Фінансується Європейським Союзом

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби популяризації в громадянському суспільстві

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції
в Запорізькому національному університеті

ЗАПОРІЖЖЯ - 2025



Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет
Українська асоціація викладачів європейських студій (APREI)
Школа журналістики і реклами Південноіллінойського університету (США)
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Інформаційний ресурс про українців та для українців, які приїхали в Чехію через війну росії проти України «ProUkraïnu.cz»
House of Europe
Інститут масової інформації

ДЕКОЛОНІЗАЦІЯ:

МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ДИСКУРС, МЕДІЙНА ОПТИКА, ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ В ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції

в Запорізькому національному університеті

(18 грудня 2025 р.)

Запоріжжя – 2025

https://www.doi.org/10.32782/1769507285
УДК 323.1:325.86]:316.774(062)
Д286

Затверджено на засіданні Вченої ради факультету журналістики Запорізького національного університету. Протокол № 4 від 22.12.2025 р.

«Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби популяризації в громадянському суспільстві»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [відповідальний редактор В. А. Ковпак]. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2025. 126 с.

Редакційна колегія

Голова оргкомітету: Шило Галина Миколаївна, *ректор Запорізького національного університету, доктор технічних наук, професор.*
Заступники голови оргкомітету:
- ***Яримбаш Дмитро Сергійович,*** *проректор з наукової роботи Запорізького національного університету, доктор технічних наук, професор;*
- ***Костюк Віктор Володимирович,*** *кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету журналістики Запорізького національного університету;*
- ***Ковпак Вікторія Анатоліївна,*** *доктор наук із соціальних комунікацій, професор, заступник декана факультету журналістики з наукової роботи.*

Члени оргкомітету:
- ***Поплавська Наталія Миколаївна,*** *доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка;*
- ***Бутиріна Марія Валеріївна,*** *доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри маркетингу, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»;*
- ***Кияшко Юлія Павлівна,*** *кандидат наук із соціальних комунікацій, редакторка інформаційного ресурс про українців та для українців, які приїхали в Чехію через війну росії проти України «ProUkraïnu.cz», м. Прага (Чехія);*
- ***Березенко Віта Віталіївна,*** *доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності;*
- ***Тернова Алла Іллівна,*** *кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики;*
- ***Плеханова Тетяна Миколаївна,*** *кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування;*
- ***Романюк Наталія Василівна,*** *кандидат філологічних наук, доцент, заступник декана факультету журналістики з навчальної роботи;*
- ***Чабаненко Мирослава Вікторівна****, кандидат філологічних наук, доцент, заступник декана факультету журналістики з міжнародного співробітництва та проєктного менеджменту;*
- ***Лебідь Наталія Михайлівна,*** *кандидат філологічних наук, доцент, провідний науковий співробітник НДР «Соціальнокомунікаційні механізми дискурсу деколонізації в умовах війни: український та глобальний контексти», № 2/24;*
- ***Рибка Дарина Олександрівна****, голова НТСАД факультету журналістики.*

Технічний редактор: Бєлий К.О.*, випускник ОП «Інформаційно-комунікаційна справа» факультету журналістики, кореспондент*

Цей збірник матеріалів створено в межах міжнародної науково-практичної конференції «Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби популяризації в громадянському суспільстві», присвяченої 95-річчю Запорізького національного університету, яка відбулася 18 грудня 2025 року в межах виконання держбюджетної НДР «Соціальнокомунікаційні механізми дискурсу деколонізації в умовах війни: український та глобальний контексти», № 2/24, № 0124U000753; у межах проєкту «Інформаційно-комунікаційна кампанія «ДЕколонізація та

ДЕокупація територій та мізків» з науковою складовою дослідження матриці деколонізації», підтриманого House of Europe та фінансованого ЄС.

This collection of proceedings was developed within the framework of the International Scientific and Practical Conference «Decolonization: Interdisciplinary Discourse, Media Optics, Information and Communication Tools for Popularization in Civil Society», dedicated to the 95th anniversary of Zaporizhzhia National University, held on December 18, 2025.
The event took place as part of the state-funded research project «Social and Communication Mechanisms of Decolonization Discourse in War Conditions: Ukrainian and Global Contexts» (Project No. 2/24, State Registration No. 0124U000753), and within the project «Information and Communication Campaign 'DEcolonization and DEoccupation of Territories and Minds' with a Scientific Research Component on the Decolonization Matrix», supported by House of Europe and funded by the European Union.

© Запорізький національний університет,
факультет журналістики, 2025

ЗМІСТ

Вступне слово 6
Sirinynok-Dolgaryova Katerina. Photography in documenting russian war crimes and memorialization practices.....10
Бабенко Віталій. Роль масмедійних факторів у динаміці академічних досліджень, присвячених впливу американського імперіалізму на українську суб'єктність 14
Березенко Віта, Іванець Тетяна, Холодний Павло. ПР-комунікації як інструмент популяризації національної стратегії суб'єктності України.....20
Блінов Євген. Тема деколонізації Одещини як компонент сучасного медіапродукту (на прикладі видання «Усі онлайн») 24
Вербицька Ксенія. Геобрендинг як соціальна відповідальність в умовах деколонізації: комунікаційний досвід громадської організації UKRAINE WOW....28
Веремчук Ельдар. Механізми деколонізації англомовного дискурсу війни: український контекст 32
Горбенко Інна. Механізми протидії функціонуванню в Україні російського і російськомовного видавничого продукту, забороненого законодавством 35
Джолос Олег. Штучний інтелект в медіа: між інновацією та етикою 39
Зикун Наталія. Деколонізація українського спортивного дискурсу: трансформація термінології, наративів і медіапрактик.....43
Іванюха Тетяна. Медіатизаційні стратегії формування національної культурної ідентичності у спортивних медіа: спортсмен як культурний амбасадор.....49
Кобинець Алла. Психологічна стійкість журналістів під час війни: від концепту до практичного втілення (за матеріалами діяльності Центру журналістської солідарності Запорізької обласної організації Національної спілки журналістів України).....55
Коваль Олександр. Прояви іронії у Telegram-каналах: механізми руйнування російського мілітарного символу «асвабадітелі» 63

Ковпак Вікторія. Когнітивне моделювання та практики деколонізаційного дискурсу в медіаосвітньому середовищі..... 67
Ковтун Анастасія. Івент-комунікації волонтерських відбудовчих таборів ГО «БУР» як інструмент формування громадянської свідомості..... 71
Ливада Максим. Відновлення телерадіомовлення на деокупованих територіях як складова деконструкції колоніального медіадискурсу..... 75
Пикалюк Роман. Роль рекламних і PR-агенцій у просуванні бренду України в міжнародному інформаційному просторі..... 79
Пінчук Денис. Деколонізація цивільного голосу: заміщена суб'єктність як світоглядна стратегія у поезії некомбатантів (2022–2024) 82
Плеханова Тетяна, Буковський Максим. Маркетингові стратегії видавничого ринку України в умовах воєнного часу..... 86
Рогова Тетяна. Цифрова демонстрація смерті (на прикладі контенту в соціальних мережах) 90
Сарапій Мар'яна. Процеси формування історичної пам'яті про Голодомор у масовій культурі..... 96
Тернова Алла, Дубінін Герман. Фото як компонент аудіовізуальної документалістики 101
Тернова Алла, Приказчикова Альона. Документалістика періоду широкомасштабного вторгнення в українському медіасегменті 106
Хорішко Лілія. Роль PR-комунікацій у формуванні безпекової політики ЄС 111
Чернявська Людмила, Костецька Любов. Процеси декомунізації і ребрендинг як практики соціальної пам'яті 115
Додаток.....119

ВСТУПНЕ СЛОВО

Вітаємо учасників Міжнародної науково-практичної конференції **«Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби популяризації в громадянському суспільстві»**, присвяченої 95-річчю Запорізького національного університету, що відбулася 18 грудня 2025 року в межах виконання держбюджетної НДР **«Соціальнокомунікаційні механізми дискурсу деколонізації в умовах війни: український та глобальний контексти»**, № 2/24, № 0124U000753; у межах проєкту **«Інформаційно-комунікаційна кампанія "ДЕколонізація та ДЕокупація територій та мізків" з науковою складовою дослідження матриці деколонізації»**, підтриманого **House of Europe** та **фінансованого ЄС**.

Мета конференції – обговорення векторів деконструкції колоніального дискурсу і створення відповідного націоідентифікаційного контрдискурсу із застосуванням міждисциплінарної оптики (соціокомунікаційної, медійної, історичної, економічної, лінгвістичної, технологічної) для розширення дослідницького поля окресленої проблематики; аналіз використання соціальнокомунікаційних механізмів у реалізації дискурсу деколонізації як державної політики, світоглядного виміру, стратегії геобрендингу та формування й просування національного гранд-наративу в контексті національної безпеки.

Конференція включила пленарне засідання, панельні дискусії та стендові доповіді, презентацію проміжних результатів інформаційно-комунікаційної кампанії «ДЕколонізація та ДЕокупація територій та мізків».

Тематичні напрями конференції:

Панель 1. International panel (presented in English) «Decolonial optics in war discourse and information security studies».

Панель 2. Деконструкція імперських наративів у сучасному медіапросторі.

Панель 3. Комунікаційні стратегії національної суб'єктності та геобрендинг: роль PR-комунікацій у формуванні та просуванні національного гранд-наративу.

Панель 4. Аналіз інформаційно-комунікаційної діяльності щодо протидії економічному колоніалізму. Медіааудит висвітлення питань економічної суб'єктності та розвитку українських галузей.

Панель 5. Цифрова трансформація пам'яті: технології та інформаційна безпека.

Панель 6. Формування світоглядного виміру: освітні, культурно-просвітницькі проєкти.

Обговорення науково-практичних кейсів, осмислення деколонізаційної оптики в медіасфері об'єднали виші, науково-дослідні інститути, медіа (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, НН Інститут журналістики (м. Київ); Державний податковий університет (м. Ірпінь); Київський столичний університет імені Бориса Грінченка (м. Київ); НТУ «Дніпровська політехніка» (м. Дніпро); Університет митної справи та фінансів (м. Дніпро); Тернопільський національний педагогічний університет імені

Володимира Гнатюка (м. Тернопіль); Запорізький національний університет (м. Запоріжжя); Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка (м. Кропивницький), Південноіллінойський університет (США), Запорізьке відділення Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз (м. Запоріжжя), Школу журналістики та комунікацій, Український католицький університет (м. Львів), Науково-дослідний інститут пресознавства, Львівську національну наукову бібліотеку України імені В. Стефаника (м. Львів), Люблянський університет (Словенія), інформаційний ресурс про українців та для українців, які приїхали в Чехію через війну росії проти України «ProUkraïnu.cz» (м. Прага, Чехія), Мічиганський університет (Мічиган, США) та ін.).

Зокрема, висловлюємо сердечну подяку **спікерам пленарного засідання конференції** за глибоку аналітику, за презентацію професійних кейсів, серед яких:

Віталій Бабенко, доктор філософії з журналістики, ст. викладач кафедри журналістики, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна,

Ельдар Веремчук, д.філол.н., проф., професор факультету іноземної філології, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна,

Олеся Дроздовська, к.філол.н., ст.наук.співробітниця, **Оксана Середа**, к.соц.ком., ст.наук.співробітниця, Науково-дослідний інститут пресознавства, Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника, м. Львів, Україна,

Наталія Зикун, д. соц. ком., проф., декан факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна,

Алла Кобинець, к. філол. н., доцентка кафедри друкованих медіа та історії журналістики Навчально-наукового Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, лауреатка премії імені Івана Франка в галузі інформаційної діяльності, м. Київ, Україна,

Вікторія Ковпак, д.соц.ком., проф., професор факультету журналістики, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна,

Наталія Лебідь, к.філол.н., доц., доцент факультету журналістики, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна,

Боснійський Марко Турк, професор факультету мистецтв, Люблянський університет, Словенія,

Ксенія Вербицька, аспірантка факультету журналістики, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна.

Представлені у збірнику матеріали демонструють синергію дослідницьких ракурсів, що підтверджує міждисциплінарний характер нашої дискусії. Автори звертаються до фундаментальних аспектів деколонізації за такими векторами:

- **Теоретико-методологічне моделювання та глобальний контекст:** обґрунтування смислової матриці деколонізаційного дискурсу через когнітивне моделювання медіасфери (В. Ковпак), що корелюється з аналізом кризових станів ідентичності європейської цивілізації (М. Турк) та дослідженням лінгвістичних механізмів деколонізації англомовного дискурсу війни (Е. Веремчук). Глобальний вимір доповнюється аналізом впливу ескалації на Близькому Сході на трансформацію російських пропагандистських стратегій щодо війни в Україні (А. Менгоцці, США).
- **Інформаційна безпека та механізми пропаганди:** аналіз протидії дезінформації на провідних медіаплатформах (В. Михайлюта) та відновлення мовлення на деокупованих територіях (М. Ливада). Особливої уваги надано дослідженню історичної ретроспективи та сучасних викликів російської православної пропагандистської машини (Є. Дрікер, США), а також аналізу мнемонічної пропаганди та риторики повторення як засобів виправдання воєнних злочинів рф (А. Садуакас, США).
- **Візуальна документація та пам'ять:** осмислення фотографії та документалістики як інструментів фіксації воєнних злочинів та меморіалізації (К. Сіріньок-Долгарьова, А. Тернова, Г. Дубінін, А. Приказчикова), а також роль цифрової репрезентації трагічного досвіду (Т. Рогова) та трансформація пам'яті в епоху штучного інтелекту (О. Джолос).
- **Трансформація галузевих та історичних наративів:** деколонізація українського спортивного дискурсу (Н. Зикун, Т. Іванюха) та переосмислення історії української преси через перехід до сучасних електронних енциклопедичних ресурсів (О. Дроздовська, О. Середа).
- **Комунікаційні стратегії та соціальна практика:** дослідження геобрендингу як форми соціальної відповідальності (К. Вербицька, Р. Пикалюк) та роль волонтерських ініціатив (А. Ковтун); аналіз трансформації маркетингових стратегій видавничого ринку України (Т. Плеханова, М. Буковський), а також комунікаційні проєкти, спрямовані на формування нової суб'єктності представника постколоніальної України (Н. Лебідь). Окремий акцент зроблено на ПР-комунікаціях як інструменті популяризації національної стратегії суб'єктності та утвердження громадянської ідентичності (В. Березенко, Т. Іванець, П. Холодний).
- **Смислова деконструкція та професійна стійкість:** використання іронії для руйнування мілітарних символів агресора (О. Коваль), подолання імперських впливів в академічному середовищі (В. Бабенко), деколонізація цивільного голосу в сучасній поезії (Д. Пінчук) та психологічна стійкість журналістів як запорука якісної комунікації (А. Кобинець).

Така синергія теоретичних розвідок та практичних кейсів дозволяє концептуалізувати деколонізацію не лише як подолання минулого, а й як активне проєктування майбутнього.

Усвідомлюючи, що деколонізація є не лише політичним актом, а насамперед глибокою ментальною трансформацією, ми переконані: результати

конференції стануть вагомим внеском у розбудову когнітивного суверенітету України. Із воєнною перемогою над агресором ми прагнемо ефективних досягнень в інформаційно-когнітивному вимірі гібридної війни, що потребують системного застосування дискурсивних засобів, створення стратегічного гранд-наративу та захисту національних інтересів.

Щиро зичимо всім учасникам конференції Перемоги, безпеки та невтомності у новаторському пошуку задля успішної концептуалізації стратегічних напрямів розвитку комунікаційного простору України. Нехай наша спільна інтелектуальна варта щоденно наближає торжество української суб'єктності!

З повагою Вікторія Ковпак, оргкомітет конференції

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Katerina Sirinyok-Dolgaryova,
candidate of science in Social Communications, associate professor,
Zaporizhzhia National University,
Zaporizhzhia, Ukraine;
doctoral researcher, Southern Illinois University,
Carbondale, USA
sirinyok.dolgaryova@gmail.com

PHOTOGRAPHY IN DOCUMENTING RUSSIAN WAR CRIMES AND MEMORIALIZATION PRACTICES

Ukrainians see war photographs and videos every day. Unfortunately, it has become their daily, if not hourly, reality. Blurred or inhumanly graphic. Cropped or panoramic. Black-and-write or colorful. Millions of photographs that document Russia's war against Ukraine every day. Tragic variety. They are in news feeds, social media posts, private messengers. High-resolution professional photos and low-quality amateur ones. Taken by renowned international photojournalists for the global media and by neighbors or friends for sharing within inner social circle in order to collect donations for the fellow-citizens who survived after Russian attacks. Or not survived, and then – for funerals and support of the fallen victim's families.

Current media studies offer different approaches to explain the role of war photography within the war journalism. Professionally acceptable one is an ethical approach that is based on journalistic standards of balance, responsibility, neutral reporting and separating facts from opinions [5]. As "recipients" of the war, obviously, Ukrainian society accepts one and only use of war photography which according to John Berger's brilliant description "owes its ethical reputation as Truth" [1, p. 54] – i.e. to document the crimes that Russians commit in Ukraine. However, from a scholarly perspective, we have to think beyond this.

In particular, while discussing the role photojournalism plays in covering armed conflicts, media researchers John Berger in the 1970-80s and Mary Turfah in 2025 critically analyze photography as a political tool used to distant or even distort us from the reality. In Berger's opinion, the latter is "an object of surveillance (for rulers)" that

make a social change being replaced by "a change of images" [1, p. 56]. Moreover, he aptly writes that photographs are often used as "a radical weapon" in agitation or propaganda. In her turn, Turfah blames the mainstream media for being the "arms of the state with a frontline role in manufacturing consent", when it comes to photography of the foreign interventions or "colonial wars" [6]. Both authors also use a metaphor of a "spectacle", a cynical one, they admit, because, as Turfah puts it, the viewers – "the world" – already know everything. "*If only they knew*" appears to be just a bitter myth of a "misplaced hope" [6] that the world would understand those who suffer from the war.

But let us return to the discussion of the use of photography for documenting the war and preserving the public collective memory. We ardently share Berger's suggestion that a photography should be incorporated into the "social and political memory, instead of using it as a substitute which encourages the atrophy of any such memory" [1, p. 58]. There are numerous Ukrainian journalistic and scholarly project that aim to use photography, videography and documentary filmmaking for not only documenting Russian crimes, but also seeking for justice and memorization. The Academy Awards winning documentary by Mstyslav Chernov "20 days in Mariupol" [7] is the most renowned example, but only a tip of the iceberg. In these projects, photojournalists in the best sense of Berger's accurate description are "not reporters to the rest of the world", but rather, "recorders for those involved in the events photographed", who save the living memory of Ukrainians "from nothingness" [1, p. 54]. We would build on that and add: they are historians, investigators, and activists who bring justice closer. Notably, The Reckoning Project [2], the international journalistic and legal initiative, already filed a criminal complaint against Russia in the Argentinian court [4].

It is inevitable to agree with Berger that photographs in themselves "do not narrate" or "preserve meaning" [1, p. 51]. That is why an important task of those, who work with them (e. g. strategic communicators, journalists, artists, researchers etc.), is to consider them critically while building the narrative. It is of the crucial significance that this narrative is based on the truth. Similarly to Paolo Freire's idea that propaganda as an arm of the domination cannot be an instrument of

dehumanization of people [3], counterpropaganda or any communication based on deception or manipulation cannot be successful in building the peaceful narrative. Berger's idea that photography helps us to contextualize the time, which he calls "narrated time" [1, p. 61] is also instrumental in constructing the narrative by setting photography into the context created by "words, comparisons, signs" [1, p. 63] that seems to be a grand task of memorization that media as social institutions are responsible for in any society, especially the one that is collectively healing from the war traumas like Ukrainians.

This publication is created within the Erasmus+ Jean Monnet Module Project EUROPEACE («Peace and Solution Journalism for European Integration of Ukraine during War and Post-war Times») funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Bibliography

1. Berger J. Photographs of Agony. *About Looking* / John Berger. New York : Pantheon Books, 1980. P. 37–40.

2. The Reckoning Project Methodology. *The Reckoning Project* : [website]. URL: https://www.thereckoningproject.com (дата звернення: 10.12.2025).

3. Freire P. Pedagogy of the Oppressed. New York : Herder and Herder, 1970. 186 p.

4. Jourdan A., van den Berg S. Exclusive: Ukraine man's torture case against Russians seeks justice in Argentina. *Reuters*. 2024. 16 April. URL: https://www.reuters.com/world/ukraine-mans-torture-case-against-russians-seeks-justice-argentina-2024-04-16/ (дата звернення: 8.12.2025).

5. SPJ Code of Ethics. *Society of Professional Journalists* : [website]. 2014. 6 September. URL: https://www.spj.org/spj-code-of-ethics/ (дата звернення: 10.12.2025).

6. Turfah M. The Rest Is History. *Los Angeles Review of Books*. 2025. 11 August. URL: https://lareviewofbooks.org/article/the-rest-is-history (дата звернення: 01.12.2025).

7. 20 Days in Mariupol. *FRONTLINE PBS* : [video]. 2023. 22 November. URL: https://www.youtube.com/watch?v=gvAyykRvPBo&list=PL_pPc6-qR9ZwMudGBSP2WUntHbni7jpCR&index=2 (дата звернення: 10.12.2025).

Віталій Бабенко,
доктор філософії з журналістики,
старший викладач кафедри журналістики,
Університет митної справи та фінансів,
Дніпро, Україна
vit.s.babenko@gmail.com

РОЛЬ МАСМЕДІЙНИХ ФАКТОРІВ У ДИНАМІЦІ АКАДЕМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ, ПРИСВЯЧЕНИХ ВПЛИВУ АМЕРИКАНСЬКОГО ІМПЕРІАЛІЗМУ НА УКРАЇНСЬКУ СУБ'ЄКТНІСТЬ

Поняття «американський імперіалізм» було помітною складовою академічних полемік другої половини XX століття. Згодом, воно не втратило своєї наукової коректності, однак почало поступатися у вжитку семантично спорідненим формулюванням: «глобалізм», «американізм», «асиметрична взаємозалежність» [1]. Обрання у січні 2025 року Дональда Трампа на другий президентський строк означило повернення концепту «американський імперіалізм» до активнішого використання як серед масмедійних, так і наукових текстів. Причину цього можна побачити у твердженні, що пропонує колумніст видання Bloomberg А. Клут: «Зазирніть у думки президентів Америки, Китаю та Росії, і ви побачите не зіткнення ідеологій, а спільний спосіб мислення. Це лякає» (сам матеріал вийшов під заголовком «Трамп – як Путін і Сі: імперіаліст») [2].

Одне з перших формулювань викликів американського імперіалізму для українських масмедійних практик були відображено у 2004 році в дисертаційному дослідженні К. Данилішиної. Дослідниця послуговується поняттям «інформаційний імперіалізм», як терміном міжнародного права, окреслюючи витоки формування цього явища з 1970-х років, коли «інформаційний простір контролювали декілька розвинених країн, а провідні позиції належали США» [3, с. 10]. Також науковця підкреслює, що за таких обставин перед Україною зростає потреба формувати зв'язки (зокрема і за допомогою масмедіа) із прихильниками багатополюсного світу задля відстоювання власних геополітичних інтересів [3, с. 2]. Вирішення цієї

потреби актуалізується в контексті контролю США за магістральними наративами у світовій медіареальності. Серед наслідків такого контролю К. Данилішина згадує заангажованість та упередженість американського інформаційного продукту щодо українського суспільства та наголошує: «Подібні дії з боку США призводять до формування у світовій громадськості стійких стереотипів щодо нашої держави, що негативно впливає на відносини в економічній та політичній площинах із зарубіжними партнерами» [3, с. 14].

Також ряд викликів, що несе американський імперіалізм в масмедійному просторі для масової свідомості українців описував у 2014 році В. Панов. Серед іншого науковець говорить про проблему, коли «локальне видається за глобальне», себто медіареальність релевантна для суспільства США (враховуючи його норми права, державного устрою, особливості соціалізації тощо) через масове тиражування в інформаційному просторі починає сприйматися як універсальна медіареальність [4, с. 127].

Українська наукова рефлексія на тему американського імперіалізму історично мала перед собою ряд спричинених об'єктивними обставинами бар'єрів, які додавали інерційного впливу на системність і динаміку подібних досліджень. Через це проблематика американського імперіалізму могла здаватися для наукової думки менш актуальною, ніж академічні розвідки присвячені іншим імперіалістичним впливам на специфіку вітчизняного інформаційного ландшафту. Розглянемо ці фактори стримування.

1. Фактор геополітичної віддаленості. У другій половині XX століття торговельна зона інтересів США утверджувалася навколо держав Азіатсько-Тихоокеанского регіону та Латинської Америки [5, с. 37]. Це передбачало не лише суто економічні відносини, а й експорт символічного капіталу (ідеологій, світоглядних маркерів, упізнаваних естетичних кодів тощо), які за відповідних маркетингових стратегій довгострокової перспективи здатні монетизувати ефект своєї присутності. Такі впливи не завжди мають чітку вертикаль дії, як пряме волевиявлення очільників уряду США. Для прикладу, досліджуючи

взаємозв'язок інтелектуального (зокрема, освітнього) імперіалізму із медіаімперіалізмом (та об'єднуючи їх під парасольку спільного поняття – культурного імперіалізму) А. Альбукерке говорить про те, що бразильська медіаспільнота була сформована академічними установами США, внаслідок чого відбулися деструктивні зміни для демократичних процесів у Бразилії на управлінському рівні [1].

Географічна віддаленість США від Східної Європи і активна зосередженість цієї держави на інших регіонах могла формувати серед вітчизняних журналістикознавців уявлення про те, що американський імперіалізм має несуттєвий вплив на український сегмент медіареальності.

2. Фактор власної постколоніальної травми в матриці двополярного світу. Із набуттям у 1991 році незалежності України переосмислення своєї історичної, культурної, політичної ідентичностей в опозиції до інвазивного впливу Росії сприяло окресленню чіткого контрарного розподілу. В цій бінарній системі світ поділявся на свій-Захід і чужий-Схід. Захід при цьому постає простором так званих «європоцентричних цінностей» (що охоплюють не лише безпосередньо Європу, але й країни Північної та Південної Америки, Австралію тощо), а інтеграція у цей простір стає ідеологічним поглядом на повернення України до її державних витоків за межами російських інтересів. Чужий-Схід осмислюється як із раціональними підходами (в контексті комуністичних держави та країн під російським тиском розмиття власної ідентичності) та і з стереотипними, коли всі материкові Азійські держави міфологізуються в масмедіа як ворожі. Виразним прикладом цього є расистський концепт «азійщина», який має свою традицію вжитку в українській масмедійній риториці. Скажімо, ми зустрічаємо його в колонці для «Української правди» політолога О. Краснопьоров із таким формулюванням: «Азійщина» у нас усюди. Від поведінки перехожих, які не можуть донести обгортку чи недопалок до урни, до поведінки водіїв, які рідко пропустять пішохода зеброю, попри правила дорожнього руху» [6]. Інший приклад представлений в колонці С. Світличного для видання «Україна молода»: «Сьогодні

вкотре Україна стоїть на роздоріжжі – або азійщина, або європейські перспективи. Або нас будуть сприймати як країну з демократичними цінностями та розвиненою економікою, або ми опинимося в міжнародній ізоляції» [7].

Таким чином критика американського імперіалізму в масмедіа могла трактуватися як заперечення суспільної інтеграції у демократичну (європоцентричну) систему цінностей. Або ж, навіть, викликати підозри у поширенні проросійських поглядів.

3. Фактор інформаційної війни РФ. Академічний аналіз американського імперіалізму і його вплив на суб'єктність інших держав відбувається у тій спільній публічній площині, де концепт «американський імперіалізм» використовує як інструмент впливу на масову свідомість пропаганда РФ та КНР. Так Р. Пасічний зазначає: «Незважаючи на різну форму подачі новин та комунікаційні канали, по яких вони поширюються, основними наративами російської пропаганди, спрямованими на країни Європи, залишаються «доведений» американський імперіалізм, безпосередня загроза агресії НАТО, те, що Європейський Союз є маріонеткою США» [8]. Дослідник О. Пошедін звертає увагу на те, що навколо подій російсько-української війни Китай поширює свою пропаганду не лише на внутрішньому медійному ринку, але й у світових масштабах. З точки зору китайоцентричного погляду ця війна виникає на підставі конкуренції між КНР та США. На думку науковця «Китайське керівництво розраховує на те, що поклавши на США відповідальність за війну, воно може вбити клин у трансатлантичний альянс і зобразити європейців простими маріонетками гегемонії США» [9, с. 88]. При цьому наративи розмиття української суб'єктності (в яких Україна постає на орбіті хижацьких інтересів США), суголосно транслюють російські та китайські державні медіа [9, с. 89].

