

ISSN 2616-7948 (print)

ISSN 2617-1244 (online)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

2025 #2 (16)

UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Науковий журнал

Виходить двічі на рік

Видається з 2018 року

Scientific journal

Issued two times per year

Published since 2018

Київ | 2025 | Київський національний
університет культури і мистецтв
Kyiv | 2025 | Kyiv National University
of Culture and Arts

*Друкується за ухвалою Вченої ради
Київського національного університету
культури і мистецтв
(протокол № 5 від 14.11.2025)*

*Published by the decision
of the Academic Council of Kyiv
National University of Culture and Arts
(Protocol No. 5 of 14.11.2025)*

Головний редактор — д-р філол. н., проф. Микола Тимошик

Editor-in-Chief: Doctor of Philology, Professor Mykola Tymoshyk

Відповідальний секретар — канд. істор. н., доц. Олена Каракоз

Executive Secretary: PhD in History, Associate Professor Olena Karakoz

Редакційна колегія:

*Балаклицький Максим — д-р н. із соц.
комунік., проф.;
Гарачковська Оксана — д-р філол. н.,
проф.;
Гжебик Маріола — д-р габ., проф. (Же-
шувський ун-т, Польща);
Зикун Наталія — д-р н. із соц. комунік.,
проф.;
Пекка Макела — д-р соц. н., Гельсінсь-
кий інститут соціальних наук і гума-
нітаристики (Фінляндія);
Новальська Тетяна — д-р іст. н., проф.;
Бачинська Надія — канд. пед. н., доц.*

Editorial Board:

*Maksym Balaklytskyi — Doctor of Social Commu-
nications, Prof.;
Oksana Harachkovska — Doctor of Philology, Prof.;
Mariola Grzebyk — Dr hab., Prof. (University of
Rzeszów, Poland);
Natalia Zykun — Doctor of Social Communica-
tions, Prof.;
Pekka Makela — Doctor of Social Sciences, Hel-
sinki Institute for Social Sciences and Human-
ities (Finland);
Tetiana Novalska — Doctor of History, Prof.;
Nadiia Bachynska — PhD in Education, Associate
Prof.*

**Відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України
від 15.04.2021 № 420 (додаток №3)**

**науковий журнал «Український Інформаційний Простір»
включено до Переліку наукових фахових видань України
за спеціальностями:**

061 — «Журналістика»,

029 — «Інформаційна, бібліотечна і архівна справа».

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення № 1210 від 31.10.2023 року.
Ідентифікатор медіа: R30-01915

**Журнал зареєстровано та індексується в таких науково-метричних
базах даних і каталогах:**

Index Copernicus, Academic Resource Index, PKP Index, BASE, Crossref, GoogleScholar,
Academia, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchGate, ResearchBib, Journal Factor,
Worldcat, Каталоги НБУВ (IRBIS-NBUV), Наукова періодика України (УРАН).

Шеф-редактор — д-р пед. н., проф. Михайло Поплавський

Editor director: Doctor of Education, Professor Mykhailo Poplavskyi

Адреса редакції:

Кімн. 917, вул. Є. Коновальця, 36
Київський національний університет
культури і мистецтв, м. Київ, 01133

Editorial office address:

Office 917, 36 Yevhen Konovalets Str.
Kyiv National University
of Culture and Arts, Kyiv, 01133

Тел./tel.: +38 (096) 104 79 53
e-mail: ukrinfoprostir@gmail.com

**Редакція залишає за собою право на редагування текстів, яке не змінює позиції автора.
Автор відповідає за фактичний виклад матеріалу.**

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2025

ЗМІСТ

CONTENT

Від головного редактора	7	Address from the Editor-in-Chief
Address from the Editor-in-Chief	10	Від головного редактора

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ACTUAL ISSUES OF THE UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Ігор ЗОЦ Слідами жанру, який зникає?	14	Ihor ZOTS In Traces of a Disappearing Genre?
Любов ВАСИЛИК Трансформація розслідувальної журналістики в умовах цифрового медіасередовища	20	Liubov VASYLYK Transformation of Investigative Journalism in the Context of Digital Media Environment
Ігор СКЛЕНАР Російсько-українська війна у дзеркалі німецькомовної преси (на матеріалах «Neue Zürcher Zeitung», «Der Spiegel»)	35	Ihor SKLENAR The Russian-Ukrainian War in the Context of the German Press (based on the Materials of “Neue Zürcher Zeitung”, “Der Spiegel”)

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ
THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

Alla BIEDNA
Specifics of Violations
in Journalistic Standards
during Wartime

52

Алла БЄДНА
Специфіка порушень
журналістських стандартів
за воєнної пори

Ірина КОПИСТИНСЬКА
Руслана САВЧУК
Війна в об'єктиві: жанрово-
тематичні особливості
студентського телепроєкту

62

Iryna KOPYSTYNSKA
Ruslana SAVCHUK
War in the Lens: Genre and
Thematic Peculiarities of
a Student Television Project

Володимир МАЛІНІН
Зарубіжні медіакорпорації
в умовах західної демократії
(на матеріалі 200-річної
історії шведського
медіаконцерну Бонн'єрів)

82

Volodymyr MALININ
Foreign Media Corporations
in Conditions of Western Democracy
(based on the 200-Year History
of the Swedish
Media Concern Bonnier)

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ
THEORY AND PRACTICE OF PUBLISHING AND EDITING

Роман ПАЗЮК
Юліанна ВІЩАК
Етика й естетика доступності:
тенденції інклюзивної верстки
та графічного дизайну

96

Roman PAZIUK
Yulianna VISHCHAK
Ethics and Aesthetics of Accessibility:
Tendencies of Inclusive Layout
and Graphic Design

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА КНИГОВИДАННЯ HISTORY OF JOURNALISM AND BOOK PUBLISHING

Іван ЗАБІЯКА
Альманах «Вітряк»
як взірєць крайової
літературної періодики

114

Ivan ZABIJAKA
Almanac "Vitriak" ("Windmill")
as a Model of Regional
Literary Periodicals

Лілія СІЛЕВИЧ
Корпус публікацій Василя
Короліва-Старого в журналі
«Рідна Мова» (1933–1939 рр.)

131

Liliya SILEVYCH
Corpus of Publications by Vasyl
Koroliv-Staryi in the Journal
"Ridna Mova" (1933–1939)

Олег ГОНЧАР
Учні́вство та професійна
підготовка друкарів у Східній
Галичині: за матеріалами газети
«Czcionka» (1872)

143

Oleh HONCHAR
Apprenticeship and Professional
Training of Printers in Eastern
Galicia: based on Materials of
the Newspaper "Czcionka" (1872)

РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

Сергій ВАЖИНСЬКИЙ
PR-кампанії театральних
фестивалів: привернення уваги
глобальної аудиторії

156

Serhii VAZHYNSKYI
PR Campaigns of Theatre Festivals:
Attracting the Global Audience's
Attention

Ігор ПАРФЕНЮК
Особливості використання
штучного інтелекту в мистецькому
освітньому середовищі

169

Ihor PARFENIUK
Peculiarities of the Artificial
Intelligence Application in the
Artistic Educational Environment

Оксана ТУР
Вікторія ШАБУНІНА
Реклама штучного інтелекту
в соціальних медіа: комунікативні
та стратегічні аспекти

189

Oksana TUR
Viktoriia SHABUNINA
Artificial Intelligence Advertising
in Social Media: Communicative
and Strategic Aspects

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА І АРХІВНА СПРАВА **INFORMATION, LIBRARY AND ARCHIVAL AFFAIRS**

Ігор САЛАМАХА
Ірина ДЕНИС
Оксана ГРИДЖУК
Наталія ДУДА
Впровадження
електронного документообігу:
проблеми та перспективи

206

Ihor SALAMAKHA
Iryna DENYS
Oksana HRYDZHUK
Nataliia DUDA
Implementation of Electronic
Document Management:
Problems and Perspectives

ПЕДАГОГІКА ЖУРНАЛІСТИКИ **PEDAGOGY OF JOURNALISM**

Валентина ГАЛИЧ
Розмова з пам'ятником
як жанр журналістики:
діалог двох побратимів
з пам'ятних дошок, що поруч

220

Valentyna HALYCH
Conversation with a Monument
as a Genre of Journalism:
Dialogue between Two Brothers
from Nearby Memorial Plaques

РЕЦЕНЗІЇ, ПРЕЗЕНТАЦІЇ, ПОВІДОМЛЕННЯ **REVIEWS, PRESENTATIONS, MESSAGES**

Любов ГОЛОТА
Слова та голос Галини Дацюк

232

Lyubov HOLOTA
Words and Voice of Halyna Datsyuk

Від головного редактора

Шановний читачу!

Завершення роботи над другим випуском нашого дворічника «Український Інформаційний Простір» з літочисленням 2(16) за нинішній рік збіглося із місячним науковим стажуванням автора цих рядків в Українському Вільному Університеті у Мюнхені. Цей сакральний для світового українства навчально-науковий заклад у розпал Другої світової війни був переміщений із Праги вглиб Європи. Засновники й опікуни завчасно подбали про те, щоб уберегти його від впливів «руського міра» та забезпечити подальший поступ незалежної від політичного впливу української науки і освіти у вільному західному світі.

З огляду на це, доцільно почати своє Передслово до свіжого випуску УІП саме з німецького контексту.

У час тісного спілкування з тамтешніми колегами, хто має прямий стосунок до викладання журналістики чи безпосереднього її творення, жодного разу не довелося чути тез, до яких в Україні вже звикли і дослідники, і пересічні читачі, – про так зване «вимирання преси», про «занепад друкованої журналістики». На жаль, у нас були штучно створені умови, здебільше економічного і правового характеру, коли за короткий проміжок часу значний сегмент друкованої періодики поступово зникав з медійного ринку. Особливо це стосувалося центральних і крайових газет. Місцева преса, менше-більше, поки виживає.

На Заході преса точно не вмирає. Вона стабільно тримає свої позиції, мирно співіснує з іншими видами засобів масової інформації. Звісно перед мережевими конкурентами програє в оперативності, але виграє в головному – аналітиці, публіцистиці. Якісній журналістиці на Заході довіряють. Якісна журналістика, незалежна від грошового мішка олігархів чи владних важелів впливу, завжди була, є і буде витребуваною в будь-якому справді демократичному суспільстві.

Так, лише у Мюнхені стабільно виходить у світ кілька газет. Це – найтиражніший на всю Німеччину щоденник «Süddeutsche Zeitung». Також щоденною є «Münchner Merkur», яка має також щоденний попу-

лярний додаток TZ (Tages Zeeitung). Щотижнево приходить до широкого кола читачів «Hallo München». Обсяги цих видань – від 24 до 48 шпальт. Змістова частина зазвичай поділяється на кілька тематичних блоків: політика, культура, спорт, реклама. Газетних кіосків, у пострадянському розумінні, тут немає. Натомість чи не на кожній зупинці громадського транспорту, на людних місцях (навіть у сільській місцевості) є своєрідні іменні газетні «банкомати». Вони зранку заповнюються свіжими випусками і для одержання примірника варто впустити відповідну монету. Зазвичай ціна примірника щоденника на 24-48 шпальт – від півтори до трьох євро. Всі газети тут в видаються в кольорі. Журнали також продаються через подібні «банкомати».

Знаковою темою розділу «Актуальні питання українського інформаційного простору» є російсько-українська війна в дзеркалі німецькомовної преси з подачі львівського вченого-журналістикознавця Ігоря Скленаря. У поле фахової обсервації потрапили переважно аналітичні публікації з «гарячої» теми двох відомих у західній Європі газет – гамбурзької «Der Spiegel» (Німеччина) та цюрихської «Neue Zürcher Zeitung» (Швейцарія). Головний позитив результатів аналізу – об'єктивна зміна ідеологем німецькомовної журналістики в українському питанні: від «конфлікту на Сході» (цим рясніли публікації до лютого 2022 року) до поняття «повномасштабна війна в Україні»; від відсторонено-інформативної хроніки подій до об'єктивного, глибоко аналітичного висвітлення цієї несправедливої для українців війни.

На звернення теми міжнародної журналістики привертаю увагу читачів журналу до статті молодого дослідника з Києва Володимира Малініна «Зарубіжні медіакорпорації за умов західної демократії...» – про історію двохсотрічного успіху найбільшого шведського медіа монополіста – корпорації Бонн'єрів. Досвід шведів може бути і цікавим, і повчальним. Адже з огляду на історичні обставини ми не можемо похвалитися такою довготривалістю буття бодай одного-двох періодичних органів.

Воєнній темі сучасної української журналістики присвячена стаття івано-франківських дослідниць Ірини Копистинської та Руслани Савчук. В полі їх зору – жанрово-тематичні особливості програм крайового телебачення, які виходять в ефір силами тамтешніх студентів-журналістів. Тему цю доповнює й увиразнює цікавими прикладами і висновками щодо порушень журналістських стандартів у час війни чернігівськими медійниками Алла Бедна. Цю статтю, зважаючи на її актуальність, подаємо англійською мовою.

Редакція журналу залишається вірною темі, яка має стати засадничою в пріоритетах державної інформаційної політики з огляду на спроби росії «денацифікувати» українців, тобто позбавити їх історичного кореня в питанні національної ідентифікації. Під цим кутом зору Лілія Сілевич розглядає корпус фактично невідомих в Україні публіка-

цій Василя Короліва-Старого в редагованому Іваном Огієнком у Варшаві місячнику «Рідна Мова». Іван Забіяка уперше уводить до наукового обігу цінну інформацію про один із кращих взірців крайової літературної періодики – альманах «Вітряк» колишнього райцентру Талаївка на Чернігівщині. А Олег Гончар, також уперше, пропонує знайти паралелі із сьогоденням в особливостях підготовки кадрів для друкарень і видавництва на Галичині, які вимальовуються зі сторінок газети «Czcionka» (1872).

У цьому числі продовжуємо розпочату два роки тому дискусію про тривожні тенденції в українській жанрології. Наш постійний автор, головний редактор всеукраїнського тижневика «Слово Просвіти» Ігор Зоц привертає увагу творців журналістики до колись витребуваного жанру, який нині зникає, – огляду преси. Професорка з Чернівців Любов Василук виявляє цікаві тенденції в розслідувальній журналістиці. А професорка з Рівного Валентина Галич стверджує в нашій журналістиці популярний віддавна на Заході вид інтерв'ю – розмова з пам'ятником.

Розділ «Реклама та зв'язки з громадськістю» відзначається поважними за актуальністю та рівнем виконання двома публікаціями. Йдеться про позитиви й загрози в цій галузі штучного інтелекту. Молодий дослідник із КНУКиМу Ігор Парфенюк подає на суд колегам результати свого дослідження щодо особливостей використання ШІ в мистецькому освітньому середовищі, а Оксана Тур та Вікторія Шабуніна – в соціальних медіа.

Розділ «Інформаційна, бібліотечна і архівна справа» цього разу вийшов короткий. Втім тема його актуальна – проблематики впровадження електронного документообігу в бібліотечній сфері за умов невинного зростання обсягів цифрових даних. Дослідження провели і діляться його результатами науковці Національного лісотехнічного університету України.

Тримаємо на оці ще одну традицію національної наукової періодики – стабільність рубрики «Рецензії, презентації, повідомлення». Тут зазвичай привертаємо увагу фахівців до книжкових новинок, авторами яких є авторитетні в Україні журналісти. Цього разу взірцевою є книга публіцистики талановитої газетярки й письменниці Галини Дацюк «Світло повертається», яку рецензує не менш талановита журналістка й поетеса Любова Голота.

Микола Тимошик,
головний редактор
«Українського Інформаційного
Простору»

Address from the Editor-in-Chief

Dear Reader!

The completion of work on the second issue of our biennial "Ukrainian Information Space" with the chronology 2(16) for the current year coincided with the month-long scientific internship of the author of these thoughts at the Ukrainian Free University in Munich. This sacred educational and scientific institution for the world Ukrainian community was moved from Prague to the middle of Europe in the full swing of World War II. Founders and guardians took care in advance to protect it from the influence of the "russian world" and to ensure the further gait of Ukrainian science and education independent of political impact in the free Western world.

In view of all this, it is appropriate to begin my Preface to the latest issue of UIS precisely with the German context.

During close communication with the colleagues who are directly related to teaching journalism or its direct creation, I never once heard theses about the so-called "extinction of the press" and the "decline of print journalism", to which both researchers and ordinary readers are already accustomed in Ukraine. Unfortunately, there could be noted artificially created conditions, mostly of economic and legal nature, when in a short period of time a significant segment of printed periodicals gradually disappeared from the media market. This especially applied to main and regional newspapers. More or less, the local press is still surviving.

In the West, the press is definitely not dying out. It is stably holding its positions, peacefully coexisting with other types of media. Of course, it is losing to network competitors in efficiency, but still it is winning the main issues, such as analytics and journalism. In the West, high-quality journalism is trusted. Independent of money bags of oligarchs or the levers of power influence, high-quality journalism has always been, is, and will be in demand in truly democratic societies.

Thus, only in Munich, there are few newspapers published consistently. This is the daily "Süddeutsche Zeitung" with the highest circulation in Germany. Addi-

tionally, "Münchener Merkur" is a daily publication, which also has a popular daily supplement TZ (Tages Zeeitung). "Hallo München" reaches a wide range of its readers weekly. The volumes of such publications range from 24 to 48 columns. The content is usually divided into several thematic blocks, namely: politics, culture, sports, advertising. In the post-Soviet sense, there are no newspaper booths. Instead, at almost every public transport station, in crowded places (even in rural areas), there are peculiar personalised newspaper "ATMs". In the morning, they are filled with fresh issues. To get a copy, you need to insert the appropriate coin. Usually, the price of a copy of a daily with 24–48 columns is from one and a half to three Euros. All these newspapers are published in colour. Journals are also sold through similar "ATMs".

In the section "Current Issues of the Ukrainian Information Space", an exquisite topic is the russian-Ukrainian war in the mirror of the German-speaking press, submitted by Lviv scientist and journalist critic Ihor Sklenar. The field of professional observation included mainly analytical publications on the "hot" problem of two well-known newspapers in Western Europe, such as Hamburg's "Der Spiegel" (Germany) and Zurich's "Neue Zürcher Zeitung" (Switzerland). The main positive result of this analysis is an objective change in ideologems of German-language journalism on the Ukrainian issue: from the "conflict in the East" (this was the case in publications until February 2022) and to the concept of "full-scale war in Ukraine"; from a detached and informative chronicle of events and to an objective, deeply analytical highlighting of this unrighteous war for Ukrainians.

To conclude the topic of international journalism, I draw attention of the journal's readers to the article by a young researcher from Kyiv, Volodymyr Malinin, "Foreign Media Corporations under Western Democracy...". It is about the history of the two-hundred-year success of the the Bonnier Corporation as the largest Swedish media monopolist. The experience of the Swedes can be both interesting and exemplary. After all, taking into account historical circumstances, we cannot boast of the longevity of even one or two periodicals.

The war theme of modern Ukrainian journalism is a subject of an article by Ivano-Frankivsk researchers Iryna Kopystynska and Ruslana Savchuk. Their field of scientific studies is the genre and thematic peculiarities of regional television programmes, which are broadcast by local student journalists. This topic is supplemented and expressed with interesting examples and conclusions regarding violations of journalistic standards during the war time by Chernihiv media workers Alla Biedna. Given its relevance, we present this article in the English language.

The journal's editorial board remains faithful to the theme, which should become a fundamental priority of the state information policy in view of Russia's attempts to "denazify" Ukrainians, that is, to deprive them of their historical roots in issues of national identification. From this perspective, it

views the corpus of publications by Vasyl Koroliv-Staryi, virtually unknown in Ukraine, in the monthly journal "Ridna Mova" edited by Ivan Ohienko in Warsaw. For the first time, Ivan Zabiaka introduces into scientific circulation valuable information about one of the best examples of regional literary periodicals, such as the almanac "Vitriak" of the former district centre of Talalaivka in the Chernihiv region. Also for the first time, Oleh Honchar offers to find parallels with the present in the features of training personnel for printing houses and publishing houses in Galicia, which emerge from the pages of the newspaper "Czcionka" (1872).

In this issue, we continue the discussion started two years ago about disturbing tendencies in Ukrainian genreology. Ihor Zots, our regular author and an editor-in-chief of the all-Ukrainian weekly "Slovo Prosvity" draws attention of journalists to the once popular genre, which is now disappearing, such as Press Review. Lyubov Vasylyk, a professor from Chernivtsi, reveals interesting trends in investigative journalism. In turn, Valentyna Halych, a professor from Rivne, claims that a conversation with a monument is a type of interview that has long been popular in the West in our journalism.

