культурою та медіа у контексті відновлення України. Окрім новин, розділ містить інформацію про нормативно-правові акти, комісію з питань розподілу та передачі коштів, реквізити рахунку для здійснення благодійних пожертв, а також оголошення.

Розділ «Внутрішній аудит» є інтерактивним розділом, який містить посилання на плани, декларації та накази, що регламентують діяльність внутрішнього аудиту Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) та його попередніх структур. Користувачі можуть ознайомитися з документами на різні періоди, зокрема планами діяльності на 2025–2027 роки та попередні роки, а також із деклараціями і наказами, що визначають порядок організації і проведення внутрішнього аудиту. Інтерактивність блоку дозволяє швидко переходити до необхідних документів для детального вивчення, по двум блокам: Плани та Накази.

Розділ «Державна мовна політика» описує роль МКСК як органу, який забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері державної мови. У цьому розділі є блок Новини, де публікуються актуальні події та ініціативи, пов’язані з розвитком і популяризацією української мови. Серед останніх новин – схвалення Урядом Концепції програми з вивчення англійської мови на 2026–2030 роки (05.06.2025). Також стартував мистецький конкурс, спрямований на популяризацію української мови через відеоконтент (05.06.2025). Розділ містить також нормативно-правові акти та інформаційно-аналітичні матеріали, що регулюють державну мовну політику в Україні.

Розділ «Стратегічні комунікації» висвітлює діяльність у сфері формування та реалізації державної політики щодо медіа, інформації та видавничої справи. У розділі представлено блок «Новини», де публікуються актуальні події та важливі ініціативи. У розділі також наведено інформацію про воєнні злочини проти українських журналістів і медіа, нормативно-правові акти та основні напрямки діяльності МКСК у цій сфері. Окремо представлені проєкти, органи влади та громадські організації, які співпрацюють із Міністерством. Для журналістів доступні корисні матеріали, а також перелік осіб, які створюють загрозу

національній безпеці. Розділ містить рішення Експертної ради МКСК з питань подолання наслідків русифікації та тоталітаризму. Також тут публікується моніторинг оприлюднення інформації центральними органами виконавчої влади (ЦОВВ).

У розділі «Креативні індустрії» представлено інформацію про формування та реалізацію державної політики, націленої на підтримку та розвиток креативного сектору. Розділ включає в себе стрічку новин, збірку нормативно-правових актів, а також статистичні звіти та аналітичні огляди, що характеризують динаміку розвитку креативних індустрій в Україні.

Розділ «Культурна спадщина» висвітлює діяльність Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у сфері охорони культурної спадщини, музейної справи, а також регулювання вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей. Особлива увага приділяється відновленню та збереженню національної пам'яті. У блоці «Новини» регулярно публікуються актуальні події. Розділ містить підрозділи з нормативно-правовими актами та темами: вивезення і повернення культурних цінностей, нерухома та нематеріальна спадщина, музейна справа, викрадені цінності, захист під час конфліктів, декомунізація, Червоний список культурних цінностей під загрозою, а також діяльність заповідників і музеїв під управлінням міністерства.

Розділ «Міжнародна співпраця» висвітлює діяльність Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у сфері взаємодії з міжнародними партнерами та організаціями. У розділі представлено актуальні новини та події, що відображають зусилля України у міжнародній культурній дипломатії, співробітництві та захисті культурної спадщини. Розділ також містить інформацію про міжнародну технічну допомогу, європейську інтеграцію та співробітництво з міжнародними організаціями.

Розділ «Мистецтво» висвітлює діяльність Міністерства культури та стратегічних комунікацій України, яке є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що формує та реалізує державну політику у сфері мистецтв. До сфери уваги належать музика, хореографія, театр, цирк,

образотворче та фотомистецтво, література та інші види сучасної професійної художньої діяльності. Розділ також містить нормативно-правові акти, інформацію про аматорське мистецтво, міжнародні та всеукраїнські конкурси, фестивалі та інші періодичні культурно-мистецькі заходи.

Розділ «Мистецька освіта» охоплює процес здобуття спеціальних здібностей, естетичного досвіду та ціннісних орієнтацій через активну мистецьку діяльність. Він спрямований на набуття професійних, зокрема виконавських, компетентностей та професійну художньо-творчу самореалізацію особистості. Мистецька освіта також включає отримання кваліфікацій у різних видах мистецтва.У розділі представлені новини та події. Розділ також містить нормативно-правові акти, інформацію про атестацію та сертифікацію, а також корисні інформаційні матеріали щодо мистецької освіти.

Розділ «Мистецькі конкурси» висвітлює діяльність Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) щодо організації та проведення мистецьких конкурсів. Ці конкурси спрямовані на реалізацію культурно-мистецьких проєктів, що підтримують захист національного інформаційного простору. У цьому розділі доступні такі матеріали: Положення про організацію та проведення мистецьких конкурсів, Положення про Конкурсну комісію МКСК з організації та проведення мистецьких конкурсів. Користувачі можуть ознайомитися з: Відкритими конкурсами – наразі 8 активних оголошень. Результатами конкурсів – 23 оприлюднені результати. Проєктами, які знаходяться на голосуванні – 2. Цей розділ дозволяє слідкувати за поточними мистецькими ініціативами та долучатися до них.

Розділ «Проєкти» містить перелік ключових ініціатив Міністерства культури та стратегічних комунікацій України, спрямованих на підтримку культури, інформаційної сфери та суспільства у воєнний час. Для зручності користувачів проєкти згруповано за темами, з можливістю фільтрації: Аналітика щодо руйнування у культурі, Інформація без бар’єрів, Інформаційна кампанія «Україна без бар’єрів», Свідок / War evidence / Війна впритул, Ukraine war art collection / Мистецтво перемоги, Моя мова / Speak Ukrainian. Кожен проєкт має

власну мету – від документування злочинів війни й збереження спадщини до підтримки мистецтва та популяризації української мови. Користувачам доступна зручна навігація між сторінками з переліком ініціатив (сторінки 1, 2, 3 тощо).

Розділ «Стратегічне планування» включає важливі нормативно-правові документи, які регулюють діяльність Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. До цього розділу належать: Закони України, Міжнародні договори, Укази Президента України, Постанови Кабінету Міністрів України, Розпорядження Кабінету Міністрів України.. Крім того, у роділі є окремий блок Нормативно-правові акти, в якому міститься інформація про проєкт RES-POL — Rapid Expert Support for Culture and Media Policies in Ukraine (Швидка експертна підтримка політики у сфері культури та медіа в Україні) [22]. Проєкт RES-POL (грудень 2023 – червень 2025), що реалізується за підтримки Європейського Союзу, спрямований на інституційний розвиток, удосконалення політик та міжсекторну взаємодію у сферах культурної спадщини, мистецтва, креативних індустрій і медіа. У межах ініціативи за участю експертів і культурних діячів оновлюються політичні профілі секторів, розробляються дорожні карти для впровадження стратегій і операційних програм, а також готуються пропозиції законодавчих змін. Метою є посилення спроможності Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у розробці політик і підтримка євроінтеграційного курсу. Проєкт впроваджує Центр Регіональний Розвиток — громадська спілка Агенції економічного розвитку PPV.

Розділ «Цифровий розвиток» присвячений створенню та впровадженню електронних реєстрів у сфері культури. Одне з основних завдань Міністерства культури та стратегічних комунікацій України — забезпечити повноцінну інтеграцію України до європейського культурного простору. Реалізація цих завдань передбачає комплекс скоординованих дій, спрямованих на якісну заміну моделі роботи з інформацією про об’єкти культурної спадщини та культурні цінності з урахуванням європейських стандартів і світового досвіду. До основних напрямів належать: впровадження обліку даних в електронному форматі та уніфікованого обміну електронними даними, забезпечення широкого доступу до

відкритих даних у сфері охорони культурної спадщини та культурних цінностей. Розділ містить блок Новин, а також нормативно-правові акти та проекти цифрової трансформації, що забезпечують правове та організаційне підґрунтя для розвитку цифрової культури в Україні.

Зокрема, є окремий розділ присвячений Конференції «Співпраця заради стійкості». 1–2 лютого 2025 року в Ужгороді відбулася перша міжнародна конференція «Співпраця заради стійкості», у якій взяли участь 28 делегацій країн-партнерів, представники Єврокомісії та ЮНЕСКО, зокрема 19 делегацій на рівні міністрів і заступників міністрів культури. Організатором заходу виступило Міністерство культури та стратегічних комунікацій України за підтримки ЮНЕСКО. Ця конференція стала практичним втіленням Плану внутрішньої стійкості України, який Президент Володимир Зеленський представив у Парламенті. Одним із десяти ключових пунктів плану визначено «Культурний суверенітет» як опору національної стійкості. Результатом конференції стала ухвалена «Декларація щодо посилення стійкості культурного сектору в Україні», яка окреслює напрямки спільних дій України та міжнародних партнерів щодо збереження і захисту культурної спадщини, а також відбудови культурної інфраструктури. Декларація відкрита для приєднання всіх країн-партнерів та міжнародних організацій.

Розділ «Кінематографія» містить два основні блоки — Новини та Нормативно-правові акти. У розділі новин представлено останні чотири публікації з періодичністю 1–2 на місяць. Підрозділ нормативних документів містить гіперпосилання на матеріали, згруповані за категоріями: Закони України, Укази Президента, Постанови та Розпорядження Кабінету Міністрів України.

Блок «Внутрішній контроль» містить добірку нормативно-правових актів, що регулюють організацію внутрішнього контролю у сфері державного управління. Серед них: Бюджетний кодекс України, Угода про асоціацію між Україною та ЄС (ратифікована Законом № 1678-VII від 16.09.2014), Розпорядження КМУ № 1805-р від 29.12.2021 щодо Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2022–2025 роки, а також Основні

засади здійснення внутрішнього контролю, затверджені постановою КМУ № 1062 від 12.12.2018. Усі документи представлені у форматі гіперпосилань.

Окремий блок “ Законодавство” містить у собі підпункти по темам “Правові засади”, “Накази МКСК”, “Меморандуми”.

Розділ «Правові засади» невеликий і містить гіперпосилання на ключові законодавчі документи: Конституцію України, Закон «Про центральні органи виконавчої влади», Положення про Міністерство культури та стратегічних комунікацій, Програму діяльності Кабінету Міністрів, План роботи МКСК на 2025 рік, Правила пропускного режиму до адміністративної будівлі міністерства та Галузеву угоду з Профспілкою працівників культури на 2023–2028 роки.

Розділ «Накази МКСК» містить офіційні документи, видані Міністерством культури та інформаційної політики або подібним державним органом. Цей розділ створений для зручного доступу до актуальних наказів, що стосуються сфери культурної спадщини, інформаційної політики, а також організаційних заходів у відповідній галузі. Інтерфейс розділу передбачає пошук документів за ключовими словами, що значно полегшує навігацію для користувачів. Також доступна фільтрація документів за роками — від 2019 до 2025 року, з можливістю обрати перегляд за конкретний рік або всі роки одночасно. За замовчуванням активним є фільтр «Всі роки». Користувачі мають змогу обрати тип документа: усі документи, лише накази МКСК або перелік нормативно-правових актів. У поточному перегляді обрано категорію «Всі документи», що охоплює всі доступні накази без обмежень за видом.

Розділ «Меморандуми» є досить простим, і містить гіперпосилання на 23 документи про співпрацю між Міністерством культури та інформаційної політики України та різними організаціями, компаніями та фондами. Зокрема, є меморандуми Про співпрацю між Міністерством культури та інформаційної політики України та Компанією «Кімонікс Інтернешнл Інк.» від 02.08.2024, Про співробітництво та взаєморозуміння між Міністерством культури та інформаційної політики України та та Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) від 03.06.2024 та інші.

Аналізуючи функціонал сайту, окремим деталізованим блоком є розділ «Громадянам», який відіграє важливу роль у забезпеченні прозорості влади та відкритості інформації для суспільства. Цей блок створений для того, щоб громадяни могли легко отримувати достовірні дані про діяльність Міністерства культури та стратегічних комунікацій, брати участь у суспільних процесах і контролювати роботу державних органів. Забезпечення доступу до такої інформації є ключовим елементом реалізації принципів відкритого урядування, що регламентується, зокрема, Законом України «Про доступ до публічної інформації» (№ 2939-VI від 13 січня 2011 року) [18]. Завдяки цьому блоку підвищується рівень довіри між владою і громадянами, а також стимулюється активна громадянська позиція та залучення до формування культурної політики країни.