Така світоглядна парадигма фіксується і в академічних працях представників постколоніальних студій. Читаючи їхні аналітичні міркування складно зрозуміти – це є свідомим донесенням російської пропаганди, когнітивним викривленням чи ідеологічною заангажованістю. Скажімо

кенійський науковець Р. ван Званенберг репрезентує у своїй статті міфологізоване ним прагнення США розділити РФ на кілька карликових держав, відтак російсько-українську війну він бачить яку спосіб Росії захиститися від цього [10, с. 22].

Вивчення специфіки американського імперіалізму дає простір для низки актуальних досліджень медійної проблематики. Особливої уваги у подальших наукових розвідках, на нашу думку, заслуговує семантичне забарвлення в американських медіа парадигми двополярного світу, згідно з яким США та РФ лишаються «наддержавами», а відтак мають етичну монополію вирішувати долю інших країн. Окрім фіксації такої наративної парадигми важливим є пошук дієвих комунікативний підходів з деконструкції означеної політичної зверхності з метою підвищення української суб'єктності для масової аудиторії США.

Список використаних джерел

1. Albuquerque A. Media, intellectual, and cultural imperialism today. *History of Media Studies*. 2024. Vol. 4. URL: https://hms.mediastudies.press/pub/am-de-albuquerque/release/2?readingCollection=a151dbcf (дата звернення: 15 грудня 2025).

2. Kluth A. Trump Is Like Putin and Xi: an Imperialist. Bloomberg. 2025. URL: https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2025-01-29/trump-is-an-imperialist-like-putin-and-xi (дата звернення: 15 грудня 2025).

3. Данилішина К.О. Американський чинник в процесі інформаційної глобалізації : автореф. дис. ... канд. політ. н. за спеціальністю 23.00.04. Одеса, 2004. 18 с.

4. Панов В. Я. Мовний імперіалізм: український контекст : дис... докт. філос. наук : 033 / Харківський національний ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2025. 204 с.

5. Столярчук Я., Свєтлов А. Реалізація глобальних цілей США: континентальноінтеграційний контекст. *Міжнародна економічна політика*. 2013. № 1 (18). С .21-40.

6. Краснопьоров О. Європейська інтеграція азійського суспільства. *Українська правда*. 2011. URL: https://www.pravda.com.ua/columns/2011/12/09/6784464/ (дата звернення: 15 грудня 2025).

7. Світличний С. Із Давоса – без зрушень. *Україна молода*. 2012. URL: https://umoloda.kyiv.ua/number/2020/180/71929 (дата звернення: 15 грудня 2025).

8. Пасічний Р. Вплив сучасної російської пропаганди на країни Європи. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2021. Вип. 2. С. 70-75.

9. Пошедін О. І. Міжнародний порядок крізь призму війни Росії проти України: позиції КНР і США. *Конфронтація та співробітництво в міжнародних відносинах: теорія і практика*: збірник наукових праць/За заг. ред. канд. іст. наук, доц. СВ Толстова, 2023. С. 84-92.

10. Zwanenberg R. Ukraine, World Power and Imperialism. *International critical thought*. 2023. Vol. 13. No. 1. P. 22-36. DOI: https://doi.org/10.1080/21598282.2023.2163364.

Віта Березенко,
докторка наук із соціальних комунікацій, професор,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
berezenkovita2017@ gmail.com
Тетяна Іванець,
кандидатка філологічний наук, доцент,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
iwanez@meta.ua
Павло Холодний,
аспірант факультету журналістики,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
polhol2022@ukr.net

ПР-КОМУНІКАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТНОСТІ УКРАЇНИ

У грудні 2025 року Постановою Кабінету Міністрів України було ухвалено Стратегію утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та операційний план заходів щодо її реалізації у 2023-2025 роках [1]. В основі національної стратегії суб'єктності України лежить комплекс державницьких підходів до громадянського і патріотичного виховання молоді, до формування культурної та інформаційної політики, до пропагування духовних, культурних та сімейних цінностей українців, до впровадження культури взаємодії інституцій громадянського суспільства з державою і до усвідомлення громадянами нашої країни своєї національної та громадянської ідентичності. В цьому документі зазначається, що ««існування та процвітання України неможливе без загального усвідомлення громадянами своєї національної та громадянської ідентичності. Відчуття такої належності до української нації як самобутньої спільноти, об'єднаної назвою, символами, історичною пам'яттю, суспільно-державними (національними) цінностями, зокрема українською мовою і народними традиціями, безпосередньо позначається на житті кожної людини» [1]. На

сучасному етапі існування держави Україна ці питання є вкрай актуальними, тому що ми маємо справу з бажанням країни-агресорки знецінити українців як націю, знищити нашу культурну і духовну спадщину, нівелювати нашу ідентичність та самобутність. Прийняття такого важливого для країни документа потребує його поширення та популяризації.

Одним із головних інструментів підтримки існування незалежної держави Україна є суспільний діалог, комунікаційне поширення символів нашої незалежності, транслювання головних засад української ідентичності та суб'єктності, тому використання ПР-комунікації є важливим інструментом досягнення цих цілей.

Для поширення багатогранних процесів деколонізації є можливість використовувати усі чотири моделі ПР-комунікацій, які здатні працювати в контексті деколонізації знань сучасного українця, опору колоніальним наративам , формуванню політичної незалежності, культурної та етнічної ідентичності, реалізації процесу деколонізації простору, оскільки «духовні цінності як специфічні смислоутворюючі джерела існування людини та серцевина механізму самоорганізації суспільства виступають соціально значущими орієнтирами суспільства, важливим чинником його соціально-політичної стабільності й відкривають широкі перспективи для успішних перетворень у країні, стають провідними критеріями її сталого розвитку» [2, с. 56].

У межах односторонніх моделей ПР-комунікації є можливість транслювати патріотичні наративи, сенси, які сприяють формуванню громадянському вихованню, стійкості українців, організації заходів національного супротиву, популяризацію української мови як основи державної ідентичності, поширення сенсів державних символів України та інформування про актуальний перебіг подій як в середині країни, так і за її межами.

Двосторонні моделі ПР-комунікації – це діалогові моделі, їх використання передбачає встановлення тісного зв'язку між різними групами населення, між різними соціальними групами задля консолідації суспільства навколо вирішення

актуальних проблем. Одним із важливих напрямків, як приклад, можемо назвати взаємодію держави з інституціями громадянського суспільства та комунікацію між самим владними або громадянськими структурами між собою.

ПР-дії є саме тією підтримкою реалізації в Україні політики деколонізації, оскільки цей процес потребує як можна більшого залучення громадян України як для реалізації, так і для втілення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності у життя.

Сьогодні активно впроваджуються різноманітні формати взаємодії з громадськістю, а саме: наукові конференції, які презентують хід досліджень з цієї проблеми, круглі столи з обговорення найгостріших питань з деколонізації свідомості населення, зустрічі з громадськими активістами, політиками, громадськими діячами, лідерами громадської думки, запроваджуються програми популяризації деколоніальних наративів на рівні роботи з різними віковими групами цільових аудиторій, проводяться інформаційно-просвітницькі компанії, військово-патріотичні ігри, використовуються ПР-заходи з популяризації оборонної свідомості, популяризації і підвищення статусу військової служби, волонтерських організацій, ветеранських союзів, україномовного культурно-патріотичного продукту і т.п. Велика кількість івентів з популяризації стратегії суб'єктності України та позиціонування України як незалежної європейської держави з власною історією, державністю та власним шляхом подальшого розвитку мають вже на сьогодні бути зазначені як такі, які є ефективним форматом впровадження Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності та політики деколонізації України.

Проблема дослідження ефективності використання ПР-інструментарію в цьому напрямі залишається актуальною і потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та затвердження

операційного плану заходів з її реалізації у 2023-2025 роках : Постанова Кабінету Міністрів України; Стратегія, План, Заходи від 15.12.2023 № 1322 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ go/1322-2023-%D0%BF (дата звернення: 05.12.2025).

2. Суб'єктність України в сучасному світі: оцінки, стратегії, прогнози. Аналітична доповідь. / за ред. О. М. Майбороди. Київ: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2020. 88 с.

Євген Блінов,
старший викладач кафедри
періодичної преси та медіаредагування,
Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова,
Одеса, Україна;
аспірант 2 року навчання,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
blinov.od@gmail.com
Науковий керівник: ***Юрій Костюк,***
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна

ТЕМА ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ ОДЕЩИНИ ЯК КОМПОНЕНТ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОДУКТУ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ «УСІ ОНЛАЙН»)

В умовах повномасштабної війни за свободу та незалежність, яку веде український народ, вплив медіа на формування суспільної думки є надважливим. Отримання інформації є невід'ємним елементом формування світогляду громадянина. Тому тематика медіапродукту, створеного в сучасних умовах, є предметом пильного спостереження науковців та медіакритиків. Автори посібника «Основи медіаменеджменту» трактують поняття «медіапродукт» як, по-перше, конкретний вид медіаповідомлення разом з їх носієм, по-друге, як номенклатуру носіїв, що характеризує профільну спеціалізацію фірми-виробника (наприклад, книги, газети, журнали, радіо- и телепередачі, кінофільми, анімаційні фільми, рекламні ролики) [1, с. 287]. Також, на думку авторів зазначеного видання, «медіапродукти є не тільки ретранслятором, але й ефективним механізмом цілеспрямованого формування суспільної думки, що використовує свої комунікаційні засоби та можливості» [1, с. 75].

Тема деколонізації стала дуже затребуваною одеськими медіа в 2024 році у зв'язку із оприлюдненням розпорядження голови обласної військової

державної адміністрації О. Кіпера від 26.07.2024 № 694/А-2024 «Про перейменування об'єктів топонімії у населених пунктах Одеської області» (з подальшими змінами) [2]. Такі дії спричинили конфлікт між обласною та міською владою і стали предметом широкого обговорення як у медіа, так і в соціальних мережах та на інших майданчиках.

Питання деколонізації висвітлюються і в поточному році. Так, за тегом «деколонізація» на вебпорталі одеського онлайн-видання «УСІ онлайн» знайдено 29 медіаповідомлень, в т. ч. 6 – у період з вересня по листопад (включно). У вересні журналісти медіа опублікували новину про демонтаж вуличних покажчиків з іменами письменників-одеситів Ільфа і Петрова (тепер це вулиця Сім'ї Глодан, названа на честь родини, загиблої від російської ракети) [3] та про петицію щодо перейменування вулиці Ніни Онілової [4]. У жовтні з'явився матеріал про вимогу ГО «Деколонізація. Україна» щодо демонтажу пам'ятник Пушкіну на Біржовій площі, з якою активісти звернулися до очільника міської військової адміністрації Сергія Лисака та до виконувача обов'язків міського голови Ігоря Коваля [5]. Проте демонтаж пам'ятника відкладається: як поінформувало «УСІ онлайн» 6 листопада, Департамент міжнародного співробітництва, культури та маркетингу Одеської міської ради повідомив про необхідність попереднього погодження з Комітетом всесвітньої спадщини ЮНЕСКО будь-яких робіт з його демонтажу, перенесення чи навіть тимчасового закриття [6]. Наразі пам'ятник закрито щитами. Новина від 10 листопада стосувалася можливого звільнення директора Департаменту міжнародного співробітництва, культури та маркетингу Одеської міськради Івана Ліптуги (відставка, до речі, згодом відбулася), якого активісти звинуватили у саботажі закону про деколонізацію [7]. Остання осіння публікація повідомила про стан декомунізації та деколонізації в населених пунктах Одеської області. Так, за повідомленням ГО «Деколонізація. Україна», в регіоні залишилося близько 150 вулиць, які ще очікують на нові назви [8].

На прикладі онлайн-медіа «УСІ онлайн» можна зробити висновок про те, що до деколонізації Одеси та Одеської області прикута увага громадськості, і це спонукає журналістів створювати медіапродукт на відповідну тематику. Хоча зазначені процеси, активовані минулорічним рішенням обласної військової адміністрації, вже не викликають таких гострих дискусій, медіа продовжують відстежувати події та продукують медіаповідомлення.

Список використаних джерел

1. Барзилович О. М., Григорова З. В., Пунчак Л. А. та ін. Основи медіаменеджменту [електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с.

2. Про внесення змін у додаток до розпорядження голови (начальника) Одеської обласної державної (військової) адміністрації від 26 липня 2024 року № 694/А-2024: розпорядження голови Одеської обласної військової державної адміністрації № № 830/А-202 від 30 серпня 2024 року. *Одеська обласна військова державна адміністрація*. URL: https://oda.od.gov.ua/strapi/uploads/0830_a24_01251505c5.pdf (дата звернення: 19.12.2025).

3. В Одесі триває демонтаж вуличних покажчиків з написом «вулиця Ільфа і Петрова». *УСІ Online*. 4 вересня 2025. URL: https://usionline.com/na-tairova-demontuiut-pokazhchykiv-vulyts-zi-starymy-nazvamy-foto/ (дата звернення: 20.12. 2025).

4. Петиція щодо перейменування вулиці Ніни Онілової набрала голоси: як відреагує міськрада. *УСІ Online*. 9 вересня 2025. URL: https://usionline.com/petytsiia-shchodo-perejmenuvannia-vulytsi-niny-onilovoi-nabrala-holosy-iak-vidreahuie-miskrada/ (дата звернення: 20.12.2025).

5. Негайно демонтувати пам’ятник Пушкіну вимагають у нового голови МВА Сергія Лисака. *УСІ Online*. 17 жовтня 2025. URL: https://usionline.com/

nehajno-demontuvaty-pam-iatnyk-pushkinu-vymahaiut-u-novoho-holovy-mva-serhiia-lysaka/ (дата звернення: 20.12.2025).

6. Демонтаж пам'ятника Пушкіну в Одесі знову відкладається: у мерії посилаються на ЮНЕСКО. *УСІ Online*. 7 листопада 2025. URL: https://usionline.com/demontazh-pam-iatnyka-pushkinu-v-odesi-znovu-vidkladaietsia-u-merii-posylaiutsia-na-iunesko/ (дата звернення: 20.12.2025).

7. Головного по культурі в Одесі Івана Ліптугу вимагають звільнити. *УСІ Online*. 10 листопада 2025. URL: https://usionline.com/holovnoho-po-kulturi-v-odesi-ivana-liptuhu-vymahaiut-zvilnyty/ (дата звернення: 20.12.2025).

8. На Одещині майже завершили декомунізацію вулиць. *УСІ Online*. 11 листопада 2025. URL: https://usionline.com/na-odeshchyni-majzhe-zavershyly-dekomunizatsiiu-vulyts/ (дата звернення: 20.12.2025).

Ксенія Вербицька,
здобувачка третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
kseniiaverbytska@gmail.com
Наталя Санакоєва,
кандидат філологічних наук, доцент,
кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
n_sanakoyeva@np.znu.edu.ua

ГЕОБРЕНДИНГ ЯК СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДОСВІД ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ UKRAINE WOW

Під час повномасштабної війни українські організації громадянського суспільства не лише безпосередньо вирішують соціальні проблеми, але й беруть активну участь в процесі геобрендингу та в інформаційному спротиві як на національному, так і на міжнародному рівні. Громадські організації на кшталт «Ukraine WOW» працюють в напрямку популяризації української культури та досягнень, що сприяє адвокації інтересів України в Європі та світі. Формування репутаційного і соціального капіталу країни та організацій є частиною процесу геобрендингу та дозволяє збільшити лояльну аудиторію та в перспективі залучати ресурси для соціальних ініціатив. Комунікаційні кампанії потребують застосування комплексу інструментів зв'язків з громадськістю, реклами та комунікаційних технологій з урахуванням специфіки сприйняття міжнародної спільноти.

Поняття геобрендингу досліджується в українському науковому дискурсі. Так, В. Воронова розглядає соціальнокомунікаційний аспект геобрендингу та визначає одним із завдань формування уявлення про регіон як бажаний з певного погляду шляхом застосування комплексу інтегрованих геобрендингових комунікацій [2].

Комунікаційні кампанії, як комплексне специфічне явище в діяльності організацій громадянського суспільства, досліджувалося недостатньо в контексті

українського наукового дискурсу. Серед зарубіжних науковців поняття комунікаційних кампаній розглядали зокрема Д. Матусіц (J. Matusitz) [6] та Л. Флорідо-Бенітес (L. Florido-Benítez) [4]. Особливості комунікації з молоддю в контексті благодійності викладено в праці C. Teunenbroek (К. Теуненбрук), W. Wymer (В. Ваймер), L. N. Čačija (Л. Чачія) [7], які, зокрема, наголошують, що неприбуткові організації несуть значну відповідальність не лише за досягнення своїх цілей, але й за сприяння та підтримку прояву просоціальної поведінки. Роль комунікацій в інформаційному та культурному протистоянні досліджує Д. Грейсон (D. Grayson) [5].

Ми розуміємо комунікаційну кампанію як комплекс інструментів PR, реклами, спеціальних проєктів та комунікаційних технологій, які спрямовані на охоплення аудиторії з досягненням широкого спектру цілей. Такі кампанії не обмежуються лише одним способом взаємодії з громадськістю, отже потребують дослідження реакцій різних груп населення.

Д. Матусіц зазначає, що ефективна публічна комунікаційна кампанія базується на чіткій структурі, що включає: визначення теми, постановку цілей та завдань, попередній аналіз та оцінка ситуації, визначення аудиторії, окреслення графіку та бюджету, підбір відповідних медіа, розробку оптимального змісту повідомлення, планування взаємодії з аудиторією, оновлення кампанії своєчасною інформацією та оцінка кампанії. Соціальна комунікаційна кампанія не може бути успішною, якщо вона не визнає, що має бути досягнуто, причини для цього, якими суб'єктами, для якої аудиторії (аудиторій), через які канали, в які часові рамки та з якими результатами [6].

Українські організації громадянського суспільства активно діють у сферах надання соціальних послуг та вирішення суспільних проблем. Однак, ще одним важливим напрямком діяльності в умовах інформаційної війни є культурна адвокація інтересів України на міжнародних майданчиках.

Так, українська громадська організація «Ukraine WOW» співпрацює з українськими компаніями та державними інституціями, аби проводити

комунікаційні кампанії в Європі та світі [1]. У 2024 році організація влаштувала кампанію, в рамках якої відомий боксер Олександр Усик підняв шаблю гетьмана Івана Мазепи після перемоги в Ер-Ріяді [3].

Успішність цього комунікаційного проєкту полягає в комплексному підході з застосуванням інструментів PR, візуальної комунікації, символізму, колаборацій, паблісіті та залучення амбасадора. Боксерський поєдинок привернув увагу великої кількості глядачів на стадіоні та онлайн, що дозволило продемонструвати історичну пам'ятку на аудиторію, не знайому з українською історією. В розрізі інформаційної війни з російською державою ця подія мала особливе значення, адже образ Івана Мазепи довгий час культивувався російськими пропагандистами як негативний. Так українським діячам вдалося привернути увагу до важливої історичної постаті в контексті незламності та сили українського народу. Застосування елементів символізму підсилює сприйняття українських цінностей на міжнародній арені та дозволяє здійснювати адвокацію інтересів українського народу, уникаючи почуття жалю чи образу слабкості.

Серед інших цілей кампанії було привернення уваги до українського культурного простору, який потерпає від російських атак. Зокрема, бенефіціаром проєкту став Чернігівський обласний історичний музей імені Тарновського, де постійно зберігається шабля. Внаслідок співпраці Ukraine WOW із компанією «Аврора Мультимаркет» музею спрямували мільйон гривень на покращення умов зберігання артефактів.

Отже, комунікаційні кампанії неприбуткових організацій в Україні не лише спрямовані на вирішення внутрішніх проблем, метою окремих проєктів є активна адвокація українських інтересів та культурна дипломатія. В комплексі з залученням лідерів думок та партнерських організацій можна досягти широкого спектра цілей, зокрема і фандрейзингових. Поняття комунікаційних кампаній в третьому секторі потребує досліджень та аналізу з метою виокремлення тенденцій, викликів та перспектив діяльності з метою просування соціальних ініціатив.

Список використаних джерел

1. Громадська організація «Ukraine WOW». Офіційний сайт. URL: https://ukrainewow.org/.

2. Воронова В. Соціальнокомунікаційний аспект геобрендингу. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3(35). С. 3-8.

3. Після перемоги Усика Чернігівський історичний музей отримає 1 млн грн від Ukraine WOW та «Аврора Мультимаркет». Суспільне Чернігів. URL: https://is.gd/sSxFUn.

4. Florido-Benítez L. Digital Channels Improve Promotion and Communication Campaigns. Airport Marketing Strategies. Emerald Publishing Limited. 2024. P. 109-154. URL: https://doi.org/10.1108/978-1-83608-082-420241007.

5. Grayson D. Charity, politics and the culture wars. *Soundings*. Issue 81. 2022. P. 65-84. URL: https://doi.org/10.3898/SOUN:81.04.2022.

6. Matusitz J. Fundamentals of Public Communication Campaigns. *John Wiley & Sons*. 2022. 576 p. URL: https://is.gd/TWsWf7.

7. Teunenbroek C., Wymer W., Čačija L.N. Fostering, Promoting, and Encouraging Philanthropy: Mechanisms to Attract Younger Generations of Donors and Volunteers. *Journal of Philanthropy*. Volume 30. Issue 2. 2025. URL: https://doi.org/ 10.1002/nvsm.70018.

Ельдар Веремчук,
доктор філологічних наук, професор,
факультет іноземної філології,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
eldar.veremchuk@gmail.com

МЕХАНІЗМИ ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ВІЙНИ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

Англомовний дискурс відіграє визначальну роль у формуванні рамок інтерпретації російсько-української війни в міжнародному публічному просторі. Мова не лише описує подію, а й визначає, що вважається фактом, де локалізується відповідальність і які інтерпретації легітимуються. У цьому контексті деколонізацію дискурсу розуміємо як системну трансформацію лексичних, синтаксичних та епістемологічних стратегій, що усуває евфемістичні, симетризуючі й стигматизуючі моделі репрезентації та відновлює агентність і каузальну прозорість [1]. Метою дослідження є виявлення та опис основних лінгвістичних механізмів деколонізації англомовного дискурсу війни як процесу трансформації лексичних, синтаксичних і епістемологічних стратегій репрезентації.

Проведене дослідження дозволило виділити п’ять ключових механізмів деколонізації англомовного дискурсу війни.

1) Відмова від колоніальних евфемізмів. Колоніально маркований дискурс нормалізує насильство через евфемістичні номінації технократичного типу, що знижують юридичну й етичну визначеність події. Показовим є приклад легітимації формули *special military operation*:

“*So, the Ukrainian situation is by definition not a war, it is a special military operation*.” [2].

Деколонізований дискурс демонструє протилежну тенденцію – повернення до правово-маркованих номінацій (aggression/invasion) і делегітимацію евфемізму як інструмента пропагандистського акту.

2) Переосмислення «нейтральних» понять війни. Лексеми на кшталт *crisis* або *tensions* у псевдонейтральній рамці симетризують сторони та маскують асиметрію сили, сприяючи деагентивації. У ранньому медіадискурсі після 2014 р. типовим є контекст:

"*The ongoing crisis in Ukraine has raised tensions between Russia and the West*." [3].

У деколонізованій оптиці ці одиниці поступаються формулюванням, що вбудовують асиметрію в саму номінацію (напр., *Russia's war against Ukraine*), а також замінюють «спірні» рамки на категорії окупації та незаконного контролю.

3) Ре-агентивація через синтаксис. Колоніально нейтралізований дискурс часто застосовує безособові/номіналізовані конструкції, які подають насильство як стихійний процес і розмивають відповідальність. Прикладом є:

"*Fighting erupted in eastern Ukraine, raising fears of a broader conflict*." [4]. Деколонізований дискурс переходить до активних конструкцій з експліцитним агентом (Russia attacked Ukraine), що відновлюють каузальну прозорість і фіксують відповідальність на рівні граматики.

4) Інклюзивність і деколонізація суб'єктних позицій. У колоніальній моделі домінують голоси «зовнішніх» інституцій та експертів, які виступають суб'єктами інтерпретації, тоді як постраждалі спільноти маргіналізуються. Це ілюструє формула:

"*Western officials warn that the conflict could destabilise the region*." [5]. Натомість деколонізований дискурс розширює коло мовців і зміщує фокус на прожитий досвід, коли підметом стають носії локального досвіду та жертви насильства.

5) Дестигматизація та відмова від дефіцитних описів. Дискурсивні моделі типу *fragile / weak / struggling* формують дефіцитний образ постраждалої держави, який здатен зсувати відповідальність з агресора на жертву та продукувати вторинну віктимізацію. Показовий приклад: "….*a fragile post-*

Soviet state" [6]. Деколонізований дискурс натомість актуалізує мову стійкості й агентності, де Україна постає як суб'єкт опору й захисту суверенітету.

Отже, деколонізація англомовного дискурсу російсько-української війни є комплексним процесом, що охоплює лексичний вибір, синтаксичні стратегії та ієрархію голосів. Її результатом стає відмова від евфемізації та симетризації, відновлення агента насильства, розширення суб'єктних позицій постраждалих і переорієнтація опису з дефіцитності на стійкість, що переводить війну з рамки абстрактної «кризи» у режим правового й етичного означення як акту агресії.

Список використаних джерел

1. Mignolo W. D. *On Decoloniality: Concepts, Analytics, Praxis*. Durham : Duke University Press, 2018. 264 p.

2. Opinion 2022-2023. URL: https://english.pravda.ru/opinion/ (accessed: 12.09.2025).

3. Ukraine crisis: Timeline. *BBC News*. 2014. URL: https://www.bbc.com/news/world-europe-26248275 (accessed: 14.09.2025).

4. Fighting Erupts in Eastern Ukraine. *The New York Times*. 2014. URL: https://www.nytimes.com (accessed: 15.09.2025).

5. Western officials Russia launches full-scale invasion of Ukraine. *The Guardian*. 24 February 2022. URL: https://www.theguardian.com (accessed: 15.09.2025).

6. Ukraine war: Russian forces shell civilian areas. *BBC News*. 2022. URL: https://www.bbc.com/news (accessed: 15.09.2025).

Інна Горбенко,
кандидатка філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
ingo16@ukr.net

МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ ФУНКЦІОНУВАННЮ В УКРАЇНІ РОСІЙСЬКОГО І РОСІЙСЬКОМОВНОГО ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ, ЗАБОРОНЕНОГО ЗАКОНОДАВСТВОМ

Відмова від російськомовного і надрукованого в росії видавничого контенту є важливим етапом протидії медійним наративам країни-агресора. Особливо нагальною ця проблема стала після повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Мета розвідки – дослідити основні механізми протидії функціонуванню в Україні російського і російськомовного видавничого продукту, що загрожує національній безпеці нашої країни.

У процесі спротиву імперській медійній політиці росії важливо, щоб простежувалась активна позиція кожного громадянина і вироблялась система правового забезпечення. Цілком погоджуємось із думкою дослідників, що в Україні література з країни-окупанта почала втрачати попит ще до великої війни. Авторки зауважують на запровадженні обмеження на ввезення книг з рф ще у 2017 році. Відповідно до постанови Кабміну, для ввезення видавничої продукції з росії і тимчасово окупованих територій треба було отримати дозвіл від Держкомтелерадіо [1].

Вагомого значення набув Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України», який сприяв максимальному вилученню з видавничого ринку російського і російськомовного друкованого продукту [2]. Зокрема треба відзначити зміни до статті 28-1 «Ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора,

Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України» Закону України «Про видавничу справу». У них зазначається, що «забороняється ввезення на митну територію України та/або розповсюдження на її території видавничої продукції, що має походження або виготовлена та/або випущена у світ, та/або ввозиться з території держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України (крім розповсюдження видавничої продукції, що має походження або виготовлена та випущена у світ на тимчасово окупованій території України до її тимчасової окупації), а також книжкових видань, що містять твори, автори яких є або були у будь-який період після 1991 року громадянами держави-агресора, за винятком колишніх громадян держави-агресора, які є (або на момент смерті були) громадянами України і не мають (на момент смерті не мали) громадянства держави-агресора» [3].

Позитивний вплив законодавчих актів підтверджують представники видавничого бізнесу і блогосфери. Авторка книжкового телеграм-каналу «Непозбувний книгочитун» Тетяна Гонченко зазначила, що «Росія десятиліттями завалювала наш ринок своїми книжками, і в умовах такої конкуренції україномовні книжки просто не могли виживати, тому стояли в куточку на нижніх полицях» [1]. Тепер росіянам, на думку блогерки, заблокували можливість підривати наш ринок, а українці, які читали російською, перейшли на україномовні книжки, і це спричинило «бум» українських видавництв» [1]. Також Гонченко зауважила бурхливий розвиток українських книжкових блогів і медіа після обмеження російськомовного контенту [1].