The section "Advertising and Public Relations" is distinguished by two publications that are significant in terms of relevance and level of scientific writing. They are about the positive aspects and threats in this sphere of artificial intelligence. A young researcher from KNUCA Ihor Parfeniuk presents to his colleagues the results of his scientific studies on the features of using AI in the artistic educational environment, and Oksana Tur and Viktoriia Shabunina – in social media.

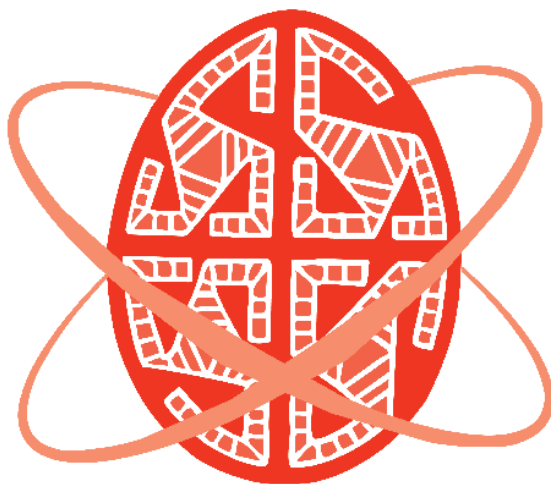
The section "Information, Library and Archival Studies" turned out to be short in this issue. However, its topic is relevant – problems of implementing electronic document management in the library sphere under conditions of a constant growth in the volume of digital data. The research was conducted and its results are shared by scientists from the National Forestry University of Ukraine.

We take into account one more tradition of the national scientific periodicals – the stability of the "Reviews, Presentations, Announcements" column. We usually draw attention of specialists to new books, the authors of which are authoritative journalists of Ukraine. This time, the exemplary book of journalism is presented by a talented journalist and writer Halyna Datsyuk "The Light Returns", which is reviewed by the no less talented journalist and poet Lyubov Holota.

Mykola Tymoshyk,
Editor-in-Chief
of "Ukrainian Information Space"

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

ACTUAL ISSUES
OF UKRAINIAN INFORMATION SPACE



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345572

УДК 070.447:050](477)"364"

Слідами жанру, який зникає?

Ігор Зоц

головний редактор

всеукраїнського тижневика

«Слово Просвіти»

© Зоц І., 2025

Якось у недавній розмові з колегами зайшлося про огляд преси як жанр. Колись він був престижний і затребуваний – і читачами, і самими журналістами. Однією з важливих функцій таких оглядів була орієнтаційна. Маститі журналісти подавали читачькому загалу своєрідні зрізи буття самої журналістики – або за певними актуальними темами, або за видо-типологічними характеристиками самих періодичних видань.

Нині, на жаль, огляд преси зникає із газетних і журнальних шпальт.

Однак є немало медіа, які залишаються вірними цьому випробуваному часом жанру, активно використовують його аналітичні, пізнавальні й орієнтаційні можливості та вважають це справою немарною. Про них і поведемо мову.

IN TRACES OF A DISAPPEARING GENRE?

Ihor ZOTS

Editor-in-Chief

of the all-Ukrainian Weekly "Slovo Prosivity"

Once, in a recent conversation with colleagues, the issue of press review as a genre came up. Some time ago, it was prestigious and in demand, both by readers and journalists. One of the important functions of such reviews was orientation. Venerable journalists presented the readership unique snapshots of the existence of journalism itself – either based on relevant themes, or on specific species-typological characteristics of the periodicals themselves.

Nowadays, unfortunately, press review is disappearing from newspaper and journal columns.

However, there are many media outlets that remain faithful to such a time-tested genre, actively use its analytical, cognitive and orientational capabilities, as well as consider it to be a worthwhile endeavor. We will talk about them.

Почну з такого прикладу. Щотижнева календар-газета «Публіка» віддає оглядовим матеріалам чільні місця. Рубрика так і називається – «Огляд інтернет-видань», там розміщуються актуальні інформації на час виходу газети. Так, у № 33 (19–25 серпня 2025 р.) вийшли, зокрема, такі розповіді про статті в українських і закордонних медіа: «Україна прискорює закачування газу в сховища, щоб уникнути зимового дефіциту («Укрінформ»», «Наскільки заміноване Чорне море?» (інтернет-видання «Радіо Свобода»», «Що тривожить українських біженців» («Українська правда»», «Як живе Добропілля – місто на лінії фронту» (інтернет-видання LB.ua) та інші, загалом на трьох шпальтах.

Окремо «Публіка» друкує повідомлення з підзаголовком «Щотижневий огляд інформації, опублікованої в інтернеті на офіційних сайтах органів державної влади, а також інших організацій», де знаходимо чимало ексклюзивної інформації (наприклад, за які саме вчинки українські захисники відзначені державними нагородами Героїв України). Так, у № 20 (20–26 травня 2025 р.) мова йде про те, як глава держави Володимир Зеленський вручав орден «Золота зірка» родинам загиблих воїнів, а також подається короткий опис їхніх героїчних дій.

На сторінках «Публіки» йдеться про капітана Івана Ваховського, який у лютому-березні 2022 року здійснив 12 бойових вильотів, зокрема евакуював 19 поранених з Маріуполя. 31 березня у складі групи українських вертольотів був бойовий виліт до оточеного заводу «Азовсталь». На зворотному шляху група потрапила під ворожий обстріл. Екіпаж, до складу якого входив Іван Ваховський, відволік вогонь на себе і врятував інші три вертольоти ціною своїх життів. Старший солдат Олександр Кандауров на Київщині очолював групу, яка, обороняючи дорогу Велика Димерка – Жердова – Гоголів, знищила колону російської техніки. На Харківщині він прицільним вогнем ліквідував піхоту, а також узяв на себе командування відділенням; на Луганщині – захопив ворожі позиції та зупинив ДРГ; на Донеччині – під час штурму російських окупантів із гранатомета знищив танк і БМП. Олександр Кандауров загинув 25 вересня 2022 року внаслідок масованого артилерійського й танкового обстрілу.

Це – короткий опис бойової звитяги тільки двох героїв, а всього на шпальті короткі довідки про дев'ятнадцять захисників – полеглих і живих.

Варто зазначити, що «Публіка» не змінює пріоритетів і постійно друкує матеріали про героїв Війни за Незалежність. Так, у № 33 (19–25 серпня 2025 р.) у рубриці «Вічна пам'ять! Обличчя перемоги» газета розмістила замальовки про загиблих військовослужбовців: 21-річну Катерину Кандиболоцьку, 51-річну Людмилу Нінадовську, 25-річного гранатометника Вадима Порошука, 41-річного старшого лейтенанта Олега Нежлукченка...

У цьому ж номері подано розлогий нарис про колишнього кіноактора й телеведучого Максима Неліпу, який пішов воювати в березні 2022-го, а 12 травня 2025-го загинув сорокавосямирічним старшим лейтенантом...

Важливим складником патріотичного напрямку газети є розповіді про перебіг бойових дій та відважні дії захисників України. Це, зокрема, матеріали «Пояс укріплень» на Донбасі критично важливий для України» і «Як Україні повернути окуповані території півдня» (№ 34, 26 серпня – 1 вересня 2025 р.), «Як військовому виграти «дуель» проти FPV-дрона» та «Як розблокувати Херсон?» (№ 35, 2–8 вересня 2025 р.).

«Огляд медіа та соціальних мереж» постійно виходить і в друкованому щотижневику *«Слово Просвіти»* («СП»). Видання оглядає повідомлення переважно електронних медіа, адже саме вони займають значну частину інформаційного масиву, але є місце і для газет. Це, зокрема, «Сільські Вісті», «Україна Молода», «Публіка», «Експрес». Із цих видань оглядач обирає матеріали оригінальні, з тематики, якої не багато в інших медіа.

«Сільські вісті» (№ 28, 17.07.2025) повідомляють, що родина Марківських із Хмільника в пам'ять про полеглого на війні сина – захисника України Олександра – придбала дзвони для Михайлівської церкви ПЦУ вартістю майже пів мільйона гривень. Тож найближчим часом розпочнеться будівництво дзвіниці.

«Колишня співробітниця Генпрокуратури України Галина Климович ділиться в газеті «Сільські вісті» (№ 27, 10.07.2025) своїми враженнями від відвідин воїнів ЗСУ біля переднього краю в старенькій хаті, яку вони винаймають за свій кошт: «За свій кошт! Чому? Чому вони платять за житло самі, тоді як чиновникам за готелі платить держава? Чому ремонт необхідного – за свій кошт? Чому пальне, техніка, прилади, спорядження – з власної зарплати? Закипаю від люті і тупого безсилля! Хочу справедливості для всіх! Хочу бачити шибениці вздовж доріг! Із мордами «мохерових», «х@рових умерових», крадіїв і здирників – ворогів!»

Газета «Україна молода» (№ 29, 23.07.25) повідомляє, що у французькому місті Ромії – сюр-Сен відкрили стадіон на честь загиблого на російсько-українській війні колишнього мера Умані Олександра Цебрія. Він був міським головою Умані в 2015–2020 рр., а з початку широкомасштабного вторгнення доєднався до лав ЗСУ. Загинув 24 липня 2024 року під час виконання бойового завдання на Донеччині. У квітні 2025 року Олександр Цебрю посмертно присвоєно звання Героя України».

Згадувані тут друковані медіа, за винятком «СП», оглядів преси не друкують. Але одне з видань – «Україна молода» – зважилося на публікацію дослідження соцмереж, що теж можна вважати оглядом. Так ось, у статті під назвою «Нардепи-блогери, російська мова та «ефект Януковича» («УМ», 16 липня 2025 р.) автор Олександр Левчак (Тексти) пише, що Рух ЧЕСНО проаналізував соцмережі депутатів і з'ясував, хто з нардепів-блогерів є найпопулярнішими, яка соцмережа користується

найбільшим попитом серед парламентаріїв і хто з них досі веде свої сторінки російською.

Видання нагадує, що вдатися до використання соціальних мереж депутатів Верховної Ради змусили обмеження на доступ журналістів до парламенту під час пандемії COVID-19, та з 24 лютого 2022 російського вторгнення. Відтак окремі депутати заповнили цей вакуум власними трансляціями з ВР у соціальних мережах. Яскравий приклад – Олексій Гончаренко з «Європейської солідарності».

Водночас виявилось: для того, щоб набрати популярність, не потрібно мати імідж «зразкового» нардепа. Навпаки! Як показало дослідження, у лідерах за кількістю підписників – нардепи, що перебувають у СІЗО за підозрою в державній зраді – Олександр Дубінський і Євген Шевченко, а також нардепи-втікачі Олександр Куницький і Артем Дмитрук.

«Для охоплень їм достатньо використати тригерні заголовки про «бусифікацію», «авторитаризм» чи «ефект Януковича».

Водночас є й інший метод. Приміром, вести канал російською мовою. Всього п'ять російськомовних YouTube-каналів народних обранців мають утричі більше підписників, ніж усі україномовні (а їх ми знайшли понад сотню)», – зазначає газета.

Прикладів успішності чи невдач політсил та їхніх представників із зрозумілих причин в цих нотатках не буде. Натомість наведу підсумкові рядки статті в «УМ»: «Нагадаємо, що раніше Рух ЧЕСНО вже писав: закритість парламенту, виправдана на початку повномасштабної війни, з часом перетворилася на зручну для влади практику. Але суспільство чекає відкритості – трансляцій, доступу журналістів і публічності в роботі комітетів».

Так чи не так, але, поза сумнівом, під тиском парламентської опозиції, вільних медіа та громадянського суспільства, Верховна Рада у вересні цього року ухвалила постанову про відновлення прямих трансляцій пленарних засідань. Для цього є телеканал «Рада», що фінансується коштом платників податків, але їхній запит на повне висвітлення діяльності парламенту це медіа не задовольняє. Так, за підсумками одного з досліджень на телеканалі «Рада» за останні кілька років жодного разу не надавали слово представникам фракції «Європейська солідарність». На наш погляд, за всю історію українського парламентаризму ще ніколи повністю не ігнорували опозицію в інформаційному просторі так, як це відбувається зараз.

Дзеркалом усього парламенту перестала бути і газета «Голос України» – багаторічне офіційне видання ВР, де на зміну гострим журналістським матеріалам прийшли звіти про діяльність спікерів, керівників комітетів, їхні фотографії із засідань і закордонних поїздок. Ці матеріали виходять з підписом «Прес-служба Апарату Верховної Ради України». Наприклад у № 162 (19.08.2025) на восьми шпальтах таких інформацій

15, у наступному – № 163 (20.08.2025) – 19. Водночас у цих та інших номерах, наприклад, відсутня інформація про те, як законодавці підтримують місцеве самоврядування в частині своїх повноважень, яких змін потребують громади на шляху до Євросоюзу та ін. Зрештою, немає в газеті публікацій про те, як воює і виживає Україна у війні за Незалежність! Немає нарисів про людей, відсутні нариси про захисників!

Натомість офіційне видання ВР чи фактично пресслужби ВР віддає перевагу статтям про «День незалежності Афганістану» (№ 162), «День незалежності Сенегалу» (№ 163), «Наадам – національне свято Монголії» (№ 135, 11.07.2025). Постійно виходять значним обсягом статті під рубрикою «Парламенти світу»: «Парламент Республіки Філіппіни» (№ 73, 16.04.2025), «Парламент Андалусії» (№ 83, 29.04.2025), «Парламент Республіки Колумбія» (№ 67, 05.04.2025), «Парламент Шрі-Ланки» (№ 23, 04.2025).

У матеріалах за підписом керівника пресслужби ВР детально розписані не тільки функції іноземних парламентів, а окремо виділяються їхні видання. Наприклад, «Gaceta del Congreso» – офіційний друкований орган парламенту Колумбії» (№ 67), «Hansard» – офіційне друковане видання парламенту Шрі-Ланки» (№ 23). Цікаво! Але б, певно, не тільки мені так само цікаво було прочитати про діяльність обласних рад України стосовно захисту від російської навали. І мене, на відміну від пресслужби ВР, більше непокоїть доля не колумбійських, а прифронтових газет – «Ворскли» та «Білопільщини» із Сумщини, «Межівського меридіана» із Дніпровщини, «Вечірнього Миколаєва», «Нового дня» з Херсона, «Маяка» з Харківщини... На жаль, про них і загалом про проблеми вітчизняного інформаційного простору офіційне видання ВР оглядових матеріалів не подає.

Повертаючись до головної теми цих нотаток, хотілося б згадати такий вид друкованих медіа, як журнали. Багато хто вважає, що вони припинили своє існування, але це не так. Наразі виходить чимало спеціалізованих, дитячих, літературно-художніх журналів. Є в цьому переліку й один громадсько-політичний – «Країна». «Журнал про Україну та світ, про людей, культуру, політику, гроші, моду, спорт. Тільки цікаві новини і фотографії», – так позиціонує себе це видання в «Каталозі медіа України», що поширюються через «Укрпошту» в другому півріччі 2025 р.

Журнал виходив з початку року двічі на місяць, але, певно, через фінансові проблеми, перейшов на одноразовий випуск. Відтак, на 60 сторінках глянцевого видання пропонується доволі широкий спектр життя в Україні і поза нею. Інтерв'ю – один із найпоширеніших жанрів, які використовує редакція. Переважно це розмови з авторитетними експертами про російсько-українську війну. Так, політик і дипломат Роман Безсмертний в інтерв'ю «Країні» заявляє: «Восени ми станемо свідками агресивних дій Кремля в районі Балтики» (№ 11–12, 19 червня 2025 р.). «Жодна країна не стикалася з таким масовим переміщенням

людей», – підкреслює демограф Олександр Гладун в розмові з журналістом (№ 5, 13 березня 2025 р.). «Варто націоналізувати галузі, від яких залежить обороноздатність країни», – пропонує економічний експерт Юрій Гаврилечко в розлогіму інтерв'ю журналу (№ 13–14, 17 липня 2025 р.). «Проковтнути нас частково можливо, проте перетравити – ні. Ми великий народ, захопити і переформатувати під “руський мир” нас не вдасться», – заявляє в розмові з журналістом видання відеоблогер, учитель історії Віталій Дрібниця (№ 13–14, 17.07.2025)

Тему обороноздатності нашої держави продовжує Ігор Луценко, аеророзвідник, народний депутат України попереднього скликання. «Ми кардинально відрізняємося від росії. Бо російський тил – це державна машина, яка бере участь у війні. Вони створили масштабне виробництво, постійно модернізують «шахеди», випускають нові покоління. У них працює повноцінний виробничий цикл, як і має діяти держава в умовах війни. А в нас цього немає. І я не бачу, щоб щось подібне з'являлося», – стверджує військовослужбовець у «Країні» (№ 13–14, 17.07.2025)

Журнал щонайменше використовує такий рідкісний для сучасної української журналістики жанр, як «щоденник». Це, як правило, короткі записи, для періодики, не для книжок.

«Воюю, щоб наші нащадки не стали хохлами-яничарами», – зазначає військовий Ігор «Тополя» Мазур (№ 9–10, 15 травня 2025 р.).

А ось рядки зі щоденника священника та викладача Андрія Зелінського: «Людина – це досвід і мова. Пережитий досвід шукає мову, а завоює мову підтягує досвід» (№ 13–14, 17.07.2025).

Отже, слід наголосити на тому, що огляд преси, хоча і став рідкісним на шпальтах друкованих медіа, але не зник. Наш інформаційний простір насправді дуже розмаїтий, особливо на рівні видань у громадах, є багато новин, що заслуговують на поширення в більшому масштабі. Можливо, наші центральні медіа вже на шляху до опрацювання цього сегменту. Натомість, є яскраві приклади, як окремі телеканали і сайти роблять огляди закордонних медіа про російсько-українську війну, чи про те, як вітчизняні сайти висвітлюють ту чи ту актуальну тему.

Та це вже привід для наступної розмови.

Надійшла: 02.09.2025; Прийнято: 10.10.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345575

УДК 070.4:343.102]:004:316.422

Трансформація розслідувальної журналістики в умовах цифрового медіасередовища

Любов ВАСИЛИК

д-р н. із соц. комунік., доц.

Чернівецький національний
університет імені
Юрія Федьковичавул. Коцюбинського, 2, 29012,
Чернівці, Україна

l.vasylyk@chnu.edu.ua

ORCID: 0000-0001-9947-9389

© Василик Л., 2025

У цифрову епоху вказаний вид журналістики зазнає суттєвих трансформацій, тож вивчення ролі новітніх технологій у проведенні розслідувань укр. актуальне і з теоретичного, і з практичного погляду. Цифровізація інформаційного простору відкрила нові можливості для створення важливого для суспільства контенту. Праці дослідників є ґрунтовною базою щодо вивчення цієї теми, однак комплексно вона досі не розглядалася. Тенденції й перспективи впливу цифровізації на трансформацію жанру окремо не відстежувалися, тож проблема потребує аналізу з огляду на постійний технологічний розвиток і зміни в підходах до створення означеного контенту. У дослідженні окреслено й систематизовано важливі зміни в журналістиці цього напрямку, спричинені процесами цифрової трансформації медіа, проаналізовано технологічні інновації, оцінено їхні можливості, виявлено виклики, що постали перед інвестиційною журналістикою, спрогнозовано подальший вплив цифровізації на проведення розслідувань, окреслено перспективи подальших досліджень цього виду в умовах цифрової епохи.

Новітні цифрові технології є надзвичайно багатограничними й важливими. Вони надають журналістам майже необмежені можливості, кардинально змінюючи процес проведення розслідувань. Важливими інструментами для журналістів є OSINT-розвідка, GeoINT, AI OSINT, VR, запровадження автоматизованих методів аналізу та використання III, що сприяє підвищенню ефективності журналістських матеріалів, а отже, – резонансним викриттям. Викликом в умовах цифровізації є захист приватності й особистих даних, потреба пошуку балансу між збором інформації через аналіз відкритих даних і дотриманням етичних норм, а також розуміння того, що III не зможе замінити критичне мислення журналіста й інтерпретацію фактів. Майбутнє означеного напрямку журналістики обіцяє бути перспективним з огляду на постійний розвиток технологій, про що свідчать результати дослідження, які вказують на потребу подальших праць про трансформацію розслідувальних техник і методик створення контенту.

Ключові слова: журналістське розслідування, цифрове медіасередовище, OSINT-розвідка, GeoINT, III, VR-технології.