Зокрема, даний блок містить додаткові підрозділи: Звернення громадян, Доступ до публічної інформації, Консультації з громадськістю, Адміністративні послуги, Фінанси, Безоплатна правнича допомога, Публічні закупівлі, Відкриті дані, Регуляторна політика, Запобігання корупції.

Кожен із зазначених підрозділів містить структуровану та систематизовану інформацію, яка сприяє оперативному доступу громадян до необхідних даних, поданню звернень, участі в громадських консультаціях, отриманню адміністративних послуг та правової допомоги. Особлива увага приділяється забезпеченню прозорості фінансових процесів та публічному доступу до відкритих даних, що сприяє підвищенню рівня суспільного контролю за діяльністю Міністерства. Така організація інформації забезпечує ефективний зворотний зв’язок між громадянами та органами влади, що є запорукою підвищення якості управління та розвитку демократичних інститутів в Україні.

Медіаблок на офіційному сайті Міністерства культури та інформаційної політики України є одним з основних каналів комунікації з громадськістю. Він забезпечує прозоре та своєчасне інформування про ключові події, ініціативи та політику відомства. Цей розділ сайту використовується для формування позитивного іміджу Міністерства, підкреслюючи його відкритість,

професіоналізм та відповідальність. Через медіа-блок відбувається систематичне представлення культурної та інформаційної політики держави, що сприяє підвищенню довіри громадян та зміцненню зв'язків між владою та суспільством.

Зокрема Медіаблок містить у собі додаткові підрозділи щодо новин, оголошень, анонсів, медіатеки.

Сторінка «Новини» оформлена у вигляді карток, які містять, заголовок. Кожна новина має тег, що вказує на її категорію. Для зручності користувачів передбачена навігація між сторінками (наразі відображається сторінка 1 із 365). У верхньому правому куті розташована кнопка «Фільтри», яка дає змогу звузити коло пошуку інформації до категорій по рубриках («Війна», «Зберегти культурну спадщину», «Збережіть українську культуру», «Культурні проекти», «Події», «Проєкти МКСК», «Руйнування культурної інфраструктури», «Руйнування культурної спадщини», «Соціальні ініціативи») та по сферах діяльності.

Аналіз публікації новин на сайті Міністерства культури та стратегічних комунікацій України свідчить про системну та регулярну комунікаційну діяльність установи. Переважна більшість новин позначені тегом «Події», що вказує на фокус міністерства на оперативному висвітленні своєї діяльності, офіційних заходів, кадрових змін, міжнародних зустрічей, а також подій, пов’язаних із вшануванням пам’яті діячів культури та військових. Такий підхід демонструє прозорість і відкритість відомства до суспільства. Новини охоплюють різні тематичні напрями: від призначень у сфері культури (наприклад, нового голови Держкіно), участі у міжнародних форумах, консультацій із партнерами ЄС, до ухвалення законодавчих ініціатив, як-от закон про соціальний захист журналістів. Також у публікаціях приділяється увага збереженню культурної спадщини та визнанню українських ініціатив на європейському рівні. Інформація на сайті оновлюється досить часто — лише за п’ять днів опубліковано щонайменше 11 новин. Це свідчить про високий рівень активності пресслужби міністерства та її готовність оперативно інформувати громадськість. Оформлення новин є стандартним і зручним для сприйняття: зазначається дата та час публікації, заголовок, іноді додається короткий анонс та

візуальне супроводження. Проте помітне технічне дублювання заголовків у картках, що варто усунути для покращення візуальної логіки розділу. Зміст публікацій має не лише інформативну, а й іміджеву функцію. Часті згадки про заступника міністра Миколу Точицького, міжнародні зустрічі та культурні ініціативи формують позитивний образ МКСК як інституції, що активно діє в умовах війни, підтримує культурну сферу, налагоджує міжнародні контакти та дбає про збереження національної пам'яті. У підсумку, новинний розділ сайту виконує роль ефективного комунікаційного каналу та демонструє послідовну інформаційну політику міністерства.

Основну частину публікацій розділу «Оголошення» становлять оголошення про конкурси на заміщення вакантних посад у державних і комунальних театрах, філармоніях та ансамблях. Зокрема, свої конкурси публікують такі установи, як Одеський національний театр опери та балету, Миколаївський театр драми, Київська опера, театр імені Т. Шевченка та інші. Це свідчить про активне кадрове оновлення в культурній сфері, а також про збереження конкурсного механізму як основного інструменту формування професійного мистецького середовища. Важливим напрямом є публікація результатів конкурсів, що підвищує рівень прозорості та довіри до кадрових рішень. Так, результати оголошуються окремими театрами (наприклад, Національний камерний ансамбль «Київські солісти», Хмельницький муздрамтеатр), що дозволяє стежити за процесом і його завершенням. Особливу увагу заслуговують мистецькі конкурси, ініційовані самим МКСК. Окрему категорію формують оголошення про громадські обговорення та засідання профільних комісій.

Розділ візуально і структурно нагадує формат блоку новин: кожне оголошення подається з датою, заголовком і позначкою типу відповідно до фільтрів, розміщених у правому верхньому куті. Фільтрація доступна за такими категоріями: рубрики (наприклад, Відновлення, Громадські обговорення, Конкурс, Мистецький конкурс, Результати конкурсу), регіони (зокрема, Миколаївська та Одеська області) і сфери діяльності. Водночас на сторінці

помітне технічне дублювання заголовків, що створює візуальне перевантаження. Крім того, всі оголошення супроводжуються додатковими деталями, які розширюють інформаційне наповнення кожного елемента.

Рубрика «Анонси» слугує платформою для інформування громадськості про майбутні події у сферах культури, пам’яті, мистецтва, стратегічних комунікацій та суспільного діалогу. У публікаціях представлені як масштабні загальнонаціональні заходи (наприклад, Конференція з питань відновлення України URC 2025), так і культурні ініціативи у закладах культури — театрах, музеях, меморіальних комплексах. Кожен анонс складається з дати події, заголовка та фотографіцї, зокрема більш детальні інформація доступна на зіперпосиоаннням. Доступна фільтрація по Рубрикам (Події, Презентації, Пресконференції, Проєкти та окремо Сфери діяльності). Інтерфейс передбачає пагінацію (нині відображено сторінку 1 із 87), що свідчить про значний масив анонсів. Однак відсутність додаткових фільтрів за категоріями, регіонами чи типами подій ускладнює швидкий пошук потрібної інформації.

Рубрика «Медіатека» служить сховищем відео та фото матеріалів, що документують різноманітні заходи, події та ініціативи Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. Тут представлені як культурні виставки і форуми, так і робочі поїздки керівництва, а також міжнародна співпраця. Це дозволяє створити візуальну хроніку діяльності міністерства та забезпечує відкритість для громадськості. Матеріали розподілені на три категорії: «Усі матеріали», «Відео» та «Фото». Такий поділ допомагає користувачам швидко знайти потрібний формат контенту. Проте рубрика містить велику кількість записів із хронологічною подачею, але без гнучкої фільтрації за темами, регіонами чи датами, що ускладнює навігацію при пошуку конкретної інформації. Рубрика має не лише інформативну функцію, а й слугує іміджевим майданчиком, де демонструється активність міністерства, його партнерів і ключових подій у культурній та стратегічній сферах. Візуальні матеріали підсилюють довіру і допомагають формувати позитивний образ установи. Для покращення користувацького досвіду варто додати фільтри за темами, регіонами

та датами, а також впровадити пошук по ключових словах. Усунення дублювання заголовків і візуальне маркування типу матеріалу (фото чи відео) зроблять рубрику більш зручною і структурованою. Це допоможе користувачам швидше знаходити потрібну інформацію і підвищить загальну комунікаційну ефективність ресурсу.

Зокрема, для більш детального вивчення взаємодії авдиторії із веб-сатом Міністерства культури та стратегічних комунікацій України проведено із використанням аналітичної платформи Similarweb.

За даними Similarweb PRO, загальна кількість відвідувань сайту становить 40,5 тисяч. Показник відмов сягає 51,62%, що свідчить про досить високий рівень користувацької втрати на початковому етапі взаємодії. Середня кількість переглянутих сторінок за сеанс дорівнює 1,97, що свідчить про обмежену глибину ознайомлення з контентом. Середня тривалість відвідування становить 1 хвилину 59 секунд, що вказує на поверхневий рівень залученості користувачів. На основі отриманих показників рекомендовано впровадження заходів із підвищення юзабіліті сайту та оптимізації контенту з метою покращення користувацького досвіду та зниження рівня відмов [36].

Глобальний рейтинг сайту – #759,408, що свідчить про помірний рівень відвідуваності та популярності у світі. В межах України ресурс займає позицію #9,066, що говорить про середню популярність серед українських користувачів. За галузевим рейтингом у категорії «Новини та ЗМІ» сайт знаходиться на #27,423 місці, що свідчить про нішеву присутність, але не лідерські позиції в медійному сегменті. [38].

Відповідно до звіту сервісу Similarweb PRO, за останні три місяці глобальний рейтинг сайту mcsc.gov.ua покращився, змінившись з позиції 865 795 до 759 408, що свідчить про зростання популярності та підвищення відвідуваності ресурсу [36].

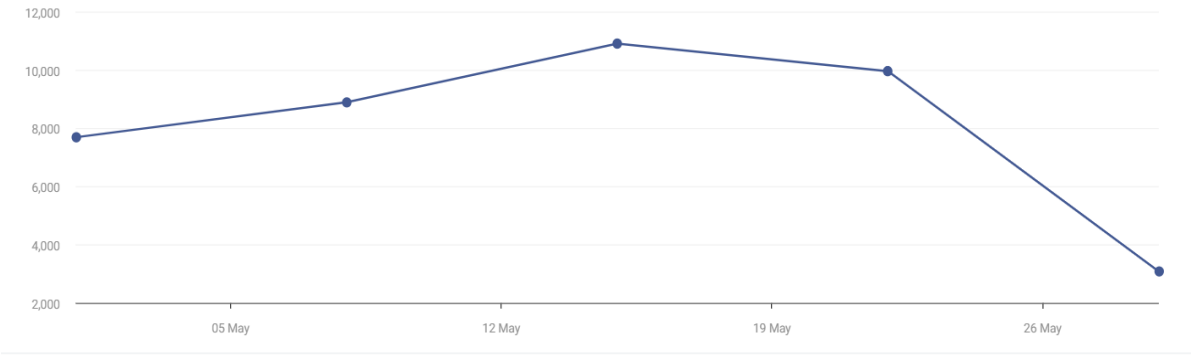


Рис 2.2. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Similarweb PRO щодо рівня відвідування веб-сайту МКСК за травень. *Джерело:[36]*

Загалом, аналізуючи рівень відвідування веб-сайту по країнам основну частину трафіку – 90.18% – забезпечує Україна. При цьому спостерігається позитивна динаміка – зростання на 7.25%, що свідчить про збільшення популярності ресурсу серед українських користувачів. Другою за кількістю відвідувань є Німеччина з часткою 1.42%, але тут фіксується спад – -16.01%. Нідерланди займають третє місце з 1.37%, імовірно, без суттєвих змін у динаміці. Сполучені Штати Америки також входять у п’ятірку, проте їхня частка впала до 1.05%, що є значним зменшенням – -49.97%. Натомість Велика Британія демонструє стрімке зростання – +224.1%, хоча абсолютна частка складає лише 0.97%. Останню категорію складають інші країни з сукупною часткою 5.02%, що вказує на порівняно невелику, але розмаїту міжнародну присутність. Загалом, сайт має чіткий національний фокус з поступовим зростанням впливу в інших країнах. [34]



Рис 2.3. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Similarweb PRO щодо рівня відвідування веб-сайту МКСК по країнам. *Джерело:[38]*

За даними Similarweb PRO, склад аудиторії може розкрити поточну частку ринку сайту серед різних аудиторій. Аудиторія mcsc.gov.ua складається з 40,01% чоловіків та 59,99% жінок. Найбільшою віковою групою відвідувачів є люди віком від 45 до 54 років. [38].



Рис 2.4. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Similarweb PRO щодо демографічного показника користувачів веб-сайту МКСК. Джерело:[36]

Основним джерелом трафіку для mcsc.gov.ua є органічний пошук, який забезпечив 49,53% відвідувань з комп'ютерів минулого місяця, а прямий пошук посідає друге місце з 34,17% трафіку.Найменш використовуваним каналом залишається платний пошук. Нижче детальніше розглянемо основні джерела трафіку та їхній внесок у кожному з каналів. [36]

Загальна кількість зафіксованих ключових слів – 203 Найпопулярнішим запитом є «МКІП» – абревіатура Міністерства культури та інформаційної політики України. За цим ключовим словом на сайт переходять близько 1,5 тисячі користувачів. Запит «Мінкульт» також має значну кількість переходів – 718. Наступна велика група запитів пов'язана з іменами публічних осіб. Запит «МКСК» (836) теж є поширеним. [36] .