На відсутності російських книг у видавничому репертуарі наголошують представники видавництв «Наш Формат», «Vivat», «Клуб сімейного дозвілля» [2]. Разом з тим видавці зазначають, що у бібліотеках залишаються старі запаси російськомовних книг. Бібліотечні фонди повинні оновлювати, на думку представників видавничого бізнесу, за державний кошт, але через нестачу грошей цей процес відбувається повільно [1].

Але, незважаючи на позитивні тенденції протидії російському видавничому контенту, слід виділити чисельні випадки порушення

українського законодавства. Держкомтелерадіо здійснює систематичний моніторинг українського сегменту мережі інтернет щодо наявності в книготорговельній мережі видань, виготовлених та/або випущених у світ видавництвами держави-агресора та Республіки Білорусь.

У 2025 році завдяки спільним діям Держкомтелерадіо та СБУ Національний центр оперативно-технічного управління електронними комунікаційними мережами України ухвалив рішення про обмеження доступу до книжкових інтернет-магазинів «Good-book», «Kazkovo-book», «Книжкова лавка», «Leader-Books», «Книгоград», «Барракуда», «Книжкова хата», «Воєнка», через які здійснювалося масштабне розповсюдження видавничої продукції держави-агресора та Республіки Білорусь [4], [5].

Держкомтелерадіо та СБУ було встановлено, що зазначені інтернет-магазини реалізовували продукцію російських видавництв, які за системне продукування антиукраїнської продукції перебували під санкціями РНБО України та/або пов’язані з особами, щодо яких наразі запроваджено санкції. Також вони розповсюджували видання держави-агресора, випущені у світ вже після початку повномасштабного вторгнення і в протиправний спосіб доставлені на територію України. Крім того, інтернет-магазином «Good-Book» пропонувалися до продажу та/або рекламувалися книги із серій «Русская военная сила», «Военная энциклопедия Красной Армии», «Новая русская классика» тощо, які формують позитивний образ держави-агресора та нав’язують російський погляд на минуле і сучасність [5].

Ще одним прикладом порушення статті 28-1 Закону України «Про видавничу справу» було встановлення Держкомтелерадіо у липні 2025 року факту, що українські інтернет-магазини «Bookstor» та «Хіт Букс» незаконно розміщували на маркетплейсі Prom.ua пропозиції щодо продажу 121 найменування видань, пов’язаних з росією і білоруссю [5].

Дієвість моніторингових заходів Держкомтелерадіо демонструють випадки швидкої реакції очільників офлайнових і онлайнових книгарень. Наприклад, адміністрація книжкового інтернет-магазину «RIDMI» оперативно

відреагувала на письмове попередження Держкомтелерадіо та видалила з власного вебсайту виявлені комерційні пропозиції щодо продажу забороненої видавничої продукції [5].

Отже, ефективність протидії функціонуванню в Україні російського і російськомовного видавничого продукту полягає у розробленні цілісної системи законодавчих актів, постійному моніторингу всіх сегментів видавничого бізнесу. Всі ці механізми сприятимуть зміцненню національної безпеки країни.

Список використаних джерел

1. Гаюк Ю., Гончарова К. Подалі від Москви. Як війна змінила український книжковий ринок. URL: https://www.rbc.ua/rus/news/podali-vid-moskvi-k-viyna-zminila-ukrayinskiy-1737020470.html#3 (дата звернення: 11.12.2025).

2. Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України. Закон України від 23.06.2023 р. № 2309-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2309-20#Text (дата звернення: 11.12.2025).

3. Про видавничу справу : Закон України від 01.07.2014 р. № 1554-VII. Дата оновлення: 15.11.2024. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#n300 (дата звернення: 11.12.2025).

4. Буняк В.В Україні заблокували анонімний інтернет-магазин «BookMood», що продавав книжки з Росії та Білорусі. URL: https://detector.media/infospace/article/244309/2025-09-22-v-ukraini-zablokuvaly-anonimnyy-internet-magazyn-bookmood-shcho-prodavav-knyzhky-z-rosii-ta-bilorusi/ (дата звернення: 13.12.2025).

5. Заблоковано чергові інтернет-магазини, які розповсюджували книги держави-агресора. URL: https://comin.gov.ua/news/zablokovano-cherhovi-internet-mahazyny-iaki-rozpovsiudzhuvaly-knyhy-derzhavy-ahresora (дата звернення: 15.12.2025).

Олег Джолос,
кандидат наук з соціальних комунікацій,
доцент, доцент кафедри аудіовізуальних медіа,
Навчально-науковий інститут журналістики,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна
jolos72oleh@knu.ua

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В МЕДІА: МІЖ ІННОВАЦІЄЮ ТА ЕТИКОЮ

Розвиток технологій штучного інтелекту відкриває нові можливості для журналістики, аудіовізуального виробництва, реклами та маркетингу. Водночас його використання породжує низку ризиків — від порушення авторських прав до загроз етичним стандартам і суспільній довірі до медіа. Інтеграція штучного інтелекту (ШІ) у журналістику сьогодні — це не лише технологічна інновація, а й ціннісна трансформація, що вимагає переосмислення ролі журналіста, меж відповідальності редакцій та взаємодії між медіа і суспільством.

Мета дослідження

Аналіз дослідження базується на матеріалах NAM Summit 2025, організованого Національною асоціацією медіа України [1]. Форум був присвячений інноваціям у медіасфері, зокрема розвитку аудіо- та відеоконтенту, а також стратегічним викликам для медіа в епоху штучного інтелекту. Ця конференція продемонструвала, що використання ШІ — це вже не майбутня перспектива, а щоденна практика українських медіа, що стрімко змінює підходи до виробництва, обробки та дистрибуції контенту.

Практичне використання ШІ в українських редакціях

Сучасна журналістика переходить від технічного використання ШІ до його залучення у креативні процеси — написання сценаріїв, генерацію зображень, озвучення відео. Саме тут виникають найгостріші етичні дилеми. Одним із найцікавіших прикладів став досвід онлайн-медіа «Бабель». Головна редакторка Катерина Коберник розповіла, як за допомогою інструментів штучного інтелекту команда продовжує виробництво ютуб-проєкту «Отака історія», навіть коли

журналіст не має змоги особисто озвучувати тексти. ШІ імітує його голос із високою точністю, завдяки чому глядач не помічає різниці [2].

Схожий підхід продемонстрував медіахолдинг ТРК «Люкс». Його генеральний директор Роман Андрейко наголосив, що штучний інтелект уже зараз готує, монтує і озвучує новини, але під контролем редакторів-людей. За його словами, «Ми лише на початку розвитку ШІ і навіть не уявляємо, які можливості відкриються через кілька років» [3].

Цей досвід засвідчує, що ШІ не замінює журналістів, а посилює їхній потенціал, особливо в умовах дефіциту часу, ресурсів і зростання обсягів контенту.

Під час NAM Summit 2025 Владислав Фарапонов, керівник редакції UATV English і The Gaze, продемонстрував приклади використання штучного інтелекту в державному іномовленні. Контент українського іномовлення англійською, іспанською, португальською та арабською мовами отримує десятки мільйонів переглядів — зокрема завдяки автоматизованим системам перекладу та адаптації відео [4]. Найбільшу дискусію викликала демонстрація цифрових аватарів ведучих, зокрема цифрового образу журналіста Генрі Кіна — ведучого програм «News Pulse» і «Weekly Wrap-up» [5]. Візуально ці аватари виглядають майже як живі люди: реалістична міміка, природна інтонація, рухи, багатомовність.

Етичні виклики використання штучного інтелекту

Попри технологічні переваги, впровадження «цифрових ведучих» порушують низку морально-етичних питань.

1. Прозорість для аудиторії.

Глядачі мають чітко знати, що перед ними цифровий аватар, а не реальна людина. Таке маркування має бути помітним постійно, а не лише у примітках під відео.

2. Згода і контроль над цифровою копією людини.

Ведучі, чиї аватари створюються редакціями медіа, повинні мати повне право контролювати використання свого образу — навіть після власної згоди створення цифрової моделі.

3. Етична відповідальність редакцій.

Необхідно забезпечити баланс між технологічною ефективністю та дотриманням журналістських стандартів достовірності, відповідальності та людяності. Зразком для регулювання можуть бути «Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа», розроблені Міністерством цифрової трансформації України [6]. У цьому документі наголошено на принципах правдивості, прозорості, неупередженості, поваги до приватності.

Висновки

Штучний інтелект у медіа — це подвійний феномен: він водночас створює нові можливості й породжує виклики, що торкаються етики, професійної відповідальності й суспільної довіри. З одного боку, це ефективний інструмент, який оптимізує роботу редакцій, прискорює створення контенту та розширює творчий потенціал журналістів. З іншого — це чинник ризику, що потребує чітких меж і моральних орієнтирів. Майбутнє журналістики залежить від того, чи зможемо ми знайти баланс між інновацією та етикою, між алгоритмами та людяністю. Штучний інтелект має служити журналістиці — але не замінювати її.

Список використаних джерел

1. Про конференцію NAM Summit 2025. URL: https://summit.nam.org.ua/ (дата звернення: 11.11.2025).

2. Проєкт «Отака історія». *Babel.ua*. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9qsTXAtkgXeiDdZti8J7U9IOPVC66cJN (дата звернення: 11.11.2025).

3. На радіо «Люкс» новини готує ШІ. URL: https://detector.media/infospace/article/244402/2025-09-25-na-radio-lyuks-novyny-gotuie-shi/ (дата звернення: 11.11.2025).

4. UATV і The Gaze у червні: зростання у Facebook та YouTube. *Детектор медіа*. URL: https://detector.media/infospace/article/243061/2025-07-30-uatv-i-the-gaze-u-chervni-spetsoperatsii-sbu-v-top-pereglyadiv-zrostannya-u-facebook-ta-youtube-80-pereglyadiv-uatvportugus-z-brazylii/ (дата звернення: 11.11.2025).

5. Проєкт «News Pulse» UATV English. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLjbexoFhnuNq_krWgYHkeCEZ3w9Bs0xhk (дата звернення: 11.11.2025).

6. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. Міністерство цифрової трансформації України. 2024. URL: https://thedigital.gov.ua/news/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchniy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media (дата звернення: 11.11.2025).

Наталія Зикун,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
декан факультету соціально-гуманітарних технологій,
спорту та реабілітації,
Державний податковий університет,
Ірпінь, Україна
nzykun@ukr.net

ДЕКОЛОНІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ, НАРАТИВІВ І МЕДІАПРАКТИК

Спорт у сучасному суспільстві є не лише сферою фізичної культури та змагальності, а й важливим соціокультурним інститутом, що активно впливає на формування колективної ідентичності, системи цінностей та уявлень про «своїх» і «чужих». Масовість спорту, його рання інтеграція в процес соціалізації особистості, яскравий символізм (державна атрибутика, гімни, кольори форми) та високий рівень емоційної залученості роблять його одним із найефективніших і найвпливовіших каналів суспільної комунікації. Дослідники розглядають спорт як чинник формування та репрезентації національної ідентичності, зокрема й у міжнародному контексті [1; 2; 3], а також історичної пам'яті.

Усе це актуалізує в науковому дискурсі питання деколонізації українського спортивного дискурсу – процесу, що передбачає переосмислення термінології, наративів, комунікативних стратегій і практик, сформованих у межах радянської та пострадянської культурної парадигми. Деколонізація мови спорту в сучасному українському медійному просторі розглядається нами як складова ширших трансформацій національної ідентичності в умовах російсько-української війни. На основі аналізу наукових джерел, медійних кейсів, публічних висловлювань спортивних діячів і журналістів обґрунтовується теза про те, що деколонізація мови спорту в Україні є комплексним і незворотним процесом, який виконує функції символічного спротиву, інформаційної безпеки та публічної дипломатії.

Дослідження здійснюється в межах постколоніальних студій і теорій національної ідентичності з фокусом на спортивні медіа як простір символічної

влади, із застосуванням методів критичного дискурс-аналізу спортивних трансляцій і публікацій, порівняльного аналізу коментаторських практик до і після 24.02.2022, а також лексичного аналізу спортивної термінології.

Український спортивний медіадискурс тривалий час зберігав відчутний вплив колоніальної радянської та російської культурно-мовної спадщини. Це проявлялося у використанні калькованої термінології, росіянізмів, радянських мовних кліше, а також у стилістиці коментування, риторичних шаблонах та інтерпретаціях так званої «спільної спортивної історії». Подібні мовні практики зумовлювали знеособлення українського спорту, репрезентуючи його як периферійний елемент імперського спортивного простору, а не як самостійну складову національної культури.

У радянський період спорт виконував ідеологічну функцію створення ілюзії «дружби народів»: імперський центр фактично стирав національні відмінності та привласнював досягнення спортсменів із регіонів. Атлети з республік часто змушені були переїжджати до «центру» для тренувань, а їхні перемоги інтерпретувалися як успіхи «радянського спорту». Це є класичним прикладом апропріації культурного капіталу, коли домінантна культура отримує визнання за рахунок використання надбань, які їй споконвічно не належать [4, с. 31].

Каталізатором деколонізації спортивного дискурсу стала війна. Початок повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну у 2022 році радикально трансформував ставлення до спорту як до нібито «позаполітичної» сфери. Наратив «спорт поза політикою», який тривалий час дозволяв легітимізувати спільні тренування та публічні жести «дружби» з атлетами держави-агресора, виявився не просто застарілим, а суспільно токсичним. Показовими є публічні висловлювання міністра молоді та спорту України В. Гутцайта, який наголосив, що в умовах війни спорт стає політичним, адже агресор використовує його як інструмент пропаганди: «В Олімпійській хартії прописано, що спорт поза політикою. Але не зараз, коли російська федерація війною пішла на Україну. Вони катують людей, вбивають жінок, дітей,

руйнують нашу інфраструктуру, намагаються знищити все, що бачать. При цьому немає жодного російського спортсмена, хто сказав би, що він проти війни. Тому зараз спорт в політиці» [5].

Зміна суспільного запиту чітко проявилася в реакції на кейси Ярослави Магучіх (Олімпіада-2020) [6] та Софії Лискун, які засвідчили зсув від толерантності до жорсткої моральної оцінки будь-яких контактів із представниками держави-агресора.

Унікальним прикладом деколонізаційної медіастратегії стало висвітлення Олімпійських ігор 2024 року в Парижі, під час яких українські медіа застосували тактику повного ігнорування так званих «нейтральних» атлетів із росії та білорусі. В ефірах не згадувалися їхні імена, не демонструвалися результати та не обговорювалися перспективи, що фактично призвело до їхньої десуб'єктивації в українському інформаційному просторі. Важливим наслідком деколонізації стало переосмислення ролі спортивного коментатора. З нейтрального диктора він трансформувався в активного громадянина та носія ціннісної позиції. Коментаторський ефір дедалі частіше стає простором артикулювання громадянської відповідальності, солідарності та спротиву, що свідчить про зміну парадигми спортивної журналістики в Україні.

Для деколонізації (декомунізації, дерадянізації) українського спортивного медіадискурсу важливою є мова спорту як інструмент символічної влади. Мова у спорті – це не просто коментування спортивних подій. Вона виконує не лише описову, а й класифікаційну функцію, визначаючи рамки інтерпретації подій та їхніх учасників. У радянський період спортивна термінологія в Україні формувалася переважно через російську мовну норму, що призвело до закріплення кальок і моделей, які не відповідали внутрішній логіці українського словотвору і граматики, у терміносистемах різних видів спорту, спортивній номенклатурі та регламентних документах [7, с.25]. У контексті деколонізації в Україні мова відіграє критичну роль у поверненні власної історії та відмежуванні від імперії. В умовах війни та активної деколонізації

публічного простору мова спорту може й має стати одним із ключових напрямів боротьби за символічну владу.

Деколонізація мови спорту в Україні є багаторівневим і системним процесом, що охоплює лексичний, наративний і персоніфікований рівні. Витіснення колоніальних мовних моделей, дискредитація наративу «спорт поза політикою» та формування активної громадянської позиції спортивних журналістів засвідчують, що цей процес уже пройшов точку неповернення.

У контексті сучасної деколонізації можна виокремити кілька ключових напрямів мовних трансформацій:

1. Транслітерація власних назв і наполягання на використанні української латинки (Kyiv, Odesa, Oleksii) в міжнародних протоколах FIFA, UEFA, МОК як акт символічного відновлення кордонів і суб'єктності та права на іменування відповідно до національних традицій [8, с.84-85].

2. Переосмислення термінів і «шкіл», відмова від узагальнень на кшталт «радянська школа боксу» щодо українських спортсменів і тренерів та чітке маркування їх як представників української спортивної традиції, оновлення спортивного лексикону на основі норм і моделей української мови.

3. Використання у спортивному просторі національних гасел («Слава Україні! Героям слава!») як маркерів ідентичності та боротьби за власні героїчні наративи [9].

Деколонізація спортивного дискурсу може бути результативною за умови реалізації комплексу заходів, розтягнутих у часі:

1. Науково-дослідницький блок – формування корпусу термінів і професіоналізмів зі слідами колоніального впливу для заміни їх коректнішими відповідниками.

2. Публічний діалог і взаємодія зі спільнотою за участі експертів, спортивних організацій (НОК України, Міністерство молоді та спорту України, спортсмени і спортивні менеджери), медіа та громадськості щодо «несвідомого колоніалізму» у спорті, підготовка практичних рекомендацій з урахуванням лінгвістичної коректності звучання, культурного контексту.

3. Популяризація нових норм через освітні та медійні проєкти, залучення інфлюенсерів (Жан Беленюк, Еліна Світоліна).

Загальним результатом має стати нова мова українського спорту – мова, якою звучать свобода, гідність і перемога.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на порівняльний аналіз деколонізаційних практик у спортивних медіа інших постколоніальних країн.

Список використаних джерел

1. Білогур В. Роль спорту у формуванні національної ідентичності. С.30-34. URL: https://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/2218/1/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.10.09_%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D1%82-30-34.pdf.

2. Пелагеша Н. Спорт як соціокультурний чинник формування національної ідентичності. *Стратегічні пріоритети: наук.-аналіт. щокварт. зб.* 2009. №1 (10). С. 62-72.

3. Сазонова Ю. Парадигма спорту як засобу етнонаціональної ідентифікації у спортивній клубній пресі. *Вісник Книжкової палати*. 2023.№8. С. 28-33.

4. Сідоричева Н., Тащенко А. Культурна апропріація в соціальних відносинах. *Вісник НТУУ "КПІ" Політологія. Соціологія. Право*. 2021. №2 (50). С. 28-32. URL: https://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/242772.

5. Вадим Гутцайт: Під час війни спортивні перемоги стають для українців ще важливішими. 05 серпня 2022 р. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/vadym-huttsait-pid-chas-viiny-sportyvni-peremohy-staiut-dlia-ukraintsiv-shche-vazhlyvishymy.

6. Мороз Є. «Не хочу заперечувати, що йде війна між Україною й Росією». Магучіх – про фото з росіянкою Ласіцкене. URL: https://suspilne.media/sport/155126-ne-hocu-zaperecuvati-so-jde-vijna-miz-ukrainou-j-rosieu-magucih-pro-foto-z-rosiankou-lasickene/.

7. Зикун Н., Вдовенко Л. Мова спорту як маркер свободи: викорінення колоніальних кальок. *Кримський міжнародний форум: «Філологія та журналістика» : зб-к матеріалів, м. Київ, 18–19 вересня 2025 року*. Київ: ТНПУ імені В. І. Вернадського ; Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. С.24-27. URL: http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/view/419/13623/30681-1.

8. Тараненко О. Державна мовна політика і контроль за станом літературної мови: досвід постсоціалістичних країн. URL: https://surl.li/yjzlkt.

9. УАФ розпорядилася нанести на форму всіх клубів УПЛ емблему з гаслом “Слава Україні! Героям слава!”. 16.07.2021. https://novynarnia.com/2021/07/16/sugs-uaf/.

Тетяна Іванюха,
кандидатка філологічних наук, доцент,
докторант Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна
starplus1736@gmail.com

МЕДІАТИЗАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СПОРТИВНИХ МЕДІА: СПОРТСМЕН ЯК КУЛЬТУРНИЙ АМБАСАДОР

Вступ. З початку 21 ст. під впливом поєднання внутрішніх та зовнішніх факторів, медіатизація стала ключовим важелем розвитку в усіх соціокультурних сферах: мистецтві, політиці, іграх, релігії, спорті тощо. Медіатизація як найвищий ступінь синергії між мас-медіа та культурою стала ключовим поняттям для розгляду фундаментальних питань про роль медіа в культурі та суспільстві. Зокрема, теорія медіатизації виявилася плідною для аналізу поширення, перетину та впливу медіа на базові соціальні інститути, серед яких культура та спорт.

Взаємодія спортивного та культурного дискурсів у медіапросторі призвела до появи численних соціальних мереж та блогів, ініційованих молоддю та спортсменами, спрямованих на поширення спортивних досягнень і культурних наративів. Проблема медіатизації реальності та культури особливо поглибилася в умовах невизначеності під час пандемії Covid-19 та воєнного стану в Україні. Усі ці фактори викликали наш інтерес до поглибленого аналізу стратегій медіатизації в міждискурсивному спортивно-культурному просторі загалом та медіастратегій українського спортсмена як амбасадора культури зокрема.

Метою дослідження є аналіз стратегій просування українських культурних цінностей та ідентичності через спортивні соціальні мережі на прикладі соціальних медіа українського боксера О. Усика. У процесі дослідження було використано такі *методи*: порівняльний і діахронічний, контент-аналіз сторінок соціальних медіа, класифікаційний і типологічний аналіз, метод кейс-стаді. Крім того, було використано елементи критичного дискурс-аналізу та теорії інтердискурсивності (N. Fairclough, M. Jørgensen, L. Phillips), сучасні теорії медіатизації (G. Bolin, A. Hepp, S. Hjarvard).

З давніх часів існували дуже тісні зв'язки між спортом і культурою. Достатньо згадати традиції та спадщину Олімпійських ігор. З часом спорт інтегрувався «майже з усіма культурними заходами; політичними, економічними, соціальними, психологічними, естетичними, емоційними та психологічними аспектами життя» [1, с. 53]. Вже у 20 ст. ролі спортсменів вийшли за рамки спортивних досягнень, охоплюючи моральні, інтелектуальні та естетичні виміри, що сприяють розвитку суспільства. Сучасні дослідники в усьому світі, аналізуючи конкретні випадки, роблять висновки, що відомі національні спортсмени «сприяють культурному обміну, міжкультурному діалогу та позитивному сприйняттю країни […], сприяють досягненню стратегічних комунікаційних цілей та зусиль щодо брендингу нації […], можуть служити ефективним інструментом для брендингу нації та міжнародних PR-стратегій, пропонуючи розуміння для урядів, установ та зацікавлених сторін, які прагнуть зміцнити свою глобальну присутність» [2, с. 1]. Сьогодні соціальні мережі та онлайн-платформи дозволяють спортсменам діяти як ефективним дипломатам, сприяючи емпатії та культурному обміну [3]. Прикладом спортсмена, який активно використовує свої платформи соціальних мереж для просування національних культурних цінностей та котрий виступає культурним послом України у складних воєнних, соціально-політичних та міжнародних умовах, є О. Усик.

Кейс-стаді соціальних мереж О. Усика. В останні роки О. Усик активно використовує глобальні платформи (соціальні мережі та публічні виступи) для просування українських культурних традицій та національної ідентичності, особливо після повномасштабного вторгнення. Інформація про соціальні мережі спортсмена (офіційні сторінки) наведена в наступній таблиці (див. табл. 1).

Соціальна мережа	Нік	Приблизна кількість підписників
Instagram	@usykaa	~3,6 M
TikTok	@usykaa	~2,0 M
YouTube	@USYK17	~663 k
Facebook	Alexanderusyk	~300 k
Twitter (X)	@usykaa	~135 k

Основні напрями культурних ініціатив О. Усика включають наступне:

1. Просування національної ідентичності та традицій через візуальний образ. У своїх публікаціях у соціальних мережах та публічних виступах О. Усик часто демонструє чітку приналежність до української культури:

• козацька образність та чуб: боксер регулярно використовує образи, пов'язані з козаками (наприклад, козацький чуб, гетьманське вбрання тощо), що є сильними маркерами української етнічної приналежності та традицій. Він наголосив: «Ми не повинні втрачати нашу етнічну приналежність, наші традиції,які дуже давні та багаті» (див. рис. 1).



Рис. 1. Публікація в Instagram, де О. Усик пропагує українську культуру в образі гетьмана перед битвою з Т. Ф'юрі

• виконання українських пісень та гімну: на прес-конференціях, зважуваннях та в соціальних мережах він часто співає українські пісні, зокрема гімн, або читає власні вірші українською мовою, присвячені батьківщині. Це створює потужний емоційний зв'язок з Україною для світової аудиторії.

• активне використання боксером української мови у своїх публічних виступах та постах, підкреслюючи її важливість.

2. Культурні проєкти та дипломатія через мистецтво.

О.Усик використовує свій статус, щоб привернути увагу до українського мистецтва, яке страждає від війни. Розглянемо один із найвідоміших випадків. Мозаїка Алли Горської «Боривітер» – один із найгучніших культурних проєктів спортсмена. Він став амбасадором реставрації та презентації відтвореної мозаїки видатної художниці 1960-х рр. Алли Горської (оригінал якої був знищений у Маріуполі). Мозаїку презентували під час світового турне (наприклад, у Лондоні, на Трафальгарській площі). Боксер привернув увагу міжнародної спільноти, наголосивши: «Росія знищує українську культуру... Ми відбудуємо нашу країну. Як мозаїку – шматочок за шматочком». Важливу роль відіграло просування цього проєкту в соціальних мережах: фотографії та відео з презентацій у світових столицях активно поширюються в Instagram та Facebook, охоплюючи мільйони підписників (див. рис. 2).



Рис. 2. Публікація у Facebook від 14.07.2025, що представляє відновлену мозаїку

3. Просування українських наративів у світовому масштабі.

Усик постійно наголошує на важливості бути українцем. Демонструючи гордість за свою країну, він заявляє в численних інтерв'ю та постах: «Я представляю Україну в усьому світі, піднімається український прапор, грає український гімн... Бути українцем – це честь» [4]. Амбасадорські місії боксера є важливими в цьому контексті. Як посол платформи для збору коштів United24, він працює з іншими світовими зірками, щоб просувати імідж сильної, стійкої та культурно багатої нації.

Висновки. О. Усик перетворив свої соціальні мережі, онлайн-платформи та спортивну арену на ефективний інструмент для просування національної культурної ідентичності. Він використовує візуальні образи (козацький стиль), мову, музику та прямі культурні проєкти (такі як мозаїка А. Горської) для поширення української ідентичності та цінностей на міжнародному рівні. На прикладі медіадіяльності О. Усика ми продемонстрували, що спорт слугує важливим інструментом публічної дипломатії, а спортсмени виступають медіаторами культурних наративів. Завдяви медіатизації спортивного дискурсу відбувається сприяння культурному обміну та взаєморозумінню, зміцнюються міжнародні відносини, а також робиться внесок у покращення та зміцнення позицій власної країни.

Список використаних джерел

1. Evens T., Iosifidis P., Smith P. The Social and Cultural Value of Sport. *The Political Economy of Television Sports Rights.* Palgrave Macmillan : London, 2013. https://doi.org/10.1057/9781137360342_4.

2. Alawi A. H. Sporting Diplomacy: The Role of International Players in Enhancing Saudi Arabia’s Nation Branding and International Public Relations (PR) Strategies. *Journal of Media & Management*. 2024. Vol. 4 (9). P. 1-5. https://doi.org/10.47363/jmm/2024(6)180.

3. Hautbois C., Biscaia R., Djaballah M. Athletes as destination ambassadors: understanding the role of athlete attachment and sport involvement on country-of-origin's image and intention to visit. *Leisure Studies*. 2024. https://doi.org/10.1080/02614367.2024.2328096.

4. Usyk answered the question about belonging to Crimea: «I represent Ukraine all over the world». *Radio Liberty*. 2018. URL: https://ua.krymr.com/a/news/28984445.html.

Алла Кобинець,
к. філол. н., доцент кафедри
друкованих медіа та історії журналістики
Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
лауреатка премії імені Івана Франка
в галузі інформаційної діяльності, член НСЖУ
ravlik55@ukr.net

ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ЖУРНАЛІСТІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВІД КОНЦЕПТУ ДО ПРАКТИЧНОГО ВТІЛЕННЯ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРУ ЖУРАЛІСТСЬКОЇ СОЛІДАРНОСТІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ СПІЛКИ ЖУРНАЛІСТІВ УКРАЇНИ)

Запоріжжя нині живе у стані постійної напруги: з початку повномасштабного вторгнення путінської росії в нашу державу в кінці лютого 2022-го року ворог окупував 90 відсотків регіону. Звідти й ведеться системний обстріл обласного центру і підконтрольних Україні територій. Останнім часом окупанти посилили атаки на місто. Нічні вибухи, обстріли, руйнування – щохвилини існує реальна загроза життю мирного населення.