TRANSFORMATION OF INVESTIGATIVE JOURNALISM IN THE CONTEXT OF DIGITAL MEDIA ENVIRONMENT

Liubov VASYLYK

Doctor of Social Communications, Associate Professor
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University,
Kotsiubynskyi Str., 2, 29012, Chernivtsi, Ukraine
l.vasylyk@chnu.edu.ua
ORCID: 0000-0001-9947-9389

In the digital epoch, investigative journalism undergoes significant transformations. So, researching the role of new technologies in conducting studies is extremely relevant from both theoretical and practical points of view. The information space digitalisation has opened up new opportunities for creating content that is important for society. Researchers' works are a solid basis for studying this topic. Still, it has not yet been considered comprehensively. Tendencies and prospects of the influence of digitalisation on the transformation of the genre have not been separately tracked, that is why the problem requires analysis in view of the constant technological development and changes in approaches for creating the specified content. This study outlines and systematises important changes in journalism in such a direction, caused by the processes of digital transformations of media, analyses technological innovations, assesses their capabilities, identifies challenges facing investigative journalism, prognosticates the further impact of digitalisation on conducting studies, outlines the perspectives for further research of this type in the digital era.

Innovative digital technologies are extremely multifaceted and important. They provide journalists with almost unlimited opportunities, in such a way radically changing the process of conducting studies. Important tools for journalists are OSINT-study, GeoINT, AI OSINT, VR, appliance of automated methods of analysis and the AI use, which contributes to increasing the efficiency of journalistic materials, and therefore, resonant revelations. The challenge in the digitalisation conditions is a protection of privacy and personal data, the necessity in searching a balance between collecting information via the analysis of open data and compliance with ethical norms, as well as the understanding that AI will not be able to replace journalists' critical thinking and interpretation of facts. The future of this area of journalism promises to be perspective due to the constant development of technologies, as evidenced by the results of this study, which indicate the need for further studies on the transformation of research techniques and methods of content creation.

Keywords: journalistic investigation, digital media environment, OSINT-research, GeoINT, AI, VR technologies.

Актуальність проблеми

Упродовж останніх років журналістське розслідування набуло в медіапросторі особливої популярності й вагомості. Цей напрям журналістики виконує важливу функцію громадського контролю, сприяє виявленню фактів корупції, порушень законодавства та етичних норм у різних сферах суспільного життя. В умовах гібридних загроз, поширення дезінформації і спроб обмежити свободу слова журналістські розслідування стають інструментом утвердження демократичних цінностей та зміцнення громадянського суспільства, чим посилюють довіру до медіа. Історично традиційні медіа використовували верифікацію як метод перевірки інформації й напрацьовували різні способи збирання інформації. Але в цифрову епоху журналістики з'ясування й розслідування обставин зазнали суттєвих трансформацій, які торкнулися методів роботи й змісту матеріалів і в глобальному, і в українському контекстах. «Сьогоднішні журналісти мають доступ до великих обсягів даних, цифрових інструментів і нових форматів» (Hill, 2022). З огляду на вплив цифрового медіасередовища, вивчення ролі новітніх технологій у проведенні розслідувань журналістів є вкрай актуальним завданням і з теоретичного, і з практичного погляду. Цифровізація інформаційного простору суттєво трансформувала роботу журналістів-розслідувачів, відкривши нові можливості для аналітичного осмислення фактів і створення відповідного контенту.

Стан вивчення проблеми

Розслідувальна журналістика неодноразово привертала увагу українських та зарубіжних науковців і практиків медіа, що спостерігається в працях О. Хоменка, О. Бурмагіна, Б. Белля, Т. Патора, О. Глушка, В. Маларека, Ж. Мурікана та інших дослідників. У більшості з них аналіз стосується таких аспектів, як роль з'ясування обставин у розвитку демократії, функціонування жанру в зарубіжному та українському інформаційному просторі, прикладних аспектів створення матеріалу, оцінки якості журналістських матеріалів, їхніх етичних та правових аспектів. Канадський дослідник Віктор Маларек (Malarek, 1999) присвятив увагу жанровій специфіці розслідування, французький теоретик і практик Жак Мурікан (2003) осмислив роль розслідувальної журналістики в демократичному суспільстві, сформулював практичні рекомендації щодо проведення розслідувань. Значний внесок у вивчення цього напрямку журналістики та його специфіки в різних країнах зробили Девід Е. Каплан (Global Investigative Journalism Network, 2018), Гуго де Бург (de Burgh, 2008), Пол Ч. Раду (Radu, 2008), Девід Л. Протесс, Френсіс Л. Коок, Джек С. Доппельт, Джеймс С. Еттема, Маргарет Т. Гордон, Донна Р. Лефф та Пауль Міллер (Protess et al., 1991), Люсінда С. Флісон (Fleeson, 2000) та ін. У виданні «Гібридне журналістське розслідування»

(“Hybrid Investigative Journalism”) Марія Конов-Лунд, Мішель Парк та Саба Бебаві (Konow-Lund et al., 2024) звернули увагу на те, як у цифрову епоху традиційна розслідувальна журналістика поєднується з альтернативними, експериментальними способами роботи з матеріалами, як громадяни, технічні фахівці, блогери долучаються до досвідчених журналістів у процесі створенні контенту, окреслили вплив цифрового середовища на технологію створення аналітичних текстів, дослідили, як розслідування трансформується в умовах цифрової епохи, криз і нових форм співпраці. У розділі «Сучасна гібридизація» увагу звернено на те, що в цифрову епоху журналісти поєднують традиційні методи (інтерв'ю, робота з документами) з новими інструментами – цифровими платформами, візуалізацією даних, краудсорсингом, що зміщує розуміння розслідувальної журналістики в площину нових форм співпраці та гібридизації розслідувань і загалом виводить на розуміння нового способу журналістської практики.

З українських медіадослідників специфіку роботи в означеній сфері окреслили Олександр Глушко (2006), Олександр Бурмагін, Олег Хоменок, з польських – Беата Бель, журналістка, документалістка та медіатренерка, а також медіаексперт Томаш Патора (Бель та ін., 2013), які здійснили теоретичні узагальнення стосовно специфіки жанру та надали прикладні рекомендації щодо створення журналістського контенту. Ілля Хоменко (2013) простежив функціональність журналістського досвіду такого плану в українському медійному просторі. Олег Хоменок та Ірина Негреєва (2016) окреслили методологію оцінювання якості розслідування. Але оскільки новітні цифрові технології насамперед стосуються діяльності сучасних журналістів-практиків, то наразі маємо більше прикладних досліджень у цьому сегменті і значно менше академічних напрацювань. Так, Райя Руманос (IJBA), Себастьєн Бурдон (Open Facto) та Асія Баллуф'є (“Le Monde”) висловлюють рекомендації на основі власного досвіду використання OSINT у журналістських матеріалах (Saltiel, 2023). Над цим працюють журналісти YouControl, Детектора медіа, IMI, організація “Molfar”, розробники технологій OSINT-розвідки.

Названі дослідження є ґрунтовною базою для вивчення трансформації розслідування як жанру в умовах цифрового медіасередовища. Оскільки комплексно ця тема не вивчалася, не відстежувалися основні тенденції та перспективи впливу цифровізації на трансформацію жанру, то вона потребує академічного аналізу з огляду на постійний технологічний розвиток та зміни в підходах до створення означеного контенту.

Мета статті – окреслити й систематизувати важливіші зміни в розслідувальній журналістиці, спричинені процесами цифрової трансформації медій. *Завдання* – з'ясувати технологічні інновації в розслідувальній журналістиці, оцінити їхні можливості, виявити найсучасніші виклики,

які постають перед інвестигативною журналістикою, та спрогнозувати подальший вплив цифровізації на проведення розслідувань, окреслити перспективи подальших досліджень жанру в умовах цифрової епохи.

Виклад основного матеріалу

Цифрове середовище змінило традиційну журналістику розслідувального напрямку. Уже зараз на розвиткові жанру позначаються нові технології, спричиняючи зміни в роботі з інформацією. В умовах цифрового медіасередовища важливими стають різноманітні інструменти та програмне забезпечення, корисні в контексті посилення доказовості розслідувань, зокрема підтвердження кейсів, адже медійники мають змогу залучити відкриті дані, OSINT-розвідку (Open Source Intelligence), використовувати інші цифрові інструменти для перевірки фактів. «Кількість інформації, доступної в онлайн, неможливо охопити, і саме тут з'являється OSINT і надає людям можливість отримувати доступ до інформації та перевіряти її, відстежувати джерела, а також розкривати таємниці та приховані махінації» (Вайсберга, 2024). Розвідка на основі відкритих джерел допомагає реалізувати систематизований процес здобуття, оброблення й аналізу інформації, що походить із відкритих і загальнодоступних ресурсів, та заощадити час журналістів у процесі роботи над матеріалом. Зазначений підхід стає одним із ключових інструментів у сфері журналістських розслідувань та стратегічної аналітики. Основні джерела OSINT включають журналістику, офіційні урядові документи, публічні реєстри, наукові публікації, цифрові платформи, інтернет-ресурси та соціальні мережі. Помічаємо, що розвідка на основі відкритих джерел набуває стратегічного значення у сфері розслідувальної журналістики. Від часу т. зв. «холодної війни» й до сьогодення OSINT трансформувалася під впливом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема широкого впровадження Інтернету та соціальних медіа, що зумовило потребу в удосконаленні методів збирання й аналізу інформації, з акцентом на верифікацію джерел, оперативність оброблення даних та розуміння інформаційного контексту (Bazzell, 2021).

OSINT становить невід'ємний складник діяльності розслідувачів. Універсальність цього підходу дає змогу адаптувати методики створення розслідувань під конкретні завдання: від моніторингу інформаційних загроз до аналізу відкритих економічних або демографічних даних, завдяки OSINT журналістам вдається оперативно «відстежувати зміни на супутникових мапах, бачити повітряний та морський трафік онлайн, перевіряти бізнес-зв'язки компаній тощо» (Ожогіна, 2023). Нині спостерігаємо, як у контексті безперервної технологічної еволюції та змін під її впливом інформаційного середовища розвідка на основі відкритих джерел поступово перетворилася із традиційно-

го збирання публічної інформації на високотехнологічну методологію, що базується на використанні комплексних аналітичних підходів. Залучення методів глибокого оброблення й інтерпретації даних дає змогу розслідувачам забезпечити точність і системність у виявленні порушень. У такій сфері, як журналістика, зокрема розслідувальна, OSINT зберігає своє провідне значення, демонструючи зростаючу цінність відкритих джерел для професії медійника в добу глобалізованої комунікації.

Сьогодні журналісти-розслідувачі активно використовують такий спосіб розвідки на основі відкритих даних, як публічні реєстри, що стали для аналітиків одним із ключових інституційних джерел, забезпечуючи доступ до авторитетної офіційної інформації. Серед них особливу аналітичну цінність мають судові рішення, державні звіти, патентні реєстри, тендерна документація та інші урядові публікації. Залучення цих джерел дає змогу здійснювати всебічну й достовірну оцінку досліджуваних явищ, суб'єктів або подій. Відкритий та нормативно закріплений характер цих реєстрів гарантує високий ступінь достовірності та правової легітимності отриманої інформації, що робить їх невід'ємним елементом у структурі сучасного OSINT-аналізу. На основі OSINT реалізовано резонансні українські та міжнародні розслідування, що демонструє силу відкритих джерел у виявленні правди. Наприклад, незалежна дослідницька група “Bellingcat” провела масштабне OSINT-розслідування катастрофи рейсу MH17 у 2014 році. Використовуючи супутникові знімки, відео із соцмереж, геолокацію й публічні реєстри, журналісти ідентифікували маршрут російської установки «Бук», яка, за їхніми даними, збила літак. Розслідування української OSINT-компанії “Molfar” неодноразово допомагало в ідентифікації російських військових, причетних до злочинів в Україні. Вони використовували соцмережі, бази даних, супутникові знімки та публічні реєстри для встановлення особистостей і маршрутів пересування. Тож підкреслимо, що OSINT-аналіз – незамінний інструмент для журналістів під час війни в Україні (2022–2025). В умовах повномасштабного вторгнення OSINT-спільнота активно відстежує переміщення російських військ, перевіряє фото й відео з місць подій, за допомогою геолокації й метаданих виявляє точні місця обстрілів, ідентифікує техніку та фіксує порушення окупантами міжнародного права.

OSINT-розвідка в цифрову епоху стала обов'язковою для розслідувачів, адже вона сприяє опрацюванню значних об'ємів метаданих. Сьогодні саме ініціатива «OSINT для України» здійснює моніторинг та документування війни, що дало підстави знайти підтвердження доказам воєнних злочинів, скоєних російськими військовими (розстріли полонених, убивства цивільних, що є доказами геноциду). У 2014 році Романом Бурко та Іраклієм Комахідзе було створено розслідувальне

об'єднання InformNapalm, аби «збирати докази та інформувати світове співтовариство про реальну роль Росії в гібридних конфліктах та спецопераціях». Вони згуртували навколо себе досвідчених дослідників та журналістів та почали «встановлювати особи російських військових, які вели бойові дії проти України, а також зброю та обладнання, яке вони використовували» (Ожогіна, 2023). Райя Руманос – заступниця директора та викладачка Інституту журналістики Бордо Аквітанії (IJBA) досліджує цифрову трансформацію журналістики, зокрема OSINT, і бере участь у публічних дискусіях про нові форми журналістських розслідувань. Дослідниця вважає, що «розвідка з відкритих джерел (OSINT) стала ключовим інструментом сучасної журналістики, особливо в умовах війни в Україні» (Saltiel, 2023). Себастьєн Бурдон, журналіст і віцепрезидент асоціації Open Facto, теж переконаний, що «цей підхід не лише розширює інструментарій журналіста, а й змінює саму суть професії – від польової роботи до аналітики в цифровому середовищі» (Saltiel, 2023).

Журналісти-розслідувачі в Україні використовують публічні реєстри (Prozorro, ЄДР, судові рішення) для виявлення схем розкрадання бюджетних коштів. Наприклад, аналізуючи зв'язки між компаніями, що вигравали тендери, та посадовцями, вони викривають конфлікти інтересів і фіктивні фірми. Журналісти Bihus.Info провели серію розслідувань («Підряд на відбудову найвідомішої багатопверхівки Ірпеня дістався оточенню “смотрящого” Комарницького»), у яких довели, що 600 мільйонів гривень (16,1 мільйона доларів США), призначених на реконструкцію м. Ірпінь у Київській області, отримали сумнівні компанії, пов'язані з високопосадовцями.

Інвестигейтори також користуються Телеграм-ботами, які виступають як агрегатори даних і в такий спосіб дозволяють шукати за цілою низкою ідентифікаторів. Популярними є агрегатор даних Userbox у вигляді Telegram-боту, що знаходить записи про телефони, пошти й соцмережі в злитих базах даних; X-Ray – агрегатор даних, що дозволяє шукати за ПІБ, контактними даними, нікнеймами, соцмережами, фото; інструмент WhatsMyName – софт, який дає змогу знаходити сторінки в соцмережах, публікації в мережах та акаунти в додатках за нікнеймом ("OSINT проти шахраїв", 2024). Зросла й роль соціальних медіа та платформ як джерел для журналістських розслідувань, що спричинило використання розвідки соцмереж SOCMINT (SMI). Вона, як і OSINT, значно посилила стандарт оперативності в процесі підготовки розслідувань, розширила доступ до джерел інформації і навіть подолала їхню закритість і недоступність.

Аналогічно важливим інструментом для розслідувальної журналістики став GeoINT, який фокусується на аналізі геопросторових даних, зокрема супутникових знімків, аерофотознімків та картографіч-

них даних. Супутникові знімки, що були використані для виявлення змін на місцевості (наприклад, нових поховань, зруйнованих будівель або пересування техніки), стали ключовими в розслідуваннях воєнних злочинів в Україні. GeoINT – критично важливий для документування злочинів у Бучі, Ізюмі, Маріуполі та інших українських містах і селах. Так, журналісти підтвердили масові репресії проти мирного населення, знищення цивільної інфраструктури. Журналістка Валерія Єгошина («Схеми») провела розслідування про масові поховання в Ізюмі після звільнення міста від російських військ («Як добровольці масово ховали мирних містян і хто саме з військових РФ вбивав в Ізюмі?»), використавши супутникові знімки для виявлення нових могил і змін на місцевості, геолокацію фото та відео, зроблених волонтерами й місцевими мешканцями, аналіз перехоплених розмов російських військових, щоб ідентифікувати підрозділи, які могли бути причетні до злочинів. Це розслідування у 2023 році ввійшло до фіналу премії GIJN «Проливаючи світло» – за журналістику, здійснену в умовах небезпеки. Розслідувачі AP (Еріка Кінец, Олександр Сташевський та Василіса Степаненко) в матеріалі “How Russian soldiers ran a ‘cleansing’ operation in Bucha” провели масштабне розслідування подій у Бучі, аналогічно звернувшись до геолокації фото та відео, супутникових знімків для підтвердження часу й місця масових вбивств. Розслідування встановило, що зачистки були систематичними, а не випадковими діями окремих солдатів.

GeoINT дає змогу документувати злочини навіть у повністю заблокованих зонах. Прикладом може бути дистанційне розслідування Дево-на Лама та Робіна Тейлора «Як Росія руйнувала Маріуполь», опубліковане на сайті Global Investigative Journalism Network (GIJN), що здійснене з використанням супутникових знімків до і після атаки на місто. Rayya Roumanos вважає дуже важливим те, що «цифрові інструменти дозволяють швидко збирати, перевіряти та верифікувати інформацію навіть без фізичної присутності на місці подій» (Saltiel, 2023). Отже, за допомогою GeoINT журналісти можуть відновлювати хронологію, підтверджувати воєнні злочини та ідентифікувати винних. Загалом війна в Україні стимулювала використання GeoINT у медіа.

Розслідувачами також використовується HUMINT (Human Intelligence) – процес отримання розвідувальної інформації шляхом безпосередньої взаємодії з інформаторами, свідками або іншими джерелами, здатними надати актуальні дані щодо діяльності, намірів або планів противника. Такий тип збору даних базується на міжособистісному спілкуванні та аналізі повідомленої інформації і також може проводитися дистанційно, зокрема за допомогою соцмереж. Журналісти звертаються до FININT (Financial Intelligence) – виду розвідки, що передбачає збір, аналіз та інтерпретацію відомостей, пов'язаних із фінансовими транзакціями, активами та обігом коштів для виявлення фінансових потоків, які

можуть бути пов'язані із протиправною діяльністю, включно з терористичними структурами, організованою злочинністю або іншими загрозами національній безпеці, опановують CYBERINT (Cyber Intelligence) – розвідувальну діяльність, яка охоплює збір та аналіз інформації про кібератаки, цифрову інфраструктуру, потенційні кіберзагрози, а також засоби й методи, що використовуються в кіберопераціях. Наприклад, завдяки HUMINT журналістам-розслідувачам вдалося викрити офшорні схеми (“Panama Papers”). Попри те, що основним джерелом були витоки документів, журналісти “Süddeutsche Zeitung” отримали їх від анонімного інформатора, який звернувся до них: «Я хочу розповісти правду». Аналогічно здійснено розслідування воєнних злочинів у Сирії та Україні: журналісти-розслідувачі спілкувалися з очевидцями, жертвами, військовими, щоб створити повну картину подій.

Українські журналісти, застосовуючи елементи фінансової розвідки (FININT), розкривають злочини, пов'язані з корупцією, офшорами та незаконним збагаченням. Так працюють команди Bihus.Info, Схеми, які регулярно аналізують декларації чиновників, судові реєстри, витоки банківських даних і корпоративні зв'язки та викривають способи незаконного збагачення високопосадовців. Журналістське розслідування Юрія Ніколова про корупцію в Міноборони («Тилові пацюки Міноборони під час війни «пиляють» на харчах для ЗСУ більше, ніж за мирного життя»), де застосовувалися елементи фінансової розвідки (FININT), викрило завищені ціни на харчування для військових та виявило, що постачальники продавали продукти за цінами, втричі вищими від ринкових. Розслідування викликало гучний суспільний резонанс і як наслідок спричинило звільнення заступника міністра оборони, а згодом у відставку подав і сам міністр.