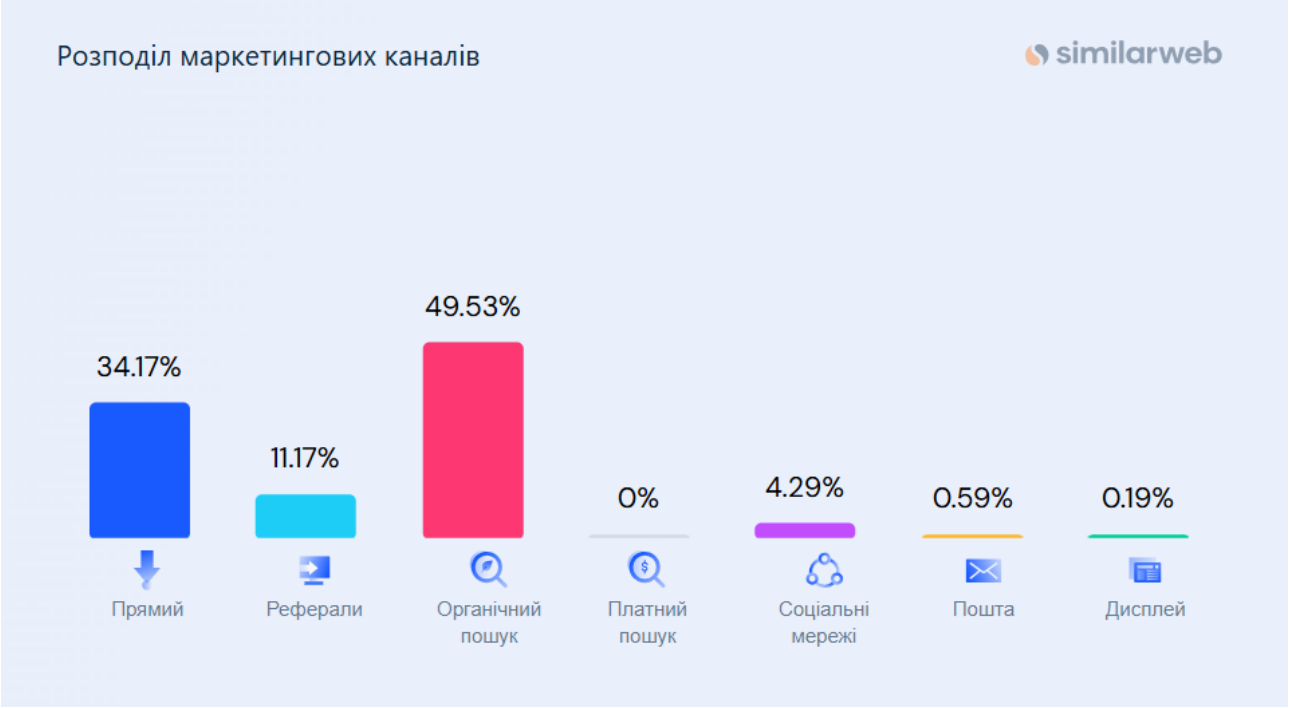


Рис 2.5. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Similarweb PRO щодо розподілу маркетингових каналів вебсайту МКСК. Джерело:[36]

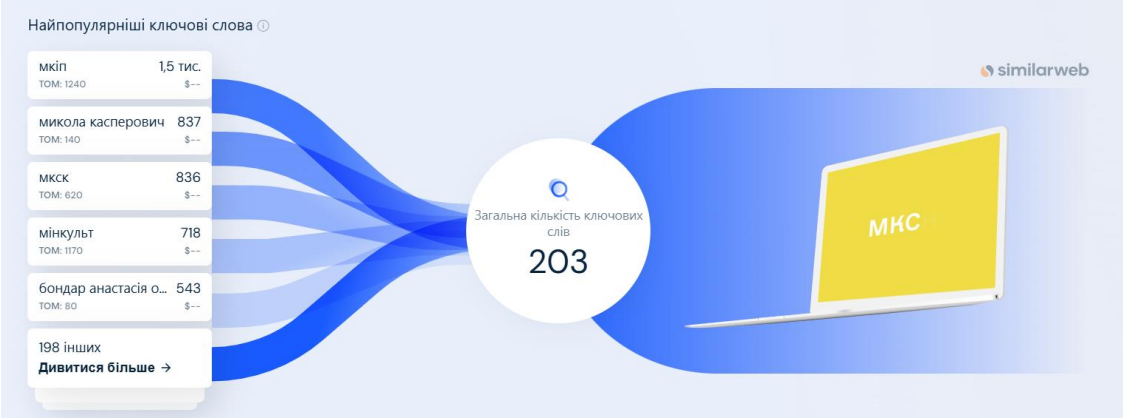


Рис 2.6. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Similarweb PRO щодо найпоширеніших ключових слів для пошуку веб-сайту МКСК. Джерело:[36]

На основі даних, отриманих з платформи Similarweb PRO, реферальный трафік становить 11,17% загального трафіку веб-сайту. Основну частку переходів забезпечують державні, освітні та культурні ресурси. Найбільше трафіку надходить із сайту comin.gov.ua — 40,61%. Спостерігається значне зростання переходів із цього джерела – на 445,49%. Друге місце займає elearn.nubip.edu.ua з часткою 32,80%. Третє місце посідає emuseum.online з часткою 9,37% із

зростанням – 655,30%. Невеликий трафік надходить із chatgpt.com (1,60%) та ukrinform.ua (1,56%), при цьому з ukrinform.ua зафіксовано зниження переходів на 92,13%.За категоріями, основним джерелом трафіку є «Бібліотеки та музеї» (32,80%).. Далі йдуть «Новини та ЗМІ» (7,81%), а також дрібніші частки від «Програмування», «Соціальних наук» і «Уряду» – по 1,56% [36].

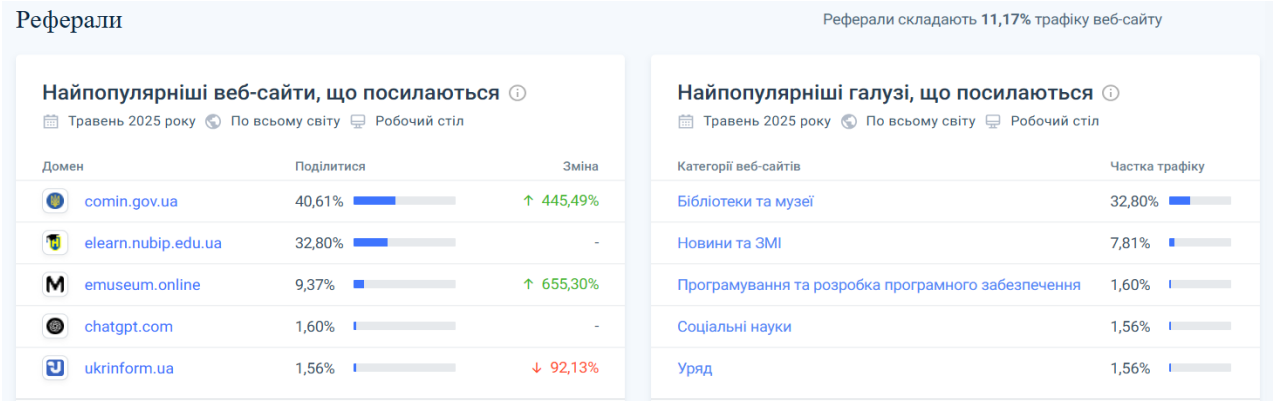


Рис 2.7. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Similarweb PRO щодо найпопулярніших веб сайтів та галузей, що перенаправляють на веб-сайт МКСК. Джерело:[36]

Зокрема, аналізуючи вебпортал в цілому на сайт Використання візуальних елементів на веб ресурсі є мінімальним. Зображення представлені переважно у форматі мініатюр, які супроводжують новини або події, тоді як масштабні ілюстрації чи банерні матеріали відсутні. Іконографіка практично не застосовується. Типографічне оформлення відповідає стандартним нормам: використовується простий, легко читабельний шрифт без декоративних елементів, з оптимальним міжрядковим інтервалом, що забезпечує комфортне сприйняття текстової інформації. Елементи інтерфейсу, такі як кнопки, виконані в мінімалістичному стилі без додаткових візуальних ефектів, які б вказували на їхню активність або інтерактивність.

Сторінки завантажуються оперативно, без затримок, що свідчить про ефективну оптимізацію ресурсу та забезпечення стабільної роботи платформи.

Палітра ресурсу витримана у офіційному стилі: домінує білий фон з чорним текстом, доповнений жовтими акцентами у вигляді кнопок, гіперпосилань та заголовків. Такий дизайн є універсальним, сприяє зручному

сприйняттю інформації та відповідає візуальним стандартам державних електронних платформ.

Сайт забезпечує базовий рівень інклюзивності. У верхньому правому куті розміщена кнопка доступності, яка активує панель інструментів для користувачів із порушеннями зору. Через неї можливо коригувати розмір шрифту, переключати контрастність, активувати шрифт із підвищеною читабельністю, а також спрощувати візуальну структуру сторінок шляхом вимкнення зображень. Зазначені функції працюють коректно і застосовуються послідовно на всіх сторінках ресурсу. Водночас додаткові засоби забезпечення доступності, такі як синтез мови, наразі відсутні.

Інтеграція із соціальними мережами реалізована на базовому рівні: у футері ресурсу розміщені гіперпосилання на офіційні сторінки міністерства у Facebook, Telegram та YouTube. Крім того, у футері міститься інформація про адресу, контакти та Дерфавні послуги онлайн.

Отже, вебресурс Міністерства культури та стратегічних комунікацій України є логічно структурованим, інформаційно насиченим та технічно стабільним. Він забезпечує доступ до ключових даних, підтримує базові стандарти інклюзивності та відповідає вимогам державного електронного врядування. Водночас ресурс має потенціал для подальшого вдосконалення, зокрема у напрямках, розширення інтерактивних функцій, візуального оновлення дизайну та підвищення мобільної адаптивності.

2.2 Офіційні сторінки МКСК у соціальних мережах: оперативний та прямий доступ до цільових аудиторій

Цифрові платформи соціальних мереж є ключовим інструментом Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) для реалізації його стратегічних завдань, що включають протидію дезінформації, просування культурної дипломатії та зміцнення суспільної єдності. У контексті гібридної війни, цифрової трансформації та зростання ролі соціальних мереж як

каналів комунікації МКСК використовує платформи, такі як Telegram, Instagram, TikTok і Twitter, для оперативного інформування громадян, популяризації української культури та формування національного іміджу. Ці платформи дозволяють МКСК адаптуватися до сучасних інформаційних викликів, зокрема російських дезінформаційних кампаній, і залучати широку аудиторію, включаючи молодь і міжнародну спільноту. Цей розділ присвячено аналізу стратегічного впровадження та еволюції соціальних мереж МКСК, з акцентом на їхній розвиток і роль у комунікаційних стратегіях. Текст поділено на два підрозділи: еволюція використання соціальних мереж і стратегічне впровадження та виклики.

У грудні 2014 року Міністерство інформаційної політики України (МІП) розпочало активне використання Twitter і Telegram для комунікацій. Twitter став платформою для офіційних заяв і спростування російської пропаганди, тоді як Telegram використовувався для кризових комунікацій, зокрема для поширення повідомлень про безпеку на Донбасі. Платформа Ukraine.ua, створена МІП, інтегрувала контент із соціальних мереж, таких як Facebook, для популяризації української культури через цифровий сторітелінг [39]. Наприклад, Facebook-кампанії про українські традиції залучали міжнародну аудиторію, але обмежені ресурси та брак чітких KPI знижували їхню ефективність. МІП також експериментувало з Instagram, публікуючи візуальний контент про культурні події, але низька якість контенту та слабка аналітика обмежували охоплення. Цей період заклав основи для використання соціальних мереж як каналу комунікацій, але брак стратегічного підходу та координації гальмували прогрес.