В таких умовах важко і виживати, і працювати. Особливо це стосується журналістів, які виконують свій професійний обов'язок. Тому їм, як нікому, потрібна психологічна підтримка, і в запоріжців у цій царині є низка важливих напрацювань. Зокрема, вчені Запорізького державного медико-фармацевтичного університету спільно з департаментом освіти і науки облдержадміністрації й Запорізьким обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти створили експертну модель «Психологічне благополуччя здобувачів освіти Запорізької області: від аналітики до дій». Цей проєкт спрямований на створення системи зв'язку різних освітніх ланок, а також простору задля збереження, в першу чергу, ментального здоров'я серед всіх категорій населення регіону. І журналісти в цьому напрямку теж долучаються до реалізації спільних академічних ініціатив [1].

Запропонована публікація розглядає **тему** підтримки психологічного стану медійників у прифронтовій області. Дбати про власну стресостійкість, щоб бути здатними працювати і доносити до людей об'єктивну інформацію про все, що відбувається на війні і на прифронтових територіях, працівникам медій реально допомагає «Система підтримки ментального здоров'я та психологічної стійкості журналістів», яка створена та успішно діє в Запорізькому центрі журналістської солідарності (ЦЖС, Центр). Головний меседж всіх заходів, які відбуваються в рамках цієї системи, такий: «Психологічний супровід журналістів під час війни не розкіш, а необхідність, що допомагає жити, працювати, відновлюватися і перемагати». Слід також зазначити, що ЦЖС зібрав під своїм крилом не лише місцевих медійників, а й понад 30 журналістів-переселенців з окупованих та прифронтових територій, які вже мали серйозні психологічні травми: втрати близьких людей та помешкань, майна, жахливі реалії окупації, пережили евакуацію до обласного центру в умовах не лише морального тиску ворога, а й постійних обстрілів «зелених коридорів» тощо.

Завдання публікації: розповісти про важливий досвід у питанні поліпшення та збереження ментального здоров'я журналістів, який надбали в Запоріжжі упродовж останніх двох з половиною років, навести найбільш цікаві приклади й поради. Медитативні вправи з уявою себе в безпечному місці, в місцях сили, повернення власних ресурсів, заспокоєння та відпочинок – все це стає в нагоді журналістам, щоб відновитися після важкої роботи та уникнути професійного вигорання. Ці корисні методики та поради вкрай необхідні для заспокоєння, відчуття безпеки та повернення в ресурсний стан. Він дуже важливий в умовах війни, яку ми зараз переживаємо.

Центр журналістської солідарності в Запоріжжі розпочав свою роботу 15 липня 2022-го року при Запорізькій обласній організації Національної спілки журналістів України (НСЖУ). А вже з 1 жовтня тут запрацювала «гаряча лінія» психологічної допомоги, куди всі журналісти України могли звернутися по допомогу. Тим часом у Центрі розпочали проведення індивідуальних

психологічних консультацій і занять з арт-терапії. У грудні, наприклад, було проведено ґрунтовний тренінг-практикум «Як долати психологічну втому та настроюватись на позитивний лад». Саме звідси і бере відлік співробітництво з психологинями БФ «Посмішка. UA».

Спілчанами була розроблена система збереження ментального здоров'я журналістів. До неї увійшли: психологічні тренінги (проводяться раз на місяць), де обговорюються різні проблеми (як підтримати свій психологічний стан, як запобігти професійному вигоранню, психологічна самодопомога в кризових ситуаціях, мистецтво прийомів психологічного саморегулювання тощо); щомісячні практичні заняття з опанування методик та прийомів психологічної саморегуляції, зміцнення стійкості і працездатності в умовах стресу (істотна деталь: у рамках цих практичних занять кожен журналіст за допомогою спеціалістів створили власний «Щоденник стійкості» і «План турботи про себе». Для всієї журналістської спільноти розроблено збірку «Методичні поради із стресостійкості», до якої увійшли прийоми технік самозаспокоєння і формули самозаспокоєння); заняття з арт-терапії (проводяться щомісяця, містять два напрями: перший – це організовані відвідування театрів, філармонії, виставок, екскурсій та ретрити на природі, а другий – заняття з виготовлення власними руками оберегів, ляльок-мотанок, воскових свічок, малювання по тканині та ін.).

Перелічені вище заходи сприяють зміцненню ментального здоров'я, допомагають утримувати психологічну стабільність та запобігають професійному вигоранню журналістів, які отримують і важкі психологічні наслідки, що супроводжують їхню важливу для суспільства професійну діяльність.

У 2023-му році в Центрі провели по шість тренінгів і занять з арт-терапії, 18 індивідуальних психологічних консультацій у співпраці із фаховими психологами БФ «Посмішка. UA» та ГУ ДСНС в Запорізькій області.

Системна робота з психологічної підтримки журналістів в січні 2024-го року ведеться в рамках всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?» Розпочали проведення психологічних тренінгів з координаційним центром цієї

програми в особі її обласного координатора, практикуючого психолога Сергія Дружиніна, заступниці голови робочої групи з питань ментального здоров'я координаційного центру Іриною Ковальовою, клінічними психологинями обласного реабілітаційного центру всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?» Ольгою Лоцман та Дар'єю Бойко, психологинями з «Посмішки. UA» Ольгою Манжурою, Вікторією Галімон, Анною Петренко та Поліною Плетніченко. До проведення тренінгів долучилася також кризова психологиня Ярослава Попович із Києва, яка пройшла в Ізраїлі курс спеціальної підготовки з психологічної допомоги в умовах війни.

Упродовж 2024-го року було проведено 11 тренінгів та шість занять з арт-терапії, 18 індивідуальних психологічних консультацій. А за 11 місяців нинішнього року відбулося 11 тренінгів і сім занять з арт-терпії, надано 15 індивідуальних психологічних консультацій. До проведення тренінгів та практичних занять, крім зазначених вище фахівців, долучилися й кризова психологиня дружнього до дівчат і жінок простору «Вільна» Тетяна Береза та сетифікована психологиня, завідувачка сектором впровадження та реалізації програм психологічної підтримки Південно-східного міжрегіонального управління Держпраці України Світлана Семенова.

Варто звернутися до тем тренінгів, які викликали зацікавленість серед запорізьких медійників. Це, зокрема: «Формування стресостійкості. Поради на кожен день. Аутогенне тренування. Вправи-руханки»; «Уроки ментального здоров'я та їх практичне застосування»; «Чи можливо зберегти психологічну стабільність під час війни?»; «Як відновлювати психологічну стабільність після стресів?»; «Основи психологічної допомоги собі та іншим у кризових ситуаціях. Вправи, поради»; «Методи саморегуляції психологічної стабільності. Як запобігти професійному вигоранню»; «Резильєнтність як здатність відновлюватися у складних життєвих обставинах»; «Нейрографіка як метод емоційного розвантаження й попередження професійного вигорання»; «Психологічна підтримка в умовах війни. Практичні вправи»; «Методи і

способи психологічного відновлення журналістів, які працюють на місцях влучань, на прифронтових територіях та на «нулі»; «Броніки від стресу. Як залишатися в ресурсі».

Про реалізацію деяких із них варто розповісти, спираючись на конкретні приклади. Зокрема, 14 серпня у Центрі цього року відбувся тренінг на тему: «Малювання підсвідомо лікує психологічні проблеми» [2]. Запорізькі медійники також змогли ознайомитися з одним із напрямів арт-терапії, працюючи за темою «Нейрографіка як метод емоційного розвантаження та попередження професійного вигорання». Нейрографіка поєднує малювання і психологічні принципи для трансформації мислення та емоцій. Завдяки інтуїтивному малюванню, особливою нейрографічним способом, людина відчуває зниження рівня стресу. Натомість розкривається простір для творчості. Запорізькі журналісти відпрацювали застосування нової методики на практичному занятті, яке проходило в два етапи. Перший передбачав створення за допомогою чорного олівця на білих аркушах безперервних хвилястих нейрографічних ліній. Потім потрібно було розгледіти у перехрестях ліній конкретний образ і розфарбувати його різнобарвними олівцями так, щоб вийшла «картинка». Це заняття відбувалось напередодні Дня незалежності України, і в деяких журналістів з'явилися такі зображення: «Шляхи життя в Україні» (Григорій Петраков), «З Днем незалежності» (Анатолій Огнєв), «Україна і Європа» (Пилип Юрик). Особисті роздуми втілили в «картинки» Наталія Кузьменко («Кохання»), Тамара Курочкіна («Світ навколо нас») та інші.

Що журналісти зрозуміли про нейрографіку? У першу чергу те, що це – спосіб моделювання несвідомого. Також її можна розглядати і як метод естетичного коучингу: робота йде навколо ідеї, яка знаходить своє втілення не в практичній площині, а естетичній. Головний принцип: все ґрунтується на взаємодії свідомості та підсвідомості через малювання. Застосування нейрографіки дає змогу людині не лише трансформувати внутрішній стан, а й через творчий потенціал вирішувати проблеми.

Тренінг «Арт-терапія для медійників: допомогти кожному знайти внутрішній спокій і силу через твір мистецтва». Тут журналісти опановували техніку створення ляльок-мотанок з кольорових ниток. Допомогу надавали тренерки-психологині фонду «Посмішка. UA» Вікторія Галімон та Ганна Петренко. Існує думка, що саме вузликові ляльки-мотанки уперше були створені п’ять тисяч років тому. Нині вони є невід’ємним елементом нашої культури, що несе сакральний смисл, поєднуючи функції іграшки, талісману та символу зв'язку між поколіннями. Результативність заходу продемонструвало опитування, яке пройшли учасники тренінгу: настрій кожного з них учасника значно підвищився. Оптимізму додавало усвідомлення того, що кожен власноруч створив власний оберіг [3].

Війна виснажує як фізично, так і психологічно. І як би ми не прагнули бути стійкими й незламними, допомога психолога в цей складний час дійсно необхідна, особливо, якщо це досвідчений, грамотний спеціаліст. Саме такий фахівець в особі Ольги Лоцман, клінічної психологині, збирає в ЦЖС чи не найбільше медійників. Дуже корисним виявився проведений нею тренінг «Резильєнтність як здатність психологічного відновлення в умовах довготривалої військової агресії». Фахівчиня пояснила, що кожна людина має свою резильєнтність як вроджену особливість психіки. Це, зокрема, психологічна стійкість, пружність, здатність адаптуватися, долати стреси. Не зважаючи на зовнішні фактори, негативні події, ми можемо з усім впоратися, відновитися. Основні компоненти резильєнтності наступні: самосвідомість, позитивне мислення, соціальна підтримка, емоційний інтелект, навички планування та організації, фізичне здоров'я, ефективні методи подолання труднощів та здатність приймати зміни. Під час тренінгу запорізькі журналісти виконували вправи, як-от: «Знайомство», «Дерево сили»; тренували ментальну пружність вправою «На жаль… На щастя»; зміцнювали соціальні зв'язки через групову гру «Соціальна єдність». Ще одним елементом тренінгу стала коробка «для сміття», в яку символічно викидали все негативне, що заважає. Цінність тренінгу в тому, що кожен учасник зміг поповнити свою

скарбничку технік самодопомоги, саморегуляції, пройти тестування та визначити свої особисті канали підтримки [4].

Партнерські стосунки між Центром журналістської солідарності та благодійним фондом «Джерело єдності» дали змогу провести психологічний тренінг із залученням його спеціалістів, практикуючих психологинь Євгенії Борисик та Ірини Омельчак на тему: «Розвиток психологічної стійкості в умовах війни». Журналісти отримали поради з розвитку психологічної стійкості. Головна – намагатися приділяти якомога більше уваги сну, вивчити методики для швидкого засинання – візуалізацію, аутотренінг, медитацію, дихальну гімнастику, які допоможуть заспокоїтися та зберегти внутрішній баланс. Порада стосувалася і безпосередньої журналістської праці: під час підготовки публікації, тривалої роботи за комп'ютером, слід робити короткі перерви на 10 хвилин через кожні 45–50 хвилин.

Дуже важливі в наш час самопідтримка та позитивне мислення: слід дякувати собі за те, що ви є на світі, піклуватися про свої базові потреби, створювати для себе відчуття безпеки, обирати більше «хочу», ніж «треба», виділяти час на хобі. Засвоїти ці поради допоможе «План турботи про себе». Його варто створювати спочатку на тиждень, а потім вже на довготривалий період. Докладне планування допоможе повернути контроль над собою. Варто створити «Щоденник вдячності» та щодня, за можливості, записувати все, що втішило, принесло задоволення собою [5].

Висновок: концепт допомоги щодо стресостійкості медійникам Запоріжжя втілений у конкретні заходи і має свої результати. Їх багатовекторність, про яку йшлося вище, вказує на те, що про досвід Центру журналістської солідарності Запорізької обласної організації НСЖУ потрібно поширювати, розповідати у всеукраїнських медіа.

Починаючи з 2022-го року, запоріжцями напрацьовано низку рекомендацій щодо збереження ментального здоров'я медійників, які виконують свій професійний обов'язок в умовах воєнного стану. Прикметно, що на останній,

десятий за рахунком «Донбас медіа форум», який відбувся в Києві у жовтні нинішнього року, координатори ЦЖС підготували розлогий звіт про роботу в цьому напрямку. Також запоріжців підтримує в цій царині діяльності центральний апарат Національної спілки журналістів України та її очільник Сергій Томіленко.

* * *

Подяка. Висловлюю вдячність колезі по журналістському цеху **Валентині Манжурі,** відповідальному секретарю Запорізької обласної організації НСЖУ, за надані матеріали й допомогу в підготовці цієї публікації.

Список використаних джерел

1. Спільні академічні ініціативи з ментального здоров'я. URL: https://mphu.edu.ua/new_6579.html (дата звернення: 11.11.2025).

2. Малювання підсвідомо лікує психологічні проблеми. URL: https://www.facebook.com/ profile.php?id=100091487993777 (дата звернення: 10.10.2025).

3. Арт-терапія для медійників: допомогти кожному знайти внутрішній спокій і силу через створення мистецтва. URL: https://www.facebook.com/ profile.php?id=100091487993777 (дата звернення: 10.10.2025).

4. Нові знання - у скарбничку технік самодопомоги. – [Електронний ресурс]. URL: https://www.facebook.com/profile.php?id=100091487993777 (дата звернення: 10.10.2025).

5. План турботи про себе» та «Щоденник вдячності» допоможуть вам навчитися керувати емоціями. URL: https://www.facebook.com/ profile.php?id=100091487993777 (дата звернення: 10.10.2025).

6. Ментальне здоров'я медійників: унікальний контекст роботи українських журналістів вимагає комплексного психологічного підходу. URL: https://nsju.org/novini/mentalne-zdorovya-medijnykiv-unikalnyj-kontekst-roboty-ukrayinskyh-zhurnalistiv-vymagaye-kompleksnogo-psyhologichnogo-pidhodu/ (дата звернення: 01.10.2025).

7. Тренінг для медійників про сон, інформаційний шум і відновлення. URL: https://nsju.zp.ua/blog/zhurnal/item/ (дата звернення: 24.11. 2025).

Олександр Коваль,
аспірант 1 курсу факультету журналістики,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
alexkoval12122001@gmail.com
Наукова керівниця: ***Тетяна Рогова,***
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики

ПРОЯВИ ІРОНІЇ У TELEGRAM-КАНАЛАХ: МЕХАНІЗМИ РУЙНУВАННЯ РОСІЙСЬКОГО МІЛІТАРНОГО СИМВОЛУ «АСВАБАДІТЕЛІ»

Повномасштабна війна Російської Федерації проти України докорінно змінила український інформаційний простір. Через різке зростання попиту на оперативну інформацію, спричинену кризовою ситуацією всередині держави, Telegram-канали стали основним джерелом новин для мільйонів громадян. У публікації Детектор Медіа «За рік кількість українців, які отримують новини з телеграму, зросла ще на 12%, – дослідження» авторка Ю. Поліковська зазначає, що у 2023 році соцмережі стали основним джерелом новин для 76% громадян України, а домінуючу позицію посідав Telegram, який обрали 72% опитаних. Це свідчить про стрімке річне зростання охоплення цього месенджера на 12%. Та з роками ця тенденція з продовжує стрімко змінюватися. У дослідженні соціологічної групи «Рейтинг» демонструється динаміка зростання популярності Telegram-каналів як джерела новин протягом 2024–2025 років: «Найпоширенішим джерелом інформації про події в Україні для респондентів є канали в Telegram – їхня популярність зросла з 47% у 2024 році до 51%» [4, с. 42].

Усвідомлюючи такий потенціал платформи, російська пропаганда розпочала спрямовувати зусилля на поширення деструктивного впливу через Telegram-канали не лише на внутрішню аудиторію, а й на український сегмент користувачів. У роботі «Анонімні та офіційні Telegram-канали в Україні: аналіз популярності під час гібридної війни» дослідниця Н. Баловсяк зазначає: «Платформа Telegram стала особливо популярною з початком повномасштабного вторгнення. Telegram-канали стали не лише джерелом новин, а й ареною для інформаційних операцій, зокрема поширення дезінформації, фейків, панічних наративів чи теорій змови» [1, с. 33].

Ворог використовує месенджер як інструмент інформаційної війни, намагаючись легітимізувати повномасштабну агресію, окупацію українських територій та вбивства українських громадян через насадження специфічної символіки та героїзацію образу «асвабадітєля». У дослідженні «Популярні новинні телеграм-канали РФ як інструмент поширення російського інформаційного впливу під час російсько-української війни» дослідники П. Таранюк та О. Тріщук акцентують на використанні в контенті російських Telegram-каналів комбінованих технік пропаганди, яке «<…> спрямоване не лише на зміну сприйняття окремих подій, а й на формування загального емоційного стану суспільства. Маніпуляція словами та даними дозволяє культивувати враження про непримиренний конфлікт, виправдовуючи безкомпромісність дій РФ в Україні» [6, с. 7].

Так, наприклад, Telegram-канал колаборанта Володимира Рогова (див. рисунок 1) з однойменною назвою в одній зі своїх публікацій використовує поняття «освобожденіє» для маркування всієї окупованої РФ території Запорізької області [2]. У такий спосіб пропагандист намагається сконструювати паралельну реальність, де окупація подається як акт повернення історичної справедливості.

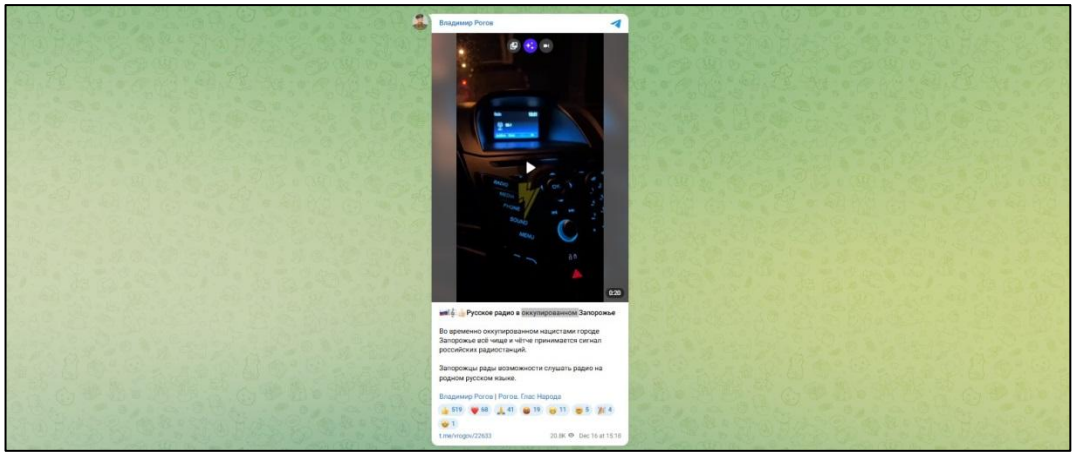


Рис. 1. Приклад використання пропагандистського наративу про «освобожденіє» (джерело: Telegram-канал «Владимир Рогов»)

У відповідь на ці спроби ідеологічної експансії українські офіційні джерела, соціальні медіа, засоби масової інформації, блогери тощо не лише трансформували у простір активного спротиву контент Telegram-каналів.

Адміністратори, власники та автори змінили формат його оформлення, висвітлюючи певні теми з частковим або повним недотриманням норм офіційної комунікації та журналістських стандартів.

Такі дії зумовили виникнення унікальних механізмів контрпропаганди, де ключову роль відіграє іронія та сатирична деконструкція ворожих наративів, що дозволяє не лише нівелювати вплив окупаційної символіки, а й повністю перекодувати її значення в очах споживачів контенту. Наприклад, висвітлюючи наслідки російського обстрілу в Telegram-каналі муніципального телеканалу МТМ (див. рисунок 2), автори руйнують наратив про «асвабаждніє», подаючи повідомлення про понівечений ворожим обстрілом «мирний дім мирних людей, який “асвабаділі”» [3]. Тут термін подається у формі іронії, ототожнюючи акт «визволення» із актом тотального знищення цивільної інфраструктури та людського житла. Використання лапок та специфічного транслітерованого написання перетворює ключовий термін російської пропаганди на маркер воєнного злочину. Таким чином, через іронічне переосмислення відбувається семантична інверсія, адже слово, що мало б нести позитивну конотацію порятунку, у свідомості українського споживача контенту стає синонімом руйнації та смерті. Це дозволяє не лише нівелювати маніпулятивний вплив ворожого повідомлення, а й вибудувати стійкий психологічний імунітет до імперської риторики «гуманітарної місії».



Рис. 2. Використання іронії як інструменту деконструкції наративу про «освобожденіє» (джерело: Telegram-канал «МТМ ЗАПОРІЖЖЯ»).

Загалом можна констатувати, що зростання ролі Telegram як головного джерела новин в Україні перетворило його на ключовий простір протидії російській пропаганді. Через механізми іронії та семантичної інверсії (зокрема трансформацію поняття «освобождєніє» на сатиричне «асвабаждєніє») український медіапростір деконструює імперські міфи, маркуючи їх як воєнні злочини. Така сатирична переробка ворожих наративів не лише нівелює маніпулятивний вплив агресора, а й формує стійкий суспільний імунітет до окупаційної риторики.

Список використаних джерел

1. Баловсяк, Н. Анонімні та офіційні Telegram-канали в Україні: аналіз популярності під час гібридної війни. *Актуальні питання масової комунікації*. 2025. № 37. С. 30–42.

2. Владимир Рогов. *Telegram*. URL: https://t.me/vrogov/22633 (дата звернення: 18.12.2025).

3. МТМ ЗАПОРІЖЖЯ. *Telegram*. URL: https://t.me/tvmtmonline/77893 (дата звернення: 18.12.2025).

4. Опитування громадської думки для консультативної місії ЄС в Україні. *Соціологічна група Рейтинг*. Київ, 2025. 42 с.

5. Поліковська Ю. «За рік кількість українців, які отримують новини з телеграму, зросла ще на 12%, – дослідження». Детектор медіа. URL: https://salo.li/C579EaA (дата звернення: 18.12.2025).

6. Таранюк П. В., Тріщук О. В. Популярні новинні телеграм-канали рф як інструмент поширення інформаційного впливу під час російсько-української війни. *Обрії друкарства*. 2025. № 1(17). С. 6–17.

Вікторія Ковпак,
д.соц.ком., професор, факультет журналістики
Запорізького національного університету,
Запоріжжя, Україна
Kovpak.viki@ukr.net

КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРАКТИКИ ДЕКОЛОНІЗАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ В МЕДІАОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У сучасному науковому дискурсі деколонізація постає як складний інжиніринг національної суб'єктності, що вимагає деконструкції глибоко вкорінених імперських матриць. Як зазначає Володимир В'ятрович, деколонізація як державна політика є необхідною умовою виживання нації [1]. У розвідці, що спирається на розроблену нами когнітивну модель смислової матриці деколонізації, репрезентованій у колективній монографії [2, с. 8], ми фокусуємося на механізмах подолання когнітивної інерції через генерацію суб'єктних наративів у медіасфері (= як медіасередовищі із сукупністю каналів й інструментів для продукування та трансляції сенсів, меседжів тощо) завдяки медіаосвітньому сегменту.

І. Когнітивна архітектура: взаємодія драйверів та бар'єрів

Побудована нами модель (11 вершин[1]) дозволяє простежити динаміку деколонізаційних процесів через систему прямих та зворотних зв'язків між цими чинниками, з опертям на ключовий чинник – деколонізацію. Ключовим вузлом опору є **внутрішня колоніальна свідомість (№ 5)** – резистентна сила, яка саботує трансформації на рівні повсякденних практик. Встановлено, що

[1]

№	**Назва чинника (вершина)**
1	Деколонізація (як цільовий концепт)
2	Повномасштабна агресія рф (з 2022)
3	Необхідність забезпечення національної безпеки
4	Непослідовність/трансформація держполітики
5	Внутрішня колоніальна свідомість
6	Смислові інтервенції та розмивання ідентичності
7	Надмірне зосередження на Росії (анти-Росія)
8	Деколонізація культурно-медійних наративів
9	Комерціалізація ідентичності в медіа та рекламі
10	«Топографічна» деколонізація (перейменування)
11	Проєвропейський ціннісний фундамент

ворожі **смислові інтервенції (№ 6)** експлуатують залишки цієї свідомості (ностальгію за СРСР, неінформованість), перетворюючи її на рецептор для деструктивних наративів.

Особливе значення має операційна функція взаємозв'язку **8 → 7 (-1)**[2] (деколонізація наративів → надмірне зосередження на Росії). Цей зв'язок маркує перехід від реактивності до проактивності: створення власних, плюралістичних змістів зміщує фокус із постійної реакції на агресора на будівництво власних цінностей. Натомість взаємозв'язок **11 → 4 (+1)** (проєвропейський фундамент → трансформація держполітики) виступає вектором активації, що надає державним рішенням інституційної рамки євроінтеграційних стандартів.

ІІ. Верифікація сценаріїв методом імпульсних процесів

Спільно з фахівцями математичного факультету ЗНУ (магістрантки Зубко Карини, під керівництвом доц. І. Красікової) нами було верифіковано ряд сценаріїв, що демонструють динаміку системи під впливом автономних збурень.

- **Сценарій 5 → 7 (колапс колоніальної матриці).** Моделювання зафіксувало, що початкова негативна динаміка (спроба колоніальної свідомості «пригнітити» антиросійський дискурс через інерцію міфів про «братні народи») на другій ітерації змінюється експоненційним зростанням за модулем. Це свідчить про колапс старої картини світу під тиском доказів геноцидальної війни та накопичення критичної маси антиколоніальних знань.
- **Сценарій 2 → 6 (адаптивна стійкість).** Вплив повномасштабної агресії на смислові інтервенції на першій ітерації має позитивний характер (шоковий вплив, дезорієнтація), проте вже на другій – набуває різко негативного вектора. Це математично фіксує фазу інституційної та громадянської консолідації (впровадження ЗУ «Про медіа», розвиток медіагігієни).

[2] Вплив одного чинника на інший верифікується через значення операційної функції:
- **(+1)** – посилення/стимуляція цільового чинника;
- **(-1)** – стримування/послаблення або якісна трансформація (придушення деструктивного впливу);
- **(0)** – нейтральність або відсутність каузального зв'язку.

- **Сценарій 9 → 3 (етична трансформація ринку).** Взаємодія комерціалізації ідентичності та національної безпеки демонструє перехід від нейтрального режиму до вираженого позитивного впливу. Це відображає якісну еволюцію медіапростору: від деструктивної «байрактарщини» до стратегії «підтримки через бренд», що підсилює безпековий контур держави.
- **Сценарій «Будь-яка вершина» → 2 (екзогенність агресії).** Унікальним результатом є стабільна нейтральність вершини 2. Жоден чинник внутрішнього українського дискурсу не впливає на стан агресії, що математично спростовує наративи про «спровокований» характер війни.