Завдяки CYBERINT (Cyber Intelligence) журналісти-розслідувачі виявляють цифрові загрози, відстежують інформаційні операції, аналізують діяльність у кіберпросторі. Так, через виявлення фейкових акаунтів і бот-мереж журналісти-розслідувачі викривали кампанії дезінформації або впливу під час виборів чи воєнних конфліктів (один з останніх прикладів – президентські вибори у Румунії). Інвестигейтори навіть використовували витоки даних, коли в мережі з'являлися бази даних з персональною інформацією, а також співпрацювали з кіберекспертами для викриття кібератак; відстежували цифрові сліди та встановлювали зв'язки між сайтами, IP-адресами, доменами та організаціями; моніторили даркнет та форум для виявлення торгівлі вкраденими даними, зброєю або шкідливим програмним забезпеченням. Успішно це роблять журналісти “Bellingcat”, розслідуючи воєнні злочини, політичні отруєння опозиціонерів, кібератаки і дезінформаційні кампанії. Тож ми є свідками того, як цифрові технології суттєво розширюють можливості розвідувальної журналістики і що «цей підхід змінює саму при-

роду журналістики: від індивідуального репортера до мережевого аналітика, який працює з глобальними цифровими слідами» (Saltiel, 2023).

В останній час до цифрових технологій додався й штучний інтелект, що в поєднанні з OSINT став абсолютно новим напрямком збирання журналістами розвідувальних даних. «Збір розвідувальної інформації з відкритих джерел (OSINT) та штучний інтелект є природними союзниками (...) Інструменти на основі штучного інтелекту, такі як веб-краулери та скрапери, дозволяють дослідникам оптимізувати свій час, щоб зосередитись на інтерпретації даних або проведенні HUMINT-розслідувань» (OSINT AI, 2024). ШІ змінює підхід до аналізу великих масивів даних: штучний інтелект (ШІ/AI) зможе автоматизувати багато процесів, від сортування та класифікації інформації до виявлення закономірностей та зв'язків, які можуть залишитися непоміченими людиною. Так, веб-краулери автоматично переглядають вебсайти та збирають інформацію з них: починають зі списку URL-адрес, сканують сторінки та аналізують їхній вміст, вилучають потрібну інформацію, знаходять нові посилання та додають їх у список для подальшого опрацювання і продовжують сканування нових сторінок, поки не досягнуть визначеного обмеження. Вони допомагають журналістам збирати великі обсяги даних з відкритих джерел, порівнювати інформацію та знаходити приховані зв'язки між подіями, компаніями чи особами. Аналогічно скрапери сприяють у пошукові прихованих зв'язків, перевіряють факти та виявляють корупцію, внаслідок чого в розслідувачів з'являється можливість оперативно проводити моніторинг державних реєстрів, аналізувати фінансові потоки для виявлення підозрілих транзакцій, офшорних схем, відстежувати зміни в офіційних документах, деклараціях, розслідувати випадки шахрайства через пошук зв'язків між компаніями та особами. Так, ШІ допомагає розслідувачам обробити великі обсяги даних або виявити приховані зв'язки. Для прикладу, за допомогою ШІ було проведено відоме розслідування «Панамські документи» ("Panama Papers"), у якому журналісти використовували алгоритми машинного навчання для аналізу понад 11 мільйонів документів. ШІ допоміг структурувати дані, виявити ключові теми та зв'язки між фігурантами матеріалу. Ольга Сіманович, регіональна редакторка Глобальної мережі журналістів-розслідувачів (GIJN), підтримує інтеграцію українських кейсів у глобальні посібники з розслідувань та підкреслює, що українські редакції, наприклад, «Тексти» та «Українська правда», активно впроваджують нові технології у своїй роботі (Остапа, 2025).

Алгоритми ШІ дієво оптимізують розслідування, аналізуючи фото й відео з передової чи з прифронтових або окупованих територій, ідентифікуючи осіб та об'єкти в кадрі, завдяки чому досягається оперативність, економія часу та з'являється більша можливість для розслідувачів зосередитися на аналізі та інтерпретації отриманих фактів. Однак ШІ,

попри здатність аналізувати великі обсяги даних, не може замінити критичне мислення журналіста, його здатність інтерпретувати факти.

Усе частіше журналісти використовують також блокчейн для збереження доказів. Блокчейн-технології напряду стосуються цілісності і безпеки цифрових доказів, що є критично важливим у сфері розслідувальної журналістики, особливо в дослідженні транзакцій. Вони допомагають простежити за допомогою цифрових доказів реєстрацію різних фінансових операцій, що особливо цінно при проведенні розслідувань корупції та економічної злочинності. Медійники використовують й такі інструменти спеціального програмного забезпечення, як CrowdTangle, Botometer, Doesfollow, котрі здатні помічати координовані кампанії дезінформації та аналізувати поведінку ботів у соцмережах, виявляти фейкові новини. Так, CrowdTangle застосовують для перевірки, чи постять різні акаунти одні й ті ж повідомлення впродовж певного часу і при певній узгодженості дій виявляють мережі ботів. Ймовірна синхронна діяльність акаунтів допомагає викривати політичні маніпуляції, так звані «ботоферми», на відміну від класичної технології розслідування (матеріал «Я – бот» (Слідство.Інфо та Громадське.ТБ) ґрунтувався ще на традиційному способі використання прихованої камери автором Василем Бідунем). Однак слід зважати на ризики втручання у приватність, адже помилка журналіста може розцінюватися як порушення конфіденційності користувачів.

Уявлення про журналістське розслідування як жанр також розширилося новими форматами (гейміфікація, інтерактивні розслідування, імерсивні техніки).

Однак, як уже згадувалось, попри технологічні переваги цифрового середовища, постало й немало пов'язаних з ним викликів: етичні та правові ризики, безпека джерел інформації, кіберзагрози, а також маніпуляції інформацією, що в умовах оперативного поширення в мережі та завдяки технологіям дипфейків, згенерованих за допомогою того ж ШІ, набули більших масштабів та можливостей впливати на аудиторію. Водночас постійно змінюється OSINT, тож медійники повинні уважно оцінювати надійність і точність даних, які вони отримують. Викликом є й конфіденційність та етичність під час використання OSINT-розвідки (втручання в приватність неpubлічних осіб), законність та етичність використання інформації (деякі дані можуть бути отримані незаконним шляхом, наприклад, для журналіста суттєві етичні та правові ризики роботи з витоками інформації). Зросли й виклики для розслідувачів, спричинені фактором постправдивої реальності, але саме тут OSINT-розвідка здатна протистояти величезним об'ємам дезінформації та фейкових новин.

Райя Руманос виділяє не лише зміну інструментів журналіста, а й трансформацію самої природи сприйняття подій. Вона підкреслює, що фізична дистанція, властива роботі з відкритими джерелами, ство-

рує також аналітичну дистанцію – своєрідний «фільтр», який дає змогу журналістові зберігати об'єктивність і критичність, не потрапляючи під емоційний вплив події, як це може статися на місці. Це твердження відкриває цікаву дискусію: чи може журналіст, який працює тільки із цифровими слідами, бачити ширшу картину, ніж той, хто перебуває «в епіцентрі»? І чи не стає екран новим полем спостереження, де формується більш зважене бачення? (Saltiel, 2023). Вказані питання визначають суть подальших досліджень.

Висновки

Розглядаючи новітні цифрові технології в процесі журналістських розслідувань, з'ясовано, що вони, надзвичайно багатогранні й важливі, надають розслідувачам майже необмежені можливості. Результати дослідження свідчать, що цифрові технології кардинально змінюють сам процес створення журналістських розслідувань, що «польова журналістика» трансформується в бік цифрової аналітики, а це відкриває нові можливості для розслідувачів. У зв'язку з новими здобутками та можливостями постає питання: яке майбутнє розслідувальної журналістики в цифрову епоху? Очевидно, що в найближчі роки важливими інструментами для журналістів стане OSINT-розвідка, GeoINT, AI OSINT. Запровадження автоматизованих методів аналізу та використання ШІ теж сприятимуть підвищенню ефективності розслідувальної журналістики, що сприятиме резонансним викриттям. Журналісти можуть активніше застосовувати VR у розслідуваннях. Стосовно перспектив, то важливо розширювати доступ до відкритих даних та покращувати навички у використанні цих інструментів шляхом створення спеціалізованих навчальних онлайн-курсів і тренінгів. Також важливо продовжувати міжнародну співпрацю, обмінюючись досвідом та кращими практиками. Майбутнє розслідувальної журналістики обіцяє бути перспективним з огляду на постійний розвиток технологій, які залишаться важливим інструментом для аналітиків, допомагаючи їм відкривати нові приховані факти.

Викликом для журналістики в умовах цифровізації стане захист приватності й особистих даних, розслідувачам потрібно буде знаходити баланс між збором інформації та дотриманням етичних норм. Етичні й правові аспекти вимагатимуть відповідального підходу до збору та аналізу відкритих даних, посилюватимуть моральну відповідальність медій за оприлюднену інформацію, а ШІ, попри здатність обробляти великі обсяги даних, не може замінити критичне мислення журналіста й інтерпретацію фактів. Результати дослідження засвідчують потребу в подальших наукових розробках та окреслюють можливі напрями майбутніх розвідок про трансформацію розслідувальних технік і методик створення контенту.

СПИСОК ВІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бель, Б., Бурмагін, О., Патора, Т., & Хоменок, О. (2013). *Посібник з журналістських розслідувань: теорія та практика* (І. Кост, ред.). Друкарня Бізнесполіграф.
- Вайсберга, Н.-Г. (2024, 21 червня). *OSINT-розвідка у роботі журналістів*. YouControl. <https://youcontrol.com.ua/articles/osint-in-journalists-work/>
- Глушко, О. (2006). *Журналістське розслідування: історія, теорія, практика*. Арістей.
- Мурікан, Ж. (2003). *Журналістське розслідування*. ІМІ.
- Ожогіна, О. (2023, 14 квітня). Як за допомогою відкритих даних журналісти ведуть розслідування: список OSINT-інструментів. Journalism Teachers' Academy. <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-za-dopomohoiu-vidkrytykh-danykh-zhurnalisty-vedut-rozsliduvannia-spysoy-osint-instrumentiv/>
- Остапа, С. (2025, 6 червня). Ольга Сіманович: коли новини пише ШІ, а відео транслює будь-хто зі смартфоном, розслідувальна журналістика показує людям приховане. Детектор медіа. <https://detector.media/community/article/241576/2025-06-06-olga-simanovych-koly-novyny-pyshe-shi-a-video-translyuie-bud-khto-zi-smartfonom-rozsliduvanna-zhurnalistyka-pokazuie-lyudyam-prykhovane/>
- Хоменко, І.А. (2013). Функціональність журналістського розслідування в українському медійному просторі: погляд практика. *Current Issues of Mass Communication*, 14, 106–111.
- Хоменок, О., & Негресєва, І. (2016, 4 жовтня). *Методологія оцінювання якості журналістських розслідувань*. Детектор медіа. <https://detector.media/monitoring/article/119360/2016-10-04-metodologiya>
- Bazzell, M. (2021). *Open source intelligence techniques: Resources for searching and analyzing online information* (8th ed.). Independently published.
- de Burgh, H. (2008). *Investigative Journalism* (2nd ed.). Routledge.
- Fleeson, L.S. (2000). *Ten Steps to Investigative Reporting*. International Center for Journalists.
- Global Investigative Journalism Network. (2018, February 5). *What Is Investigative Journalism? – David E. Kaplan* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TCVU52T6Cbs>
- Hill, A. (2022, January 24). What is investigative journalism? *Writer's Digest*. <https://www.writersdigest.com/write-better-nonfiction/what-is-investigative-journalism>
- Konow-Lund, M., Park, M., & Bebawi, S. (Eds.). (2024). *Hybrid investigative journalism*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-41939-3>
- Malarek, V. (1999). *Expose yourself: How to do investigative journalism*. Macmillan Canada.
- OSINT AI: як оптимізувати своє розслідування у 2025 році? (2024, 11 липня). Molfar. <https://molfar.com/blog/osint-ai-yak-optymizuvaty-svoe-rozsliduvannya-u-2024-roci>
- OSINT проти шахраїв: детальний гайд від Molfar із розслідування на прикладі крипто-крадіжки. (2024, 22 листопада). AIN.UA. <https://ain.ua/2024/11/22/osint-gaid-vid-molfar/>
- Protest, D. L., Cook, F. L., Doppelt, J. C., Ettema, J. S., Gordon, M. T., Leff, D., R., & Miller, P. (1991). *The journalism of outrage: investigative reporting and agenda-building in America*. Guilford Publications.
- Radu, P. C. (2008). *Follow the money: A digital guide for tracking corruption*. International Center for Journalists. <https://www.scribd.com/document/354097507/Follow-Money-pdf>
- Saltiel, F. (Host). (2023, April 28). OSINT: aux sources d'un nouveau journalisme? [Audio podcast episode]. In *Le Meilleur des mondes*. radiofrance. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-meilleur-des-mondes/osint-aux-sources-d-un-nouveau-journalisme-4663390>

REFERENCES

- Bazzell, M. (2021). *Open source intelligence techniques: Resources for searching and analyzing online information* (8th ed.). Independently published [in English].
- Biel, B., Burmahin, O., Patora, T., & Khomenok, O. (2013). *Posibnyk z zhurnalistskykh rozsliduvan: teoriia ta praktyka* [Handbook of journalistic investigations: Theory and practice] (I. Kost, Ed.). Drukarnia Biznespolihraf [in Ukrainian].
- de Burgh, H. (2008). *Investigative Journalism* (2nd ed.). Routledge [in English].
- Fleeson, L. S. (2000). *Ten Steps to Investigative Reporting*. International Center for Journalists [in English].
- Global Investigative Journalism Network. (2018, February 5). *What Is Investigative Journalism? – David E. Kaplan* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TCVU52T6Cbs> [in English].
- Hill, A. (2022, January 24). What is investigative journalism? *Writer's Digest*. <https://www.writersdigest.com/write-better-nonfiction/what-is-investigative-journalism> [in English].
- Hlushko, O. (2006). *Zhurnalistske rozsliduvannya: istoriia, teoriia, praktyka* [Journalistic investigation: History, theory, practice]. Aristei [in Ukrainian].
- Khomenko, I. A. (2013). Funktsionalnist zhurnalistskoho rozsliduvannya v ukrainskomu mediinomu prostori: pohliad praktyka [Functionality of journalistic investigation in the Ukrainian media space: The expert's view]. *Current Issues of Mass Communication*, 14, 106–111 [in Ukrainian].
- Khomenok, O., & Nehrieieva, I. (2016, October 4). *Metodolohiia otsiniuvannya yakosti zhurnalistskykh rozsliduvan* [Methodology for assessing the quality of journalistic investigations]. Detektor Media. <https://detector.media/monitoring/article/119360/2016-10-04-metodologiya> [in Ukrainian].
- Konow-Lund, M., Park, M., & Bebawi, S. (Eds.). (2024). *Hybrid investigative journalism*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-41939-3> [in English].
- Malarek, V. (1999). *Expose yourself: How to do investigative journalism*. Macmillan Canada [in English].
- Murikan, Zh. (2003). *Zhurnalistske rozsliduvannya* [Journalistic investigation]. IMI [in Ukrainian].
- OSINT AI: yak optymizuvaty svoie rozsliduvannya u 2025 rotsi [OSINT AI: How to optimize your investigation in 2024]? (2024, July 11). Molfar. <https://molfar.com/blog/osint-ai-yak-optymizuvaty-svoe-rozsliduvannya-u-2024-roci> [in Ukrainian].
- OSINT proty shakhraiv: detalni haid vid Molfar iz rozsliduvannya na prykladi krypto-kradizhky [OSINT against fraudsters: Molfar's detailed guide to investigation using the example of crypto theft]. (2024, November 22). AIN.UA. <https://ain.ua/2024/11/22/osint-gaid-vid-molfar/> [in Ukrainian].
- Ostapa, S. (2025, June 6). *Olha Simanovych: koly novyny pyshe ShI, a video transliuie bud-khto zi smartfonom, rozsliduvalna zhurnalistyka pokazuie liudiam prykhovane* [Olga Simanovych: When AI writes news, and anyone with a smartphone broadcasts video, investigative journalism shows people what is hidden]. Detektor Media. <https://detector.media/community/article/241576/2025-06-06-olga-simanovych-koly-novyny-pyshe-shi-a-video-translyuie-bud-khto-zi-smartfonom-rozsliduvalna-zhurnalistyka-pokazuie-lyudyam-prykhovane/> [in Ukrainian].
- Ozhohina, O. (2023, April 14). *Yak za dopomohoiu vidkrytykh danykh zhurnalisty vedut rozsliduvannya: spysok OSINT-instrumentiv* [How journalists use open data to conduct investigations: A list of OSINT tools]. Journalism Teachers' Academy. <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-za-dopomohoiu-vidkrytykh-danykh-zhurnalisty-vedut-rozsliduvannya-spysok-osint-instrumentiv/> [in Ukrainian].
- Protess, D. L., Cook, F. L., Doppelt, J. C., Ettema, J. S., Gordon, M. T., Leff, D., R., & Miller, P. (1991). *The journalism of outrage: investigative reporting and agenda-building in America*. Guilford Publications [in English].

- Radu, P. C. (2008). *Follow the money: A digital guide for tracking corruption*. International Center for Journalists. <https://www.scribd.com/document/354097507/Follow-Money-pdf> [in English].
- Saltiel, F. (Host). (2023, April 28). OSINT: aux sources d'un nouveau journalisme [OSINT: The sources of a new journalism]? [Audio podcast episode]. In *Le Meilleur des mondes* [Brave new world]. radiofrance. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-meilleur-des-mondes/osint-aux-sources-d-un-nouveau-journalisme-4663390> [in French].
- Vaisberha, N.-H. (2024, June 21). *OSINT-rozvidka u roboti zhurnalistiv* [OSINT in journalists' work]. YouControl. <https://youcontrol.com.ua/articles/osint-in-journalists-work/> [in Ukrainian].

Надійшла: 01.07.2025; Прийнято: 08.09.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345579

УДК 303.643.3:070(430):355.01(477-651.2:470-651.1)

Російсько-українська війна у дзеркалі німецької преси (на матеріалах «Neue Zürcher Zeitung», «Der Spiegel»)

Ігор СКЛЕНАР

канд. н. із соц. комунік., доц.

Львівський національний
університет
імені Івана Франка

вул. Університетська, 1,
79000, Львів, Україна

ihor.sklenar@lnu.edu.ua

ORCID 0000-0003-2081-2199

© Склєнар І., 2025

З-поміж широкої палітри видань німецькомовної періодичної преси для дослідження обрано два видання – газету «Neue Zürcher Zeitung» (Цюрих) і журнал «Der Spiegel» (Гамбург). Вони були засновані в різний час і мали різне суспільно-політичне тло в європейському й світовому контексті. Однак у теперішньому столітті їх об'єднують такі ознаки сучасного конвергентного медіа, як візуалізовані рубрики, динамічні платформи соціальних мереж, різноматичні друковані додатки та ін.

У статті розглянуто штрихи до історії становлення німецькомовної періодичної преси і більш детально – основні характеристики «Neue Zürcher Zeitung» і «Der Spiegel». Коротко описано рубрики й теми про російсько-українську війну в зазначений період у заголовку статті.

У процесі дослідження теми зроблено спробу вирішити такі завдання: показати зміни в редакційних підходах впливових видань щодо висвітлення «великої війни» росії проти України; коротко розглянути наповнення рубрик на цю тему; виділити авторів матеріалів про наше протистояння з московитами; особливо представити доробок українських авторів, публікації яких мають місце на шпальтах «Neue Zürcher Zeitung» і «Der Spiegel». При цьому використано такі методи дослідження, як історичний, описовий, контент-аналізу, порівняльного аналізу, статистичний та ін.

Емпіричним матеріалом стали першоджерела, пов'язані з історією німецькомовної преси (серед них – знаковий дослідник Рудольф Штубер), публікації «Neue Zürcher Zeitung» і «Der Spiegel» на тему російсько-української війни з 24 лютого 2022 року і до осені того ж року, коли увага всього світу була прикута до нашої героїчної боротьби з агресором. Аналіз відповідних рубрик на сторінках обох впливових видань сприяє виокремленню основних напрямів цієї теми. Окремо розглянуто інформаційний «феномен» українських авторів на сторінках «Neue Zürcher Zeitung» і «Der Spiegel», зокрема публікації письменників Сергія Герасимова, Оксани Забужко, Кирила Ткаченка та інших з початку «великої війни». Виділено їхні знакові публікації, розглянуто їхнє змістове наповнення та актуальність. Тема статті і похідні від неї напрями дослідження відкривають перспективи для журналістикознавців вивчати в полі німецькомовної періодики тему російсько-української війни, передусім у таких аспектах: історичному, жанровому, тематичному, лінгвістичному й ін.