У 2019 році, після об’єднання МІП із Міністерством культури, молоді та спорту, використання соціальних мереж було розширено для підтримки культурної дипломатії та медіаграмотності. Instagram став основною платформою для залучення молоді через публікації про фестивалі, музеї та просвітницькі кампанії. Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року передбачала створення інфографіки та коротких відео в Instagram і Facebook для

підвищення обізнаності про дезінформацію [26]. Наприклад, Instagram-кампанії з інфографікою про розпізнавання фейків мали значне охоплення серед студентів, але їхня ефективність була обмеженою через низький рівень медіаграмотності аудиторії. Twitter використовувався для офіційних заяв і взаємодії з міжнародними партнерами, тоді як Telegram став ключовим каналом для оперативного інформування громадян, особливо в регіонах, близьких до зони бойових дій. Однак складна організаційна структура міністерства та недостатнє фінансування ускладнювали створення якісного контенту та аналізу ефективності кампаній.

У контексті дослідження публічної комунікації органів державної влади звернемо увагу на основні характеристики репрезентації діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій України на прикладі офіційного акаунту в соціальній мережі Instagram – @mcsc_ukraine. Аналізуючи обліковий запис, було виявлено, що канал Міністерства на платформі було зареєстровано у серпні 2018 року, а статус офіційного каналу установи отримано у листопаді 2019 року [6].

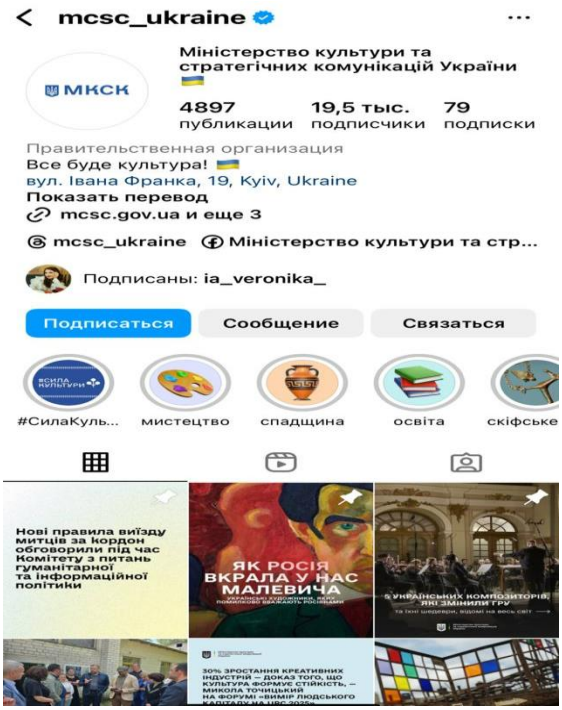


Рис. 2.8. Скриншот профілю МКСК у мережі Instagram . Джерело:[6].

Функціональне призначення акаунту полягає у репрезентації культурної політики держави, популяризації національної культурної спадщини, а також у формуванні стратегічних наративів, що репрезентують культуру як чинник

суспільного опору, єдності та національної ідентичності. Аккаунт орієнтований на широку цільову аудиторію: представників культури, студентів, журналістів, міжнародних партнерів та українських громадян. За актуальними статистичними даними, станом на момент проведення дослідження сторінка налічує понад 19,5 тис. підписників, що є не надто високим показником.

Контент сторінки характеризується тематичною різноманітністю та чіткою структурованістю, поєднуючи інституційну офіційність із доступністю та актуальністю для цільової аудиторії. У стрічці регулярно публікуються інформаційні повідомлення щодо подій, ініціатив, конференцій, культурних форумів, освітніх програм та грантових конкурсів. Значна увага приділяється новинам міжнародної співпраці, зокрема з ЮНЕСКО, просвітницьким кампаніям, анонсам державних реформ у сфері культури. Важливою складовою контенту є іміджеві публікації, присвячені культурним святам, пам'ятним датам, спец проєктам та висвітленню підтримки України світовою культурною спільнотою. Станом на поточний момент на сторінці розміщено 4726 публікацій. За даними сервісу Social Blade, коефіцієнт залученості аудиторії становить 0,33%, що свідчить про низький рівень взаємодії. Середня кількість лайків на публікаціях становить 63, середня кількість коментарів – 2 [37].

Серед основних тем і проблематики офіційного акаунту можна визначити такі:

1) культурна дипломатія: популяризація української культури у світі, міжнародні проєкти, співпраця з іншими країнами («Європейський фонд солідарності з українським кіно (ESFUF) відкривновий конкурс проєктів на стадії виробництва і анонсував долучення нового учасника» тощо); «Україна та Естонія підписали програму культурного співробітництва на 2025–2029 роки»; «Виставкові проєкти за кордоном як інструмент культурної дипломатії»;

2) збереження культурної спадщини: інформація про пошкодження культурних об'єктів внаслідок війни, проєкти з їх відновлення та захисту(«МКСК та ЄС посилюють співпрацю задля захисту культурної спадщини України в умовах російської агресії»; «За підтримки ЮНЕСКО розпочнуться роботи з

відновлення будівлі Академії імені Михайла Бойчука, пошкодженої внаслідок російської ракетної атаки» тощо);

3) підтримка українських митців: анонси культурних подій, проєктів підтримки діячів мистецтва, висвітлення їхньої ролі у спротиві («У Києві відбувся національний форум-діалог: “Українська музична індустрія: слухай, захищай своє”»; «”Київська камерата” дасть благодійний концерт у Великій залі Берлінської філармонії на підтримку українців, які постраждали від війни»тощо);

4) інформаційна безпека та протидія дезінформації: розвінчання фейків, пояснення стратегічних комунікацій, висвітлення боротьби на інформаційному фронті («Держкомтелерадіо оновило перелік антиукраїнських видань»; «Міф: Росія могла перемогти нацистів і без українців», у межах проєкту «Війна і міф» спільно з УІНП; «МКСК підтримує петицію з вимогами позбавити Росію членства у Міжнародній раді музеїв» тощо);

5)дерусифікація та декомунізація: процеси перейменувань, демонтажу пам'ятників, утвердження української ідентичності («У Музеї видатних діячів української культури відкрилася виставка “Справа СВУ: страсна весна 30-го”», про фальсифіковану справу, що стала прологом Великого терору, який знищив мільйони українців; «У Полтаві демонтували імперський пам’ятник на місці відпочинку Петра І: місто очищує публічний простір від колоніальних символів» тощо);

6) стратегічна політика МКСК: проєкти, заяви та ініціативи, спрямовані на зміцнення національної свідомості, підтримку та розвиток української культури («Інформаційна війна та протидія російським наративам – одна з ключових тем KyivStratCom Forum 2025»; «Міжнародне просування російської культури є прикриттям експансії» Микола Точицький (Міністр культури та страт комунікацій Микола Точицький у блозі на сайті інформаційного агентства «Укрінформ» роз’яснює важливість скоординованої міжнародної комунікації для протидії російській пропаганді та дезінформації) тощо);

7) спадщина та історія: пости, присвячені видатним діячам, подіям та історичним фактам, що формують українську ідентичність («100 років від дня

народження Леоніда Орленка, художники монументального мистецтва»; «Традиції Дзвонарства Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря внесли до нац переліку нематеріальної культурної спадщини» тощо).

Також, для прикладу, варто згадати флешмоб МКСК #мовавільних, у жовтні 2024 року з нагоди Дня української писемності та мови, що став культурною ініціативою, спрямованою на популяризацію української мови та об'єднання українців навколо спільних цінностей. Учасники публікували у соціальних мережах Instagram, Facebook та X (Twitter) рядки улюблених українських віршів із відповідним хештегом і відміткою сторінки міністерства. Кампанія супроводжувалася яскравою візуальною символікою – літерою «Ї», створеною зі слів статті Конституції України. Цей символ мав глибоке значення, адже літера «Ї» з початку повномасштабної війни стала знаком спротиву та культурної незламності. На платформі Instagram під #мовавільних було опубліковано більше 100 публікацій.

Візуальна складова акаунту ретельно продумана та підтримує загальний комунікаційний стиль. На сторінці послідовно використовуються фірмові кольори – передусім синій і жовтий, що асоціюються з державною символікою та підсилюють національну ідентичність.

Публікації вирізняються чіткою айдентикою: єдиний стиль афіш й інфографіки, висока якість візуальних матеріалів, структурована подача інформації. Окрім статичних зображень, активно застосовуються відеоформати – Reels, відеоролики з подій, елементи сторітелінгу. Stories Використовуються для оперативної комунікації: поширення анонсів, реакцій, інтерактивного контенту. Попри офіційний характер сторінки, візуальний контент виглядає живим, динамічним і сучасним, що сприяє залученню аудиторії та підвищує довіру до бренду.

Мовна стилістика публікацій балансує між офіційністю та неформальною доброзичливістю. У повідомленнях немає надлишку бюрократичної лексики, натомість часто використовуються гасла на кшталт «Все буде культура!», «Культура – наша зброя», що сприяє емоційному залученню аудиторії. Мова

подачі проста, доступна та водночас цілеспрямована. Під кожною публікацією подається короткий текст, що пояснює суть події або ініціативи, додається контекст, рідко – теги, хештеги, згадки партнерів. Звертає на себе увагу системна відсутність хештегів у публікаціях. Ця особливість, на перший погляд неочевидна для платформи, що активно використовує хештеги для підвищення охоплення та discoverability, може свідчити про свідому стратегію комунікації, спрямовану на мінімізацію інформаційного шуму та посилення контролю над офіційним наративом. Також цю практику можна розглядати через призму когнітивної безпеки та управління інформаційним простором, особливо в контексті гібридної війни. Комунікаційна взаємодія акаунту має значний потенціал для вдосконалення. Наразі спостерігається низький рівень взаємодії у коментарях, що свідчить про одностороннюю комунікацію з аудиторією. Крім того, одним із ключових напрямів для розширення охоплення є впровадження «відкритих діалогів» за допомогою інтерактивних інструментів Instagram – опитувань, реакцій, конкурсів. Наприклад, аналіз активності за 16.05.2025 демонтрує таку активність: було опубліковано 14 постів та 13 історій, усі з яких посилалися на публікації. Історії мають більший вплив на залученість користувачів завдяки своїй динамічності, легкості сприйняття та можливості швидкої взаємодії. Вони створюють ефект безпосереднього спілкування, що підвищує активність аудиторії. Крім того, для підвищення рівня охоплення рекомендується ефективніше інтегрувати інтерактивні елементи в Stories задля посилення комунікації та розширення охоплення.

У підсумку, Instagram-сторінка МКСК демонструє невисокий рівень ефективності державного цифрового ресурсу, проте профіль не лише інформує про події, а й відображає загальний вектор розвитку культури в Україні, її цінності, виклики та інституційні зусилля. У воєнних умовах сторінка виконує важливу місію – зберігає культурну пам’ять, підтримує національну ідентичність і є частиною інформаційного спротиву.

Офіційний Telegram-канал Міністерства культури та стратегічних комунікацій України - @mcscukraine є частиною узгодженої цифрової стратегії

відомства, в межах якої контент дублюється також в Instagram. Такий підхід забезпечує однакову репрезентацію інформації в різних соціальних мережах і сприяє охопленню ширшої аудиторії. Публікації в обох каналах мають ідентичний зміст — це здебільшого повідомлення про офіційні зустрічі, культурні ініціативи, пам'ятні дати та мистецькі події. Незважаючи на різну специфіку платформ, Telegram дозволяє оперативно доносити новини, підтримуючи регулярність публікацій і стабільний рівень залученості аудиторії [8].