ІІІ. Емпіричний базис: інфокампанія як простір генерації наративів

Для апробації теоретичної моделі нами було реалізовано комплексну інфокампанію (за підтримки House of Europe та фінансування ЄС) [2, с. 188], де учасники деколонізаційних лекторіїв виступали не об'єктами впливу, а продюсерами контенту. Емпіричним матеріалом стали авторські медіапроєкти студентів факультету журналістики Запорізького національного університету, класифіковані за напрямами деколонізаційної оптики:

Деконструкція імперського міфу у відеоконтенті. Аналітичні відеопроєкти фокусувалися на виявленні прихованих механізмів колонізації в медіапродуктах 2000-х років. Зокрема, кейси розбору російського серіального контенту на українському телебаченні продемонстрували, як через розважальний формат формувався образ меншовартості українця. Учасники генерували контрсмисли, що руйнують ці підсвідомі установки.

Інформаційна гігієна та спростування маніпуляцій. Окремий блок контенту стосувався аналізу ворожих інтервенцій (кейс «фейкових міток», маніпуляцій Лаврова щодо нейтрального статусу). Генерування таких наративів підвищило «імунітет» аудиторії до інформаційної агресії (взаємозв'язок 5 → 6).

Візуалізація топографічного суверенітету. Плакати та відео про дерусифікацію міст продемонстрували перехід деколонізації з академічної

площини у масову норму. Це підтвердило сценарій 8 → 9: символи деколонізації нормалізуються у повсякденному просторі через візуальну культуру.

Тож, проведене дослідження та супровідна інфокампанія доводять, що когнітивна модель деколонізації є функціональним інструментом стратегічного планування. Головним результатом є виявлення того, що подолання високої інерції внутрішньої колоніальної свідомості потребує не лише контрпропаганди, а й створення умов для суб'єктного генерування контенту. Проведена інфокампанія довела: подолання високої інерції внутрішньої колоніальної свідомості потребує перетворення реципієнта на продюсера деколонізаційного контенту. Соціогуманітарний простір, насичений суб'єктними наративами, стає фундаментальним інструментом національної безпеки, здатним забезпечити стратегічну стійкість нації в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Володимир В'ятрович: Деколонізація як державна політика має стартувати. *Пресцентр Українського кризового медіа-центру.* URL: https://uacrisis.org/uk/volodymyr-v-yatrovych-dekolonizatsiya-yak-derzhavna-polityka-maye-startuvaty (дата звернення: 19.12.2025).

2. Ковпак В. Смислова матриця деколонізаційного дискурсу: когнітивне моделювання в загальній системі медіасфери. *Соціогуманітаристика в умовах війни: постколоніальна модальність та трансгенераційний потенціал : монографія* / за заг. ред. В.А. Ковпак. Запоріжжя : Гельветика, 2025. 194 с.

Анастасія Ковтун,
студентка 2 курсу магістратури,
Школа журналістики та комунікацій,
Український католицький університет,
Львів, Україна
kovtun.sn@ucu.edu.ua
Науковий керівник: ***Емілія Огар,***
докторка наук із соціальних комунікацій, професорка,
Український католицький університет

ІВЕНТ-КОМУНІКАЦІЇ ВОЛОНТЕРСЬКИХ ВІДБУДОВЧИХ ТАБОРІВ ГО «БУР» ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СВІДОМОСТІ

Активізація волонтерських спільнот та організацій в Україні стала дієвим чинником формування нового типу громадянського мислення. Процес базується на переході від соціальної пасивності до моделі активної суб'єктності, де особиста відповідальність є фундаментом суспільних трансформацій.

Окреслений світоглядний зсув зумовлює глибинні зміни української ідентичності, що набули особливої інтенсивності в умовах російсько-української війни. Як зазначає І. Мельник, сьогодні у структурі національної ідентичності визначальними стають політична й ціннісна належність до спільноти, а також актуалізація символічного виміру культури пам'яті [1, с. 42].

Громадські організації забезпечують простір для реалізації потреби у приналежності через спільну дію. Завдяки безпосередньому контакту із громадами та молоддю, їхні комунікаційні практики мають потенціал формувати нове бачення ролі громадянина та долати усталені, зокрема колоніальні, патерни мислення чи поведінки. Прикметно, що Стратегія утвердження української національної та громадянської ідентичності до 2030 року визначає їх як партнерів держави у формуванні програм і проєктів, спрямованих на підвищення громадянської активності та посилення відчуття належності до української нації [2].

Показовим прикладом можна вважати діяльність ГО «Будуємо Україну Разом», що реалізує модель підсилення молоді через волонтерство,

неформальну освіту, менторство та локальні ініціативи. Ціннісною основою діяльності БУРу є різ(в)ність, відповідальність, довіра і віра в Україну. Відбудовчі табори БУРу в різних містах і селах України [3] передбачають один–два тижні спільного проживання учасників у форматі, де поєднується фізична праця на об'єктах відновлення, культурно-освітні заходи, повторювані колективні практики та неформальна взаємодія [4]. У межах цього простору івент-комунікації функціонують як система обміну думками, переконаннями та досвідом під впливом значущих подій [5, с. 99].

Внесок відбудовчих таборів БУРу у формування громадянської свідомості значною мірою проявляється через міжрегіональний діалог. Учасники з різних регіонів України взаємодіють у спільній праці та повсякденному побуті, знайомляться з локальними звичаями й життєвими практиками одне одного, чим долають стереотипи про нібито поділеність українського суспільства. Обов'язковим компонентом програми є дослідження громади, де організовано табір, – через локальні екскурсії та ознайомлення з історичним і символічним контекстом місця. Спільна робота над конкретним об'єктом відбудови (молодіжні простори, пошкоджені будинки, інші громадські місця) додатково формує горизонтальні зв'язки та відчуття спільної відповідальності за простір і громаду. Окрім того, самі ж громади та місцеві жителі залучаються до спільного процесу через неформальне спілкування та участь у відкритих подіях табору.

Окремо варто виділити інтеграцію культури пам'яті в практичну діяльність волонтерських таборів БУРу. Зокрема, відбудовчий табір, проведений у Парку Пам'яті Нескорених на Житомирщині у травні 2025 року, поєднав благоустрій території та співтворення посібника з інструментарієм пам'ятування і рекомендаціями щодо організації подібних ініціатив. Водночас культура пам'яті є наскрізною частиною інших таборових просторів БУРу через візуальні текстові згадки про тих, хто міг би бути частиною табору, але нині перебуває у лавах захисників України.

Ще однією складовою роботи відбудовчих таборів БУРу є культурно-освітня програма. Лекції, рефлексії, спільні перегляди тематичних фільмів та неформальні розмови створюють можливість для обговорення питань ідентичності, історії, війни та відповідальності без нав'язування єдиної інтерпретаційної рамки. Освітній компонент таборів працює як провідний інструмент формування громадянської свідомості, адже стимулює критичне ставлення до успадкованих наративів і заохочує до формування власної позиції.

Виразною комунікаційною фігурою в межах таборів є кемп-лідер, який виконує функцію медіатора між цінностями ГО «БУР» та індивідуальним досвідом учасників. Модель кемп-лідерства, заснована на фасилітації та підтримці, підважує уявлення про владу як домінування, пропонуючи натомість горизонтальну взаємодію та співучасть.

Приклад волонтерських відбудовчих таборів ГО «Будуємо Україну Разом» засвідчує, що волонтерство у поєднанні з неформальною освітою та ціннісно об'єднаною спільнотою формують відповідальну й свідому громадянську позицію залучених учасників. Комунікаційні інструменти, як-от спільні рефлексії, міжрегіональний діалог та тематичні дискусії, наповнюють цю співдію змістом, що сприяє згуртуванню та розбудові сучасного українського суспільства.

Список використаних джерел

1. Мельник І. Війна Росії проти України: трансформація громадянської солідарності та ідентичності. Особистість як простір випробування та формування культури (в умовах воєнного стану) : зб. матер. І Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 15-17 травня 2025 року. Київ : НАКККіМ, 2025. С. 40–43. URL: https://surl.lu/bcjazq (дата звернення: 12.12.2025).

2. Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та затвердження

операційного плану заходів з її реалізації у 2023—2025 роках : Постанова від 15 грудня 2023 р. № 1322. URL: https://surli.cc/qxfwbx (дата звернення: 13.12.2025).

3. Хто ми. Будуємо Україну Разом : вебсайт. URL: https://www.bur.org.ua/hto-my/ (дата звернення: 13.12.2025).

4. БУР-табір: що це та з чим його їдять. Гайд від волонтерки. Будуємо Україну Разом : вебсайт. URL: https://www.bur.org.ua/bur-tabir-shho-cze/ (дата звернення: 13.12.2025).

5. Дюжева К. Теорія і практика event-комунікації. Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти: зб. матер. XII Міжнар. наук.-практ. конф. м. Львів, 29-30 травня 2024 року. Львів, 2024. С. 99–100. URL: https://surli.cc/mrrdee (дата звернення: 09.12.2025).

Максим Ливада,
аспірант факультету журналістики 2 року навчання,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
m.lyvada@gmail.com
Науковий керівник: ***Алла Тернова,***
кандидатка філологічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри журналістики,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
alla.ternova2008@gmail.com

ВІДНОВЛЕННЯ ТЕЛЕРАДІОМОВЛЕННЯ НА ДЕОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ ЯК СКЛАДОВА ДЕКОНСТРУКЦІЇ КОЛОНІАЛЬНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

Відновлення телерадіомовлення на деокупованих територіях України є не лише технічним або інфраструктурним завданням, а передусім складником ширшого процесу деконструкції колоніального та імперського медіадискурсу. Умови повномасштабної війни актуалізували роль аудіовізуальних медіа як інструменту реінтеграції деокупованих територій у національний комунікаційний простір та протидії ворожій пропаганді. Досвід попередніх років свідчить, на думку фахівця відділу інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства Національного інституту стратегічних досліджень С. Гнатюк, що навіть за наявності частково відновленої інфраструктури мовлення інформаційна ситуація на звільнених і прифронтових територіях залишається критичною. Зокрема, ще у 2016 році фіксувалося фрагментарне покриття українським сигналом навіть на звільнених територіях Донецької та Луганської областей, тоді як мовлення окупаційних адміністрацій приймалося практично повсюдно [2].

Ця асиметрія сигналу та змісту створювала передумови для тривалого домінування колоніальних інформаційних наративів навіть після формального звільнення територій. У цьому контексті колоніальні наративи слід розглядати не лише як сукупність пропагандистських повідомлень, а як цілісну систему смислів, спрямовану на легітимацію імперського контролю, викривлення

історичної пам’яті та нав’язування меншовартості колонізованим спільнотам. Саме тому деконструкція таких наративів у медійному просторі є необхідною умовою запобігання їх повторній актуалізації після деокупації [5].

Важливо підкреслити, що проблема відновлення мовлення не зводиться до кількості передавачів або зон покриття. Навіть за умов запуску FM та телевізійних передавачів ключовим чинником залишається характер контенту, який транслюється одразу після деокупації. За відсутності якісного локального та національного контенту, орієнтованого на реальні потреби громад, виникає феномен «новинних пустель» – територій, де формально існують канали комунікації, але вони не забезпечують критичних інформаційних потреб населення<…> Дослідження «Новинні пустелі в Україні» демонструє, що нестача локального контенту, кадровий дефіцит та фінансова нестійкість регіональних редакцій призводять до інформаційної ізоляції громад, що особливо небезпечно для деокупованих територій у перехідний період [6].

У такому середовищі російська пропаганда або залишкові імперські наративи зберігають вплив навіть без прямої присутності окупаційних медіа. Наявність інформаційних «порожнеч» у деокупованих регіонах створює сприятливі умови для збереження прихованих смислів і наративних патернів, які можуть відтворюватися навіть у формально українському медіаконтенті. Дослідження українського онлайн-медіадискурсу засвідчують, що ознаки колоніального мислення здатні проявлятися у непроговореності колоніальної історії, мовних практиках та фреймах подання подій, що ускладнює формування повноцінного постколоніального медіаполя [7].

Окремої уваги потребує питання фінансування аудіовізуальних медіа деокупованих територій. Якщо у 2022 році після перших хвиль деокупації спостерігався сплеск міжнародної уваги, грантових програм та донорської підтримки, то станом на 2024–2025 роки, як зазначає перший заступник Голови Держкомтелерадіо Д. Червак, ситуація суттєво ускладнилася. Про це свідчать як публічні заяви представників Держкомтелерадіо, так і фактичне згортання

окремих медійних проєктів. Зокрема, у 2024 році підкреслювалося, що місцеві медіа на деокупованих і прифронтових територіях часто залишаються єдиним каналом інформування, однак потребують системної державної та донорської підтримки [9].

Показовим є приклад припинення роботи проєкту «Новини Приазов'я», який спеціалізувався на висвітленні подій у Херсонській області та на півдні України. Проєкт вимушено припинив свою діяльність через відсутність стабільного фінансування, попри його стратегічну важливість для регіону [1].

Така практика свідчить про системну кризу підтримки регіонального мовлення у середньостроковій перспективі. У контексті деколонізації медіапростору аудіовізуальні медіа виконують функцію не лише інформування, а й відновлення соціальної згуртованості, особливо серед вразливих груп населення, які пережили окупацію, вимушене переміщення або тривалу інформаційну ізоляцію [8]. У ширшому постколоніальному контексті відновлення мовлення на деокупованих територіях слід розглядати як елемент подолання маргіналізації та стану соціокультурної невизначеності, що є наслідком тривалого колоніального та посттоталітарного впливу [4]. Саме аудіовізуальні медіа відіграють ключову роль у відновленні історичної пам'яті, переосмисленні імперських наративів та формуванні стійкої національної ідентичності в умовах війни.

Таким чином, відновлення телерадіомовлення на деокупованих територіях ми можемо трактувати як елемент політики деколонізації, спрямований на витіснення імперських наративів не лише через фізичне повернення сигналу, а й через формування змістовно нового, контекстуально чутливого та фінансово стійкого медіаполя. Без довгострокових механізмів підтримки локальних і регіональних медіа існує ризик повторної маргіналізації цих територій у національному інформаційному просторі, що суперечить завданням постколоніальної трансформації та відновлення громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Вишинська М. Проєкт «Новини Приазов'я», що розповідав про Херсонщину та південь України, призупинив роботу. URL: https://mstl.ink/s/?l=hDXL4 (дата звернення: 15.12.2025).

2. Гнатюк С. Актуальні проблеми впровадження національного мовлення на непідконтрольних і звільнених територіях України. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: https://mstl.ink/s/?l=XFbuS (дата звернення: 10.12.2025).

3. Данькова Н. Хто та як допомагає регіональним медіа під час війни (частина 2). *Детектор медіа*. URL: https://mstl.ink/s/?l=Klcnj (дата звернення: 11.12.2025).

4. Лазарович Н., Король Н. Дискурс постколоніалізму в контексті сучасного українського соціокультурного простору. *Культурологічний альманах*. 2025. № 1. С. 345–351. DOI: https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.1.39.

5. Лук'янов Є. Феномен і проблема деконструкції колоніальних наративів: теорія та практичні перспективи. *Образ*. 2025. № 3 (49). С. 18–26. DOI: https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-18-26.

6. Новинні пустелі в Україні. *Media Development Foundation*. URL: https://mstl.ink/s/?l=N34VW (дата звернення: 09.12.2025).

7. Рудченко А. Ознаки колоніальності в сучасному українському медіадискурсі (на прикладі онлайн-медіа). *Komunikacja i Konteksty*. 2018. Т. 1. Р. 145–156. DOI: http://dx.doi.org/10.16926/kik.2018.01.09.

8. Соціальна згуртованість в Україні: виклики та бар'єри для вразливих груп. *Громадянська мережа «ОПОРА»*. URL: https://mstl.ink/s/?l=SeZfm (дата звернення: 15.12.2025).

9. Червак Д. Держкомтелерадіо підтримує відновлення друкованих медіа на деокупованих територіях. *Урядовий портал*. URL: https://mstl.ink/s/?l=bWDrn (дата звернення: 15.12.2025).

Роман Пикалюк,
кандидат філологічних наук, доцент,
Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка,
Кропивницький, Україна
r.v.pykaliuk@cuspu.edu.ua

РОЛЬ РЕКЛАМНИХ І PR-АГЕНЦІЙ У ПРОСУВАННІ БРЕНДУ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

З початку російського повномасштабного вторгнення в 2022 році виникла гостра потреба в формуванні геополітичного і культурного бренду України. Розбудова позитивного іміджу України в міжнародному інформаційному просторі була спрямована на те, щоб протидіяти ворожим культурним наративам і отримати підтримку світової спільноти. Формування бренду України в умовах повномасштабної війни стало системним процесом, до якого були залучені як державні органи (Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство цифрової трансформації України, Центр стратегічних комунікацій та цифрової безпеки), так і рекламні та PR-агенції. Взаємодія держави і креативної індустрії в розбудові бренду України привертає увагу вітчизняних [1], [2] і зарубіжних [3] дослідників. Зокрема, дослідники [3] розглядають рекламні та PR-кампанії як чинник «цивільної м'якої сили» (civilian soft power), яка конструює образ України, акцентуючи увагу на окремих концептах (стійкість, підтримка ЗСУ, волонтерство тощо).

З 2022 року головні акценти й меседжі рекламних кампаній, спрямованих на просування бренду України, змінюються. Зокрема, на початку повномасштабної війни «залежність від військової та політичної підтримки західних країн спонукало українську владу розбудовувати національний бренд спільно з креативною індустрією» [1, с. 238]. Найбільш масштабною рекламною кампанією в цей період стала кампанія «Be Brave Like Ukraine», розроблена рекламним агентством Banda з ініціативи Офісу Президента України, Кабінету

Міністрів України, Міністерства культури й інформаційної політики і Міністерства цифрової трансформації. В рамках кампанії була розміщена зовнішня реклама в містах 15 країн світу. В рекламних меседжах наголошено на універсальних цінностях (хоробрість, свобода, демократія). Україна позиціонується як суб'єкт, що захищає свободу й демократію для всього світу.

В 2022 році результатом співпраці держави і рекламних та PR-агентств стало створення НГО Brand Ukraine, яка перейняла на себе ключову роль у розвитку бренду України. Основними напрямами її діяльності стала робота з окремими цільовими групами в соціальних мережах (зокрема, розбудова екосистеми англомовних сторінок у соцмережах Ukraine.ua), культурна дипломатія (наприклад, рекламна кампанія «Shchedryk») тощо.

З 2023 року рекламний креатив, спрямований на просування бренду України в міжнародному інформаційному просторі, стає більш сегментованим. Окремі меседжі були розроблені для еліт, масових аудиторій, креативних і бізнес-спільнот. За оцінками Brand Ukraine, близько 50% кампаній, реалізованих у цей період спрямовані на те, щоб Україна сприймалась як активний суб'єкт, а не лише країна-жертва, ще 20% – на показ України поза контекстом війни (як країну з автентичною культурою, розвиненими технологіями тощо) [4].

Іншим проявом «м'якої сили» в популяризації бренду України є представлення рекламного креативу на міжнародних конкурсах реклами (Cannes Lions, Epica, Gerety Awards тощо). В 2024-2025 роках незалежні рекламні агенції поширюють основні меседжі, які сформувались у попередній період, представляючи свої роботи на конкурсах. Найбільшого визнання в цей період отримала рекламна кампанія «Minefield Honey: Harvesting Hope» від агенції Saatchi&Saatchi. В 2025 році проєкт отримав золоту нагороду в конкурсі Cannes Lions.

Отже, взаємодія державних органів із рекламними та PR-агенціями створює стійку систему, яка сприяє просуванню бренду України в

міжнародному інформаційному просторі. У своєму розвитку від 2022 року ця система стає все менш централізованою. Держава формує стратегічні цілі брендингу, а незалежні агенції реалізують рекламні кампанії, які підсилюють або конкретизують образ України для світової спільноти.

Список використаних джерел

1. Omelchenko, M. (2024). Ukrainian wartime nation branding during the Russo-Ukrainian war. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35(74), №1. Ч. 2. С. 236–245. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/38.

2. Kochkina, N., Katsiuba S., Kanishchenko O., Gatto G. Wartime transformation of advertising discourse in Ukraine: a cultural perspective on civilian soft power. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*. 2025, P. 559–582. DOI: 10.1080/25739638.2025.2559385.

3. Nilsson, A., Ekman, M. «Be Brave Like Ukraine»: Strategic Communication and the Mediatization of War. *National Security And The Future*. 1(25). 2024, P. 21–64. DOI: https://doi.org/10.37458/nstf.25.1.2.

4. Brand Ukraine. Ukraine's Global Perception Report 2024. URL: https://brandukraine.org.ua/documents/189/eng_UKRAINES_GLOBAL_PERCEPTION_REPORT_2024_web.pdf.

5. FOI (Swedish Defence Research Agency). All Eyes on Ukraine. URL: https://www.foi.se/rest-api/report/FOI-R--5758--SE.

Денис Пінчук,
аспірант,
кафедра української літератури,
компаративістики і грінченкознавства,
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна
d.pinchuk.asp@kubg.edu.ua
Науковий керівник: ***Олена Бондарева,***
д.ф.н, професор

ДЕКОЛОНІЗАЦІЯ ЦИВІЛЬНОГО ГОЛОСУ: ЗАМІЩЕНА СУБ'ЄКТНІСТЬ ЯК СВІТОГЛЯДНА СТРАТЕГІЯ У ПОЕЗІЇ НЕКОМБАТАНТІВ (2022–2024)

Вступ

Імперський дискурс війни традиційно пропонує цивільному населенню дві суб'єктні позиції: пасивної жертви або вдячного реципієнта військового захисту. Обидві позиції позбавляють некомбатанта агентності — здатності діяти на війну, а не лише зазнавати її впливу. Українська поезія 2022–2024 років, створена авторами-цивільними, демонструє альтернативну світоглядну стратегію, яку ми визначаємо як заміщену суб'єктність: дискурсивний механізм перенесення суб'єктності на нелюдських акторів: міста, будівлі, технології, абстрактні поняття, особливо коли людина-некомбатант структурно позбавлена можливості прямої дії.

Це не втеча від суб'єктності, а її реконфігурація, адже травматичний досвід залишає автора людиною, тоді як агентність тимчасово делегується іншим носіям. Така стратегія формує специфічний цивільний світогляд війни, що існує поза бінарною опозицією комбатантського дискурсу.

Буде розглянуто заміщену суб'єктність як деколоніальну практику, спосіб конструювання цивільної епістемологічної позиції, що протистоїть імперському привласненню воєнного досвіду. Матеріалом слугує поезія Галини Крук, В'ячеслава Левицького, Даші Суздалової.

Метою дослідження є концептуалізувати заміщену суб'єктність як деколоніальну світоглядну стратегію некомбатантського дискурсу.

Основні результати

Поняття суб’єктності у воєнному дискурсі традиційно пов'язане з комбатантами — тими, хто має легітимне право застосовувати силу та впливати на перебіг подій. Цивільне населення у цій парадигмі залишається об'єктом впливу: його евакуюють, захищають, рятують або — у випадку імперського насильства — знищують. Деколоніальна критика [1] виявляє в цій конфігурації колоніальну матрицю влади: право на дію закріплене за певними суб'єктами, тоді як інші приречені на пасивність.

Українська некомбатантська поезія пропонує альтернативу. Автори-цивільні не приймають позицію жертви, але й не імітують комбатантську риторику. Натомість вони конструюють специфічний тип суб'єктності через механізм, який ми пропонуємо назвати *заміщеною суб’єктністю*: перенесення здатності діяти на нелюдських акторів: урбаністичні простори, технологічні об'єкти, абстрактні сутності.

Важливо розрізняти заміщену суб’єктність і персоніфікацію як літературний троп. Персоніфікація надає неживому людських рис із метою художньої виразності. Заміщена суб’єктність — функціональна відповідь на структурну неможливість дії: місто діє *замість* людини, яка не може діяти сама, а не *як* людина в метафоричному сенсі.

Аналіз матеріалу

У поезії Галини Крук побутові об'єкти стають носіями відкладеної агентності. У вірші «Наш відключений холодильник» предмет домашнього вжитку перетворюється на сховище розділеної присутності: магнітики з різних країн фіксують місця, де пара не була разом, але могла б бути [2]. Холодильник не просто зберігає — він акумулює, тримає простір для майбутнього, яке війна відтермінувала. Коли структурні умови унеможливлюють спільність, побутовий об'єкт перебирає на себе функцію зв'язку. Фінальний рядок — «Повертаюся до тебе звідусіль, як магнітик» [2] — фіксує момент, коли сама людина уподібнюється до замісника, підпорядковуючись тій самій силі притягання.

В'ячеслав Левицький демонструє інший модус заміщеної суб’єктності: у його текстах технологічні об'єкти: телефони, месенджери, сирени стають носіями дії [3]. Комунікаційні технології не просто передають інформацію, а діють: попереджають, з'єднують, рятують. Людина-некомбатант залишається реципієнтом цих дій, зберігаючи при цьому авторську позицію як той, хто фіксує та осмислює.

Даша Суздалова демонструє акустичний модус заміщеної суб’єктності. У її вірші суб'єкт перебуває в стані структурної перевантаженості — «набилися під шкіру так що й / могти було нікуди» [4]. Коли людська спроможність до дії заблокована, агентність переходить до звуку: «стулки прочиняються звук знаходить свій шлях». Звук стає тим, хто діє — знаходить, прокладає шлях, долає перешкоди. Тіло у цьому тексті функціонує не як агент, а як медіум, через який звук реалізує свою дію — «клацнути всіма отворами за раз» [4]. Це найбільш тілесно позначена форма заміщеної суб’єктності, де межа між суб'єктом і носієм делегованої дії стає проникною.

Деколоніальний вимір

Заміщена суб’єктність функціонує як деколоніальна практика на кількох рівнях. По-перше, вона відмовляється від нав'язаної імперським дискурсом бінарності «комбатант/жертва», створюючи третій вимір цивільної суб'єктності. По-друге, вона легітимізує некомбатантський досвід як повноцінне джерело знання про війну, а не лише матеріал для співчуття. По-третє, вона зберігає людяність автора: травматичний досвід залишається при суб'єкті, делегується лише дієвість, таким чином це фактично є стратегія дискурсивного виживання, а не дегуманізація.

Формування такого світогляду має культурно-просвітницьке значення: поезія некомбатантів пропонує читачеві когнітивну модель для осмислення власної позиції в умовах війни, альтернативну до імперських схем «захисника» і «жертви».

Висновки

Заміщена суб’єктність у поезії українських некомбатантів постає не як естетичний прийом, а як світоглядна стратегія, що дозволяє цивільному суб'єкту зберегти активну позицію в умовах структурної неможливості прямої

дії. Перенесення дієвості на міста, технології та абстрактні сутності створює альтернативну епістемологію воєнного досвіду — таку, що не вписується в імперську бінарність «комбатант/жертва».

Деколоніальний потенціал цієї стратегії полягає у легітимізації цивільного голосу як повноправного джерела знання про війну. Поезія некомбатантів не лише фіксує травму, але й формує когнітивні моделі, через які читач може осмислити власну суб'єктність в умовах воєнного часу.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі рецепції цих текстів та їхньої ролі у формуванні колективного світогляду української спільноти.

Список використаних джерел

1. Mignolo W. Learning to Unlearn: Decolonial Reflections from Eurasia and the Americas. Ohio State University Press, 2022.

2. Крук Г. Наш відключений холодильник. Люблю тебе звідусіль. Незвіданої землі все ще багато, можна їхати і їхати, доки не впрешся чолом у. *Facebook*. URL: https://www.facebook.com/halyna.kruk/posts/pfbid0xWN4cbA78xFRojh5ugze6JYjjdZLb3NVE1Gk5bq1igRSt4LbGMREBbuFEHijPBu6l.

3. Левицький В. Сиренарій. *Посестри*. Часопис. 2022. № 39.

4. Suzdalova D. Усе що мало тенденцію до всихання було поспішно відмежоване і потім ми запросили на свято великих помірно хижих сусіде I. *Facebook*. URL: https://www.facebook.com/supersuzdalova/posts/pfbid02ZpDLNmtQWhGu6ncLN2xXrANxbrHhG7cy9MMhVPH8jv8gJ97GaTfRv4tFbDq6Um6gl.

Тетяна Плеханова,
кандидатка філологічних наук, доцентка,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
plekhanova@i.ua
Максим Буковський,
студент факультету журналістики,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
flyenishi@gmail.com

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ВИДАВНИЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Воєнний стан є надзвичайно потужним макросоціальним і макроекономічним фактором, який радикально змінює умови функціонування бізнесу та комунікаційного середовища. У період війни традиційні ринкові механізми порушуються, а маркетингові рішення ухвалюються в умовах підвищеної невизначеності, ризику та обмеженості ресурсів. Воєнний час доцільно розглядати не як чергову кризу, а як окремий маркетинговий і комунікаційний контекст, що вимагає принципово інших підходів до взаємодії з аудиторією [1, с. 27].