Ключові слова: німецькомовне видання, повномасштабна війна в Україні, газета, журнал, редакційна політика, рубрика, тема, автор.

THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN THE CONTEXT OF THE GERMAN PRESS (BASED ON THE MATERIALS OF “NEUE ZÜRCHER ZEITUNG”, “DER SPIEGEL”)

Ihor SKLENAR

PhD in Social Communications, Associate Professor

Ivan Franko National University of Lviv,

1 Universitetska str. 79044, Lviv, Ukraine

ihor.sklenar@lnu.edu.ua

ORCID 0000-0003-2081-2199

Among a wide range of German-language periodicals, two editions are selected for this study – the newspaper “Neue Zürcher Zeitung” (Zurich) and the journal “Der Spiegel” (Hamburg). They were founded at different times and had different social and political backgrounds in the European and world context. Still, in the current century, they are united by such features of modern convergent media as visualised sections, dynamic social media platforms, multitopic print supplements, etc.

The article overviews the history of the German-language periodicals' grounding, and in more detail, the main characteristics of the “Neue Zürcher Zeitung” and “Der Spiegel”. The headings and topics on the Russian-Ukrainian war in the mentioned period of the article's title are briefly described.

In the course of researching the topic, an attempt is made in order to solve the following tasks: to show changes in the editorial approaches of influential publications in covering the Russia's “great war” against Ukraine; to briefly study the content of the sections on this topic; to call attention to the authors of materials on our confrontation with the Moscowites; to present the work of Ukrainian authors whose publications appear in the pages of the “Neue Zürcher Zeitung” and “Der Spiegel”. Such research methods as historical, descriptive, content analysis, comparative analysis, statistical, etc. are applied.

The empirical material grounds on primary sources related to the history of the German-language press (including the iconic researcher Rudolf Stöber), publications of the “Neue Zürcher Zeitung” and “Der Spiegel” on the Russian-Ukrainian war from 24 February, 2022 until the autumn of the same year, when the world's attention was focused on our heroic struggle against the aggressor. The analysis of the relevant columns on the pages of both influential publications helps to identify the main directions of this issue. The information “phenomenon” of Ukrainian authors on the pages of the “Neue Zürcher Zeitung” and “Der Spiegel” is separately viewed, particularly, the publications of writers Serhiy Herasymov, Oksana Zabuzhko, Kyrylo Tkachenko, et al. since the beginning of the “great war”. Landmark publications are pointed up, their content and relevance are highlighted. The topic of the article and its derivative areas of research open up perspectives for journalism scientists to study the topic of the Russian-Ukrainian war on the basis of the German-language periodicals, primarily in the following aspects: historical, genre, thematic, linguistic, etc.

Keywords: German-language periodicals, full-scale war in Ukraine, newspaper, journal, editorial policy, column, topic, author.

Актуальність проблеми

Європейський континент є «батьківщиною» створення періодичної преси в XVII–XVIII ст. Першопчатки її становлення в ту епоху пов'язані зі швейцарською газетою «Neue Zürcher Zeitung» (далі – «NZZ»), контент якої є об'єктом дослідження в цій статті. Після закінчення Другої світової війни в поствоєнній Німеччині було засновано видання нового типу – журнал «Der Spiegel» (далі «SPON» – скорочена назва від «Spiegel online»). Кожен названий пресовий орган пройшов свою еволюцію розвитку: від паперової версії – до конвергентного видання на початку XXI ст. Сучасні візуалізовані рубрики, портали, платформи соціальних мереж та багато іншого роблять німецькомовні видання, означені в заголовку статті, впливовими медіа, які формують громадську думку щодо великої війни росії проти України. Відповідно, висвітлення «українського питання» залежить від редакційної політики конкретних власників цих видань та кон'юнктури інформаційного ринку.

Постановка проблеми

За останнє десятиліття в українських гуманітарних студіях видання «NZZ», «SPON» епізодично згадуються в контексті тематики: досліджень німецькомовної преси, медіапростору Європи, порівняльної журналістики, а їхні публікації використовують як джерела аналізу образу України в міжнародних медіа. За заданими параметрами пошуку на платформі Google Scholar побачимо нечисельні розвідки наших дослідників, які більшою чи меншою мірою висвітлюють українську тематику на шпальтах цих видань, передусім з початку російсько-української війни і, особливо, в її повномасштабній фазі. Перерахуємо низку авторів, які аналізували публікації німецькомовних видань у журналістичнознавчому й політологічному контекстах: Світлана Козицяцька (2016), Наталія Коваленко (2015), Юлія Гаркавенко (2017), Ірина Пянковська (2022) та ін. Загалом у наукових збірниках на кшталт «Медіаосвіта», «Актуальні питання масової комунікації», «Наукові записки Інституту журналістики» можна знайти поодинокі статті, в яких автори аналізують публікації видань «Frankfurter Allgemeine Zeitung» і «NZZ» як джерела інформації про Україну. Долучився до означеного сегменту й автор цих рядків своєю цьогорічною публікацією про німецьке видання «Der Spiegel» (Скленар, 2025, с. 130–140). Вищенаведений перелік авторів не є повним в обраній темі.

«Загравання» колективного Заходу породжувало умовно нейтральне ставлення власників та редакцій німецькомовних видань з моменту окупації Криму і подальшої війни на Донбасі. Все змінило велике вторгнення росії в нашу країну – Німеччина і Швейцарія по-

бачили тему України не тільки в жахливих воєнних картинках з медіа, а й безпосередньо в себе, у реальних портретах сотень тисяч українських біженців. На нашу думку, *вказаний у рамках статті період дослідження* був одним із продуктивних з погляду максимальної уваги аудиторії «NZZ», «SPON» до воєнних подій в Україні. Водночас ще досі ефективно діє російська пропаганда, яка шкідливо впливає на подання інформації про російсько-українську війну навіть у впливових виданнях Заходу.

Невирішені проблеми

У нашому журналістикознавчому колі відчувається брак сил і ресурсів для вивчення зміни редакційних політик німецькомовної преси, а відповідно й маємо мінімум аналізу змісту рубрик, публікацій впливових видань, оцінки публіцистичного слова наших авторів на шпальтах «NZZ», «SPON» у повномасштабній фазі війни. Немало праць присвячено мовному аналізу публікацій у виданнях «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «SPON» (одна із показових – дослідниці Наталі Вишиваної (2014)). Однак ці дослідження базуються передусім на розгляді мовних аспектів.

Автор цієї статті пробує внести маленьку лепту стосовно періоду 24 лютого 2022 року і до осені 2022 року, коли видання «NZZ» і «SPON» змінили свою редакційну політику на тему війни проти України, назви рубрик, появу нових авторів тощо.

Виклад основного матеріалу

Сам ринок німецької преси має давні історичні корені. «На німецькомовному просторі періодична преса зазнала бурхливого розвитку, так що в XVII ст. тут було більше газет, аніж у всіх європейських країнах, разом узятих (Іванов, 2007, с. 292). Один із найавторитетніших німецьких дослідників преси Рудольф Штюбер (Stöber, 2014) у своїй праці «Історія німецької преси» (має 4 перевидання) наголошує, що типографіст зі Страсбурга Йоган Каролус є першою на сьогодні відомою особою, яка висунула ідею: «газети», писані від руки, зібрати і розмножувати в друкарський спосіб в тижневий період (р. 63). Такими «новими газетами» стали «Avisen» («Поради») та «Relationen» («Відносини»). В 1605–1685 pp., за дозволом страсбурзької влади, сам Й. Каролус видавав газету Relation. Такого типу видання згодом були засновані по Західній Європі: 1610 – «Relation» (Базель, Швейцарія), 1615 – «Frankfurter Postzeitung» (Франкфурт-на-Майні, Німеччина) та ін. (Stöber, 2014, р. 70). Наприкінці XVII ст., як стверджує дослідник Блум, у Німеччині вже видавали близько 70 газет. (Іванов, 2007, с. 292). Під кінець XIX ст., у зв'язку зі скасуванням монополії на комерційні оголошення, німецькомовна преса стає масовою. Це є лише

поодинокі штрихи до дуже цікавого процесу становлення періодичної преси в Німеччині.

Коротко охарактеризуємо кожне з обраних для аналізу видань. 12 січня 1780 р. у Цюриху була заснована одна з найстаріших і найавторитетніших щоденних газет у німецькомовному світі – «Neue Zürcher Zeitung» («NZZ»). Спершу вона мала назву «Zürcher Zeitung», а з 1821 р. – «Neue Zürcher Zeitung». У цій газеті поєднувалися ті функції, які значний час були відокремлені: інформування, коментування, розважальна, рекламна (у формі оголошень). (Іванов, 2007, с. 302). З часом «NZZ» набула міжнародного значення завдяки своїй високій журналістській якості, точності й стриманому, об'єктивному стилю висвітлення новин.

Дослідники преси відносять сучасну «NZZ» до видань ліберально-консервативного напрямку. Вона відома своєю глибокою аналітикою, особливо в питаннях міжнародної політики, економіки та культури. Редакція газети знаходиться в Цюриху, а її кореспонденти працюють по всьому світу. З початку 2000-х років газета активно розвиває цифрові платформи, залишаючись символом швейцарської якісної преси. Тепер це вже впливове видання зі щоденним тиражем у десятки тисяч примірників, яке читають здебільшого в німецькомовних колах європейської інтелігенції. Окрім швейцарської версії газети, видають окремо версію «NZZ» для Німеччини. Шеф-редактором цього впливового видання є Ерік Гуер, який очолює «NZZ» вже понад 10 років, працюючи в різних жанрах і форматах, особливо на міжнародну тематику.

Основні рубрики. Онлайн-видання «NZZ» (<https://www.nzz.ch/>) на стартовій сторінці презентує такі рубрики: «Найновіші статті», «Листування», «Війна на Близькому Сході», «США проти Трампа», «Погляди», «Міжнародне життя», «Економіка», «Технології», «Фінанси», «Фейлетони», «Швейцарія», «Цюрих», «Спорт» і багато інших. Найважливішою в плані сьогодення є рубрика «Війна в Україні», де публікуються щоденні хроніки нашого протистояння московському агресорові ("Krieg in der Ukraine", n.d.). За окремим посиланням читачі можуть щодня стежити за інтерактивною картою бойових дій на російсько-українському фронті, яка наповнена високоякісною графікою ("Alle Angriffe", n.d.). Одним із провідних коментаторів тематики російсько-української війни є Андреас Рюеш, який у структурі редакції «NZZ» очолює міжнародний відділ. Він пише коментарі, аналітичні статті на знакові воєнні події з 24 лютого 2022 р., оглядові матеріали та ін. Київським кореспондентом видання «NZZ» працює Фолькер Пабст, який, наприклад, висвітлив в окремому репортажі один із наймасованіших ракетно-дронових обстрілів Києва 17 червня цього року (Pabst, 2025).

Українські автори «NZZ». Майже цілковита відсутність сітки українських зарубіжних кореспондентів у західному світі спричинила

появу спотвореної й не завжди об'єктивної картини подій з України, а особливо з 2014 що пояснюється впливом інформаційної пропагандистської машини Кремля. В українських політологічних і міжнародних студіях, а також у публіцистичних текстах часто можна прочитати тезу: Україна програє інформаційну війну росії. Однак інтелектуальні зусилля наших громадських активістів, письменників і журналістів від початку «великої війни» (Олександра Матвійчук, Сергій Жадан, Юрій Андрухович, Андрій Любка та ін.) в німецькомовній періодичній пресі крупинками заповнюють наші пропагандистські недопрацювання в часі «великої війни». Показовим є приклад рубрики «Авторська колонка» на сайті конвергентного і впливового медіа української редакції «Deutsche Welle», де регулярно публікують свої гостьові коментарі згадані особистості (Deutsche Welle, 2024).

У контексті «NZZ» покажемо інший феномен: як «нішевий» український письменник Сергій Герасимов системно працює через свої публіцистичні тексти, висвітлюючи жахіття російсько-української війни. Під текстом його публікації від 26 серпня 2022 р., на шпальтах онлайн-версії «NZZ», читаємо про те, що серед воєнних щоденників, написаних після російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року, щоденники названого автора є одними з найбільш хвилюючих і зворушливих. Редакція «NZZ» зазначає, що вони поєднують у собі спостережливість і знання людської природи, емпатію та уяву, почуття абсурду і допитливий розум. Також наведено відомості про письменника С. Герасимова: народився в Харкові в 1964 році. Тематика його літературних творів – наукова фантастика та поезія. С. Герасимов з дружиною живуть у центрі Харкова, у квартирі на третьому поверсі багатоповерхівки. Протягом весни 2022 року на шпальтах «NZZ» було опубліковано сімдесят один «Запис із війни». З того часу вони були зібрані і видані окремою книгою «Вогняна панорама» у видавництві «DTV». Подружжя Герасимових вирішило не здаватися у Харкові, попри жахливі обстріли. Після перерви у писанні, пов'язаної з виснаженням, Сергій Герасимов відновив свою письменницьку діяльність у рідному місті (Gerasimow, 2022e).

Станом на 06 липня 2025 р. письменник С. Герасимов має 550 матеріалів на шпальтах впливової німецькомовної газети. Його серію «Воєнний щоденник з Харкова» редакція «NZZ» подавала під рубрикою «Feuilleton» у формі записів, здебільшого публіцистичного характеру, в період з березня 2022 р. по 23 грудня 2023 р. Перша публікація від 12 березня – «Наближається щось погане» – складається із п'яти тематично поєднаних записів і передає драматизм початку «великої війни» через відповідні образи і символи в Харкові, який від самого початку став, так би мовити, нашою «східною фортецею»

(Gerasimow, 2022a). У проміжку між 18 травня і 13 серпня першого року повномасштабного вторгнення його записи були перервані.

Приміром, іншими темами письменницького щоденника, в обраний для аналізу в цій статті період, були (ретранслюємо за заголовками): роздуми довкола обстріляного православного храму в м. Ізюм Харківської обл. (першої пошкодженої, свідомою атакою, церкви в Харківській області («Воєнний щоденник з Харкова (35): Церкви не бомблять, але лише ненадовго») (Gerasimow, 2022b); жахливі наслідки для міста після російського ракетного удару по відділенню «Нової Пошти» («Воєнний щоденник з Харкова (58): Значна частина міста задимлена, дихати важко» (Gerasimow, 2022c); роздумує довкола ситуації в місцевості біля річки Донець, де, можливо, будуть точитися бої («Вміння читати карти є важливою частиною військового мистецтва») (Gerasimow, 2022d) та інші теми. Загалом тематична різновекторність записів С. Герасимова вражає обізнаністю автора із ситуацією в рідному місті, який переймається долею Харкова та його мешканців. Зрештою, це відповідає й редакційній оцінці його публіцистичних записів, наведених вище. 14-та стаття, опублікована під назвою «Що легше, – вірити всім серцем чи носити маску віруючого?» 26 серпня 2022 р., присвячена темі діяльного патріотизму в час жорстокої російсько-української війни (Gerasimow, 2022e). Із 31 грудня 2022 р. записи С. Герасимова публікують з періодичністю раз у місяць.

Всесвітньо відома письменниця і громадська діячка Оксана Забужко є ще однією українською знаковою авторкою на шпальтах «NZZ», при цьому зауважимо, що її публіцистика, публічні виступи і письменництво ще з 2010-х років були одним із дієвих засобів донесення правди про Україну в історичних, суспільних і культурних вимірах. Стосовно її різножанрових виступів у німецькомовних медіа, то виділимо гостей чисельні коментарі й огляди на сайті української редакції «Deutsche Welle» («DW»), а також редакційні інтерв'ю безпосередньо з письменницею та інші матеріали (за 2010–2024 рр. сайт «DW» показує 37 записів, у 2025 р. нових текстів не зафіксовано) (Deutsche Welle, б.д.). Її боротьба красномовним словом з російськими наративами на Заході відображена в книзі «І знов я влізаю в танк...» – це вибрані тексти 2012–2016 рр. (статті, спогади, інтерв'ю).

В онлайн-версії видання «NZZ», за пошуковим можна знайти 36 записів, пов'язаних із «Sabuschko Oksana». Це включає і згадки про письменницю в контексті аналітики, і інтерв'ю з нею, відгуки на її твори й ін. Безпосередньо коментарі, блоги, публіцистичні тексти О. Забужко редакція впливового німецькомовного видання публікує з осені 2008 р. У досліджуваній період є лише одна, доволі знакова та об'ємна публікація від 28 квітня 2022 р.: «Уроки великого блефу – дорога до різанини

в Бучі також пролягає через російську літературу», де авторка десаκραлізує так звану «велику літературу» в контексті злочинів росіян у перші два місяці «великої війни» (Sabuschko, 2022).

Цей есей у рубриці «Фейлетони» складається з трьох частин, він є важливим з погляду переконування західних читачів у помилковій замилюваності т. зв. класиками названої літератури, адже ментальність росіян навіть у культурі, літературних текстах сповнена ворожості до цивілізованого світу. Наприкінці названого есею О. Забужко наголошує, що дорога перед бомбами і танками (російськими – прим. І. С.) завжди простелюється книгами, і зараз ми є свідками того, як вибір читання впливає на долі мільйонів (Sabuschko, 2022).

Лише побіжний огляд публікацій двох різних за сферами писання письменників показує їхню важливу інформаційну роботу серед німецькомовної аудиторії.

Перш ніж перейдемо до розгляду короткої історії видання «Der Spiegel» (у перекладі – «Дзеркало»), подамо опис ситуації на німецькому ринку преси із видання 2024 р. під назвою «Що варто знати про найбільші світові медіа : онлайн-посібник»: німецька аудиторія досі багато читає друковану пресу. Німецькі газети та журнали зберігають високі тиражі, хоча й демонструють загальну динаміку на зниження (*Про посібник*, б.д.). Особливість німецького ринку якраз полягає в тому, що традиційні медійні бренди зберегли свій вплив і розширили його в інтернеті. Хоча ринок онлайн-медіа також активно розвивається, монополію на новини все-таки зберігають найбільші традиційні медійні гравці (*Про посібник*, б.д.). Ці тенденції засвідчують і такі якісні видання, як новинний онлайн-журнал «SPON», заснований 30 років тому на базі одного із найвпливовіших інформаційно-аналітичних видань європейського континенту, – журналу «Der Spiegel».

Коротку історичну ретроспективу журналу «Der Spiegel» базуємо на публікації хронологічного змісту із головної сторінки «SPON». Перший номер журналу вийшов 4 січня 1947 р. у місті Ганновер як наступник журналу «Diese Woche» (він з'явився наприкінці 1946 р.). Перший редактор – це Рудольф Аугштайн (1923–2002 рр.). Він з 1946 р. вів рубрику в новинному журналі «Diese Woche» і у віці 23 років перейменував цей журнал на «Der Spiegel». З того часу він був його довголітнім видавцем та ідейним надхненником, головним редактором (*Die Geschichte*, n.d.). Р. Аугштайн опублікував численні книги переважно на політичні теми. Протягом 1983–2000 рр. Р. Аугштайну надавали титули почесного доктора європейських університетів та громадських інституцій.

У 1952 році видавництво «Der Spiegel» переїжджає з Ганновера до Дому преси в Гамбурзі. За керівництва Р. Аугштайна, у період 1990–

1999 років, редакція журналу «Der Spiegel» кількісно засновувала нові друковані додатки й новомедійні платформи. 25 жовтня 1994 р. виходить перший у світі онлайн-журнал новинної інформації «Spiegel online», за день до подібного онлайн-журналу друкованого британського видання «Time». За три роки «SPON» став провідною новиною платформою в німецькому сегменті Інтернету. Медіапродукт «Spiegel» доступний сьогодні і в друкованому, і в цифровому форматі (Скленар, 2025, с. 135).

Головним редактором видання «Spiegel» є Штефан Клусманн. На «SPON» є такі основні рубрики, які відображають широкий спектр тем: «Deutschland» (Німеччина), «Politik» (Політика), «Wirtschaft» (Економіка), «Ausland» (За кордоном), «Sport» (Спорт), «Kultur» (Культура), «Netzwelt» («Інтернет та цифровий світ»), «Wissenschaft» (Наука), «Gesundheit» (Здоров'я), «Panorama» (Огляд подій). «В рубриці «Ausland» регулярно публікують статті, присвячені війні в Україні. Також є репортажі, які висвітлюють життя біженців у Німеччині, економічні наслідки війни для ЄС. Особливо вразила серія статей, що розповідає про особисті історії українців, які перебувають у зонах бойових дій», – написала у своїй творчій роботі студентка 1-го курсу факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка Кароліна Гавриленко (2024).