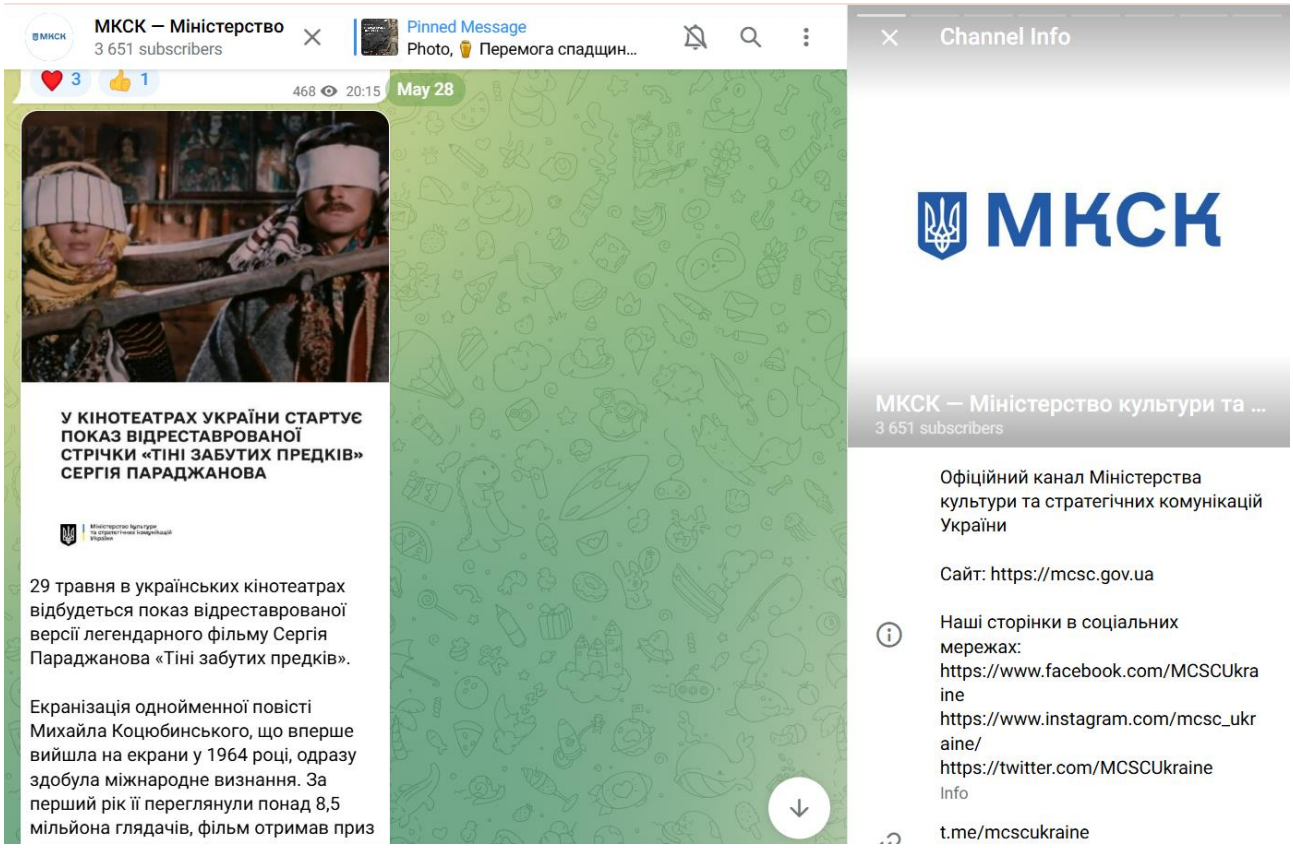


Рис. 2.9. Скриншот профілю МКСК у мережі Telegram. Джерело:[8].

Офіційний Telegram-канал Міністерства культури та стратегічних комунікацій України має чітко вибудовану систему навігації: в описі розміщені посилання не лише на офіційний сайт відомства, а й на інші соціальні мережі — Facebook, Instagram та Twitter, що дозволяє користувачам швидко переходити між платформами. Водночас у Telegram використовується додаткова функціональність, зокрема закріплення важливих повідомлень. Наприклад, закріплений допис із повідомленням про відкриття виставки «Скарби Криму.

Повернення» містить розгорнуту інформацію про подію, її партнерів і контекст судової боротьби за «скіфське золото».

Телеграм-канал МКСК має 3 647 підписників, з основною аудиторією в Україні. Він створений 18 жовтня 2019 року й функціонує вже понад 5 років.

За даними платформи Telemetr, середній перегляд посту становить 576, що є досить хорошим показником для каналу з менш ніж 4 тисячами підписників. Приблизно 367 переглядів за перші 24 години і 442 за 48 годин свідчать про активність аудиторії. Коефіцієнт залученості (ER) — 15,79%, що є високим показником. Це свідчить про те, що більшість підписників взаємодіють із контентом, навіть якщо загальна кількість підписників невелика. Середня кількість постів — близько 4 на день, що забезпечує регулярне оновлення інформації [38].

Графік демонструє поступове зниження кількості підписників каналу МКСК у період з 16 травня по 15 червня. Хоча зміни не є різкими, спостерігається стабільний спад – приблизно на 15–20 підписників за місяць [40].



Рис. 2.10. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Telemetr щодо переглядів (ER) МКСК у Telegram-каналі. Джерело:[38].

Графік переглядів демонструє нерівномірну активність аудиторії. Спостерігаються кілька помітних піків – приблизно 23 травня, 30 травня, 3 червня, 7 червня та 11 червня, коли кількість переглядів перевищувала 650 [40].

У середньому канал тримається в діапазоні 550–650 переглядів на пост, що є досить хорошим показником для наявної аудиторії. Після кожного пікового зростання спостерігається помітне просідання, що типово для періодичного контенту з нерівномірним рівнем зацікавленості [38].

Коефіцієнт залученості (ER), розташований нижче, зберігає відносно стабільний рівень, із незначними підйомами, що збігаються з піками переглядів. Це означає, що активність у періоди піків була справді органічною, а не зумовленою, наприклад, ботами або спамом [38].



Рис. 2.11. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Telemetr щодо коефіцієнту залученості (ER) МКСК у Telegram-каналі. Джерело:[38].

У структурі тегів офіційного Telegram-каналу Міністерства культури та стратегічних комунікацій України домінують позначки «комунікація» та «спадщина» (по 33 згадування), «МКСК» (32 згадування) і «міністерство» (24 згадування). Також фіксується значна частотність тегів «виставка» та «вишивка» (по 20 згадувань кожен). Така конфігурація ключових слів засвідчує змістову спрямованість каналу на висвітлення інституційної комунікації, актуалізацію

проблематики збереження культурної спадщини, а також репрезентацію елементів нематеріальної культури, зокрема традиційного народного мистецтва [11].

Отже, офіційний Telegram-канал Міністерства культури та стратегічних комунікацій України є важливою складовою цифрової стратегії відомства, що забезпечує послідовне та широке поширення офіційної інформації через різні соціальні платформи. Канал демонструє високу активність і залученість аудиторії, незважаючи на невеликий розмір підписників, а також використовує додаткові інструменти для покращення навігації та представлення контенту. Аналіз статистики переглядів і тегів свідчить про стабільний інтерес користувачів до культурних ініціатив, збереження спадщини та мистецьких подій, що відображає основні напрямки діяльності Міністерства.

На основі аналізу офіційного аккаунта Міністерства культури та стратегічних комунікацій України в соціальній мережі X (колишній Twitter) — @MCSCUkraine, можна зробити висновки про ключові особливості його функціонування, контентну політику та комунікаційні акценти. [8] Акаунт створено у січні 2015 року, станом на червень 2025 року він налічує понад 4 тисячі публікацій, 11,6 тисячі підписників і 248 підписок.



Рис. 2.12. Скриншот профілю МКСК у менежі X. Джерело:[9].

Аналіз останніх публікацій засвідчив, що представлений контент у вибірці складається здебільшого з репостів із профілю Миколи Точицького (@tochytskyi). Така стратегія може свідчити про спробу оперативного висвітлення ключових напрямків, зокрема акцент на міжнародному культурному діалозі та участь у Конференції з питань культури в Україні під гаслом «Співпраця заради стійкості». У публікаціях простежуються тематичні пріоритети: захист культурної спадщини в умовах війни, цифровізація культурного сектору, боротьба з незаконним обігом культурних цінностей, міждержавне партнерство, а також реалізація санкційної політики проти держави-агресора. Водночас, подібна практика, коли інституційна комунікація значною мірою зводиться до ретрансляції особистих акаунтів керівництва, є дискусійною та не завжди конструктивною. Вона створює ризик надмірної персоніфікації діяльності Міністерства, що може негативно впливати на сприйняття його інституційної сталості та довіри, особливо враховуючи досвід попередніх кадрових змін та пов’язаних з ними публічних дискусій навколо Міністерства. Ефективна інформаційна політика державної інституції має базуватися на послідовному висвітленні системної роботи, стратегій та досягнень, а не на залежності від конкретної постаті.

Контентна стратегія акаунта полягає у переважному використанні репостів, які становлять 100% проаналізованої вибірки. Ці репости здебільшого походять від офіційних осіб, дипломатів або партнерських установ, що відповідає загальній дипломатичній тональності акаунта. Публікації оформлені в офіційному стилі з лаконічними, чітко структурованими формулюваннями. Серед тематичних напрямів контенту найчастіше зустрічаються повідомлення про конференції, міжнародні зустрічі, підписання декларацій, а також інформація про музейну справу та збереження культурної спадщини. Основна цільова аудиторія — це міжнародні партнери, представники європейських інституцій, медіа та іноземні дипломати. Частота публікацій, за вибіркою, становить приблизно 4–5 постів за 3–4 дні, що свідчить про регулярне оновлення стрічки.

До сильних сторін аккаунта слід віднести послідовність та виваженість інформаційної політики, а також чітку орієнтацію на представлення України як активного суб'єкта культурної дипломатії. В акаунті системно висвітлюються зовнішньополітичні ініціативи, спрямовані на підтримку ідентичності, культурної спадщини та партнерських відносин із країнами Європи та міжнародними організаціями.

Водночас можна окреслити кілька напрямів для покращення ефективності комунікації. Насамперед доцільним виглядає впровадження власного оригінального контенту, який би відображав унікальну позицію міністерства щодо культурних подій.

Таким чином, акаунт @MCSCUkraine в соціальній мережі X, функціонує як офіційний рупор Міністерства культури та стратегічних комунікацій у зовнішньому інформаційному полі. Його діяльність спрямована на просування міжнародної культурної політики України, забезпечення присутності міністерства на зовнішньополітичному рівні та інформування про ключові події та ініціативи. Водночас, для підвищення залучення цільової аудиторії, доцільним є впровадження більш динамічного формату взаємодії, зокрема через візуалізацію та оригінальний контент.

Сторінка МКСК у Facebook має нікнейм @MSCUkraine та має офіційний статус. Кількість підписників становить 102 488 осіб [5].

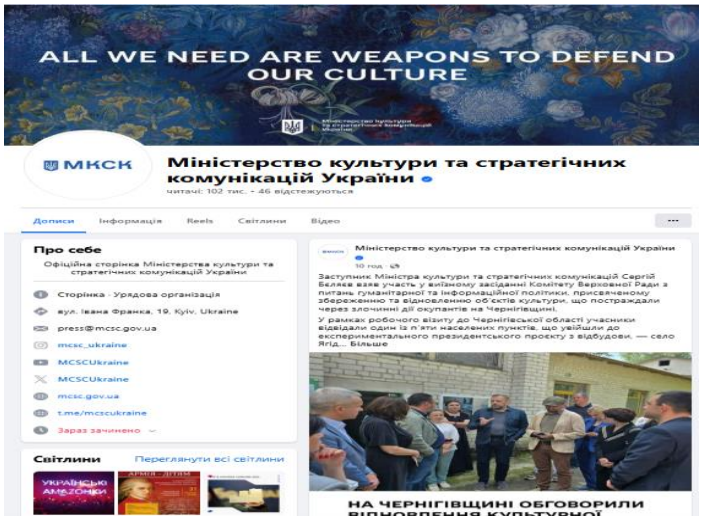


Рис. 2.13. Скріншот профілю Facebook МКСК у Facebook. Джерело:[5].

На банері сторінки зображено напис англійською: "ALL WE NEED ARE WEAPONS TO DEFEND OUR CULTURE". Це гасло відображає ідею культурного спротиву, де культура представлена як засіб оборони національної ідентичності під час війни. Фон банера — декоративні квіти в стилі українського народного мистецтва, що підсилює візуальний меседж.

Сторінка демонструє хороший рівень розвитку та активності, має сильний культурно-патріотичний меседж і достатню підтримку аудиторії. Проте показники аналітики вказують на наявність потенціалу для зростання. Подальше покращення показників можливо шляхом активної взаємодії з аудиторією, збільшення охоплення контенту та частішого використання мультимедійних форматів.

За даними сервісу Social Blade, графік, що характеризує активність сторінки Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у Facebook, відображає динаміку щомісячного приросту вподобань у період з травня 2024 року по лютий 2025 року. У ньому зафіксовано кількість нових підписників, залучених щомісяця, що дозволяє простежити зміни у рівні зацікавленості користувачів. Найбільш виражені піки приросту спостерігаються у червні 2024 року (приблизно 290 вподобань), вересні (понад 250) та лютому 2025 року, коли зафіксовано понад 400 нових вподобань. Натомість у липні та грудні 2024 року відзначається помітне зниження показників — до рівня приблизно 50 і 130 вподобань відповідно. Виявлена хвилеподібна динаміка дозволяє виявити нерівномірність комунікаційної активності відомства або нестабільність інформаційних приводів, що потенційно впливають на залучення нової аудиторії [37].