У таких умовах маркетинг перестає виконувати винятково функцію стимулювання продажів і дедалі більше перетворюється на інструмент соціальної, культурної та ціннісної комунікації. Комунікаційні меседжі брендів мають бути чутливими до емоційного стану суспільства, враховувати травматичний досвід війни та відповідати очікуванням аудиторії щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Зміни у споживацькій поведінці під час війни. Воєнні дії суттєво трансформують споживацьку поведінку. Насамперед зростає емоційний компонент ухвалення рішень: страх, тривога та невизначеність формують потребу у стабільності, безпеці та довірі. У цих умовах споживачі стають більш чутливими до цінностей бренду, його позиції щодо війни та суспільної відповідальності.

Однією з ключових тенденцій є зміщення попиту на користь національного продукту. Значна частина українських споживачів свідомо обирає товари та послуги українських брендів, розглядаючи споживання як форму підтримки держави та національної економіки. Нейтральна або аполітична позиція видавничого бізнесу часто сприймається негативно, тоді як чітка проукраїнська позиція підвищує рівень довіри та лояльності.

Паралельно спостерігається зростання цінової чутливості, обережності у витратах та орієнтації на базові потреби. Це змушує компанії переглядати не лише асортимент і цінову політику, а й тональність комунікацій – від агресивної реклами до емпатійного діалогу з аудиторією.

Трансформація маркетингових і PR-комунікацій у воєнний період. У воєнний час змінюється характер маркетингових комунікацій. Замість традиційних рекламних стратегій на видавничому ринку домінують ціннісні, соціальні та іміджеві меседжі. Основний акцент переноситься з продукту на сенси – підтримку, солідарність, стійкість, національну ідентичність.

Комунікації видавничих брендів стають більш стриманими, тактовними та емоційно виваженими. Важливу роль відіграє правильний вибір символів, слів і візуальних образів, оскільки будь-яка недоречність може викликати негативну реакцію суспільства. Успішні комунікаційні стратегії ґрунтуються на емпатії, щирості та реальній користі для громади [2, с. 6].

Водночас значно зростає роль цифрових каналів комунікації. Соціальні мережі, онлайн-платформи, месенджери та електронна комерція стають основними інструментами підтримки контакту з аудиторією, особливо в умовах логістичних обмежень, комендантської години та перебоїв з енергопостачанням.

Видавнича сфера як елемент національного комунікаційного простору. У воєнний період видавнича галузь набуває особливого значення як носій культурної пам’яті, ідентичності та національного наративу. Книга перестає бути лише товаром і стає культурним та ідеологічним продуктом, який

формує світогляд, підтримує моральну стійкість суспільства та сприяє збереженню національної суб'єктності.

Українські видавництва адаптують свої маркетингові стратегії до нових реалій, зосереджуючись на просуванні українського контенту, актуальних тем: війни, історії, ідентичності та досвіду сучасної України. Підвищується попит на книги українських авторів, нон-фікшн, публіцистику та літературу, що осмислює воєнні події.

Маркетингові комунікації видавництв дедалі частіше включають елементи патріотичних меседжів, соціальної відповідальності та підтримки Збройних сил України. Таким чином, видавнича справа стає частиною ширшого процесу формування національного гранд-наративу.

Адаптація маркетингових стратегій видавництв у кризових умовах. Воєнні умови змушують видавництва впроваджувати гнучкі та адаптивні маркетингові рішення. Серед ключових напрямів адаптації – активний перехід до онлайн-просування, розвиток інтернет-магазинів, використання соціальних мереж та краудфандингових платформ.

Значну роль відіграє оптимізація маркетингових бюджетів та вибір економічно ефективних інструментів комунікації. Контент-маркетинг, прямі комунікації з аудиторією та формування спільнот навколо бренду стають пріоритетними стратегіями.

Особливого значення набуває утримання лояльної аудиторії. В умовах війни довіра до бренду формується не через масштабні рекламні кампанії, а через послідовність дій, прозорість, соціальну позицію та готовність бути корисним суспільству.

Соціальна відповідальність як складова маркетингової комунікації. Соціальна відповідальність видавничого бізнесу в умовах війни перетворюється з додаткової опції на необхідну складову маркетингової стратегії. Участь у благодійних ініціативах, підтримка військових, допомога постраждалим та

внутрішньо переміщеним особам стають важливими елементами публічного образу та бренду видавництва.

Для видавничої галузі це може проявлятися у виданні соціально важливих книг, організації благодійних зборів, інформаційній підтримці актуальних суспільних тем. Такі дії підсилюють довіру аудиторії та закріплюють бренд видавництва як відповідального учасника національного інформаційного простору.

Маркетингові та комунікаційні стратегії у видавничій справі в умовах воєнного часу зазнають глибокої трансформації. Воєнний період доцільно розглядати як окремий маркетинговий контекст, у межах якого ключовими стають не комерційні показники, а цінності, сенси та соціальна роль бізнесу.

Видавнича сфера відіграє важливу роль у формуванні національної суб'єктності, підтримці культурної ідентичності та просуванні українського гранд-наративу через маркетингові та PR-комунікації. Ефективні стратегії видавництв ґрунтуються на емпатії, цифровізації, соціальній відповідальності та глибокому розумінні змінених потреб аудиторії.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С. М. Маркетинг в умовах нестабільного середовища. Суми : Університетська книга, 2021. 304 с.

2. Іванова Т. В. Поведінка споживачів в умовах криз та воєнних ризиків. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2023. № 2. С. 45–54.

Тетяна Рогова,
кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцент,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
TATA_ZAHARS@ukr.net

ЦИФРОВА ДЕМОНСТРАЦІЯ СМЕРТІ (НА ПРИКЛАДІ КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ)

Засилля патогенних інформаційних приводів та стрімкий розвиток диджитал-технологій змушують суспільство кардинально змінювати звички, погляди, у тому числі, і на момент настання фінальної життєвої точки. У 2016 р. Б. Амброзіно одним з перших в медійній практиці в епістолярній манері описав те, як настає смерть в цифрову епоху, продемонструвавши ситуацією зі своєю померлою тіткою. Автор припустив: «Настане час, коли в соціальній мережі Facebook померлих користувачів стане більше, ніж живих. А для тих, хто буде живим свідком цього процесу, сприйняття смерті зміниться назавжди» [1]. Сторінки в соціальних мережах стали повноцінними щоденниками, де люди транслюють події свого життя, і останньою подією у ньому стане некролог, написаний на сторінці користувача, але вже не ним і після його смерті. Автор додає: «Число померлих на Facebook швидко зростає. Вже у 2012 р., всього через вісім років після запуску платформи, в мережі було 30 млн профілів померлих користувачів. І їх стає дедалі більше. За деякими оцінками, щодня вмирають понад 8000 користувачів Facebook» [1].

Сміливо можна говорити про появу нового напрямку науки – кібертанатології – міждисциплінарної предметної галузі, що об'єднує поле дослідження з анатомії, психології, соціальних комунікацій, кібернетики, цифрових технологій. Інколи зустрічаємо синонімічне поняття – цифрова танатологія [3, с. 208], а серед постатей у світовій науці, хто підіймав питання у своїх розробках, варто назвати таких: М.Гіббс, Т.Лівер, М.Массімі, Н.Райт, П.Стокс, Д.Уберман, Т.Хатчінгс та інших.

Медійники з України працюють у цьому науковому полі, імплементуючи розробку у практичну сферу, зокрема створюючи матеріали для платформ пам'яті, сайтів-«дошок пошани», сторінок певних організацій (найчастіше військових підрозділів – прим. авт.), що присвячені загиблим у війні людям. Ця практика бере свій початок з періоду друкованої преси – некрологів у газетах, журналах, які направлені на те, щоб зробити публічним факт смерті, коли в іншому випадку він би залишався у вузькому родинному колі.

Оскільки сучасна людина одночасно існує у біологічному та цифровому світах, варто говорити і про смерті саме у цих вимірах. Цифрова смерть – це смерть людини у цифровому світі, яка наступає разом із біологічною. Всі її цифрові активи складають цифрову спадщину. І досі не вирішеним на законодавчому рівні залишається питання – кому ця спадщина перейде (у випадку відсутності заповіту), хто має право у подальшому нею розпоряджатися.

Дослідниця культурологічних питань Н. Кобижча зауважує: «Фізична смерть людини (смерть тіла) призводить до смерті "Я", але "цифрове Я" продовжує своє існування на безмежних просторах інтернету. Тобто біологічна смерть людини виявилася недостатньою умовою її "зникнення" із семіотичного тіла культури та суспільства, оскільки в цифровому просторі складається інший просторово-часовий континуум, і завдяки танатотехнологіям померла людина продовжує свою знаково-символічну присутність» [3, с. 207].

Уперше про цифрову смерть як способу встановлення меморіального зв'язку із померлими, елементу цифрової похоронної індустрії заговорили в 2019 році на сторінках журналу «Sas et al». Серед відомих монографій, присвячених цій тематиці варто назвати авторські розвідки «Посмертя в Інтернеті: Віртуальне Спасіння у 21 столітті» Кевіна О'Нілла (O'Neill 2016), «Проживання та вмирання у віртуальному світі» Маргарет Гібсон та Класріси Карден (Gibson & Carden 2018), «Цифрові душі: Філософія Онлайн-Смерті» Патріка Стоукза (Stokes 2021), «Цифрова смерть, цифрові активи та посмертна

конфіденційність: теорія, техніки та право» Едіни Харбін'ї (Harbinja 2022); а також колективні збірники, зокрема «Посмертне суспільство: до соціології безсмертя» (Jacobsen 2017) та «Цифрове Посмертя: Значення Смерті за Цифрової доби» (Savin-Baden & Mason-Robbie 2020) [цит. за 4, с. 156]. Дослідник Д. Король чи не одним із перших у вітчизняному науковому просторі зумів поєднати різні наукові підходи, аналізуючи нові культурні практики рецепції смерті за цифрової доби. На його думку: «Якщо зараз запитати пересічних співрозмовників про те, чи стикалися вони з такими поняттями, як «віртуальні цвинтарі», «детботи» чи принаймні «жалобні боти», то багато хто відповість негативно. Але здебільшого не здивуються – адже все це існує, і до того ж виникло не «вчора». Хоча ще тридцять років тому подібні словосполучення були б сприйняті радше як терміни з науково-фантастичних творів у жанрі кіберпанк» [4, с. 146].

За словами експерта з цифрової безпеки Павла Бєлоусова, традиція цифрової смерті у нашому суспільстві ще не сформувалася. «У людства немає достатнього досвіду. Тисячоліттями був присутній фактор біологічної смерті, тому ми знаємо, що з нею робити. А навколо смерті у соцмережах культура ще не сформувалася. Ніхто поки не готовий задавати загальні тренди. Все доволі умовне і звужене до конкретної платформи» [6].

В Україні після повномасштабного вторгнення активно запрацювала платформа «Меморіал», де на превеликий жаль щодня з'являються повідомлення про загибель воїнів-оборонців. Так, одна зі сторінок присвячена Михайлу Коцюбайло (Да Вінчі) [2]. Після того, як стало достеменно відомо про його загибель під Бахмутом 7 березня 2023 р., багато військових, друзів, публічних осіб опублікували дописи з фотографіями з полеглим героєм на власних сторінках в соціальних мережах, в яких з вдячністю згадували дружбу з Да Вінчі. У цей же день Президент України В. Зеленський записав звернення-посвяту [7] для розміщення на своїх офіційних сторінках у соціальних мережах, а під час поховання у Києві особисто відвідав траурну церемонію.

У часи засилля патогенних приводів тема смерті, подача таких інформаційних приводів згідно із ритуальними траурними традиціями характеризується певними викликами, серед яких:

1. Близькі загиблого/загиблої можуть у епітафії викласти на емоціях інформацію, яку покійний/покійна не хотіли б розголошувати для широкої спільноти.

2. Використання емоційно забарвленої, часом не цензурної лексики.

3. Потенційно про факт смерті близької людини родичі можуть дізнатися через соціальні мережі, а не від командування, лікарів, що спровокує підвищену шокову реакцію.

Варто не лише делікатно підходити до публікацій подібного характеру, але і не гнатися за хвилею хайпу, підвищеної уваги до власної сторінки, використовуючи тематичні гештеги, чи відзначаючи за допомогою символу «@» особу померлого/померлої. На думку О. Кохановської, треба суттєво відпрацювати законодавчі інструменти, «…де людина зможе "відпрацювати", уявити власну смерть, в якому за нею, як за "покійною", буде закріплена локація, і яка водночас буде мати "нішеві" соціальні простори для скорботи» [5, с. 102–108].

Серед потенційних сценаріїв розвитку на найближче майбутнє ситуації демонстрації смерті в соціальних мережах, виділимо такі:

1. Традиційний. Одразу після фізичної смерті людини її друзі на її сторінці (у випадку, якщо вона відкрита), або у себе на сторінках із відміткою людини через символ «@» виставляють некрологи, спогади, слова вдячності, абревіатуру «R.I.P».

2. Індивідуальний. Людина, передбачаючи свою смерть, пише слова прощання зі світом, і залишає цей файл для публікації довіреній особі, яка опублікує його у певний час.

3. Поширення сервісів «віртуальної душі» – цифрових аватарів, наприклад, як проєкт Eterni.me (з 2014 р).

4. Трансгуманний – створення роботизованих копій померлих людей на основі ШІ, що віддтворюватимуть не лише звичну поведінку, але думки і

погляди раніше живих прототипів (автор концепції трансгуманізму – Мартін Ротблатт, «United Therapeutics»).

На момент підготовки тез, було проаналізовано популярність тематичних гештегів в інстаграм. Ключове слово #смерть налічувало 834 тис. дописів (але варто говорити про те, що українською і російською слово пишеться однаково – прим. авт.), а ось тег #смертьворогам – 52,9 тис. дописів, #цифрова смерть – менше 100 дописів, #death – 12,3млн., #digitaldeath – понад 5000 дописів. Отже, кількісний аналіз використання тематичних гештегів дає підстави стверджувати, що тема актуальна, але у більшості саме в англомовних регіонах, проте варто припустити, що в Україні, особливо на тлі військових подій, науковий і практичний інтерес до цифрової смерті буде зростати, а відтак будуть змінюватися кількісно і змістовно тематичні ключові слова.

Список використаних джерел

1. Амброзіно Б. Memento mori: як змінюється сприйняття смерті в цифрову добу? *BBC. com*. URL: https://surl.li/qzgbql (дата звернення: 18.12.2025).

2. Дмитро Коцюбайло. *Меморіал. Платформа пам'яті*. URL: https://surl.li/iivwlv (дата звернення: 18.12.2025).

3. Кобижча Н. «Цифрова смерть та безсмертя» у сучасному науковому дискурсі. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2023. № 6 (1). С. 205–216. DOI: https://doi.org/10.31866/2617-796X.6.1.2023.283991.

4. Король Д. Нові культурні практики рецепції смерті за цифрової доби. Культурні практики в контексті модерних тенденцій глобалізації : монографія / [Демчук Р., Олійник О., Буценко О., Король Д., Богуцький А. ; Інститут культурології Національної академії мистецтв України]. Київ : ІК НАМ України, 2024. С. 146–189. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15240462.

5. Кохановська О. Інформація фізичної особи про себе як особисте немайнове благо і право бути забутим в контексті інформаційного приватного

права. *Актуальні проблеми інтелектуального, інформаційного та IT права* : матеріали Третьої всеукраїнської науково-практичної конференції. Львів, Україна, 17–18 травня 2019 р. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка. С.102–108.

6. Павлюк А. Цифрова смерть: що це таке і як до неї підготуватися. *Українська правда*. *Життя*. URL: https://surl.li/bsdktn (дата звернення: 18.12.2025).

7. ТСН. Герой України «Да Вінчі» загинув під Бахмутом. Термінове звернення Зеленського. *YouTube*. URL: https://surl.li/cebtzj (дата звернення: 17.12.2025).

Мар'яна Сарапій,
аспірантка кафедри видавничої справи та редагування,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
mar2704@ukr.net

ПРОЦЕСИ ФОРМУВАННЯ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ ПРО ГОЛОДОМОР У МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ

Масова культура є головним чинником творення символів, стереотипів, міфів, традицій сучасного суспільства. Під масовою культурою (далі – маскульт) у нашому дослідженні розуміємо культуру, популярну серед широких верств населення, яка «створює свого роду семіотичний простір, який сприяє тісній взаємодії між членами високотехнологічного суспільства» [2, с. 5]. Маскульт достатньо легко проникає в інформаційне поле, орієнтована на масове споживання, характеризується переважно розважальним характером, спрямованістю на комерціалізацію, дублюванням форм, експлуатуванням іміджів і стереотипів тощо [3, с. 6]. Маскульт, поширюючи на загал ідеї та смисли, «цементує у пам'яті» різні наративи, тому, досліджуючи медіатизацію пам'яті, вкрай важливо розглядати ці процеси в контексті маскульту. На нашу думку поняття «масова культура» та «медіатизація» є суміжними. Масова культура виникає під час медіатизації інформаційних потоків та формується ними. Масова культура й медіапростір стають ключовими аренами формування наративів про минуле, ідентичність та травму [9, с. 36]. Метою нашого дослідження є характеристика процесів формування колективної історичної пам'яті про Голодомор у контексті творення наративів про це явище в українській масовій культурі.

Процес безбар'єрного проникнення історичної пам'яті в маскульт може забезпечити лише комплекс заходів. Одномоментна, стихійна чи завуальована фіксація інформації не забезпечить бажаного результату – розголосу та вкорінення в пам'ять. Розширюючи думку В. Канстейнера та Т. Хітрової,

«медіатизації пам’яті – це «складний процес культурного виробництва і споживання, який визнає сталість культурних традицій, а також винахідливість виробників пам’яті і руйнівні інтереси споживачів пам’яті» [7, с. 165], додамо, що медіатизація може поглиблювати, розширювати, трансформовувати та формувати пам’ять, перебудовуючи її за законами медіа. Проникнення має бути в усі сфери діяльності суспільства від дитячої літератури, кінофільмів, поп-музики до основ «наукових знань, філософських і релігійних уявлень про навколишній світ, які популяризуються в закладах освіти, а також системи національної ідеології й державної пропаганди [2, с. 17]. «Цей процес зумовлений універсальністю доступу до медійної сфери, яка стала глобальною ареною демонстрації досвіду, простором для колективного конструювання історичних смислів і значень, а з іншого – й самі медіа та медійні продукти стали частиною колективної пам’яті, взявши на себе роль «місць пам’яті», простору усвідомлення та підтримання історичної/етнічної/національної/ соціальної ідентичності» [7, с. 163]. Таким місцем пам'яті є сьогодні сайт Національного музею Голодомору-геноциду. В одному місці зібрано значну кількість текстів, які є прикладом медіатизації травматичної історичної пам’яті, де поєднуються музейна експозиція, документальні матеріали, мультимедійні інсталяції та освітні медіапроєкти. Зазначимо, цей музей демонструє загальносвітову практику медіатизації травматичної пам’яті через експозиції, фільми, інтерактивні інструменти та освітні програми (згадаймо, Меморіальний музей Голокосту у США). Через візуальні та цифрові засоби музей формує стійкі образи колективної пам’яті, трансформуючи історичні факти Голодомору в доступні для сучасної аудиторії культурні наративи. «Концепції історичного наративу (наративу історії) представлені в публікаціях Й. Брокмейєра та Р. Харре, які тлумачать наратив як засіб організації «нашої пам’яті, намірів, життєвих історій, персональної ідентичності» [6, с. 31] Інструментом медіатизації пам'яті про події Голодомору передовсім виступає емоційний сторітелінг. У журналістиці це зібрані матеріали про учасників подій.

Національний музей Голодомору-геноциду створив онлайн-сторінку «Свідчення» – цифровий ресурс, що акумулює усні, аудіо- та відеосвідчення очевидців Голодомору 1932–1933 років і масових штучних голодів 1921–1923 та 1946–1947 років. Ресурс містить оцифровані спогади, фотографії та документальні матеріали, упорядковані за тематичним і адміністративно-територіальним принципами. Найбільш наповненим є розділ «Голодомор-геноцид», сформований на основі проєкту «Усна історія Голодомору». Користувачі можуть здійснювати пошук свідчень за місцем, часом або ключовими позначками, що сприяє персоналізації історичної пам'яті. У міжнародній комунікації наративи про Голодомор подані іноземними мовами. На сайті музею Голодомору у рамках міжнародного проєкту «Правда поруч», що спрямований на донесення історичної правди іноземцям рідною для них мовою, науковими співробітниками музею підготовлено видання норвезькою, румунською, шведською, турецькою та іншими мовами. Окремою рубрикою на сайті є документальні та художні фільми про Голодомор. Медіа долучаються до поширення інформації про кінематограф на тему голоду в Україні [4].

В українському суспільстві спостерігаємо «ритуали пам'яті» вшанування пам'яті жертв Голодомору, наприклад, акція «Запали свічку пам'яті» та хвилина мовчання. Ритуал запалювання свічки має ознаки всеукраїнського флешмобу, вірусну природу, яка поєднує реальне та віртуальне життя. Українці запалюють свічку, роблять світлину та публікують інформацію в соціальних мережах. Часто справжня свічка замінюється віртуальною у соціальних медіа (світлина чи відео). Таким чином, можемо спостерігати один із прикладів медіатизації пам'яті – зв'язок медіа й ритуалів увічнення.

Інформація про Голодомор сьогодні подається в шкільній програмі, є музеї, пам'ятники в містах України та за кордоном (Київ, Лубни, Запоріжжя, Едмонд, Вашингтон, Вінніпег та ін.) [8], проведення конференцій, щорічне вшанування жертв у національний пам'ятний день, що припадає на четверту суботу листопада. Через ширше залучення маскульту медіатизована пам'ять

стає середовищем, де генерації «спільно пам'ятають» й усвідомлюють минуле не лише через прямі спогади, а й через медіаобрази, символи, репортажі, фільми та художні тексти. Масова культура має достатньо практик – кіно, музика, мультиплікація, комп'ютерні ігри тощо – для перетворення фактів минулого на зрозумілі й доступні образи, що швидко закріплюються в суспільстві. У цій площині необхідно історичну пам'ять медіатизовувати через розробку освітніх ігор або інтерактивних сторітелінгів. Гарний досвід має Національний музей Голодомору-геноциду з віртуальними турами, де користувач стає активним учасником (співтворцем) пам'яті, а не просто пасивним споживачем контенту.

Вдалим медіапроєктом для вшанування пам'яті жертв Голодомору є пісня української співачки Оксани Білозір«Свіча» (слова Богдана Стельмаха, музика покладена на «Мелодію ля-мінор» Мирослава Скорика). Ця пісня за відповідних умов щорічного повторення у медіапросторі може виконувати ритуальну функцію. «В інтерв'ю Дмитру Гордону Білозір розповіла, як довго та трепетно вона створювала пісню «Свіча« на слова поета Богдана Стельмаха та мелодію Мирослава Скорика. За словами народної артистки, ця її пісня стала символом пам'яті жертв Голодомору» [5]. Ритуальна функція може бути знівельована, коли слова чи музику використовувати з іншою метою чи в інших обставинах. Масова культура оперує спрощеними, але потужними образами про Голодомор, наприклад, «п'яти колосків«, «яблука», що має тиражуватися в мерчі, плакатах чи соціальних мережах. Це яскравий приклад медіатизації – перетворення інформації про трагедію на впізнаваний візуальний код.

Через музичні твори, художні та документальні фільми, ритуали на основі фактичних знань зі шкільної програми формується колективне уявлення спільноти про голод-геноцид українців, де медіа виконують подвійну роль – передають фактичну інформацію й одночасно виробляють культурні коди для глибшого розуміння цих подій у суспільстві.

Список використаних джерел

1. 10 фільмів про Голодомор, які розкривають страшну правду про трагедію українського народу. *CREDO*. 2021. 27 листоп. URL: https://credo.pro/2021/11/305772 (дата звернення: 15.12.2025).

2. Беженар Г. Теорія масової культури : курс лекцій. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2020. 49 с.

3. Дротянко Л. Г. Масова культура в інформаційному суспільстві. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*. 2009. № 1. С. 5–10. URL: http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/Philos/article/view/3218 (дата звернення: 12.11.2025).

4. Сайко Л. День пам'яті жертв голодоморів: фільми, які варто подивитись усім. *WOMO*. 2025. 24 листоп. URL: https://womo.ua/den-pamyati-zhertv-golodomoru-filmy-yaki-varto-podyvytys-usim/ (дата звернення: 11.12.2025).

5. Струс Г. «Вона не свідома»: Оксана Білозір висловилася про конфлікт із Поляковою, який триває з 2022 року. *Telegraf*. 2025. 9 груд. URL: https://telegraf.com.ua/ukr/shou-biznes/2025-12-09/5927650-ona-ne-soznatelna-oksana-bilozir-vyskazalas-o-konflikte-s-polyakovoy-kotoryy-tyanetsya-s-2022-goda-video (дата звернення: 10.12.2025).

6. Хітрова Т. В. Маніпулятивна складова наративних концепцій журналістських текстів у системі формування радянської версії української історичної пам'яті. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2012. № 1. С. 114–118.

7. Хітрова Т. В. Медіатизація пам'яті в концепції соціокомунікаційного підходу. *Поліграфія і видавнича справа*. 2017. № 1. С. 163–171. URL: http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/1-73/19.pdf (дата звернення: 10.12.2025).

8. Kudela-Świątek W. Eternal Memory: Monuments and Memorials of the Holodomor. Krakow : Księgarnia Akademicka Publishing, 2021. 410 p.

9. Omelchenko M. Mediatized remembrance rituals in Ukrainian international communication during the Russo-Ukrainian war. *Актуальні питання масової комунікації*. 2024. Вип. 36. С. 54–65.

Алла Тернова,
кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
alla.ternova2008@gmail.com
Герман Дубінін,
магістр 1 року навчання,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
German_dubinin@gmail.com

ФОТО ЯК КОМПОНЕНТ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ

Влітку, а саме 6 червня 2025 року, Суспільний мовник запустив ютуб-канал «Суспільне Документалістика» [4]. Наразі найзатребуваніший ресурс, на якому розміщуються українські документальні аудіовізуальні матеріали. Як зазначала К. Дячук: «Щотижня канал наповнюватиметься документальними фільмами, серіалами чи історіями від різних виробничих команд Суспільного про історію, культуру, знакові події та постаті, про деколонізацію й шлях України до незалежності, а також про героїв і героїнь нашого часу» [2]. Генеральна продюсерка цифрових платформ Суспільного В. Мурована відзначила, що цей канал – це «своєрідна полиця, яка акумулює якісні документальні фільми та історії, які виробляють команди Суспільного по всій країні або ж професійні українські документалісти на замовлення Суспільного» [5].

Однією із провідних тем сучасної документалістики є розвінчування міфу про «єдиний народ» та оприлюднення історичних фактів щодо відмінної історії, традицій, культури … від російської та як українці протидіяли у різні періоди імперській колоніальній залежності. Ця тема була і є актуальною і в науковому середовищі [3]. Дослідження вчених різних галузей (істориків, літературо- й мовознавців, журналістів), а також публіцистів, письменників, громадських діячів так чи інакше оприлюднюються в українському медіаполі. Перелік аудіовізуальних матеріалів 2025 року у жанрі документалістики, є досить

великим, і це тішить, проте більшість з них не демонструвалася в ефірі «Єдиного марафону» чи на каналах-дублетах, і це є національною проблемою.

Дозволимо собі докладно зупинитися на випуску «Українське прокляття: будівничі й руйнівники історії» документального циклу «Остання війна» (https://www.youtube.com/watch?v=tRDJYnqhIh4), і саме на цьому матеріалі продемонструвати як фотографія (як компонент відеоряду) стає чи не головним джерелом інформації для екскурсу в історію і фактом-підтвердженням певних антиімперських наративів чи протидії поневолення українців.

Загальна характеристика стрічки: хронометраж 1:11:16. Це авторський документальний проєкт журналістки та телеведучої Мирослави Барчук та Володимира Ладижця. Змістово-структурна основа матеріалу базується на низці синхронів-коментарів провідних фахівців, зокрема Сергія Плохія (історик, професор Гарвардського університету, США), Віри Агєєвої (літературознавиця) Оксани Забужко (письменниця), Павла Казаріна (публіцист, військовослужбовець ЗСУ), Віталія Портникова (публіцист), Шарлотти Хіггінс (головна культурна оглядачка The Gardian, Велика Британія), Майкла Карпентера (радник Джо Байдена з питань Росії та Євразії 2009-2017 рр.) та ін.