Зміна редакційної політики та основні рубрики на тему російсько-української війни. «Із появою незалежної України на політичній карті світу редакційна політика «Der Spiegel», в тому числі названого вебресурсу нерідко йшла у фарватері російського трактування нашої історії, культури, мови, тощо» (Скленар, 2025, с. 132). Відомий такий факт в редакційній політиці, що окремими публікаціями німецьке видання виправдовувало путіна і захищала проєкт «Північний Потік-2» (*Як німецький журнал Шпігель*, 2019).

Зміна наративів про Україну після 24 лютого 2022 р. у впливовому новинному онлайн-журналі стала очевидною, як і для багатьох німецьких видань. Виявом солідарності з українцями, які боляче страждають від російської агресії, на шпальтах «SPON» стало Куїїв замість Кієв. Аналогічну зміну зробило й інше масове німецьке видання – журнал «Die Zeit» (Троян, 2024).

Від 24 лютого 2022 р. на шпальтах «SPON» ввели спеціальну тему під назвою «Russlands Krieg in der Ukraine» («Війна росії в Україні»), яка щодня хронікально висвітлює російсько-українську війну ("Russlands Krieg", n.d.). Відповідно наповнюються матеріалами чотири рубрики: «Vide» (Відео), «Putins Krieg im Netz» («Путінська війна в мережі») – це 9 подкастів про інформаційну операцію росії проти Заходу, в яких висвітлено підступні інструменти і засоби рашистської пропаганди (Tanriverdi et al., 2023); «Waffensysteme im

Ukrainekrieg» – «Система зброї на війні в Україні» ("Waffensysteme im Ukrainekrieg", n.d.).

Оглядаючи за назвами окремі публікації журналу «Der Spiegel» в обраний для аналізу період, виділимо передусім репортажі журналіста цього видання Крістіна Еша із прифронтового Харкова. В одному з них, 8 червня 2022 р., – «Як Ганна Іванівна недобровільно стала образом російської пропаганди» (Esch, 2022) – німецький репортер описує убогий «воєнний» побут подружжя пенсіонерів на околиці прифронтового міста. Свого часу образ пані Ганни росіяни використали для своєї пропаганди без її волі й відома. Повномасштабне вторгнення росії зруйнувало долі сотень тисяч українців, що відображено в публікації журналістки Александри Берлін від 26 серпня 2022 р. – «Як Коля втратив свою родину, але не надію». Це об'ємна стаття про життєву драму маріупольського юнака Миколу, всі родичі якого загинули в блокадному місті (Berlin, 2022).

Українські автори на «SPON». Четверта рубрика спеціальної теми про російсько-українську війну: Tagebuch aus Kiew («Щоденник з Києва»). Тут вміщено 10 матеріалів, у період з 27 лютого 2022р. до 4 березня 2023 р., авторства Євгенії Білорусець – української фотографині, мисткині ("Tagebuch aus Kiew", n.d.). В аналізований період, у формі епістолярного жанру, на шпальтах «SPON» висловився відомий боксер Володимир Кличко, український історик та публіцист Кирило Ткаченко. У своїх відкритих листах до аудиторії «SPON» вони закликають лідерів Німеччини, на тлі ракетних ударів по мирних містах влітку 2022 р., не зволікати з наданням воєнної допомоги. Зокрема, К. Ткаченко, живучи безпосередньо в українській столиці, 25 липня 2022 р., в заголовку свого листа ставить таке питання: «Чому ви, німці, вважаєте, що ми, українці, не можемо виграти війну?» (Tkachenko, 2022).

Практично позиція українських громадських діячів, інтелектуалів, письменників майже відсутня в період жорсткої фази «великої» війни на шпальтах «SPON». Однак 22 жовтня 2022 р. редакція надрукувала статтю Оксани Забужко «Як відбудуємо знову руїни, Оксано Забужко?» ("Wie baut man Ruinen", 2022).

На аналітичному порталі «Слово і Діло» подано результати моніторингу про частоту згадок про Україну в 2022 р. на обкладинках світових топ-видань. Стосовно журналу «SPON» там наголошено:

На початку великої війни Der Spiegel писав про події в Україні досить часто – двічі ми потрапили на обкладинку у лютому 2022 року, тричі у березні, один раз у квітні та травні. Наприклад, у березні видання розмістило фото зруйнованого росіянами багатоповерхового житлового будинку в Україні, а також вперше – портрет президента Володимира Зе-

ленського. ... У серпні видання писало про війну, але більше уваги було саме ролі рф і володимирі путіну. ... Листопад та грудень Der Spiegel не акцентував увагу на російському вторгненні. (Наскільки змінилася, 2023)

Висновки

Німецькомовна преса від самого початку її становлення, передусім беручи за приклад «NZZ» і «SPON», еволюціонувала від паперової версії до конвергентних медіа. Тому, окрім представленого в статті матеріалу, зацікавлені дослідники мають подальше поле вивчати цей процес, беручи за основу першоджерела самих видань, тому що, на нашу думку, не всі навчальні видання сьогодні правильно інтерпретують і подають цифри й дати, до того ж стрімко відбувається зміна самих платформ.

Також наші журналістикознавці можуть і далі аналізувати цікавий процес становлення періодичної преси в Німеччині і Швейцарії (приклад «NZZ» і «SPON») як дієвого засобу впливу на громадську думку, а відповідно – й розвитку демократичних інституцій.

Після повномасштабного вторгнення росії в Україну обрані впливові видання змінили наративи: від «конфлікту на Сході» до поняття «війна в Україні». Все це відображено в представленому матеріалі про рубрики й теми в обох німецькомовних виданнях.

Стосовно феномена українських авторів, то потребують глибшого контент-аналізу з початку «великої війни» публікації на шпальтах «NZZ» письменників С. Герасимова і О. Забужко.

Глибшого аналізу з огляду на оригінальний зміст та аргументацію потребують і матеріали на «SPON» німецьких та українських авторів.

Публікації українських авторів, які майстерно володіють німецькою мовою, матимуть у подальшому вагоме значення для подання правдивої інформації про російсько-українську війну.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Вишивана, Н. (2014). Семантично-стилістичні особливості номінативних композитів у німецькій мові. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)*, 19, 93–98.
- Гавриленко, К. (2024). Аналіз видання «Der Spiegel»: творча робота студентки 1 курсу ОПП «Міжнародна журналістика» факультету журналістики ЛНУ імені І. Франка. Особистий архів автора.
- Гаркавенко, Ю. (2017). Вплив сучасних тенденцій розвитку газетного ринку Німеччини на процес гетеростереотипізації України в якісних німецьких виданнях. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*, 25(17), 12–18. <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/97>
- Іванов, В. Ф. (Ред.). (2007). *Публіцистика. Масова комунікація: медіа-енциклопедія*. Академія Української Преси; Центр Вільної Преси.

- Коваленко, Н. Н. (2015). Стратегія інтертекстуальності в коментарях масової та якісної преси (на матеріалі німецьких газет «BILD» та «Frankfurter Allgemeine Zeitung»). *Науковий Часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов*, 13, 106–112.
- Козиряцька, С. (2016). Україна та Німеччина: медіаобраз країн в засобах масової інформації. В Д. Блохин (Ред.), *Українська наука у європейському контексті. Німецько-українські наукові зв'язки* (Т. 9, с. 377–383). Німецько-українська наукова об'єднання імені Ю. Бойка-Блохина.
- Наскільки змінилася частота згадок про Україну на обкладинках топ-видань. (2023, 23 серпня). Слово і діло. <https://www.slovoidilo.ua/2023/08/21/infografika/suspilstvo/vtomylsya-vijny-naskilky-zminylasya-chastota-zhadok-pro-ukrayinu-obkladynkax-svitovykh-top-vydan>
- Про посібник. (б.д.). Journalism Teachers' Academy. Взято 18 червня 2025 з <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/svitovi-media/pro-posibnyk/>
- Пянковська, І. В. (2022). Комунікативні стратегії і тактики у німецькомовних політичних коментарях на тему «Krieg in der Ukraine». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 55, 86–89. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.55.19>
- Скленар, І. М. (2025). Німецьке видання «Spiegel online»: історична ретроспектива, основні рубрики, тема російсько-української війни. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 57, 130–140. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13297>
- Троян, В. (2024, 30 жовтня). Два німецькі медіа почали писати Kyjiw замість Kiev. Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/news/dva-nimetski-media-pochaly-pysaty-kyjiw-zamist-kiew-i64633>
- Як німецький журнал Шпігель виправдовує Путіна і захищає Північний Потік-2. (2019, 23 січня). Texty.org.ua. https://texty.org.ua/articles/90876/Jak_nimeckij_zhurnal_Shpigel_vypravdovuje_Putina_i-90876/
- Alle Angriffe und Rückeroberungen der letzten drei Kriegsjahre – klicken Sie sich durch unsere Karten. (n.d.). *Neue Zürcher Zeitung*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.nzz.ch/visuals/krieg-in-der-ukraine-das-zweite-jahr-in-karten-ld.1817993>
- Berlin, A. (2022, August 26). Wie Kolja seine Familie verlor – aber nicht seine Hoffnung. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/mariupol-in-der-ukraine-wie-kolja-seine-familie-verlor-aber-nicht-seine-hoffnung-a-62bbb52c-cc54-432e-b94b-1f8cddbac002>
- Deutsche Welle. (б.д.). Оксана Забужко – українська письменниця. Взято 18 червня 2025 з <https://www.dw.com/uk/oksana-zabuzhko/t-18378226>
- Deutsche Welle. (2024, 29 травня). Авторська колонка. <https://www.dw.com/uk/avtorska-kolonka/a-62911930>
- Die Geschichte der SPIEGEL-Gruppe. (n.d.). SPIEGEL Group. Retrieved June 18, 2025, from <https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie>
- Esch, C. (2022, June 8). Als eine Ukrainerin unfreiwillig zur Ikone der russischen Kriegspropaganda wurde. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/charki-ukraine-wie-eine-ukrainische-rentnerin-unfreiwillig-zur-ikone-der-russischen-kriegspropaganda-wurde-a-732f94e7-6b68-499a-bafb-f060d63f037e>
- Gerasimow, S. (2022a, March 12). "Etwas Böses kommt auf uns zu" – ein Kriegstagebuch aus Charkiw (1–5). *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/ukraine-ein-kriegstagebuch-von-der-front-folge-1-bis-5-ld.1673391>
- Gerasimow, S. (2022b, April 12). Kriegstagebuch aus Charkiw (35): Kirchen werden nicht bombardiert, aber nur eine gewisse Zeit lang. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/kriegstagebuch-aus-charkiw-35-kirchen-werden-nicht-bombardiert-aber-nur-eine-gewisse-zeit-lang-ld.1678120>

- Gerasimow, S. (2022c, May 5). Kriegstagebuch aus Charkiw (58): Ein grosser Teil der Stadt ist von Rauch bedeckt, und das Atmen fällt schwer. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/ukraine-ein-kriegstagebuch-von-der-front-folge-58-ld.1679704>
- Gerasimow, S. (2022d, August 14). Karten lesen zu können, ist ein wichtiger Teil der Kriegskunst. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/sergei-gerasimow-kriegstagebuch-aus-charkiw-teil-22-ld.1697212>
- Gerasimow, S. (2022e, August 26). Was ist einfacher – von ganzem Herzen zu glauben oder die Maske eines Gläubigen zu tragen? *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/sergei-gerasimow-kriegstagebuch-aus-charkiw-teil-214-ld.1699125>
- Krieg in der Ukraine. (n.d.). *Neue Zürcher Zeitung*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.nzz.ch/international/krieg-in-der-ukraine-die-neuesten-entwicklungen-ld.1613540>
- Pabst, V. (2025, June 17). Ein Augenschein in Kiew, am Morgen nach der grössten Schreckensnacht seit Kriegsbeginn. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/international/schreckensnacht-in-kiew-einer-der-groessten-angriffe-seit-kriegsbeginn-fordert-mindestens-15-todesopfer-ld.1889324>
- Russlands Krieg gegen die Ukraine. (n.d.). *Der Spiegel*. Retrieved June 18, 2025, from https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/
- Sabuscho, O. (2022, April 28). Lektionen aus einem grossen Bluff – der Weg zum Massaker von Butscha führt auch über die russische Literatur. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/lektionen-aus-einem-bluff-russische-literatur-nach-butscha-ld.1681267>
- Stöber, R. (2014). *Deutsche Pressegeschichte: Von den Anfängen bis zur Gegenwart* (3rd ed.). Verlagsgesellschaft.
- Tagebuch aus Kiew. (n.d.). *Der Spiegel*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.spiegel.de/thema/tagebuch-aus-kiew/>
- Tanriverdi, H., Munzinger, H., & Berlin, A. (Hosts). (2023). Putins Krieg im Netz [Audio podcast]. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/thema/putins-krieg-im-netz-podcast/>
- Tkachenko, K. (2022, July 25). Wieso glaubt ihr Deutschen, dass wir Ukrainer den Krieg nicht gewinnen können? *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-warum-glaubt-ihr-deutschen-dass-wir-ukrainer-den-krieg-nicht-gewinnen-koennen-a-5706d482-5e89-4b47-9f83-6ee57411eb00>
- Waffensysteme im Ukrainekrieg. (n.d.). *Der Spiegel*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.spiegel.de/thema/waffensysteme/>
- Wie baut man Ruinen wieder auf, Oksana Sabuschko? (2022, October 22). *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/kultur/literatur/ukraine-krieg-wie-baut-man-ruinen-wieder-auf-oksana-sabuscho-a-3ae25e92-97d3-480b-b945-847b170b6f94>

REFERENCES

- Alle Angriffe und Rückeroberungen der letzten drei Kriegsjahre – klicken Sie sich durch unsere Karten [All attacks and recaptures of the last three years of the war – click through our cards]. (n.d.). *Neue Zürcher Zeitung*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.nzz.ch/visuals/krieg-in-der-ukraine-das-zweite-jahr-in-karten-ld.1817993> [in German].
- Berlin, A. (2022, August 26). Wie Kolja seine Familie verlor – aber nicht seine Hoffnung [How Kolia lost his family – but not his hope]. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/mariupol-in-der-ukraine-wie-kolja-seine-familie-verlor-aber-nicht-seine-hoffnung-a-62bbb52c-cc54-432e-b94b-1f8cddb002> [in German].
- Deutsche Welle. (n.d.). *Oksana Zabuzhko – ukrainska pysmennytsia* [Oksana Zabuzhko – Ukrainian writer]. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.dw.com/uk/oksana-zabuzhko/t-18378226> [in Ukrainian].

- Deutsche Welle. (2024, May 29). *Avtorska kolonka* [Author's column]. <https://www.dw.com/uk/avtorska-kolonka/a-62911930> [in Ukrainian].
- Die Geschichte der SPIEGEL-Gruppe [The history of the SPIEGEL Group]. (n.d.). SPIEGEL Group. Retrieved June 18, 2025, from <https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie> [in German].
- Esch, C. (2022, June 8). Als eine Ukrainerin unfreiwillig zur Ikone der russischen Kriegspropaganda wurde [When a Ukrainian woman involuntarily became an icon of russian war propaganda]. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/charkiw-ukraine-wie-eine-ukrainische-rentnerin-unfreiwillig-zur-ikone-der-russischen-kriegspropaganda-wurde-a-732f94e7-6b68-499a-bafb-f060d63f037e> [in German].
- Gerasimow, S. (2022a, March 12). "Etwas Böses kommt auf uns zu" – ein Kriegstagebuch aus Charkiw (1–5) ["Something bad is coming our way" – a war diary from Kharkiv (1–5)]. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/ukraine-ein-kriegstagebuch-von-der-front-folge-1-bis-5-ld.1673391> [in German].
- Gerasimow, S. (2022b, April 12). Kriegstagebuch aus Charkiw (35): Kirchen werden nicht bombardiert, aber nur eine gewisse Zeit lang [War diary from Kharkiv (35): Churches are not bombed, but only for a certain time]. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/kriegstagebuch-aus-charkiw-35-kirchen-werden-nicht-bombardiert-aber-nur-eine-gewisse-zeit-lang-ld.1678120> [in German].
- Gerasimow, S. (2022c, May 5). Kriegstagebuch aus Charkiw (58): Ein grosser Teil der Stadt ist von Rauch bedeckt, und das Atmen fällt schwer [War diary from Kharkiv (58): A large part of the city is covered in smoke and breathing is difficult]. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/ukraine-ein-kriegstagebuch-von-der-front-folge-58-ld.1679704> [in German].
- Gerasimow, S. (2022d, August 14). Karten lesen zu können, ist ein wichtiger Teil der Kriegskunst [Reading maps is an important part of the art of war]. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/sergei-gerasimow-kriegstagebuch-aus-charkiw-teil-22-ld.1697212> [in German].
- Gerasimow, S. (2022e, August 26). Was ist einfacher – von ganzem Herzen zu glauben oder die Maske eines Gläubigen zu tragen [What is easier – to believe with all your heart or to wear the mask of a believer]? *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/sergei-gerasimow-kriegstagebuch-aus-charkiw-teil-214-ld.1699125> [in German].
- Harkavenko, Yu. (2017). Vplyv suchasnykh tendentsii rozvytku hazetnoho rynku Nimechchyny na protses heterostereotypizatsii Ukrainy v yakysnykh nimetskykh vydanniakh [The influence of modern tendencies of the development of German newspaper market on the process of heterostereotyping of Ukraine in quality german press]. *Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications*, 25(17), 12–18. <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/97> [in Ukrainian].
- Havrylenko, K. (2024). *Analiz vydannia "Der Spiegel": tvorcha robota studentky 1 kursu OPP "Mizhnarodna zhurnalistyka" fakultetu zhurnalistyky LNU imeni I. Franka* [Analysis of the publication "Der Spiegel": Creative work of a 1st year student of the OPP "International Journalism" of the Faculty of Journalism of the I. Franko National University of Lviv]. In the author's personal archive [in Ukrainian].
- Ivanov, V. F. (Ed.). (2007). *Publitsystyka. Masova komunikatsiia: media-entsyklopediia* [Journalism. Mass communication: Media encyclopedia]. Akademiia Ukrainskoi Presy; Tsentr Vilnoi Presy [in Ukrainian].
- Kovalenko, N. N. (2015). Stratehiia intertekstualnosti v komentariakh masovoi ta yakisnoi presy (na materiali nimetskykh hazet "BILD" ta "Frankfurter Allgemeine Zeitung") [Strategy of intertextuality in commentaries of tabloid and reputable newspapers (a case study of German newspapers "BILD" and "Frankfurter Allgemeine Zeitung")]. *Scientific Journal of Mykhailo Dragomanov State University of Ukraine. Series 9. Current Trends in Language Development*, 13, 106–112 [in Ukrainian].
- Kozyriatska, S. (2016). Ukraina ta Nimechchyna: mediaobraz krain v zasobakh masovoi informatsii [Ukraine and Germany: Media image of countries in mass media]. In