Рис. 2.14. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Social Blade активності сторінки МКСК у Facebook. Джерело:[37]

У період з травня 2024 року по лютий 2025 року показники взаємодії користувачів зі сторінкою МКСК у Facebook демонстрували значну варіативність. У червні зафіксовано помірне зростання взаємодій (близько +200–300) за сукупністю реакцій, коментарів і поширень. Натомість у липні відбулося різке скорочення активності — понад 1 000 користувачів припинили взаємодію з контентом. У серпні спостерігається позитивна динаміка (приблизно +700), однак вже у вересні рівень взаємодії знову знизився до від'ємного значення. Жовтень позначився максимальним рівнем взаємодії в осінній період — близько +900, що свідчить про наявність успішного інформаційного приводу. У грудні показники знову різко впали (−1 500), що охоплює всі типи активностей і вказує на загальне зниження зацікавленості аудиторії. Найвищий рівень взаємодії було зафіксовано у лютому 2025 року — понад +3 000, що свідчить про високий резонанс контенту в цей період; зростання продовжилося і в березні, підтверджуючи позитивну тенденцію [37].

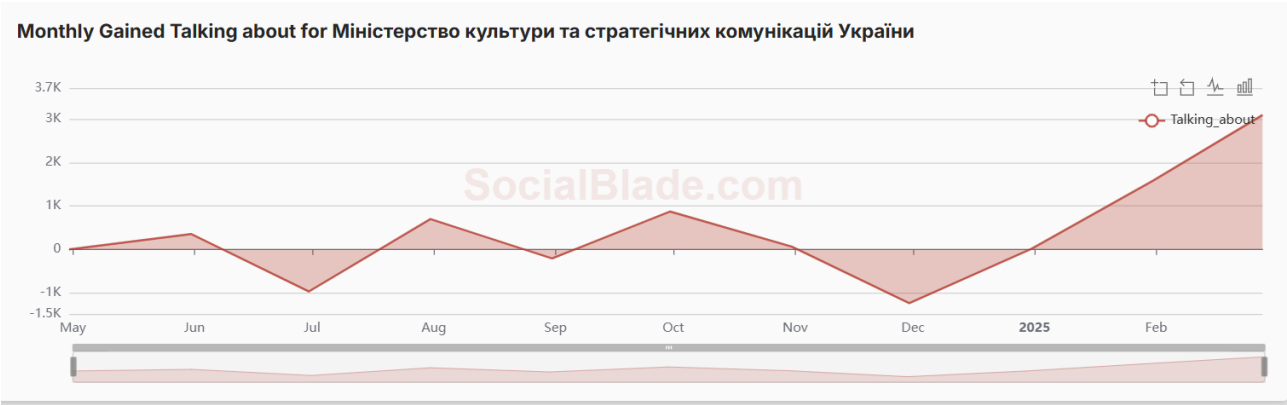


Рис. 2.15. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Social Blade взаємодії користувачів зі сторінкою МКСК у Facebook. Джерело:[37]

У період з травня 2025 по січень 2026 року прогнозується стабільне зростання кількості вподобань сторінки у Facebook, базуючись на попередніх трендах залученості користувачів. Темп зростання передбачає приріст приблизно на 1 000–2 000 вподобань на рік без різких коливань, що свідчить про помірне, але стійке збільшення аудиторії. За прогнозом, до початку 2026 року загальна кількість вподобань досягне 106–108 тисяч, що вказує на стабільну базу

користувачів без ознак вірусного поширення контенту. Незважаючи на потенціал органічного зростання, без змін у комунікаційній стратегії — таких як інформаційні кампанії, співпраця з інфлюенсерами чи платне просування — темп збільшення вподобань залишатиметься помірним [37].

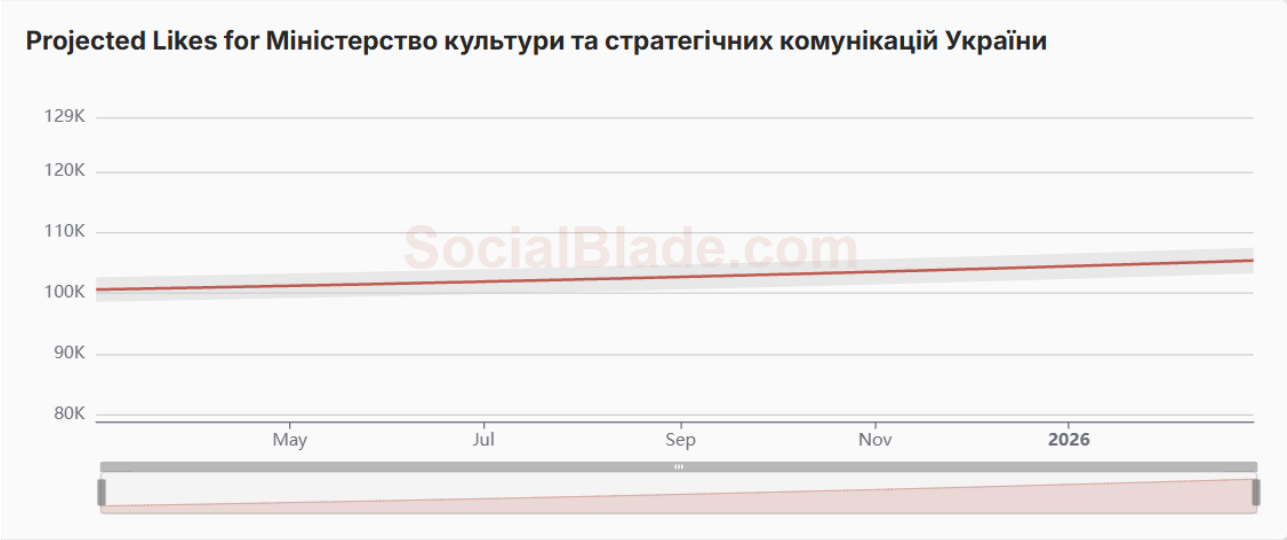


Рис. 2.16. Прогнозована метрика інформаційного ресурсу Social Blade щодо уподобань на публікаціях з сторінки МКСК у Facebook з користувачами на 2026 рік. Джерело:[37]

Прогнозована метрика сторінки МКСК свідчить про стрімке зростання взаємодій — з приблизно 5 000 у березні 2025 року до понад 25 000 на початку 2026-го. Така експоненційна динаміка вказує на посилення комунікаційної активності Міністерства та зростання резонансу контенту. Очікується, що до кінця 2025 року рівень взаємодій перевищить 20 000 щомісяця, що є показником ефективної роботи з аудиторією. Прогноз також вказує на якісне покращення комунікації, створюючи передумови для впровадження інтерактивних форматів і діалогових кампаній. Для збереження цієї тенденції доцільно зосередитися на емоційно залученому контенті патріотичного, культурного та освітнього спрямування й масштабуванні найуспішніших форматів [37].

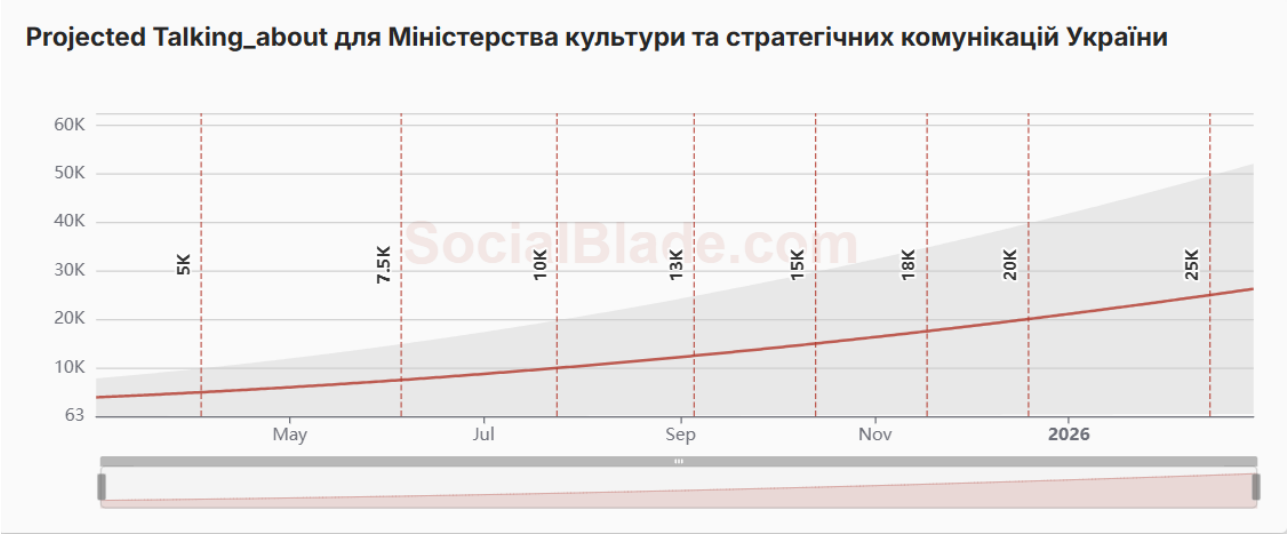


Рис. 2.17. Прогнозована метрика інформаційного ресурсу Social Blade щодо взаємодії з сторінки МКСК у Facebook з користувачами на 2026 рік. Джерело:[37]

Аналіз висвітлення діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій України у соціальних мережах має суттєве значення для комплексного оцінювання ефективності інформаційної політики та стратегічних комунікацій установи. Дослідження активності Міністерства в платформах, як Instagram, Facebook та Twitter, дає можливість не лише виміряти рівень залучення користувачів і охоплення контенту, а й виявити специфічні особливості сприйняття повідомлень у різних соціальних середовищах. Це, у свою чергу, сприяє формуванню більш гнучкої та адаптивної комунікаційної стратегії, що враховує інтереси та поведінкові особливості цільових аудиторій, підвищуючи таким чином загальну ефективність інформаційної діяльності Міністерства у цифровому просторі.

За даними інформаційного ресурсу Rivaliq сукупна аудиторія МКСК у соціальних мережах становить 31,2 тис. підписників, при цьому за звітний період було опубліковано 150 публікацій, що становить 8,54% загального контенту, а загальна кількість взаємодій досягла 11,1 тис. (35%), що свідчить про активну зацікавленість аудиторії; найефективнішим каналом комунікації виявився Instagram, який забезпечив найбільше залучення, підтверджуючи високий потенціал візуального контенту для комунікаційної стратегії [35].

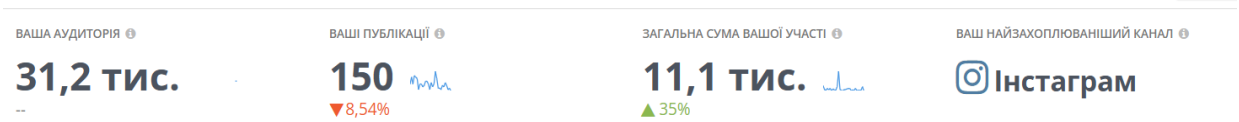


Рис 2.18. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Rivaliq щодо основних характеристик репрезентації МКСК у соціальних мережах. Джерело:[35]

Протягом 8 травня по 16 червня 2025 МКСК в середньому здійснювала 5 публікацій на день, що вказує на доволі активну присутність у соціальних мережах. Водночас середній рівень залученості становив лише 0,38% на публікацію від кількості підписників, що є доволі низьким показником для ефективного охоплення. Середня залученість на одну публікацію становила 0,16%, що ще раз підкреслює необхідність перегляду контент-стратегії. Наприклад, лише 6% усіх публікацій містили хештеги, попри те, що середній рівень залученості для таких публікацій становив 6,06% — це в десятки разів вище, ніж загальна середня. Відповідно, активніше використання хештегів може стати простим, але ефективним способом підвищення видимості контенту. Аналіз часових пік активності показує, що найефективнішою годиною для публікацій є 22:00 за східноєвропейським часом (EEST) — саме в цей час фіксується найвищий рівень взаємодії. Це дає підстави рекомендувати зміщення графіка публікацій у бік вечірніх годин для підвищення охоплення та ефективності [35].

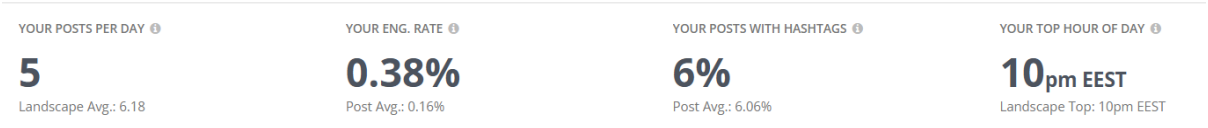


Рис 2.19. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Rivaliq щодо залученості підписників КСК у соціальних мережах. Джерело:[35]

Загалом, аналізуючи публікації, було виявлено, що емоційний контент забезпечує найвищу взаємодію, тоді як культурні теми стабільно утримують зацікавленість, особливо у Facebook.