Одним із ключових компонентів візуального ряду, поряд із відеофрагментами (зйомка на різних локаціях, стендапи ведучої тощо), є фотоколажі, ілюстрації та фото картин, людей, будівель, вулиць, територій, а також газет, часописів, документів різних років. Саме завдяки їм авторам проєкту вдається арґументувати озвучене в кадрі та більш наочно продемонструвати виголошені думки експертів, які залучені для висвітлення цієї теми. Вчений Я. Табінський вважає, що «завдяки фотозображенню журналісти можуть не лише документувати дійсність, а отже – відроджувати довіру у читачів, але й зберігати об’ємні цифрові фотолітописи про події, життя людей, їхній побут і традиції» [6, с. 85]. На сьогодні фотографія – це вже як документ – це візуальне свідчення, фоторозповідь про людей, події, війну, проблеми, досягнення, природу тощо [1].

Про світлини окремих персоналій того часу лише згадаємо (Ніколая І, П. Столипіна біля Мар'їнського палацу, фото пам'ятника Олександру ІІ у м. Київ та ін.), адже так чи інакше саме вони відіграли значну роль у зросійщенні, пригнічені та закріпаченні українців у XVIII-поч. XIX ст. Ці фрагменти стали необхідними для візуалізації відеоряду та формування уявлення про згаданих осіб, діяльність яких значною мірою негативно впливала на українців.

Водночас у цьому документальному проєкті використано низку фотопортретів таких відомих в українській історії осіб, як от Лазар Бановля – митрополит Чернігова, Григорій Сковорода – філософ, Івана Величковський – поет, Дмитрій (Туптало) Митрополит Ростовський, Іван Федоров – першодрукар, Іван Вишенський – письменник-полеміст, Герасим Смотрицький – письменник-полеміст (22:51), зображення гетьмана І. Скоропацького (28:54), знімки «знатного військового товариша (війська Запорозького)» Василя Гамалія (XVIII ст.), полковника Павла Руденка (1778 р.), переяславського полковника Семена Сулими (XVIII ст.) (41:41), Григорія Сковороди (репродукція картини 1850 р.), Михайла Івановича Ковалинського (1802 р.) невідомого автора, силуетний портрет В. Томари автора Ф. Сідо (1780-ті) (43:12), а також фотопортрети засновників роду Ґалаґанів (Олена та Гнат) 1720 р. (46:20), світлини із сімейного архіву сім'ї Розумовських (1910 р.) (51:06), груповий фотознімок учасників товариства «Стара громада» (О. Русів, І. Житецький, Т. Біленький, М. Левченко, М. Лисенко, П. Чубинський, І. Нечуй-Левицький, М. Старицький, О. Левицький, М. Драгоманов, П. Косач, М. Ковалевський, Х. Вовк, В. Антонович, М. Вербицький, В. Беренштам, П. Житецький (54:27) та фото дітей-громадівців (54:37), студентської молоді того часу (54:39) тощо.

Зауважимо, що фото не є статичним у матеріалі. До них застосовуються різні ефекти (приближення-віддалення, горизонтальний панорамний рух камери зліва-направо чи справа-на ліво, зрідка «розмиття» контурів чи почергова поява на екрані зі статичним колажем на фіналі кадру тощо). Такий підхід під час

монтування матеріалу утримує єдину динаміку і однаковий темпоритм подання інформації на екрані, що створює цілісність й повноту змісту у цій стрічці.

На нашу думку, досить вдало автори документального аудіовізуального матеріалу «Українське прокляття: будівничі й руйнівники історії» поєднали архівні відеофрагменти тогочасних подій із репортажними фото. Наприклад фото акції з Майдану у Києві під час кількатижневого голодування молоді і коротке відео з так званої Студентської революції на граніті як одна зі спроб розриву з російською імперією (1:06:40), або кількаепізодний фоторепортаж з Інститутської у Києві 20 лютого 2020 р. та відеофрагменти акції у пам'ять про розстріли Небесної Сотні (1:09:16), чи портретні знімки з архіву фольклорно-етнографічного гурту «Древо» (1910-1920 рр.) і відеоуривки виконання української народної пісні сучасного етнографічного гурту (54:08).

Як докази спротиву російській колонізації й спроб формувати українськість автори проєкту часто залучають до відеоряду фото газет, альманахів, різних документів, топографічних карт і т. ін. Показовим у цьому плані є 57 хвилина, коли глядач бачить фото низви видань того часу українською мовою (із почерговою появою на екрані), таки як «Просвіта», «Козацька думка», «Розвага» (український декламатор), «Рада» (альманах, видання М. Старицького), «Казки», упорядковані Б. Грінченком тощо (56:55). Як підтвердження існування української не тільки в побуті, а як частини культури, освіти та історії у цьому матеріалі використано колаж з фото часописів українською мовою: Короткої граматики П. Залозного, «Історія України-Русі з малюнками» написаної Миколою Аркасом, «Хто такі Українці і чого вони хочуть» (57:13). Як демонстрацію протидії щодо притиснення українського слова, можна навести приклад з використанням фото циркуляра під назвою «Об отмене утісненія малорусского печатного слова» (57:11).

Ну і насамкінець – найголовніше: показ на екрані фото першого документа з відновлення ідеї Української державності – «Універсалу української Центральної ради до українського народу, на Україні й по-за нею сущіє» (58:43).

Сиволічне завершення матеріалу, фінальне титрування цього документального матеріалу про спроби дерусифікації у цей період історії здійснюється на фото травневого видання 1917 р. «Вести з української центральної ради».

Отже, історичні події, які передували формуванню української самовизначеності й ідеї державності, про які розповідаються у цьому документальному проєкті, значною мірою візуалізуються через фото тих часів. Переважно це групові знімки людей, портрети відомих персоналій тієї епохи та репортажні фото подій, будівель чи вулиць міст і селищ. Кожен епізод поглинання «великою імперією» та пошук шляхів збереження своєї історії й традицій, формування ідеї Української державності – це чергове нагадування нам про загрозу та справжні наміри «великої імперії» щодо нашої незалежності.

Список використаних джерел

1. Волинець Г. Жанри фотожурналістики в сучасному медіадискурсі. *Журналістика й освіта: методика, історія, теорія, практика* : колективна монографія. Дніпро : ЛІРА, 2018. С. 91–108.

2. Дячук К. Суспільне запустило ютуб-канал «Суспільне Документалістика». *IMI*. URL: https://imi.org.ua/news/suspilne-zapustylo-yutub-kanal-suspilne-dokumenta listyka-i68706 (дата звернення: 10.10.2025).

3. Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини. Діалоги з істориками : у 2-х кн. / відп. ред. В. Смолій ; упоряд.: Геннадій Боряк, Олексій Ясь. Київ : НАН України. Ін-т історії України, 2022.

4. Суспільне Документалістика. URL: https://www.youtube.com/channel/ UCKwyN6Zgf3fo Tk1FWaEE-ZA (дата звернення: 17.09.2025).

5. Суспільне запустило ютуб-канал Суспільне Документалістика. *Суспільне мовлення*. URL: https://corp.suspilne.media/novyny/48813-suspilne-zapustylo-yutub-kanal-suspilne-dokumentalistyka/ (дата звернення: 12.11.2025).

6. Табінський Я. Трансформація жанрів у фотожурналістиці: теоретичний та генологічний аспекти. *Вісник Львівського університету*. Сер. : Журналістика. 2020. Вип. 47. С. 77–87. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/ Visnyk-47-web.pdf#page=78 (дата звернення: 07.12.2025).

Алла Тернова,
кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
alla.ternova2008@gmail.com
Альона Приказчикова,
магістр 2-го року навчання
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
prikazchykova_a_v@gmail.com

ДОКУМЕНТАЛІСТИКА ПЕРІОДУ ШИРОКОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАСЕГМЕНТІ

Телевізійна документалістика у науковому полі журналістикознавства вважається особливою формою кіномистецтва, яка поєднує художню виразність із правдивістю відображення дійсності. Її головна мета, на думку вченого В. Коробко, полягає «у фіксації реальних подій, постатей і явищ, а також у передаванні достовірної інформації та автентичного бачення світу глядачеві» [5, с. 53]. З цією тезою погоджуються і дослідники О. Москаленко-Висоцька та Р. Ширман, зазначаючи, що документалістика посідає важливе місце в сучасній журналістиці, адже «поєднує елементи фактичного відображення дійсності з оповідною подачею, відкриваючи глядачам правдиву картину навколишнього світу» [10, с. 52].

Під час російсько-української війни документалістика «забезпечує точну фіксацію реальності та висвітлює актуальні проблеми суспільства. Журналістський підхід виявляється у ретельному зборі фактів, проведенні інтерв'ю, дослідженні архівних матеріалів і прагненні до достовірності» [9, с. 54]. Водночас вчені О. Мельникова-Курганова та О. Ятчук доповнюють: «режисери додають художні елементи, що роблять інформацію доступнішою й емоційно насиченою» [9, с. 60], – і це не може бути авторською «інтерпретацією» чи «домислом». Поняття «документалістика», запроваджене Джоном Ґрірсоном у

1920-х роках, на сьогодні не визначається як «творче відтворення реальності», що підкреслює прагнення жанру до правдивості, «залишаючи простір для авторського трактування» [14, с. 12]. Українська документалістика під час війни це «документування реальних подій» та «аналітичне осмислення воєнної реальності», – це життєвий досвід людей, які опинилися у вирі воєнних подій, їх особисті історії й под.

Попри те, що у науковому полі є чимало досліджень з сучасної документалістики, де це питання стоїть особливо гостро під час війни в Україні. Специфіку документального кіно як засобу фіксації війни, формування національної пам'яті та висвітлення травматичного досвіду громадян досліджувала А. Домбровська [3]. О. Москаленко-Висоцька, Р. Ширман вивчали домінанту війни у матеріалах цього жанру [10]. Проблематику сучасного українського кіно, еволюцію індустрії в умовах повномасштабної війни та специфіку виробничих процесів відображено у статтях Д. Головатого, Л. Мужук, В. Литовченка [2; 11; 7] та ін. Осмислення гуманітарних криз, суспільних трансформацій і ролі гуманітарної діяльності в умовах війни досліджував О. Вишняков [1]. У цьому плані варто згадати й наукові роботи А. Малишенка [8], С. Панасюк та Я. Дудко [12]. Однією з фундаментальних досліджень останніх років є дисертація А. Червінчук, присвячена осмисленню феномену війни в матеріалах воєнної документалістики [13].

Попри наявність значної кількості досліджень, все ж бракує ґрунтовного аналізу того, як саме українські документальні аудіовізуальні матеріали впливають на глобальні медіапроцеси та розвиток сучасної журналістики у цілому. Якщо питання пропаганди й дезінформації вже досить широко розглянуті в наукових дослідженнях, то роль журналістської документалістики у протидії цим явищам залишається недостатньо вивченою. То ж актуальним для вивчення лишається те, як українські документальні кіно-, телестрічки застосовують сучасні журналістські підходи для правдивого відтворення подій та розповіді про людські долі. Зауважимо, що нагальним є й питання поширення

такого аудіовізуального продукту у міжнародну аудиторію, адже «популярність» теми війни в Україні за кордоном є ситуативною. Медіамовники, що працюють у журналістському форматі, часто обмежені у своїх можливостях – як через технічні, так і через політичні чинники, – і це ускладнює повноцінне інформування світової спільноти про події на лінії зіткнення. Натомість документальні кінострічки мають змогу глибинного аналізу й засоби реалізації теми, що дозволяє авторам передати складні емоційні, соціальні та гуманітарні аспекти війни. Така свобода дає змогу створити багатошарове, детальне зображення реальності, що є важливим для формування міжнародного розуміння подій в Україні й збереження історичної пам'яті.

Отже, це дослідження знаходиться на перетині журналістики, медіазнавства та політичних комунікацій, і його мета полягає в тому, щоб з'ясувати, як українські документальні стрічки не лише відображають реальність війни, а й впливають на глобальні інформаційні наративи.

Завдяки новим підходам у сучасній документалістиці трансформується інструмент осмислення війни як явища, що виходить за межі статистики та політичних рішень, і постає передусім як сукупність людських доль. Власне формально-змістові характеристики сучасної української військової документалістики, зокрема щодо домінування в ній свідчень очевидців, хронікально-репортажної подачі перебігу подій, персоналізованість історій та візуальна та аудіальна репрезентації воєнної реальності під час продакшну максимально зближує кіно- і телепродукт. Кінотеатрні прем'єри лишаються скоріше винятками, нові стрічки, принаймні для українського глядача, транслюються в ефірі національних мовників. Саме в такий спосіб цільова аудиторія побачила документальний фільм-розслідування «Буча 22» (Суспільне, 2023), фільм Максима Літвінова «Маріуполь. Невтрачена надія» (2022), стрічку Павла Пелешка «Життя на межі» (платформа Takflix, 2023), фільм Любомира Левицького «Ми були рекрутами» (ICTV, 2024), роботу Олексія Єсакова «Блекаут. Різдво» (СТБ, 2024) та ін.

У цьому контексті варто згадати стрічки українських режисерів, прем'єра яких, як і визнання світовою спільнотою, відбувалася на кінопоказах за кордоном. Серед них фільм Мстислава Чернова «20 днів у Маріуполі» (2023), який здобув премію «Оскар» у 2024 році в номінації «Найкращий повнометражний документальний фільм». Документалістика такого типу формує не тільки суспільну думку чи підвищує рівень обізнаності громадськості, – вона відтворює реальності війни та спростовує головні меседжі росії.

Отже, українська телевізійна документалістика, фіксуючи історичні події, виступає засобом спростування російських пропагандистських наративів, спрямованих на виправдання агресії чи викривлення реальності широкомасштабного вторгнення в Україну. Міжнародне поширення українських документальних фільмів про війну свідчить про їхню роль як культурного та політичного інструменту. Ці документальні стрічки сприяють формуванню міжнародного розуміння подій в Україні, стають дієвими інструментами протидії у боротьбі з дезінформацією, засобом збереження достовірності фактів…, – і щоб «український голос» був почутим у світовому такому різнополярному інформаційному просторі.

Список використаних джерел

1. Вишняков О. Гуманітарні кризи та міжнародна гуманітарна діяльність. *Вісник Маріупольського державного університету*. Серія: Економіка. 2024. № 27. С. 77-84. DOI: https://doi.org/10.34079/2226-2822-2024-14-27-77-84.

2. Головатий Д. За час великої війни в Україні створили 55 завершених фільмів, – керівниця Держкіно. URL: https://surl.li/igxokw (дата звернення: 04.09.2025).

3. Домбровська А. Документальні фільми про російську війну в Україні, які варто показати знайомим іноземцям. *Суспільне Культура*. URL: https://surl.li/bphqhx (дата звернення: 18.09.2025).

4. Дудко Я. Тематичні пріоритети сучасної української документалістики. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матер. Всеукр. наук.-прак. конф. для молод. учених і здобув. освіти. Тернопіль, 2024. С. 47–51.

5. Коробко В. Характеристика телевізійної документалістики у дискурсі журналістикознавста та її форми. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. Будапешт : Seanewdim, 2017. Т. V (23). С. 57–60.

6. Литвинов С. Документалістика як дієвий інструмент культурної дипломатії. *Україна дипломатична*. 2023. Вип. 24. С. 775–784.

7. Литовченко В. Фільм «Ми були рекрутами» про Третю штурмову покажуть на традиційних «Кінопоказах на Протасі». *Online.ua*. URL: https://surl.li/taclkt (дата звернення: 14.09.2025).

8. Малишенко А. Нічого, крім правди: що потрібно знати про українське документальне кіно. *Vogue*. 14 січня 2024. URL: https://surl.li/bixjos (дата звернення: 23.09.2025).

9. Мельникова-Курганова О., Ятчук О. Телепубліцистика й документалістика у висвітленні облоги Маріуполя. *Образ*. Суми : Сумський державний університет, 2023. Вип. 2 (42). С. 52–61.

10. Москаленко-Висоцька О., Ширман Р. Російсько-українська війна як тематична домінанта в українському документальному кіно останнього десятиліття. *Вісник КНУКіМ*. 2024. № 50. С. 50–58.

11. Мужук Л. П. Художня правда в документальному фільмі. *Екранознавство*. 2020. Вип. 4. С. 51–58.

12. Панасюк С., Дудко Я. Минуле та майбутнє українського документального кіно. *Ukraïner*. 04.06.2024. URL: https://surl.li/hjibnv (дата звернення: 23.09.2025).

13. Червінчук А. О. Феномен війни в інформаційному просторі України 2015-2018 рр. (за матеріалами воєнної документалістики) : дис. … доктора філософії зі спец. 061 «Журналістика». URL: https://phd.znu.edu.ua/page/1411.ukr.html (дата звернення: 10.01.2025).

14. Ellis J., Mclane B. A new history of documentary film. New York : Continuum, 2005. 385 p.

Лілія Хорішко,
доктор політичних наук, професор,
факультет соціології та управління,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна,
liliia_khorishko@ukr.net

РОЛЬ PR-КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ БЕЗПЕКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЄС

Глобальні виклики сьогодення актуалізують критичні загрози для світового порядку, заснованого на демократичних цінностях. Це зумовлює нагальну потребу в оновленні підходів до формування змісту безпекової політики та інструментів її реалізації задля підвищення рівня стійкості суб'єктів політики в умовах сучасної політичної дійсності. Повномасштабне російське вторгнення в Україну стало каталізатором модернізації змісту політики ЄС у сфері безпеки та оборони з метою захисту європейських цінностей та інтересів.

Основні засади безпекової політики ЄС визначені у двох документах 2022 року. По-перше, у Версальській декларації окреслено напрямки модернізації оборонного сектору: збільшення витрат на оборону, підтримка інновацій та залучення приватного сектору до розвитку військово-промислового комплексу [1]. По-друге, у Стратегічному компасі конкретизовано інструменти реагування на геополітичні виклики, серед яких − війна в Україні, економічний та енергетичний тиск у приватних інтересах, використання міграції як зброї, кіберзагрози та дезінформація [2]. Вказаний документ акцентує увагу на чотирьох ключових векторах розвитку європейської оборони: оперативність та ефективність у подоланні криз, забезпечення комплексної безпеки громадян ЄС, модернізація оборонного сектору через капіталовкладення та інновації, а також поглиблення стратегічного партнерства для реалізації європейських інтересів. Відтак стійкість функціонування демократичних інституцій залежить від здатності ЄС синхронізувати ресурсний потенціал європейської спільноти у

забезпеченні ефективності реалізації безпекової політики у контексті викликів сьогодення. Важливу роль у синхронізації зусиль держав-членів ЄС відіграють PR-комунікації, що забезпечують управління інформаційними потоками, сприяючи активізації політичного діалогу та співробітництва у безпековій сфері. Серед ключових інструментів впливу – заяви очільників ЄС та участь у спеціальних PR-подіях.

Виступаючи на Мюнхенській конференції з безпеки, Президентка Єврокомісії У. фон дер Ляєн акцентувала увагу на підвищенні рівня політичної нестабільності у світі [3]. Це вимагає від Європи більш рішучих дій у сфері безпеки, а саме – інвестування в оборону, захист економічних інтересів, надання всебічної підтримки Україні у боротьбі за відновлення територіальної цілісності та суверенітету. Водночас У. фон дер Ляєн закликала світове співтовариство до політичного діалогу й активної багатосторонньої співпраці у протидії сучасним гібридним загрозам.

На пленарних дебатах Європарламенту очільниця Єврокомісії наголосила на важливості забезпечення справедливого миру в Україні як ключового інструменту зміцнення європейської архітектури безпеки. Увагу було зосереджено на потребі синхронізації зусиль США, ЄС та НАТО у наданні дієвих довгострокових гарантій безпеки Україні. Йдеться про забезпечення територіальної цілісності та суверенітету, права бути частиною європейської спільноти [4]. У. фон дер Ляєн відреагувала на спроби деяких стейкхолдерів вести переговорні дискусії без участі ЄС та України на своїй сторінці в мережі X [5]. У пості зазначено, що безпека України є першою лінією європейської оборони, а тому ЄС і надалі непохитно надаватиме фінансову та військово-політичну підтримку задля забезпечення справедливого миру.

Високий представник ЄС з питань закордонних справ і політики безпеки К. Каллас у своєму виступі для преси на Міністерському форумі ЄС-Індо-Тихоокеанський регіон наголосила на ключових напрямках співпраці у сфері безпеки. По-перше, забезпечення політичної стабільності регіону потребує

посилення військово-політичної співпраці в Індо-Тихоокеанському регіоні різних стейкхолдерів. По-друге, розширення економічного співробітництва між ЄС та країнами регіону сприятиме підвищенню рівня добробуту громадян та розвитку бізнесу. По-третє, ініціативи ЄС у контексті сприяння сталому розвитку є відкритими для держав-партнерів задля досягнення економічного зростання та політичної стабільності в регіоні [6]. Включеність у розв'язання актуальних проблем розвитку в Індо-Тихоокеанському регіоні розширює можливості реалізації лідерського потенціалу ЄС у безпековій сфері.

Отже, ЄС активно використовує ресурсний потенціал PR-комунікацій у позиціонуванні змісту європейської безпекової політики. Це сприяє підвищенню рівня синхронізації зусиль держав-членів ЄС зі стейкхолдерами у розв'язанні актуальних проблем безпекової сфери в умовах глобальних викликів сьогодення.

Список використаних джерел

1. Versailles Declaration. URL: https://www.consilium.europa.eu/media/54773/20220311-versailles-declaration-en.pdf (last accessed: 13.12.2025).

2. Strategic Compass for security and defence. URL: https://www.satcen.europa.eu/keydocuments/strategic_compass_en3_web6298d4e4601f2a0001c0f871.pdf (last accessed: 13.12.2025).

3. Munich Security Conference 2025: President von der Leyen calls for a «more pragmatic, more focused, more determined Europe». URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ac_25_526 (last accessed: 13.12.2025).

4. Speech by President von der Leyen at the EP plenary debate on the EU position on the proposed plan and EU engagement towards a just and lasting peace for Ukraine. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_25_2813 (last accessed: 14.12.2025).

5. As peace talks are ongoing, the EU remains ironclad in its support for Ukraine. URL: https://x.com/vonderleyen/status/1998160508940128752 (last accessed: 14.12.2025).

6. EU-Indo-Pacific Ministerial Forum: press remarks by High Representative and Vice-President of the European Commission Kaja Kallas. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/eu-indo-pacific-ministerial-forum-press-remarks-high-representative-and-vice-president-european_en (last accessed: 16.12.2025).

Людмила Чернявська,
докторка наук із соціальних комунікацій, професор,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
liudmylachern75@gmail.com
Любов Костецька,
кандидатка філологічних наук, доцент,
Запорізьке відділення Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз
Запоріжжя, Україна
liubovkostetska@gmail.com

ПРОЦЕСИ ДЕКОМУНІЗАЦІЇ І РЕБРЕНДИНГ ЯК ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ПАМ'ЯТІ

Соціальна пам'ять є досвідом виживання соціальних груп. Вона реалізується як передача пам'яті поколінь, що здійснюється за допомогою інструментів медіа (формування наративів) та практик соціальної пам'яті: усні історії, ритуали, меморіали і пам'ятники, музеї, медіапродукти, івенти тощо. Декомунізація як процес переосмислення спадщини допомагає відкривати правдиву історію і звільнятись від історичних та ідеологічних міфів.

Процеси декомунізації в Україні з 24 лютого 2022 року отримали новий імпульс до перейменувань вулиць, населених пунктів, демонтажу пам'ятників радянського періоду, а також, як відзначає Ю. Івасюта, «декомунізація плавно перейшла в деколонізацію (дерусифікацію)» [2]. І це стало одним із трендів цього етапу декомунізації. Це торкнулося не лише назв топонімів, демонтажу меморіальних об'єктів, але й власних назв продуктів харчування різних торгових марок. Медіа ще в 2016 році писали про випадки таких перейменувань як реакцію на декомунізаційні закони 2015 року (наприклад, «Під декомунізацію потрапили «Російський» сир і «Кремлівська» ковбаса» – https://ukr.media/business/263131/), а 21 березня 2023 року вийшов Закон України «Про засудження та заборону пропаганди російської імперської політики в Україні і деколонізацію топонімії», який скоригував цей тренд. Ще в 2015 році Україна втратила російських ринок збуту, тож зміни назви продуктів, таких як сири,

ковбаси тощо не відігравали ролі. В Україні ми можемо бачити як виробники відреагували на суспільний запит після початку повномасштабного вторгнення. Так, ковбаса «Московська» різними виробниками була перейменована на «Київська» («Ятрань»), «Українська» («Глобино», «Алан»), «Бандерівська» (Західноукраїнські виробники), сир «Російський» отримав нову назву «Український», «Полтавський». В цих прикладах відбувалося усунення російського топоніма та національної приналежності.

Сьогодні ж ми бачимо деколонізаційні процеси боротьби із імперськими символами. В Одесі пам'ятник Катерині ІІ знесено лише в 2023 році, хоча це рішення було прийнято в 2022 році («Демонтований пам'ятник Катерині ІІ в Одесі: активісти запропонували оригінальне рішення, що з ним зробити» – ТСН, 15.07.2024). Відомо, що пам'ятник не мав історичної цінності, він був «новоробом» 2000-х років. Площа Катеринівська також була перейменована (на Європейську) і вулиця Катеринівська отримала історичну назву.

Ситуацію із топонімами коментує Інститут національної пам'яті: «Чи можна перейменувати Дніпропетровськ на Дніпропетровськ на честь Дніпра і Святого Петра, Іллічівськ – на Іллічівськ на честь Святого Іллі, а Котовськ – на Котовськ на честь котиків?

Ні. Треба вести чесний діалог щодо минулого. Такі ігри та хитрощі навколо кривавої спадщини тоталітаризму є блюзнірством і наругою над пам'яттю мільйонів його жертв. Відмова від старої назви передбачає повернення історичної або знайдення нової, а не винайдення нового обґрунтування старої. Нова назва не має бути співзвучна зі старою, що пов'язана із тоталітарним режимом. Приміром, не можна залишити не перейменованою вулицю Жовтневу, бо вона, мовляв, тепер буде названа на честь «теплого місяця осені». Ця назва насправді уславлює більшовицький переворот – «Великий Жовтень»/Жовтневу революцію» [4].

Юридичні вимоги декомунізації передбачають зміну назв не лише топонімів. Медіа звертають увагу на назви компаній, які мають зв'язок із

імперською спадщиною, наприклад, ТОВ «ТВК “Єкатеринославська Дверна Артель”», ПрАТ «Єкатеринослав», ТОВ «Катеринославська Трубна Компанія», сільськогосподарський виробничий кооператив «Катеринославське Молоко» (це також стосується продуктів). Ці назви функціонують у Дніпропетровській області, назва якої також потребує декомунізації. Ще однією компанією, яка згадується в цих процесах є ТОВ «Катеринославхліб». Назва суперечить Закону України «Про засудження та заборону пропаганди російської імперської політики в Україні і деколонізацію топонімії».

Одним із найбільш відомих прикладів уваги медіа до деколоніальних процесів та ребрендингу компаній є ТОВ «Катеринославхліб». Щоб уникнути ребрендингу компанія на офіційному сайті дає пояснення обраної назви: «Під час створення підприємства було обрано назву – “КАТЕРИНОСЛАВХЛІБ” на честь, Во Славу, Святої Катерини Великомучениці, як символу захисту та Божого благословення на діяння, пов’язані із забезпечення українців таким важливим продуктом – Хлібом, який є символом добробуту та самого життя» [3]. Проте зрозуміло, що цей хід не рятує ситуацію, тож активісти та медіа звернулися до компанії із вимогою ребрендингу – «У Дніпрі пропонують перейменувати «Катеринославхліб» в рамках дерусифікації топонімів» (Відкритий, 22.05.2024), «Інститут національної пам’яті вимагає перейменувати «Катеринославхліб» (Відомо, 21.05.2024).

Етимологічно-історичне тлумачення назви «Катеринослав», яка використовується у вищеназваних компаніях, робить пряму відсилку до імперської назви міста. У «Етимологічному словнику топонімів України» зазначається, що «<…> перша назва Катеринослав (рос. Екатеринослав) постала на честь тодішньої цариці Російській імперії Катерини II як меморіальна складанням основ Катерин(а) і слав(а)» [1]. Тож маємо чіткий зв'язок назв із цією основою до імперськими наративами, а процеси деколонізації, пов’язані із ребрендингом будуть тривати.

Процес вирішення питань ребрендингу буде складатися із кількох кроків: отримання експертних висновків від Інституту національної пам’яті та інших експертних органів, компанія ініціює зміну назви в Єдиному державному реєстрі й проводить ребрендинг.

Сучасний процес декомунізації/деколонізації є комплексним явищем, яке охоплює державну політику щодо топонімів, громадський тиск та вимоги до бізнесу, спрямовані на остаточне викорінення російської імперської спадщини з українського публічного та комерційного простору. Ці процеси є критично важливими практиками соціальної пам'яті, оскільки вони не лише фізично очищають простір від символів тоталітарного та колоніального панування, але й активно переформатовують національний наратив, закріплюють ідентичність відмежовану від травматичного минулого.