- D. Blokhyn (Ed.), *Ukrainska nauka u yevropeiskomu konteksti. Nimetsko-ukrainski naukovi zviazky* [Ukrainian science in the European context. German-Ukrainian scientific relations] (Vol. 9, pp. 377–383). Nimetsko-ukrainska naukova obiednannia imeni Yu. Boika-Blokhyna [in Ukrainian].
- Krieg in der Ukraine [War in Ukraine]. (n.d.). *Neue Zürcher Zeitung*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.nzz.ch/international/krieg-in-der-ukraine-die-neusten-entwicklungen-ld.1613540> [in German].
- Naskilky zminylasia chastota zghadok pro Ukrainu na obkladynkakh top-vydan* [How much has the frequency of mentions of Ukraine on the covers of top publications]. (2023, August 23). Slovo i dilo. <https://www.slovoidilo.ua/2023/08/21/infografika/suspilstvo/vtomylsya-vijny-naskilky-zminylasya-chastota-zhadok-pro-ukrayinu-obkladynkax-svitovyx-top-vydan> [in Ukrainian].
- Pabst, V. (2025, June 17). Ein Augenschein in Kiew, am Morgen nach der grössten Schreckensnacht seit Kriegsbeginn [A look into Kyiv, on the morning after the worst night of horror since the beginning of the war]. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/international/schreckensnacht-in-kiew-einer-der-groessten-angriffe-seit-kriegsbeginn-fordert-mindestens-15-todesopfer-ld.1889324> [in German].
- Piankovska, I. V. (2022). Komunikatyvni stratehii i taktyky u nimetskomovnykh politychnykh komentariakh na temu "Krieg in der Ukraine" [Communicative strategies and tactics in German political commentaries on the topic "Krieg in der Ukraine"]. *Scientific Herald of International Humanitarian University. Series: Philology*, 55, 86–89. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.55.19> [in Ukrainian].
- Pro posibnyk* [About the manual]. (n.d.). Journalism Teachers Academy. Retrieved June 18, 2025, from <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/svitovi-media/pro-posibnyk/> [in Ukrainian].
- Russlands Krieg gegen die Ukraine [Russia's war against Ukraine]. (n.d.). *Der Spiegel*. Retrieved June 18, 2025, from https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/ [in German].
- Sabuschko, O. (2022, April 28). Lektionen aus einem grossen Bluff – der Weg zum Massaker von Butscha führt auch über die russische Literatur [Lessons from a great bluff – the path to the Bucha massacre also leads through Russian literature]. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/lektionen-aus-einem-bluff-russische-literatur-nach-butscha-ld.1681267> [in German].
- Sklenar, I. M. (2025). Nimetske vydannia "Spiegel online": istorychna retrospektyva, osnovni rubryky, tema rosiisko-ukrainskoi viiny [The German edition of Spiegel online: Historical retrospective, main sections the topic of the Russian-Ukrainian war]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 57, 130–140. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13297> [in Ukrainian].
- Stöber, R. (2014). *Deutsche Pressegeschichte: Von den Anfängen bis zur Gegenwart* [German press history: From the beginnings to the present] (3rd ed.). Verlagsgesellschaft [in German].
- Tagebuch aus Kiew [Diary from Kyiv]. (n.d.). *Der Spiegel*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.spiegel.de/thema/tagebuch-aus-kiew/> [in German].
- Tanriverdi, H., Munzinger, H., & Berlin, A. (Hosts). (2023). Putins Krieg im Netz [Putin's war on the Internet] [Audio podcast]. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/thema/putins-krieg-im-netz-podcast/> [in German].
- Tkachenko, K. (2022, July 25). Wieso glaubt ihr Deutschen, dass wir Ukrainer den Krieg nicht gewinnen können [Why do you Germans think that we Ukrainians cannot win the war]? *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-warum-glaubt-ihr-deutschen-dass-wir-ukrainer-den-krieg-nicht-gewinnen-koennen-a-5706d482-5e89-4b47-9f83-6ee57411eb00> [in German].
- Troian, V. (2024, October 30). *Dva nimetski media pochaly pysaty Kyjiw zamist Kiew* [Two German media outlets started writing Kyjiw instead of Kiew]. Institute of Mass

- Information. <https://imi.org.ua/news/dva-nimetski-media-pochaly-pysaty-kyjiw-zamist-kiew-i64633> [in Ukrainian].
- Vyshyvana, N. (2014). Cemantychno-stylistychni osoblyvosti nominatyvnykh kompozytiv u nimetskii movi [Semantic and stylistic peculiarities of nominative compositives in German]. *Scientific Notes of Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University. Series: Philology (Linguistics)*, 19, 93–98 [in Ukrainian].
- Waffensysteme im Ukrainekrieg [Weapon systems in the Ukraine war]. (n.d.). *Der Spiegel*. Retrieved June 18, 2025, from <https://www.spiegel.de/thema/waffensysteme/> [in German].
- Wie baut man Ruinen wieder auf, Oksana Sabuschko [How to rebuild ruins, Oksana Zabuzhko]? (2022, October 22). *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/kultur/literatur/ukraine-krieg-wie-baut-man-ruinen-wieder-auf-oksana-sabuschko-a-3ae25e92-97d3-480b-b945-847b170b6f94> [in German].
- Yak nimetskyi zhurnal Shpihel vypravdovuiе Putina i zakhyschaie Pivnichnyi Potik-2* [How the German magazine Spiegel justifies Putin and defends Nord Stream 2]. (2019, January 23). Texty.org.ua. https://texty.org.ua/articles/90876/Jak_nimeckyj_zhurnal_Shpigel_vypravdovuje_Putina_i-90876/ [in Ukrainian].

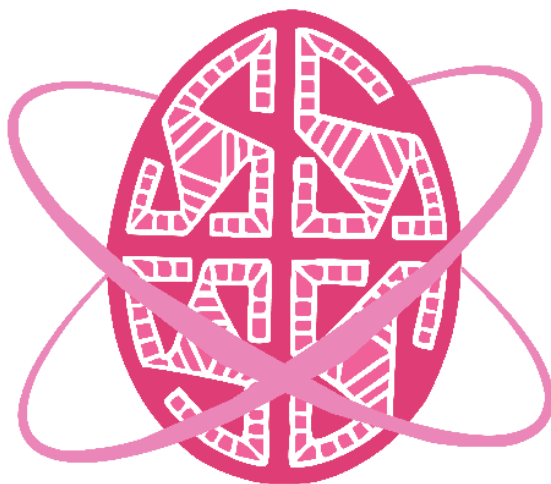
Надійшла: 12.07.2025; Прийнято: 30.09.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

THEORY AND PRACTICE
OF JOURNALISM



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345582

UDC 070:17.022.1:355.405.7]"364"

Specifics of Violations in Journalistic Standards during Wartime

ALLA BIEDNA

Master's Student

T. H. Shevchenko National
University "Chernihiv
Colehium"Hetman Polubotko Str., 53,
14013, Chernihiv, Ukraine

allabiednaa@gmail.com

ORCID 0009-0001-8459-7718

© Biedna A., 2025

The status and challenges of modern journalists who work under wartime circumstances and highlight events at the front in particular are discussed in this article. The difference between war correspondents and journalists who do not have such a status is found out. Additionally, the legal framework of their activities in accordance with the current regulatory acts of the Armed Forces of Ukraine during the martial law is viewed. The difficulties of the information field in conditions of a full-scale war are described. They dictate a necessity in significant concentration and attention on the part of journalists to their own safety, verification of information, avoidance of strategic details' disclosure, and adherence to ethical principles when working with traumatised people who lost their relatives in this war. The influence of military censorship on editorial processes is revealed. As an example, the article provides a mechanism for approving material in accordance with the order of the Commander-in-Chief of the Ukrainian Armed Forces. The results of monitoring compliance with journalistic standards in online media and information telemarathons are analysed; problems with reliability, balance of opinions, separation of facts from comments, as well as the distribution of emotionally coloured and commissioned materials are indicated. Special attention is paid to examples of typical violations of ethical standards in headlines and news, particularly, on the example of the telemarathon "United News", the development of problems of political PR and insufficient depth of information analysis. The conclusion is made about the fact that it is necessary to adapt journalistic practice to current challenges of war and to strengthen the role of professional standards in order to strengthen trust in the media under the information crisis conditions.

Keywords: war in Ukraine, journalistic standards, military censorship, information reliability, political PR, manipulations, emotionally charged headlines, information crisis.

СПЕЦИФІКА ПОРУШЕНЬ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ ЗА ВОЄННОЇ ПОРИ

Алла БЄДНА

магістрантка

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка
вул. Гетьмана Полуботка, 53, 14013, Чернігів, Україна

allabiednaa@gmail.com

ORCID 0009-0001-8459-7718

У статті йдеться про статус сучасним журналістам, які працюють в умовах війни та висвітлюють події на фронті зокрема, і виклики, що постають перед ними. З'ясовано відмінність між військовими кореспондентами й журналістами, які не мають цього статусу. Також розглянуто правові рамки їхньої діяльності відповідно до чинних нормативних актів Збройних сил України під час воєнного стану. Описано складнощі інформаційного поля в умовах повномасштабної війни, що диктують потребу значної зосередженості та уваги з боку журналістів до власної безпеки, перевірки інформації, уникнення розголошення стратегічних деталей та дотримання етичних принципів під час роботи із травмованими особами, які на війні втратили рідних. Виявлено вплив воєнної цензури на редакційні процеси. Наведено механізм погодження матеріалу відповідно до наказу Головнокомандувача ЗСУ. Проаналізовано результати моніторингів дотримання журналістських стандартів онлайн-медіа та інформаційних телемарафонів; указано на проблеми з достовірністю, балансом думок, відокремлення фактів від коментарів, а також поширенням емоційно забарвлених та замовних матеріалів. Особливу увагу приділено прикладам типових порушень етичних стандартів у заголовках і новинах, зокрема на прикладі телемарафону «Єдині новини», розвитку проблем політичного піару та недостатньої глибини аналізу інформації. Зроблено висновок про потребу адаптації журналістської практики до нових викликів війни та посилення ролі професійних стандартів для зміцнення довіри до медіа в умовах інформаційної кризи.

Ключові слова: війна в Україні, журналістські стандарти, воєнна цензура, достовірність інформації, політичний піар, маніпуляції, емоційно забарвлені заголовки, інформаційна криза.

Relevance of the problem

In conditions of a full-scale war in Ukraine, which has been going on since February 2022, the role of a journalist as a witness and mediator of information acquires special significance, as it is related to numerous challenges and restrictions. Being a civilian, a journalist does not have a right to participate in military operations, but at the same time, he is obliged to work in extremely dangerous conditions, adhering to ethical standards and safety. War requires media professionals to adapt to new information policy's rules, take into account martial law censorship, totally adhere to restrictions on the disclosure of strategic data, as well as carefully stick to the principle of "do no harm" in working with war victims.

Monitoring compliance with professional standards, especially accuracy, balance and separation of facts from comments, shows both positive tendencies and systematic violations that threaten the trust of the audience and the objectivity of the media. The long war and the presence of information censorship create a necessity in a comprehensive analysis of the influence of these circumstances on the journalistic practice, which is extremely important for maintaining professional standards and freedom of speech in crisis times.

Status of studying the topic

Issues of the journalistic work at the front and in places of "arrivals" attract special attention of media researchers. Among them are both Ukrainian scientists and international researchers. They study legal norms that regulate the status of a journalist in war and how they are applied in practice in editorial offices. Attention is paid to the distinction between war correspondents and independent journalists in the aspect of their functions and rights. Researchers analyse certain ethical challenges related to the safety of journalists, compliance with ethical rules in working with war victims and people who have experienced losses, as well as peculiarities of performing editorial tasks during the martial law, in particular, censorship restrictions and military information's approval. Such changes are quite "fresh", so editorial offices do not always adhere to these rules. Monitoring studies indicate this as well, in particular, those conducted by the Institute of Mass Information and "Detector Media". Numerous violations of journalistic standards of coverage of events in news feeds, television stories, etc. are recorded by them. They emphasise the challenges of reliability, balance of opinions, separation of facts from comments and politicians' influence due to the desire for PR. The study of the formation and development of Ukrainian military journalism, as well as the role of individual military units in covering the course of events, was conducted by K. Akopian (2024) in the work "The Role of Journalists of the State Border Guard Service in Military Journalism in Ukraine". A media expert, an executive director of the public organisation "Institute

of Post-Information Society” Dmytro Zolotukhin (2022) depicted the issue “What specifically (and why) cannot be reported and shown in the media during war”.

Tasks of the article

- to analyse the legal status and role of a journalist under wartime conditions;
- to study ethical standards and security requirements that a journalist faces during hostilities;
- to research the level of compliance with professional standards in Ukrainian media during the wartime.

The main material

During the wartime, a journalist is not a participant in hostilities and does not have any military status. His role is to observe neutrally, without a right to intervene in military operations, use weapons or be in areas that are important for the country’s defense capability and places of equipment production without a permission.

For the first time, the status of a journalist during the wartime was defined by Hague Convention “On the Laws and Customs of Land War” in 1907. In Art. Ann. 13 to the Convention, it is stated the following: Persons accompanying the army but not directly belonging to it, such as newspaper correspondents and reporters, marketers and suppliers, who fall into the hands of the enemy and considered to be advisably detained, use the rights of prisoners of war in case they carry a certificate from the military leadership of the army they accompanied (Kopotun et al., 2023).

In combat zones, journalists are divided into two categories: war correspondents and independent journalists.

First: correspondents who highlight war events. They are often on the line of contact with the enemy and show a “real” picture of what is happening at the front. The duties of war correspondents include communicating with participants in the armed conflict.

Second: correspondents who have a task to prepare a certain material about what is happening at the front and are sent on business trips, which are usually dangerous. At the same time, these correspondents, even under such working conditions, have a status of civilians (Centre for Democracy and Rule of Law, 2022).

There are cases when, while highlighting military events, a correspondent is captured. It should be mentioned that only a military correspondent has a right to prisoner of a war status (Dashkovska & Vasiutin, 2022), and a certificate itself does not provide any special legal status to him (United Nations, 1977).

Since the beginning of 2022, when the full-scale war in Ukraine began, journalism has been in a kind of “epicenter” of a complex information, security and moral crisis. As a military spokesman Dmytro Lykhovii (2025) notes, since the beginning of this war, chaos has arisen in the information space, which has started complicating the perception of facts and contributing to disinformation.

Thus, the work of a modern journalist is no longer the same practice which existed five years ago. It is a daily adaptation to new rules. While filming, a journalist has to take care of his complete safety during Russian shelling, as well as filter the information he publishes, avoid revealing strategic details and adhere to the ethical principle of “do no harm.” Such a principle is especially important when working with people who have experienced psychological trauma. In nowadays realities, these are people who lost relatives in the war or who died as a result of the enemy shelling.

Unfortunately, there are more and more such cases as mentioned above. And this is the situation when a person’s usual life is crossed out and there appears a necessity to live in new realities of nowadays. A journalist should adhere to the boundaries of working with the traumatised people, stop in time during interviews, give time “to think” or to calm down emotions. A professional does not have a right to deepen a person’s trauma. It is also important and necessary to warn the audience (viewers, readers) about some certain shocking content.

An ethical aspect of the problem comes to the fore. M. Tymoshyk (2022) notes: The moral principles of the activities of modern national journalism and its creators should focus around the following fundamental concepts: patriotism, professionalism, tolerance of the national journalism’s traditions; objectivity and truthfulness; self-criticism; openness; argumentation (p. 53).

The martial law has led to the establishment of a certain censorship, which was written about above. It somewhat contradicts some traditional ethical standards. In particular, this concerns the mandatory coordination of military comments and information with the structural units of the Armed Forces of Ukraine. The editorial office of “Suspilne Chernihiv” also operates on such a principle.

It is worth to give an example: material of the author of these lines “Shooting for Accuracy in 120 Seconds: How Future Marksmen are Trained in the Chernihiv Region” (Hornova & Biedna, 2025). The plot deals with the studying and exams of future Marksmen – infantry snipers who undergo intensive professional training at the regional department of the Territorial Defense Forces “Pivnich” (“North”). The text highlights peculiarities of the role of a marksman as an intermediate link between a shooter and a classic sniper, whose task is accurate shooting at distances from 250 to 500 meters from various positions and under conditions of limited time. Training con-

ditions, a role of instructors, as well as personal impressions and motivation of certain servicemen who have undergone training and take exams where they are required to be highly accurate and quick to fire, are described. To collect information for this material, the journalist and the cameraman went directly “to the fields”. Afterwards, everything what was written and shown on the video was coordinated with the military press service.

Information that cannot be disclosed is contained in Appendix 2 to the Order of the Commander-in-Chief of the Armed Forces of Ukraine No. 73 “On the organisation of interaction between the Armed Forces of Ukraine, other components of the defense forces and representatives of the media during the legal regime of martial law”, dated March 3, 2022. This order is in the public access. In order to make it more widely known to the journalistic community, the National Union of Journalists of Ukraine (2024) placed it on its website in 2024. Among the information marked “not for the press”, there is data on the losses of military equipment and personnel (if such information was not placed in the public access by the General Staff of the Armed Forces of Ukraine and (or) other management government of the Ukrainian defense forces.

During the work with texts on military issues, journalists get used to these rules. They no longer seem so difficult, as the brain immediately analyses the picture that journalist see, whether at the front, or at the training ground, military exercises, etc.

If talking about violations in the journalistic profession during the wartime, particularly, regarding neglect of standards, then in December 2023 the Institute of Mass Information monitored professional standards of leading online media. According to the results, it was found out that compliance with the standard of balance of opinions is more than 96 per cent among the studied media.

In addition to the news that cover only one point of view, which is economically biased or directed at certain political figures, the indicators of preservation of this standard in the texts are worsened by the fact of publishing commissioned materials that are completely not marked as required. The level of compliance with the reliability standard is over 95 per cent on average among all studied media.

A tendency towards a decrease in the number of cases when reactions use Russian resources as basic information has become noticeable. Still, the general statistics are negatively affected by the fact that certain publications continue to quote propaganda statements by russian functionaries that are meaningless in terms of importance for Ukraine from a political or security points of view. Sometimes, editorial offices fall for the “hook” of Russian special services and unknowingly publish information that may be in the enemy’s hands in cases of spreading propaganda.

Compliance with the standard of separating facts from comments was over 87 per cent (Barkar, 2023). According to the monitoring research, the leaders in submitting journalistic materials in compliance with all relevant standards are the following online publications: “Hromadske”, “Suspilne”, Liga.net, “Ukrainska Pravda”, “Espresso”, “Slovo i Dilo”. The list with the lowest percentage of compliance with the standards includes the following sites: “RBC-Ukraina”, “UNIAN”, “Focus”, Obozrevatel, “Channel 24”, Telegraf, and TSN. 38 per cent of the materials contained violations in the category of separating facts from comments.

Some editorial offices often like to violate journalistic standards precisely in headlines. For example, the headline “Goosebumps from this SPEECH. The hall was SILENT when Zelenskyi spoke. These words sank into everyone’s soul.” It can be seen on the YouTube page of the media “We are Ukraine.” The video is dated April 16, 2025. This headline is a typical example of a journalist doing everything in order to make a sensation out of a speech that is already quite familiar to Ukrainians. It contains several emotional markers: “goosebumps” causes a physical reaction and is associated with strong emotions; “the hall was SILENT” creates an atmosphere of tension and importance of the moment, as if every viewer is afraid to say a word, so as not to lose a single word spoken; “these words sank into everyone’s soul” is a statement about a strong emotional influence.

One more example is a phrase “You need to see this”. The headline was published on the YouTube channel “News.LIVE.” It immediately creates a sense of high urgency and uniqueness of the information offered. Such emotional markers are widely used in the headlines of Ukrainian media, especially in online publications and YouTube. The amount of information published in the media every hour is huge; emotionally coloured headlines stand out and attract users’ attention. In addition, emotional headlines encourage viewers to click on the material, which undoubtedly increases its popularity.

The use of such phrases affects the information perception, forming a certain emotional attitude to the event or person. Without manipulation, the headline could have been like the following: “Volodymyr Zelenskyi’s speech on...: key moments” or “Zelenskyi addressed... with a speech about...”. Such an approach would help to clearly adhere to basic journalistic standards and not affect the emotional perception of readers/viewers.

The leaders of violations in the journalistic profession during the war-time are the marathon “United News”. The slogan under which their materials are presented is “Information support of the population”. However, at a time when it would seem that they should be an example of responsible coverage of events for others, they serve as an example of a number of specific violations that are inherent in the military information field.

The telethon “United News” began on the first day of the full-scale invasion. On March 21, 2022, this marathon began to be monitored for compliance with standards, in particular, by the public organisation “Detector Media”, specialising in media criticism and monitoring the content created by the Ukrainian media (Kulias, 2025). From March and till the end of 2022, the emphasis was placed on efficiency and informing the population about the progress of hostilities. At that stage, violations often concerned inaccuracy and incomplete information due to the speed of submission, possible cases of patriotism which was too much, and a certain censorship of negative information which would violate the general positive mood. Additionally, there could be problems with the balance of sources and references to official information in the absence of sufficient verification or additions from other resources.

It is worth to make an analysis of the broadcast of “United News” on November 20, 2022. One of those who spoke that day was the channel “My – Ukraine”. In their block, experts recorded 111 rude violations. During the preparation of materials for broadcast, the editorial office neglected the standards of reliability. Such cases were recorded 43 times. It was forgotten about the standard of separating facts from opinions – 41 violations. It was not taken into account the importance of presenting information according to the standards of accuracy and completeness.

A little less, but still a significant number can be noted in the “Rada” channel block – 101 violations of standards. There was a blind eye regarding the separation of facts from opinions in every possible way. This is convenient, because news can be presented under one’s own “sauce”. The “Suspilne” block also came under scrutiny – 42 violations were recorded by “Detector Media” employees. During the broadcast of ICTV and STB channels, tendencies of disregard for standards was clearly traced in 191 cases.