Найбільшу кількість взаємодій отримала публікація в Instagram від 29 травня 2025 року, присвячена пам’яті волонтера і військового, який загинув від наслідків поранення на сході України. Пост зібрав 3,27 тис. взаємодій при

надзвичайно високому рівні залученості – 16,7%. Такий показник свідчить про сильний емоційний відгук аудиторії та ефективність комунікацій, що апелюють до патріотичних і соціальних тем [33].

Другою за популярністю стала публікація в Instagram від 15 червня 2025 року щодо загибелі українського актора і військового Юрія Феліпенка. Пост отримав 719 взаємодій та показник залученості 3,68%. Незважаючи на меншу кількість реакцій, контент також був чуттєво навантаженим і продемонстрував помітне залучення [33].

Культурна тематика також викликала значний інтерес. 28 травня 2025 року було оприлюднено повідомлення про показ відреставрованої версії фільму Сергія Параджанова «Тіні забутих предків». Публікація в Instagram отримала 509 взаємодій (2,60%), а аналогічна у Facebook — 2,47 тис. взаємодій при показнику залученості 2,41%. Це демонструє, що культурно-історичні теми залишаються актуальними для аудиторії, а також підкреслює, що Facebook має потенціал для ширшого охоплення саме у сфері мистецьких анонсів [35].

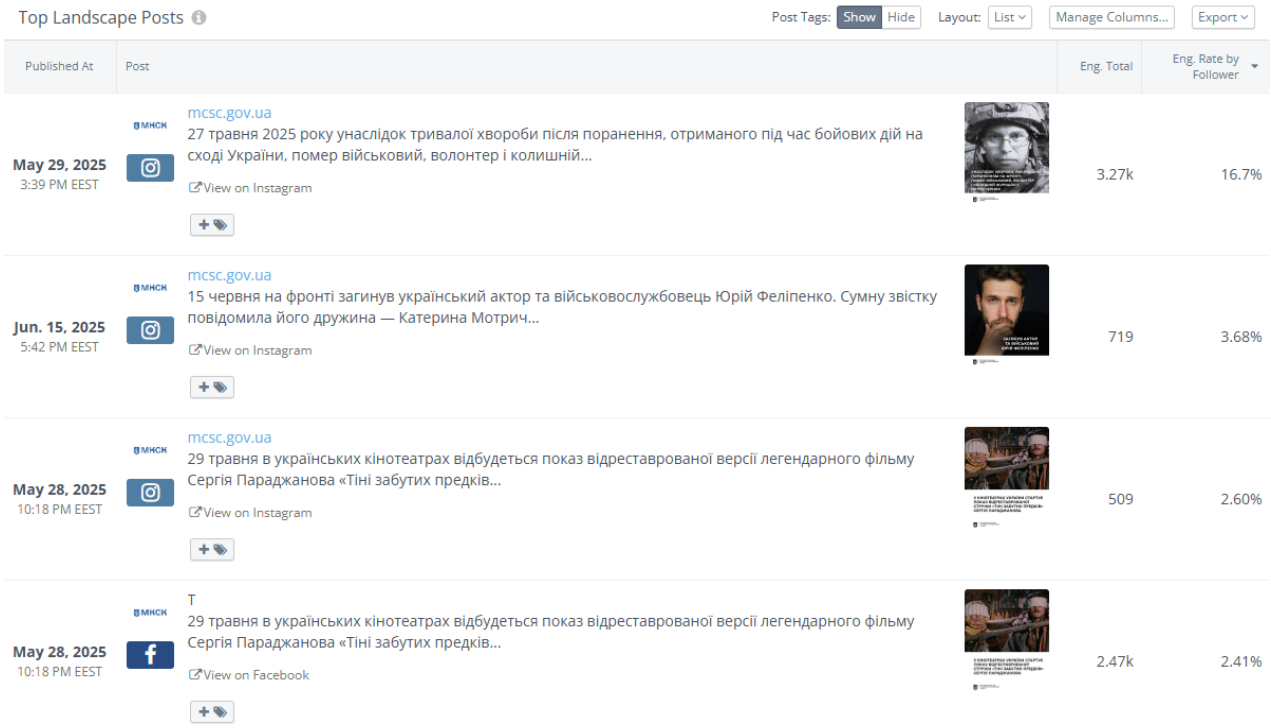


Рис 2.20. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Rivaliq щодо найбільш популярного контенту МКСК у соціальних мережах. Джерело:[35]

Instagram є найактивнішим каналом, на якому публікується в середньому 4,9 дописів на день. Це значно перевищує активність на Twitter, де публікується лише 0,1 допису на день. Висока частота постів на Instagram свідчить про орієнтацію саме на цю платформу для комунікації з аудиторією. Instagram також демонструє найвищий рівень залучення — 0,39% на одного підписника, що значно перевищує показники Facebook (0,11%) та Twitter (0,020%). Це означає, що аудиторія Instagram активно реагує на контент, що публікується. У той час як Instagram і Facebook мають однакову середню частоту постингу серед компаній (1,23 поста/день), ефективність Instagram залишається беззаперечно вищою. Twitter, навпаки, має як низьку активність, так і дуже низьке залучення, що свідчить про його обмежене значення в загальній комунікаційній стратегії [35].

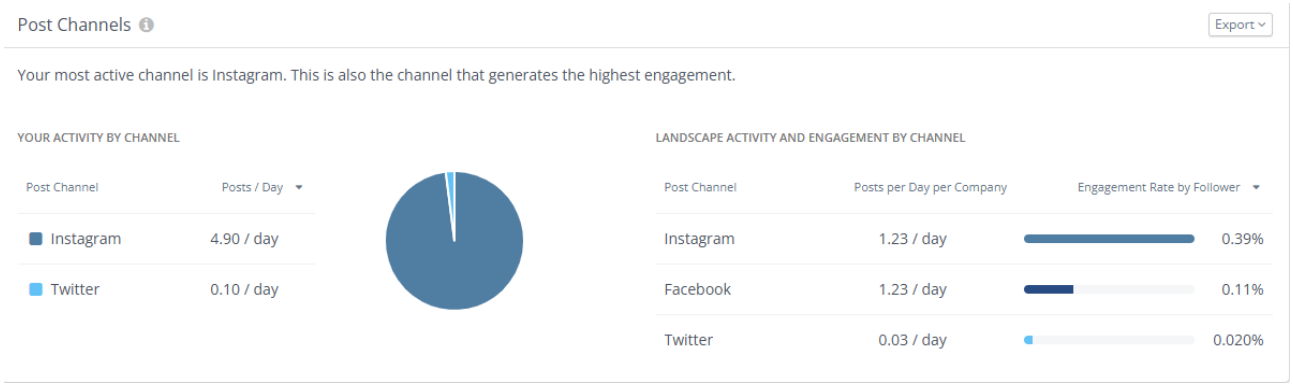


Рис 2.21. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Rivaliq щодо активності використання МКСК соціальних мереж. Джерело:[35]

Найпоширенішим типом контенту є фото – у середньому 4,67 публікації на день. Це свідчить про візуальну орієнтацію акаунта та регулярне оновлення стрічки. Інші формати – карусель (0,13/день), та Reels (по 0,10/день) – публікуються значно рідше. Найвищий рівень залучення спостерігається саме у Reels – 0,40%, що робить цей формат найбільш ефективним з точки зору взаємодії з підписниками. Для порівняння, карусель має 0,16%, фото – 0,15%, а статус – лише 0,020%. Попри те, що Reels публікуються рідко, їхній потенціал значно вищий, ніж у фото – основного типу контенту. Це свідчить про необхідність збільшити кількість відео-контенту, особливо Reels, аби підвищити загальне охоплення та залучення аудиторії [35].

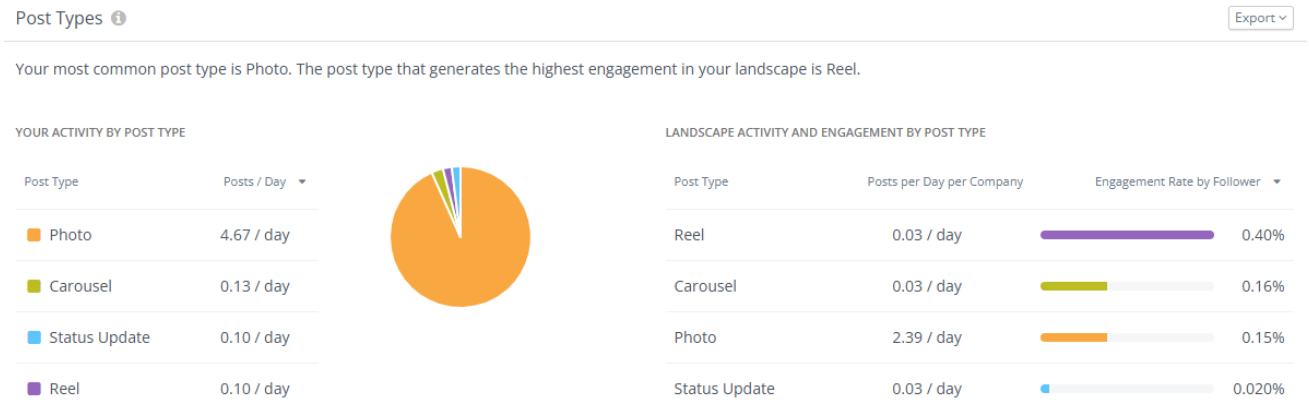


Рис 2.22. Моніторингові дані інформаційного ресурсу Rivaliq щодо видів контенту МКСК у соціальних мережах. Джерело:[35]

Отже, соціальні мережі Міністерства культури та стратегічних комунікацій України демонструють помірний рівень ефективності як державного цифрового ресурсу. Незважаючи на активну публікаційну діяльність та стабільну чисельність аудиторії, рівень залученості користувачів залишається відносно низьким, що свідчить про необхідність вдосконалення контент-стратегії. Водночас дані платформи виконують функцію не лише інформування про актуальні події, а й репрезентують ключові культурні цінності, соціальні виклики та інституційні зусилля щодо розвитку культури в Україні.

Особливого значення набуває роль соціальних мереж у контексті воєнних дій, коли вони виступають як платформа для збереження культурної пам’яті, підтримки національної ідентичності та реалізації інформаційного спротиву. Публікації з патріотичною та емоційною складовою викликають найбільший відгук аудиторії, що підтверджує важливість комунікаційних заходів, спрямованих на формування ціннісного та емоційного зв’язку з громадськістю. Отже, цифрові ресурси Міністерства не лише інформують, а й сприяють консолідації суспільства у складних умовах.

Водночас, з метою підвищення загальної ефективності комунікаційної стратегії та розширення охоплення аудиторії, доцільно впроваджувати новітні підходи до формування контенту, активізувати використання інструментів просування, зокрема хештегів, а також оптимізувати графік публікацій з урахуванням часових пік активності користувачів..

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок про визначальну роль соціальних мереж як інструменту реалізації інформаційно-комунікаційної політики Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (МКСК) у період воєнного стану. Вивчення теоретичних основ стратегічних комунікацій, аналіз інституційного розвитку міністерства, а також емпіричне дослідження цифрових платформ МКСК дозволили комплексно оцінити сучасний стан, виклики та потенціал інформаційно-комунікаційної репрезентації міністерства.

Теоретичний розділ роботи був присвячений історії становлення МКСК, етапам його реформування та окресленню стратегічних напрямів діяльності. Показано, що трансформація Міністерства культури в міністерство нового типу – МКСК – стала відповіддю на потребу в об'єднанні культурного, інформаційного та комунікаційного векторів під егідою одного центрального органу виконавчої влади. Таке об'єднання дозволило сформувати єдину комунікаційну політику, спрямовану на посилення інформаційного суверенітету, просування національного іміджу та протидію дезінформаційним впливам у межах гібридної війни.

У межах аналітичного блоку встановлено, що МКСК впроваджує низку стратегічних ініціатив, зокрема: Стратегію розвитку медіаграмотності до 2026 року, Національну культурну стратегію до 2030 року, Проєкти культурної дипломатії (Ukraine.ua), Ініціативи інформаційного спротиву (#Кримнаш, #СилаКультури, "Фільтр"). Зокрема, дані ініціативи реалізуються через мультимедійні ресурси, офіційний сайт, а головне — соціальні мережі, які є основним інструментом комунікації з громадськістю.