Список використаних джерел

1. Етимологічний словник української мови. URL: https://library.nlu.edu.Ua/POLN_TEXT/Slovnuk/etymolog_slovnyk_tom5.pdf (дата звернення: 12.09.2025).

2. Івасюта Ю. Декомунізаційні процеси в Україні (1989–2024). URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Ivasiuta_Yuliia/Dekomunizatsiini_protsesy_v_Ukraini_1989__2024_rr.pdf? (дата звернення: 01.11.2025).

3. Катеринославхліб. Офіційний сайт. URL: https://ehleb.com.ua/about/ (дата звернення: 01.11.2025).

4. Усе, що ви хотіли дізнатися про декомунізацію. Український інститут національної пам’яті. URL: https://old.uinp.gov.ua/news/faq-use-shcho-vi-khotili-diznatisya-pro-dekomunizatsiyu (дата звернення: 12.09.2025).

ДОДАТОК

(Джерело: Додаток із монографії

Соціогуманітаристика в умовах війни: постколоніальна модальність та трансгенераційний потенціал : монографія / за заг. ред. В.А. Ковпак. Запоріжжя : Гельветика, 2025)



Інформаційно-комунікаційна кампанія «ДЕколонізація та ДЕокупація територій та мізків. Увімкни своє світло» (як частина науково–просвітницького міждисциплінарного проєкту з деколонізації в умовах війни)

ВИКЛИК

Головний виклик проєкту – це інформаційно-смислова війна за свідомість та ідентичність українців. Як влучно зауважила Оксана Забужко, *"Нині не треба бомбити міста, вистачить розбомбити мізки"*. Цей вислів яскраво ілюструє головний виклик: тривала імперська і радянська спадщина, посилена поточною російською агресією (особливо у прифронтових регіонах, як Запоріжжя), продовжує спотворювати суспільну свідомість. Незважаючи на активну протидію ворожим наративам (включно з успішними контрпропагандистськими та антиколоніальними креативними практиками запорізьких мікромедіа, виявленими у попередніх дослідженнях 2022–2023 р.), на рівні громадянського суспільства досі бракує глибокого, спільного та систематизованого розуміння суті деколонізації як всеохоплювальної світоглядної практики. Ця «прогалина» у суспільній свідомості призводить до того, що «деокупація мізків» ще не стала усвідомленим щоденним процесом для значної частини населення, особливо серед молоді. Саме на вирішення цього критичного виклику – **формування чіткої та усвідомленої деколонізаційної оптики серед громадянського суспільства, з особливим акцентом на молоді** – спрямований наш проєкт

ІДЕЯ:

Ідея проєкту – реалізація комунікаційної кампанії "ДЕокупація мізків. Вмикай своє світло" для формування чіткої деколонізаційної оптики в суспільстві. Цей задум є **прямим продовженням** системної науково-дослідної роботи нашої міждисциплінарної команди та допоміг зібрати емпіричний матеріал (історії, смисли, соціальну міфологію) для побудови матриці деколонізації як когнітивної моделі сценаріїв її успішного розвитку. З 2024 р. ми фокусуємося на соціальнокомунікаційних механізмах деколонізації (як держполітики, світогляду, медіаоптики). **Суть –** адвокатувати деколонізаційну оптику, залучаючи студентство до процесу виявлення та формування колективних сенсів поняття "деколонізація" Через чітко прописану механіку (хештеги, інтровідео, гасло, хронометраж),

успішно протестовані серед студентів ф-ту журналістики історії-рефлексії (про стереотипи, перейменування вулиць, відмову від російської музики) ми підтвердили запит на подібні ініціативи та ефективність підходу. Проєкт отримав масштабування завдяки підтримці **House of Europe** та **фінансування ЄС.**

ФОРМАТ: антиколоніальний активізм + деколоніальний академізм

Проект передбачає **три рівні: проєктний, програмний, стратегічний (функції: просвітницька; адвокаційна; дослідницька**):

ПРОЄКТНИЙ (функція: просвітницька): безпосередньо проведення інформаційно-комунікаційної кампанії за заданою механікою (хештеги, інтровідео, гасло кампанії, хронометраж):
Хештеги: #zhurfak_reels #zhurfak_цікаво #Деколонізація #ДеокупаціяМізків #УвімкниСвоєСв
ітло #HouseofEurope
Гасло кампанії, що має чіткий закличний (імперативний) характер, є коротким та легко запам'ятовується: **«Деколонізуй території та мізки! Увімкни своє світло!»**
Інтровідео – автор, магістрантка Наталія Данилюк (січень 2025)

Канали комунікації: Фейсбук, Тік-ток, інстаграм факультету журналістики Запорізького національного університету (ЗНУ), соцмережі Центру культури та комунікації ЗНУ
Залучені інфлюенсери: Ірена Карпа
SMM-підтримка: студентки ІІІ курсу ОП «Реклама і зв'язки із громадськістю», редакторки іміджевого відділу ФЖ Ткачова Єлизавета, Порожняк Поліна, к.філол.н., доц. Наталія Санакоєва
Розробка фабул під час майстерок із деколонізаційних практик: д.соц.ком., проф., куратор проєкту Вікторія Ковпак

ПРОГРАМНИЙ РІВЕНЬ (функції: дослідницька): дав змогу використати зібраний матеріал як додатковий емпіричний для **побудови матриці деколонізації** – дослідження сценаріїв формування наративного наповнення мегаконцепту «деколонізація» за допомогою методу когнітивного моделювання.
Якісний аналіз, когнітивне моделювання: д.соц.ком., проф., куратор проєкту Вікторія Ковпак
Математична верифікація імпульсних процесів, побудова графу: Зубко Карина Юріївна, 1 курс магістр спеціальність F1 Прикладна математика
Публікація дослідження: І розділ монографії «Смислова матриця деколонізаційного дискурсу: когнітивне моделювання в загальній системі медіасфери»

СТРАТЕГІЧНИЙ РІВЕНЬ (функції: адвокаційна, дослідницька):

Проведення міжнародної науково-практичної **конференції** «Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби популяризації в громадянському суспільстві» з презентацією дослідження та перших результатів інформаційної кампанії. Залучення до участі представників громадських організацій (ГО), закладів вищої освіти (ВНЗ), медіа. Підготовка програми конференції, збірника матеріалів, сертифікаційне засвідчення участі.

Вручення студентам-активістам, які стали учасниками інформаційно-комунікаційної кампанії, **грамот** за креативний внесок у створення контенту інформаційно-комунікаційної

кампанії та **подарункових сертифікатів** «Книгарні "Є"» для придбання деколонізаційної літератури: наприклад,

- ✓ «Як вдихнути вільно? Посібник з деколонізації», Маріам Найем
- ✓ «Трубадури імперії. Російська література і колоніалізм», Ева Томпсон
- ✓ «Наша Європа», Оксана Забужко
- ✓ «Проти культурної амнезії. Есеї про національну пам'ять та ідентичність», Віра Агеєва
- ✓ «За лаштунками імперії. Есеї про українсько-російські культурні відносини», Віра Агеєва
- ✓ «Транзитна культура і постколоніальна травма», Тамара Гундорова

КЕЙСИ

Наша кампанія «ДЕколонізація та ДЕокупація територійта мізків» представляє відеосвідчення талановитої студентки **Катерини Белицької**, дівчини із Запоріжжя, яка чесно розповідає, як російський телеконтент створював ілюзію спільної реальності. Її свідомий перехід на українську у 2021році, натхненний небайдужою вчителькою з історії України, був її стратегічною перевагою у 2022-му, хоч довелося протистояти не лише «Вороніним», а й опору у близькому оточенні: «не коверкай язик». Катерина демонструє: справжня суб'єктність вимагає зусиль, але гарантує перемогу. Це – ключ до стійкості нашої нації. Дивіться, як починається справжня незалежність! Надихайтеся! Почніть свою свідому особисту деколонізацію!
https://www.facebook.com/share/v/1BxPKHRoT1/

Наша інформаційна кампанія «ДЕколонізація та ДЕокупація територій та мізків» пропонує смисловий кодекс деколонізації від **Вікторії Волкової**, студентки 3 курсу
Її плакат — дорожня карта багатовекторного звільнення. Деколонізація – це не одноразова акція, а комплексна програма ментального звільнення.
Вона охоплює всі сфери нашого життя: від освіти і культури до права на власний голос
Дій! Поділися цим маніфестом. Почни деколонізацію із себе!
https://www.instagram.com/p/DSKwElWDK-Q/

У нашому фокусі: **музичний геній, як зброя деколонізації, або саундтрек нашого спротиву». Чи може пісня стати загрозою для імперії**?
Так, якщо це пісня Володимира Івасюка. Це історія про те, як свобода, втілена в музиці, стала настільки небезпечною для колоніальної влади, що її намагалися знищити.
Володимир Івасюк — це не просто легенда 70-х. Його геній був першим потужним деколонізаційним акордом, що лякав імперію.
Анна Єфремова і Олена Сінєльник, студентки 3 курсу, демонструють, як радянська система намагалася стерти живого Івасюка, але не змогла заглушити його музику.
Деколонізуй мізки: наш опір – не лише в окопах, а й у культурній пам'яті.
Повертаючи Івасюка в сучасні рілси та ТікТок, ми ламаємо останні залишки радянського культурного простору. Переконуємося, що музика Івасюка стане мостом від мелодії опору до саундтреку Перемоги!
https://www.instagram.com/reel/DSJ2rGEjIAD/

У дослідницькому фокусі гостроактуальна тема від талановитої студентки **Маргарити Рогової: «Цинічне обличчя "русского міра", або порушення прав людини на тимчасово окупованих територіях»**

Ми занурюємося в окупаційну реальність Мелітополя, де фундаментальну брехню ідеології «русского міра» фіксують наші журналісти-розслідувачі: як окупаційна влада грубо порушує право на приватну власність, оголошуючи новобудови «безхазяйними».
Це не хаос, це система. Колоніальна політика завжди бачить у захопленій території військовий трофей, а у місцевому населенні - тимчасовий інструмент.
Деколонізуй мізки: головна мета імперії - використання українських ресурсів (людей, майна, територій).
Зрада не купує захист. Вона купує лише статус ресурсу.
https://www.instagram.com/reel/DRzd-F9DIgZ/

Представляємо роботу студентів 3 курсу **Анастасії Котельникової, Валерія Федорука, Марії Луцик, Крістіни Білецької** про **деколонізацію архітектурної пам'яті Запоріжжя та повернення справжньої історії міста через його будівлі.**
А ви колись зупинялись, щоб подивитись на старі запорізькі споруди не просто як на стіни, а як на свідків нашої історії?
https://www.instagram.com/reel/DQ6C-ZqDFgM/

Демонструємо вам роботу **Миколи Амеліна**, магістранта 1 курсу. Його робота присвячена темі **ленінопаду як деколонізаційному процесу**
https://www.instagram.com/reel/DQrYPyLDFKB/

До Вашої уваги робота наших студенток 3-го курсу **Шуміліної Анастасії та Жогової Ангеліни** про **пам'ятник Феліксу Дзержинському як про фізичну окупацію нашого міського простору та свідомості. Про шлях постаменту від Терору до Пам'яті.**
https://www.instagram.com/reel/DQZCPHfDPjs/

Магістрантка **Дарина Рибка** змістовно та ціннісно розповіла **про арт-об'єкт на площі Поляка біля бібліотеки, що став символом спротиву в місті Запоріжжя**
https://www.instagram.com/reel/DQCHdDpDJ0U/

Ого! **Сама Ірена Карпа закликає молодь деколонізуватися**, адже українцем бути модно, це потужний капітал можливостей!
https://www.facebook.com/share/r/17vzRbGa1N/

Авторський колектив студентів: **Гридасова Марія, Ведмідьова Вероніка, Несен Анастасія, Гребенюк Артур, Бутенко Катерина, Івженко Ярослав, Казанцева Євгенія, Плетінь Єлисей, Чудіна Ксенія, Столярова Валерія** доводять у потужному відео, що **слухання російської музики -це не лише колонізація твоєї свідомості, це ще й спонсорування російських ракет, які летять вбивати твоїх співгромадян**
https://www.instagram.com/reel/DKG7gsztSXd/

Студентка третього курсу ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю» **Діана Ткаченко** пишається **перепрошуванням назв вулиць і закарбовуванням у пам'яті містян сучасних героїв – воїнів ЗСУ.**
https://www.instagram.com/reel/DJrW_MBtNcB/

Першою була робота студентки ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю» **Софії Вагилевич**. Вона створила **відео про колоніальне насильство на полотні життєвого шляху її дідуся**
https://www.instagram.com/reel/DJRbbpOtp5b/

«Жива» механіка деколонізації.

Ці кейси інтегруються у висновки щодо когнітивної моделі дискурсу деколонізації (див. Розділ І):

1. **Подолання інерції (сценарій 5→7 та 7→5):** історія Катерини Белицької та відео про усвідомлення факту спонсорування ракет через прослуховування російської музики стали емпіричним підтвердженням того, як індивідуальний спротив («не коверкай язик») та раціоналізація наслідків (гроші за прослуховування = ракети) поступово руйнують **внутрішню колоніальну свідомість**, переводячи систему з нейтрального стану в експоненційне зростання антиколоніального дискурсу.
2. **Реконструкція ідентичності (сценарій 9→3):** кейси про музику Івасюка, архітектурну пам'ять Запоріжжя та перейменування вулиць (Діана Ткаченко) демонструють перехід до актуальності **капіталізації ідентичності**. Заклик Ірени Карпи («бути українцем – модно») емпірично фіксує момент, коли ідентичність стає «потужним капіталом», що безпосередньо посилює національну безпеку через ментальну стійкість молоді.
3. **Деконструкція окупаційної логіки (вершина 2):** розслідування Маргарити Рогової про Мелітополь та відео про Дзержинського і ленінопад підтверджують статус **вершини 2 (повномасштабна агресія рф)** як зовнішнього, цинічного та системного чинника. Ці кейси наочно показують, що агресія рф – це не реакція, а системне використання ресурсів (людей, майна), що математично обґрунтовує автономність цієї вершини у моделі.
4. **Трансформація простору (мурали, арт-об'єкти):** сюжети про арт-об'єкт на площі Поляка та «дорожню карту» Вікторії Волкової підтвердили основу для моделювання **медійної оптики**, де міський простір перетворюється з об'єкта колоніального тиску на суб'єкт національного маніфесту.

Представлені кейси інформаційної кампанії забезпечили верифікацію когнітивної моделі, перетворивши теоретичні припущення про взаємозв'язок деколонізації та безпеки на доведені сценарії. Кожна історія – від особистого мовного переходу до цифрового відродження Івасюка – стала точкою ініціації імпульсу, що зумовив подальшу позитивну динаміку стійкості національної системи (див. Розділ І монографії).

Аналітичний огляд охоплень у соціальних медіа

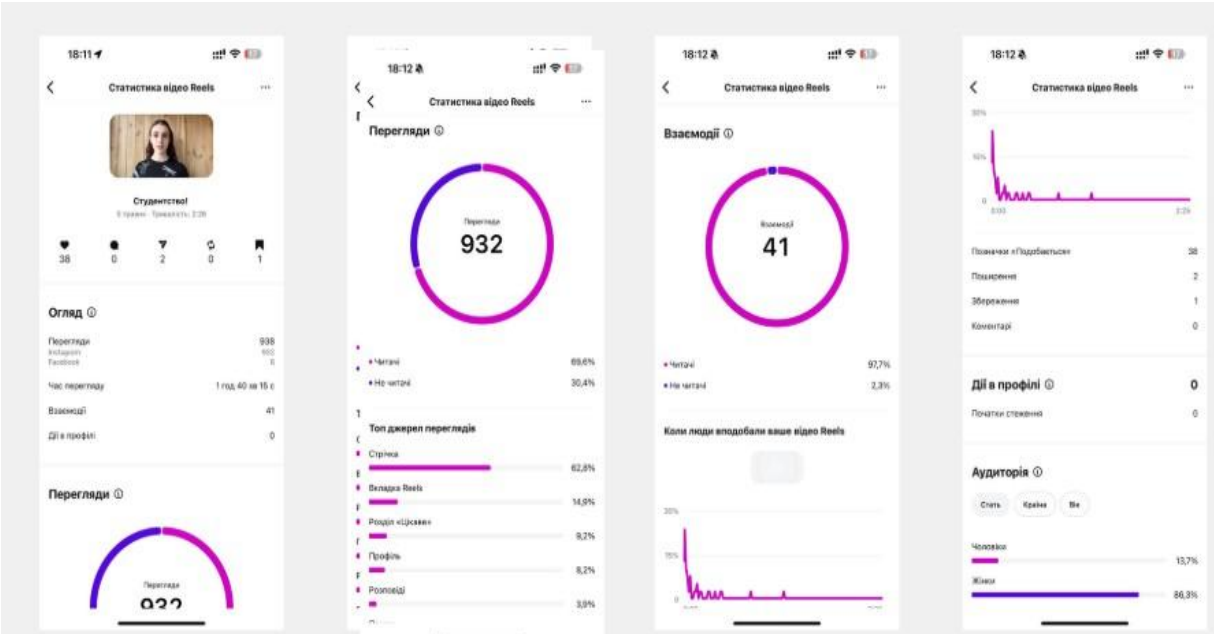
Платформа TikTok: характеризується високою питомою вагою інтеракцій. Середній показник переглядів становить 450 одиниць при 32 вподобаннях.

Платформа Instagram: демонструє найвищий кількісний показник охоплення аудиторії – 620 переглядів, проте з дещо нижчим рівнем залученості (27 вподобань).

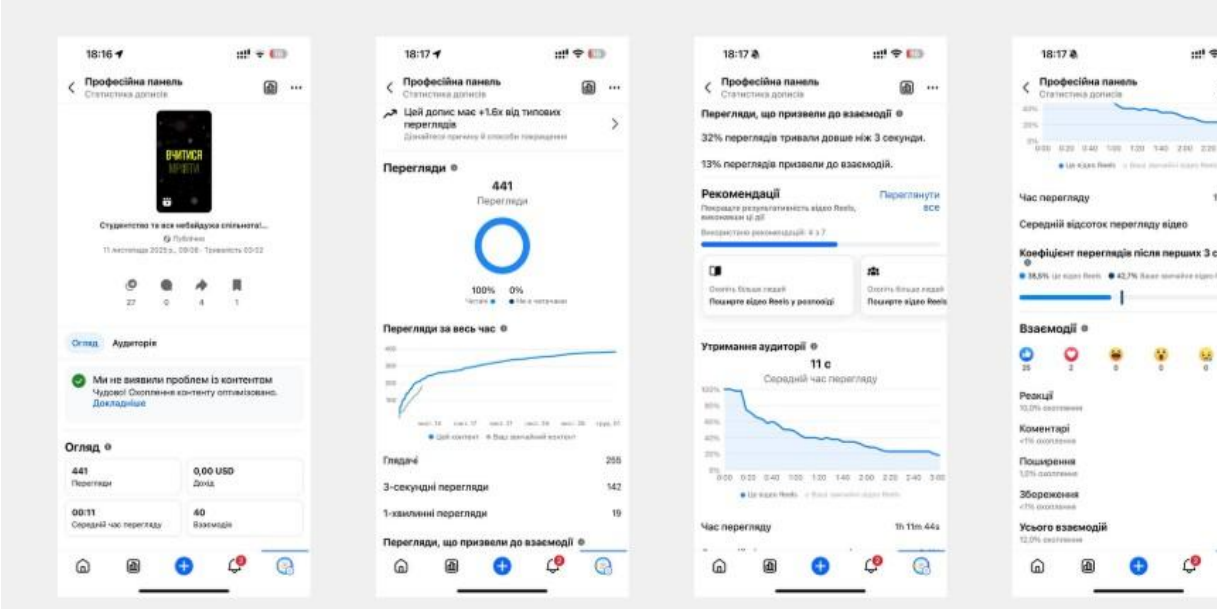
Платформа Facebook: на поточному етапі фіксує найбільш стримані показники – 270 переглядів та 9 вподобань у середньому на один пост.

Кейси з найвищим індексом віральності та користувацької залученості

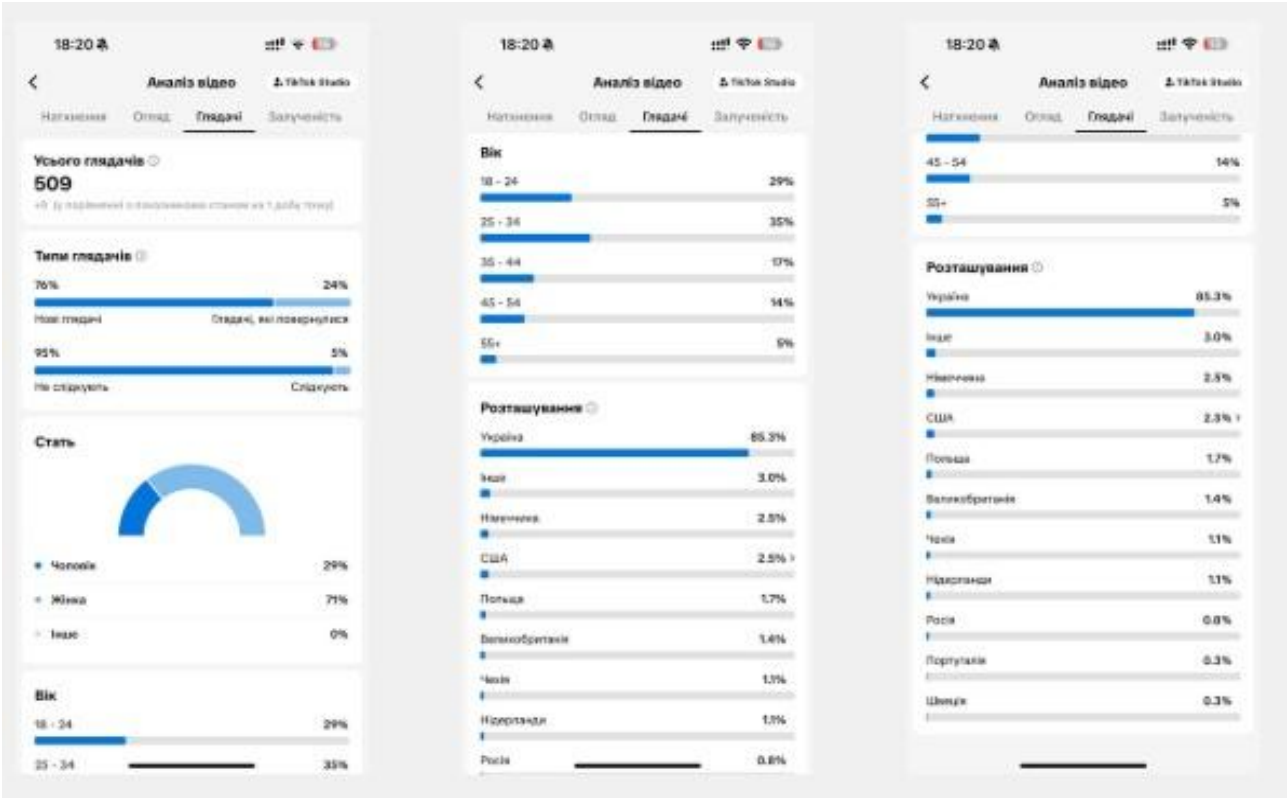
ІНСТАГРАМ

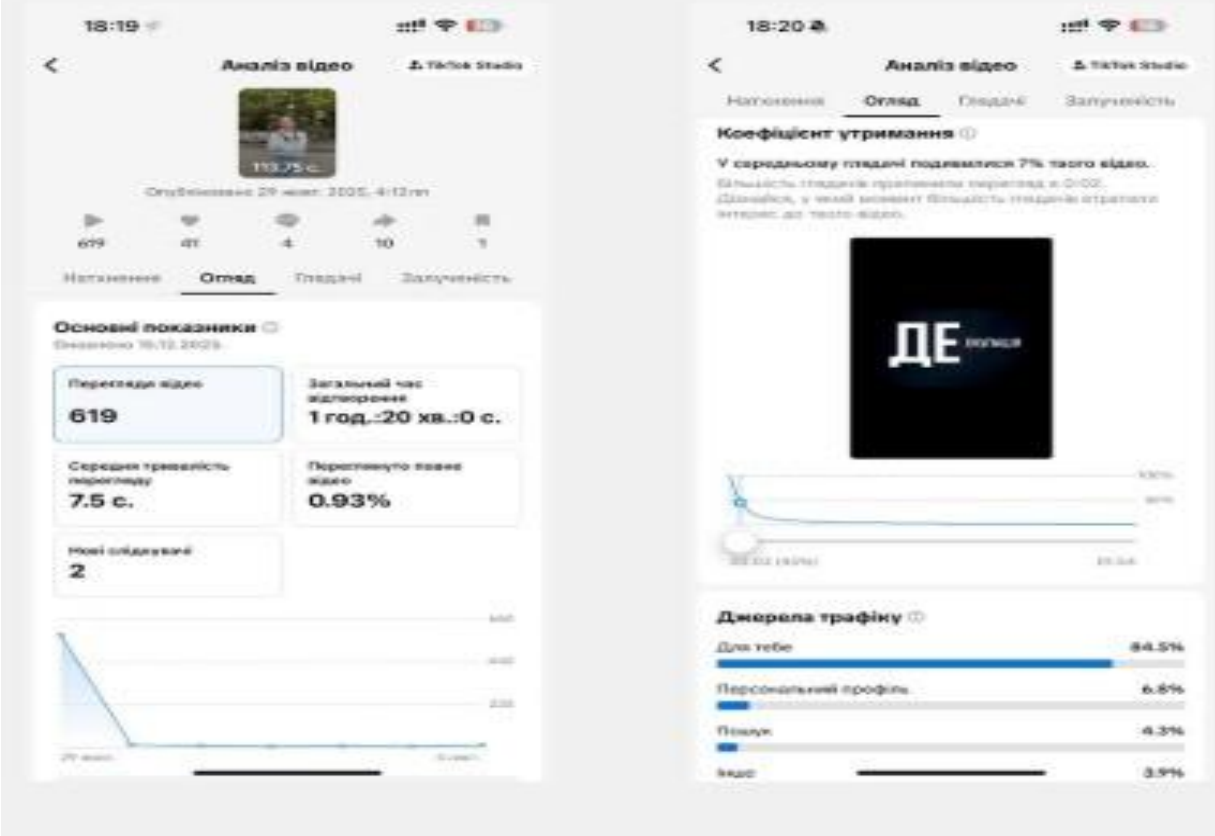


ФЕЙСБУК



ТІКТОК


18:20
Аналіз відео
TikTok Studio
Напочення
Огляд
Глядачі
Залученість
Усього глядачів
509
Типи глядачів
76%
24%
Нові глядачі
Глядачі, які повернулися
95%
5%
Не слідкують
Слідкують
Стать
Чоловік
29%
Жінка
71%
Інше
0%
Вік
18 - 24
29%
25 - 34
35%
35 - 44
17%
45 - 54
14%
55+
5%
Розташування
Україна
85.3%
Інші
3.0%
Німеччина
2.5%
США
2.3%
Польща
1.7%
Великобританія
1.4%
Чехія
1.1%
Нідерланди
1.1%
Росія
0.8%
Португалія
0.3%
Швеція
0.3%


18:19
Аналіз відео
TikTok Studio
Напочення
Огляд
Глядачі
Залученість
Основні показники
Перегляди відео
619
Загальний час відтворення
1 год. :20 хв. :0 с.
Середня тривалість перегляду
7.5 с.
Переглянуто повне відео
0.93%
Нові слідкувачі
2
18:20
Аналіз відео
TikTok Studio
Напочення
Огляд
Глядачі
Залученість
Коефіцієнт утримання
У середньому глядачі подивилися 7% такого відео.
ДЕ
Джерела трафіку
Для тебе
84.5%
Персональний профіль
6.8%
Пошук
4.3%
Інше
3.9%

Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби популяризації в громадянському суспільстві : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [відповідальний редактор В. А. Ковпак]. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2025. 126 с.



Плакат Вікторії Волкової, студентки факультету журналістики Запорізького національного університету, підготовлений у межах інформаційно-комунікаційної кампанії «ДЕколонізація та ДЕокупація територій та мізків. Увімкни своє світло»

Зображення на обкладинці згенеровані штучним інтелектом

Автор матеріалу несе повну відповідальність за граматичну і стилістичну точність тексту, за достовірність змісту, а також за дотримання етичних норм та авторських прав. Публікація матеріалів у збірнику здійснюється в авторській редакції.