У практичному розділі роботи здійснено структурний та змістовий аналіз цифрової присутності МКСК у чотирьох ключових соціальних мережах: Instagram, Telegram, TikTok та Twitter. З'ясовано, що соціальні мережі виконують не лише інформативну функцію, а й – не менш важливо – функції мобілізації,

залучення до культурного життя, формування національного наративу та побудови довіри до держави. Контент МКСК варіюється від офіційних повідомлень і прес релізів до емоційних історій, візуальних акцентів та інтерактивів, що забезпечує багаторівневу комунікацію з різними аудиторіями.

Моніторинг контенту виявив переважання інформаційно-просвітницького та культурно-патріотичного змісту. У публікаціях МКСК переважають повідомлення, присвячені: подіям у сфері культури (конкурси, фестивалі, дати), кампаніям з медіаграмотності та протидії дезінформації, темам національної ідентичності та історичної пам’яті, збереженню культурної спадщини у воєнний час.

Значну увагу у роботі приділено тому, як цифрові платформи сприяють залученню аудиторій – через хештеги, сторітелінг, інтерактивні формати, флешмоби, персоніфіковані повідомлення. У роботі доведено, що такі форми підвищують рівень емоційної включеності громадян у державні ініціативи

У контексті виявлених проблем та викликів у роботі запропоновано низку практичних рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної діяльності МКСК у цифровому середовищі. Зокрема, акцентовано на доцільності розроблення окремих стратегій для кожної соціальної платформи з урахуванням специфіки цільових аудиторій; необхідності впровадження механізмів емоційного реагування під час кризових ситуацій; активізації співпраці з регіональними ініціативами та локальними лідерами громадської думки; застосування автоматизованих інструментів аналітики для системного моніторингу результатів комунікацій; а також адаптації контенту до принципів цифрової доступності, що дозволить охопити ширший спектр користувачів, зокрема вразливі категорії населення.

У підсумку, дослідження підтверджує, що соціальні мережі є стратегічним ресурсом у руках держави, який в умовах війни дозволяє не лише транслювати офіційну позицію, але й формувати культурну спільність, емоційно підтримувати громадян, сприяти психологічній стабільності та стійкості до зовнішніх загроз.

Ця робота також засвідчує потребу у подальших міждисциплінарних дослідженнях, зокрема у галузі цифрової дипломатії, інформаційної психології та стратегічних комунікацій як базової компоненти системи національної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бігун В. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України в системі суб'єктів захисту національних інтересів в інформаційній сфері *Вісник Національної академії Служби безпеки України.* 2024. Вип. 85, № 2. С. 35–44. DOI: https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.85.2.35.

2. В Україні стартувала всеукраїнська кампанія соціальних змін «Безбар'єрність – це коли можеш» : 10 червня 2025 р. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій України.* Київ. URL: https://mcsc.gov.ua/news/v-ukrayini-startuvala-vseukrayinska-kampaniya-soczialnyh-zmin-bezbaryernist-cze-koly-mozhesh/.

3. Міністерство інформаційної політики: світ ловив мене, та не спіймав : policy paper / Є. Большешапов, О. Хмельовський, А. Чупіс ; рец. Ю. Каздобіна, голова Української фундації безпекових студій. Київ : Школа політичної аналітики НаУКМА ; Міжнародний фонд «Відродження» ; OSIFE ; Посольство Швеції в Україні, 2020. 20 с. URL: https://spa.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2021/07/Policy-Paper_MIP.pdf (дата звернення: 15.05.2025).

4. Міністерство культури та стратегічних комунікацій проведе кампанію #СилаКультури до Дня працівників культури та майстрів народного мистецтва. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій України*. 2025. (публікація) URL: https://mcsc.gov.ua/news/ministerstvo-kultury-ta-strategichnyh-komunikaczij-provede-kampaniyu-sylakultury-do-dnya-praczivnykiv-kultury-ta-majstriv-narodnogo-mystecztva/

5. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Офіційна сторінка в Facebook. URL: https://www.facebook.com/mcscukraine (дата звернення: 15.05.2025).

6. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Офіційна сторінка в Instagram URL: https://www.instagram.com/mcsc_ukraine/?igsh=MXEydWd3MGs0dzF5cQ%3D%3D#

7. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Офіційний веб сайт. – URL: https://mcsc.gov.ua/ (дата звернення: 15.05.2025).

8. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Офіційна сторінка в Telegram. URL: https://t.me/mcscukraine (дата звернення: 15.05.2025).

9. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. Офіційна сторінка в Twitter. URL: https://twitter.com/mcsc_ukraine (дата звернення: 15.05.2025).

10. Мінкульт запустив пізнавальний флешмоб «Не борщем єдиним». *Рубрика*. 2023. 6 бер. URL: https://rubryka.com/2023/03/06/minkult-zapustyv-piznavalnyj-fleshmob-ne-borshhem-yedynym-u-chomu-rishennya/.

11. Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України «Про затвердження Порядку формування Переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України» від 27 січ. 2021 р. № 27, зареєстрований в Мін'юсті України 02 лют. 2021 р. за № 130/35752. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0030-21#Text (дата звернення: 15.05.2025).

12. Наказ Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку взаємодії Міністерства культури та стратегічних комунікацій України з центральними органами виконавчої влади, діяльність яких спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України через Міністра культури та стратегічних комунікацій України». від 07.12.2020 № 2353 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2353-2020-%D0%BF

13. Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України : постанова від 14 січ. 2015 р. № 2. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2-2015-п (дата звернення: 15.05.2025).

14. План заходів на 2021–2023 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки, затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України від 12 трав. 2021 р. № 497-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/497-2021-%D1%80#Text (дата звернення: 15.05.2025)

15. Полісученко А., Панюшенко І. Рекомендації до державних органів стосовно підвищення ефективності діяльності в соціальних мережах. *Молодий вчений.* 2020. № 1 (77). С. 139. URL: https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/1076/1037

16. Постанова Кабінету Міністрів України № 1028 від 06 вересня 2024 року «Про перейменування Міністерства культури та інформаційної політики України і Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1028-2024#Text (дата звернення: 15.05.2025).

17. Постанова Кабінету Міністрів України № 348 від 13 трав. 1993 р. «Про державну підтримку розвитку народної творчості, професійного мистецтва та художньої освіти». URL: https://web.archive.org/web/20191003212752/https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/348-93-%D0%BF (дата звернення: 15.05.20255).

18. Постанова Кабінету Міністрів України № 829 від 02 вересня 2019 року «Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/829-2019#Text (дата звернення: 15.05.2025).

19. Постанова Кабінету Міністрів України № 885 від 16 жовтня 2019 року «Про затвердження Положення «Про Міністерство культури та інформаційної політики України»». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019#Text (дата звернення: 15.05.2025).

20. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2939-17 (дата звернення: 15.05.2025).

21. Проєкт «Фільтр» [Електронний ресурс] // Міністерство культури та інформаційної політики України. 2021. URL: https://filter.mkip.gov.ua/pro-nas/. (30)

22. Проєкт RES-POL [Електронний ресурс] // Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. 2023. груд. URL: https://mcsc.gov.ua/stratehichne-planuvannia/proyekt-res-pol/, вільний.

23. Проноза І. Інформаційна війна: сутність та особливості прояву. *Актуальні проблеми політики*. Одеса : Фенікс, 2018. Вип. 61. С. 76–84.

24. Савлюк М. Гібридна війна в Україні: сучасні підходи. *Політологічні студії.* 2024. № 17. С. 187. DOI: https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-17-23. URL: https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/130

25. Селфі з пам'ятками: запоріжців закликають долучитись до флешмобу [Електронний ресурс]. *INFORM ZP.UA.* 2024. 14 трав. URL: https://www.inform.zp.ua/uk/2024/04/23/275595_selfi-z-pamyatkamy-zaporizhcziv-zaklykayut-doluchytys-do-fleshmobu/

26. Ситник О. Гібридний характер російсько-української війни 2014–2017 років та пошук ефективних засобів протидії. URL: http://dontsov-nic.com.ua/hibrydnyj-harakter-rosijsko-ukrajinskoji-vijny-2014-2017- rokiv-ta-poshuk-efektyvnyh-zasobiv-protydiji/

27. Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року [Електронний ресурс] // Міністерство культури та інформаційної політики України. 2024. черв. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/the-strategy-of-the-ministry-of-culture-and-information-policy-of-ukraine-for-media-literacy-development-until-2026.pdf.

28. Стратегія розвитку культури в Україні на 2025–2030 роки [Електронний ресурс] : схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р // Кабінет Міністрів України. Київ, 2025 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text .

29. Указ Президента України «Про Положення про Міністерство культури і мистецтв України» від 31 серп. 2000 р. № 1038/2000. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1038/2000 (дата звернення: 15.05.2025).

30. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовт. 2021 р. "Про Стратегію інформаційної безпеки"» від 14 жовт. 2021 р. № 685/2021. URL: https://ips.ligazakon.net/document/u685_21?an=1 (дата звернення: 15.05.2025).

31. Указ Президента України № 388/2011 від 06.04.2011 р. «Про Положення про Міністерство культури України». – URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/388/2011#Text (дата звернення: 15.05.2025).

32. Указ Президента України № 680/2005 від 20.04.2005 р. «Про реорганізацію Міністерства культури і мистецтв України та Державної туристичної адміністрації України у Міністерство культури і туризму України». URL:: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/680/2005#Text (дата звернення: 15.05.2025).

33. Урядовий портал. Партнерство «Відкритий уряд». URL: https://www.kmu.gov.ua/gromadskosti/gromadyanske-suspilstvo-i-vlada/partnerstvo-vidkritij-uryad/koordinacijna-rada (дата звернення: 15.05.2025).

34. Фармхаус П. Соціальні мережі як інструмент комунікації держави з громадянами: аналіз проблем та шляхів оптимізації. *Актуальні проблеми у сфері публічного управління.* 2023. Вип. 6. С. 169–175. DOI: 10.32782/TNU-2663-6468/2023.6/27.

35. Rival IQ. Аналітичні дані соціальних мереж Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. URL: https://app.rivaliq.com/posted-urls (дата звернення: 15.05.2025).

36. Similarweb Pro. Аналітичні дані веб сайту Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. URL: https://pro.similarweb.com/?utm_source=chatgpt.com#/digitalsuite/home (дата звернення: 15.05.2025).

37. Social Blade. Аналітичні дані соціальних мереж Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. URL: https://socialblade.com/instagram/user/mcsc_ukraine (дата звернення: 15.05.2025).

38. Telemetr. Аналітичні дані Телеграм-каналу Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. URL: https://telemetr.io/ru (дата звернення: 15.05.2025)

39. Ukraine.ua. Офіційний портал про Україну. URL: https://ukraine.ua/ (дата звернення: 15.05.2025).

SUMMARY

Derevyanko O. O. Information and communication representation in social networks of the Ministry of Culture and Strategic Communications of Ukraine. Zaporizhzhia, 2025. 82 p.

In recent years, the Ministry of Culture and Strategic Communications of Ukraine has played a key role in ensuring state information policy, countering disinformation, and promoting cultural diplomacy in the context of hybrid warfare. Particular attention has been paid to digital communication channels, in particular social networks, as tools for direct interaction with the public.

The aim of the study was to assess the effectiveness of ICSC strategies and communication tools on social media to counter disinformation, promote cultural diplomacy, and increase media literacy, as well as to develop recommendations for their improvement.

The work uses a mixed methodology that combines the analysis of social media metrics and content analysis to identify key semantic accents of communication.

The following results were obtained: the process of reforming the ministry was analyzed, its key functions in the field of culture, information security, and strategic communications were characterized; examples of successful projects, flash mobs, and educational campaigns were considered. Effective tools for engaging the audience were identified.

The results of the study can be used to increase the effectiveness of communication activities of state institutions, form strategies for digital interaction with the public, implement national media literacy projects, and strengthen the institutional capacity of the state in the information space.

Keywords: account, information security, national identity, strategic communications, social networks, cultural diplomacy, disinformation, media literacy.

Декларація академічної доброчесності

здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я Дерев'янко Олександра Олексіївна, студентка 4 курсу, денної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, адреса електронної пошта sasaderevanko22@gmail.com, підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Інформаційно-комунікаційні кампанії в національному інформаційному просторі 2022-2023» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис_____ПІБ (студент) Дерев'янко О. О.

Дата_____Підпис_____ПІБ(науковий керівник) Ковпак В. А.