In 2023, with the gradual establishment of the telethon’s work, “Detector Media” began to pay more and more attention to violations of journalism standards, which included unreliability, lack of balance, failure in separating facts from opinions, manifestations of political PR. The number of patriotism manifestations decreased, but on the other hand, the number of materials that could be interpreted as support for certain politicians increased.

Monitoring of the spread of russian narratives was also intensified. Although, isolated cases still remained. In the period from January 2024 to July 2025, monitoring recorded systematic violations of the standards of information journalism, especially regarding the reliability of information and references to sources. The desire of certain politicians who were eager to show themselves and their good deeds while getting into the airtime remained a significant problem, as there were only staged shots. This often manifested itself in the activities of the government as well.

There is growing attention to the lack of pluralism of opinions and representation of different parliamentary factions on the air, with preference given only to some certain chosen personalities. Additionally, “Media Detector” increasingly is pointing to problems with depth of analysis and tendencies to superficial coverage of topics, without any analysis, searching for additional sides for comprehensive information coverage. As a result, although the idea of a marathon at the beginning of a full-scale invasion was justified, its long-term existence without proper observance of journalistic standards is of great concern to media experts.

Conclusions

The urgent requirements for modern Ukrainian journalists of wartime are to adhere to neutrality and departmental censorship in covering military issues, as well as to ensure their own safety in conditions of work in “hot spots”.

Monitoring data indicate a number of violations of professional standards in Ukrainian media regarding the reliability of information, balance of opinions, separation of facts and comments.

For modern media, it is beneficial to use emotionally coloured headlines in the sea of news published in crazy quantities. This is how they can “win” in this pursuit of the audience’s attention.

Political PR in the media, as well as insufficient criticality in highlighting topics are another problems with which modern journalism faces.

In wartime, journalists struggle with challenges every single day. They are required to constantly adapt and strictly adhere to professional standards in order to maintain the audience’s trust, to provide own safety and effectively inform the population. Further work on strengthening professional standards and media literacy is relevant and necessary for the development of responsible and objective media space in Ukraine.

REFERENCES

- Akopian, K. (2024). Rol zhurnalistiv Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby u viiskovii zhurnalistytsi Ukrainy [The role of journalists of the State Border Guard Service in military journalism in Ukraine]. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 194–201. <https://doi.org/10.15421/292421> [in Ukrainian].
- Barkar, D. (2023, December 28). *Novyny pid chas viiny. Analiz profesiinykh standartiv providnykh onlain-media v hrudni 2023 roku* [News during war. Analysis of professional standards of leading online media in December 2023]. Institute of Mass Information. <https://imi.org.ua/monitorings/novyny-pid-chas-vijny-analiz-profesijnyh-standartiv-providnyh-onlain-media-u-grudni-2023-roku-i58066> [in Ukrainian].
- Centre for Democracy and Rule of Law. (2022, March 3). *Status zhurnalista ta pidhotovka do roboty pid chas viiny* [Journalist status and training for work during the war]. <https://cedem.org.ua/news/status-zhurnalista> [in Ukrainian].
- Dashkovska, O. R., & Vasiutin, V. O. (2022). *Pravovy zakhyt zhurnalistiv pid chas mizhnarodnykh zbroinykh konfliktiv* [Legal protection of journalists during

- international armed conflicts]. *International Scientific Journal "Internauka". Series: "Juridical Sciences"*, 11(57), 101–107 [in Ukrainian].
- Hornova, V., & Biedna, A. (2025, April 17). *Strilba na tochnist za 120 sekund: yak na Chernihivshchyni navchaiutsia maibutni marksmeny* [Shooting for accuracy in 120 seconds: How future marksmen are trained in the Chernihiv region]. *Suspilne Chernihiv*. <https://suspilne.media/chernihiv/996339-za-120-sekund-maut-vluciti-ucil-ak-na-cernigivisini-navcautsa-majbutni-marksmeni> [in Ukrainian].
- Kopotun, I. M., Koropatnik, I. M., Mykytiuk, M. A., Pavliuk, O. O., Pasika, S. P., & Pietkov, S. V. (Comps.). (2023). *Viiskova zhurnalistyka: ukrainskyi aspekt* [Military journalism: The Ukrainian aspect]. *Profesional* [in Ukrainian].
- Kulias, I. (2025, July 22). *Monitorynh telemarafonu "Yedyni novyny" y efiru Pershoho kanalu Suspilnoho za 14–16 lypnia 2025 roku* [Monitoring of the telethon "United News" and the broadcast of the First Channel of Suspilne on July 14–16, 2025]. *Detektor Media*. <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/242809/2025-07-22-monitoryng-telemarafonu-iedyni-novyny-y-efiru-pershogo-kanalu-suspilnogo-za-1416-lypnia-2025-roku> [in Ukrainian].
- Lykhovii, D. (2025, February 12). *Pro vidpovidalnist mediinykiv. Voiennyi aspekt-2025* [On the responsibility of media professionals. Military aspect-2025]. *Detektor Media*. <https://detector.media/community/article/238149/2025-02-12-pro-vidpovidalnist-mediinykiv-voiennyi-aspekt-2025> [in Ukrainian].
- National Union of Journalists of Ukraine. (2024, November 26). *Yaku informatsiiu ne mozha rozmishchuvaty v media pid chas voiennoho stanu* [What information cannot be placed in the media during martial law]? <https://nsju.org/yuridichna-konsultaciya/yaku-informacziyu-ne-mozhna-rozmishhuvaty-v-media-pid-chas-voyennogo-stanu-2> [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2022). *Standarty zhurnalistyky: poniattia, geneza, zmist, praktyka* [Journalism standards: Concept, genesis, content, practice]. *Ukrainian Information Space*, 1(9), 30–56. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(9\).2022.257058](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257058) [in Ukrainian].
- United Nations. (1977, June 8). *Dodatkovyi protokol do Zhenevskoi Konventsii vid 12 serpnia 1949, shcho stosuietsia zakhystu zhertv mizhnarodnykh zbroinykh konfliktiv* [Additional protocol to the Geneva Convention of August 12, 1949, relating to the protection of victims of international armed conflicts] (Protokol 1; version of November 30, 1993). Verkhovna Rada of Ukraine. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_199/ed19931130#Text [in Ukrainian].
- Zolotukhin, D. (2022, March 30). *Shcho konkretno (i chomu) ne mozha povidomlyaty i pokazuvaty v media pid chas viiny* [What specifically (and why) cannot be reported and shown in the media during war]. *Detektor Media*. <https://detector.media/infospace/article/197960/2022-03-30-shcho-konkretno-i-chomu-ne-mozhna-povidomlyaty-i-pokazuvaty-v-media-pid-chas-viyny> [in Ukrainian].

Submitted: 28.07.2025; Accepted: 01.10.2025;

The article was first published online: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345583

УДК 070:654.19:[378.091.33-027.22-
057.87:378.4(477.86)]"364"

Війна в об'єктиві: жанрово-тематичні особливості студентського телепроєкту

У статті йдеться про студентський проєкт «Війна. Життя до і після» на студентському телебаченні Stefanyuk-TV, що діє при кафедрі журналістики Карпатського національного університету імені Василя Стефаника. Це проєкт, у якому майбутні журналісти знімають відеороботи на теми, пов'язані із викликами війни.

У своїх роботах студенти звертаються до тем волонтерства, благодійності, адаптації внутрішньо переміщених осіб, реінтеграції ветеранів, відкриття власних справ ветеранів та переселенців, соціальних акцій на підтримку військовополонених та пам'яті загиблих героїв. У відео вони використовують різноманітні жанри – новинний і тематичний репортаж, інтерв'ю, нарис, кореспонденцію, інформаційно-аналітичну програму. Часто в їхніх матеріалах простежується взаємопроникнення жанрів, як-от, репортаж з елементами нарису. Основою таких матеріалів стає добре продуманий сценарій та майстерність побудови оповіді. Попри класичні форми подачі телевізійних матеріалів, студенти використовують і сучасні, які почали розвиватися під час переходу традиційного телебачення в онлайн. Це, наприклад, кешпін-відео, яке якнайкраще пристосоване до ютюб.

На сьогодні у серії «Війна. Життя до і після» опубліковано 19 студентських авторських відеоматеріалів. І хоча окремі роботи потребують покращення звукового оформлення чи закадрової начитки, якість і вартість більшості робіт не поступається роботам досвідчених медійників. Майстерність юних журналістів простежується в авторському підході до створення оповіді, що сприяє розкриттю героїв, у вдало підібраних жанрах, легкій стилістиці тексту, не переобтяженій складними граматичними конструкціями, володінням усним публічним мовленням.

Студенти не лише висвітлюють новинні події, а й шукають глибокі актуальні соціальні теми і передають їх через призму людських історій. Тому вже сьогодні можемо стверджувати, що такі студентські роботи – це своєрідні історичні архіви, які з часом допоможуть наступним поколінням вивчати життя тилового краю в часи російсько-української війни.

Ключові слова: проєкт «Війна. Життя до і після», студентське телебачення Stefanyuk-TV, телевізійні жанри, аудіовізуальні медіа, проблематика війни в медіа, стилістика телевізійного тексту, усне публічне мовлення.

Ірина КОПИСТИНСЬКА
канд. філол. н., доц.

Карпатський національний
університет імені Василя
Стефаника

вул. Шевченка, 57, 76018,
Івано-Франківськ, Україна

iryna.kopystunska@pnu.edu.ua

ORCID 0000-0002-1648-4025

Руслана САВЧУК

канд. філол. н., доц.

Карпатський національний
університет імені Василя
Стефаника

вул. Шевченка, 57, 76018,
Івано-Франківськ, Україна.

ruslana.savchuk@pnu.edu.ua

ORCID 0000-0002-1431-9341

© Копистинська І.,
Савчук Р., 2025

WAR IN THE LENS: GENRE AND THEMATIC PECULIARITIES OF A STUDENT TELEVISION PROJECT

Iryna KOPYSTYNSKA

PhD in Philology, Associate Professor
Vasyl Stefanyk Carpathian National University
Taras Shevchenko Str., 57, 76018, Ivano-Frankivsk, Ukraine
iryna.kopystunska@pnu.edu.ua
ORCID 0000-0002-1648-4025

Ruslana SAVCHUK

PhD in Philology, Associate Professor
Vasyl Stefanyk Carpathian National University
Taras Shevchenko Str., 57, 76018, Ivano-Frankivsk, Ukraine
ruslana.savchuk@pnu.edu.ua
ORCID 0000-0002-1431-9341

The article is about a student project “War. Life before and after” on the student television Stefanyk-TV, which operates at the Department of Journalism of the Vasyl Stefanyk Carpathian National University. This is a project in which future journalists shoot video works on issues related to the war challenges.

In their works, the students touch on the topics of volunteering, charity, adaptation of internally displaced people, reintegration of veterans, opening of own activities of veterans and displaced persons, social actions in support of the war prisoners and the memory of fallen heroes. The videos use various genres, such as news and thematic reporting, interviews, essays, correspondence, information and analytical programmes. Often, their materials demonstrate the interpenetration of genres, e.g. reporting with essay elements. A basis of such materials is a well-thought-out script and mastery of the narrative construction. In spite of the classic formats for presenting television materials, students also use modern ones, which began to develop during the transition of traditional television to online, e.g. a caption video that is best adapted to YouTube.

To date, 19 student-made video materials have been published in the series “War. Life before and after”. And although some works require some improved sound design or voice-over narration, the quality and value of most of these works are not inferior to the works of experienced media professionals. The mastery of young journalists can be traced in the author’s approach to creating a narrative that contributes to the disclosure of characters, successfully selected genres, light text stylistics (not overloaded with complex grammatical constructions), and skills in oral public speaking.

Students not only highlight news, but also search for deep relevant social topics and cover them through the prism of human stories. Therefore, today it can be already stated that such student works are a kind of historical archives that will eventually help future generations study the life of the rear area during the russian-Ukrainian war.

Keywords: Project “War. Life before and after”, student television Stefanyk-TV, television genres, audiovisual media, matters of war in the media, television text stylistics, oral public speaking.

Актуальність теми

Повномасштабна війна росії проти України вплинула на всі сфери життя. Зокрема, торкнулася вона й медіагалузі. На порядку денному засобів масової інформації найважливішою стала воєнна проблематика – новини з фронту, мобілізація, проблематика окупованих територій, переселенці, волонтерство тощо. Усі ЗМІ – від гіперлокальних, крайових до національних – змінили підхід до контенту, аби давати своїй аудиторії максимум необхідної інформації. Роль медіа, які завжди були так званими свідками історії, стала надзвичайно важливою і в документуванні злочинів країни-агресора, і у фіксації становлення національного руху опору, стійкості українців і незламності нашого духу. Саме завдяки журналістам ми дізнавалися про злочини в Маріуполі, Бучі, Ізюмі, про нескорений Херсон, про життя в окупації й потужну волонтерську діяльність. Медіа не тільки розповідали, а й заохочували суспільство долучатися до щоденної боротьби, а ще ставали своєрідним меморіалом пам'яті для загиблих Героїв.

Не могли залишитися осторонь такої діяльності й майбутні журналісти. Відтак на кафедрах і факультетах журналістики в Україні почали з'являтися різноманітні творчі проекти, присвячені воєнній проблематиці. Це і публікації в студентських та професійних медіа, і творчі екзаменаційні роботи, і виконання бакалаврських та магістерських робіт.

Стимулювали майбутніх медійників до висвітлення проблем, пов'язаних з війною і Всеукраїнські студентські професійні конкурси, як-от «Журналістика рішень під час війни: європейський досвід – українські практики», організований Запорізьким національним університетом, Відкритий медіафестиваль «Разом до Перемоги!» від Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка, Всеукраїнський конкурс «Я – журналіст!», започаткований секретарем Національної спілки журналістів України Віталієм Голубевим.

У таких умовах на кафедрі журналістики Карпатського національного університету ім. В. Стефаника (КНУВС) розпочали телевізійний проект «Війна. Життя до і після» на студентському телебаченні Stefanyk-TV. До нього долучилися студенти 2 і 3 курсів у межах дисципліни «Телевиробництво» і в рамках постійної роботи студентського ютуб-телебачення. Героями відеосюжетів стають студенти-військовослужбовці, волонтери, благодійні організації, переселенці й ветерани. Через об'єктив камери майбутні журналісти розповідають про важливі соціальні проблеми, пов'язані з війною. І роблять це нарівні з досвідченими медійниками, вносячи свою важливу частку в документування російських злочинів та супротиву й стійкості українського народу.

Водночас схожі студентські проекти, які функціонують у різних куточках України, є невивченими, про них мало пишуть та не аналізують.

Отже, актуальність статті зумовлена потребою вивчити досвід роботи студентів кафедри журналістики стосовно висвітлення воєнної тематики, проаналізувати жанрово-тематичні особливості відеоробіт проекту «Війна. Життя до і після» і з'ясувати їхню роль у документуванні подій і явищ воєнного часу на Прикарпатті.

Стан розроблення питання

Наукове осмислення теми нас цікавить у двох аспектах: перший – це жанрово-тематичні особливості телевізійних матеріалів, пов'язаних із викликами війни; другий – роль студентських медіа та медіапроектів у висвітленні суспільно важливих тем у часи війни.

Поза сумнівом, повномасштабна війна позначилася на жанрових і тематичних особливостях медіа. Дослідники не оминають своєю увагою цієї проблематики, здебільшого зосереджуючись на регіональних ЗМІ, аналізі преси та онлайн-медіа, рідше – аудіовізуальних. Так, серед низки досліджень останніх років варто виділити публікації Є. Блінова (2024), Т. Ковальової з Ю. Токарем та С. Ковальовим (2025), А. Зубар (2023), О. Мединської та І. Урманця (2023), І. Пуцяти (2024), І. Хлистун (2024).

Цілком погоджуємося з думкою І. Хлистун (2024), яка, аналізуючи контент соціальної тематики української регіональної суспільної теле-радіокомпанії «Суспільне Черкаси» за 2023 рік, доходить висновку,

що в умовах військових дій, що відбувається на території України, окрім традиційних соціально значущих тем, з'являються нові, притаманні саме реаліям війни. Такими є теми українських військових та їхніх родин; волонтерства; внутрішньо переміщених осіб та українських переселенців за кордоном; людини у війні; допомоги населенню, підтримки у важких ситуаціях; воєнних злочинів росії. (с. 251)

Особливо цінним для нас є дослідження молодшої науковиці з Івано-Франківська Тетяни Струтинської (2024а). По-перше, дослідниця також аналізує контент Прикарпаття, а по-друге, зосереджується саме на аудіовізуальних медіа краю. Зокрема, Т. Струтинська (2024б) виділяє такі теми на регіональних каналах, як «ВПО, волонтерство, соціум, бізнес, війна, фінанси» (с. 54).

Стосовно питання телевізійної жанрології зазначимо, що сьогодні воно знаходиться в дискусійній площині співіснування традиційних та новітніх форм подавання матеріалів. Так, Н. Цімох у співавторстві з К. Чорною (2018) зазначають:

система жанрів має властивість змінюватися в часі (еволюціонувати) – виникають нові жанри (наприклад, телемості або телеігри), зникають старі (наприклад, телевізійний памфлет), також відбувається

взаємопроникнення жанрів (наприклад, для збільшення видовищності інтерв'ю включає риси репортажу, а репортаж – залучає риси художності аж до образності нарису, коли виявляється авторська позиція, що для репортажу в чистому вигляді нехарактерно). (с. 166)

Про сучасні методи подавання інформації на телебаченні веде мову й І. Пуцята (2022).

У рамках цієї статті не будемо заглиблюватися в дискусії щодо формування нових способів подавання телематеріалів, адже це тема для окремої розмови, а скористаємося усталеним для українського журналістикознавства жанровим поділом. Тут погодимось з думкою професора М. Тимошика (2022):

українська система жанрів ЗМІ, яка історично склалася і доцільність якої обумовлена часом та рівнем наукових напрацювань, виглядає так. Маємо три жанрові групи: інформаційну, аналітичну, художньо-публіцистичну. Кожна з цих груп об'єднує ті жанри, які визначаються схожістю з низкою формальних ознак (характер повідомлень, рівень інтерпретації, манера викладу, масштаби залученого фактажу тощо). (с. 30)

Такий традиційний поділ для тележурналістики підтримує і В. Лизанчук зі співавторами (2021). «В основі телевізійних- і радіожанрів є три способи відображення дійсності: 1) повідомлення фактів (новин); 2) інтерпретація фактів, подій, явищ; 3) художньо-публіцистичне розкриття фактів, подій, явищ», – йдеться в підручнику «Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики» (с. 173).

Зважаючи на тенденцію переходу традиційного телебачення в онлайн, зокрема в ютуб, убачаємо за доцільне згадати і про окремі сучасні журналістські відеоформати. Зокрема, кепшн-відео – коротке титроване відео. Вважаємо це не окремим жанром чи їхньою сумішшю, а формою подавання матеріалу, якнайкраще пристосованою до соцмереж. З огляду на це, цікавим для нас є порушене дискусійне питання М. Тимошиком (2022) про гібридизацію жанрів. Так, на переконання вченого, «явище гібридизації літературних форм виникло в літературознавчій науці і журналістиці воно штучно нав'язане. Поєднання інтерв'ю з репортажем чи нарисом із фейлетоном, що стало зустрічатися в практиці журналістики, пов'язане не з вимогами часу, а з рівнем професіоналізму й амбіцій авторів» (с. 39). Безперечно, коли йдеться про такий сучасний формат, як кепшн-відео, то говоримо «не про гібридизацію самих жанрів, а про комбіноване представлення теми, її доповнення чи увиразнення» (с. 39). Тут повністю погоджуємося з М. Тимошиком (2022).

Якщо ж вести мову про роль студентських медіа та медіапроектів у висвітленні суспільно важливих тем у часи війни, то тут згадаємо публікацію Г. Синоруб та Н. Драган-Іванець (2022) «Реалізація студентського волонтерського проекту під час вивчення дисципліни «Спеціалізація: інтернет, телебачення», у якій ідеться про творчий волонтерський відео-проект тернопільських студентів-журналістів «Підтримуємо, допомагаємо, віримо». «Основне завдання такої форми роботи полягало в зйомці відеороликів, телесюжетів, відеоінтерв'ю, фоторепортажів та мистецьких постерів про волонтерство студентів ТНПУ, про допомогу ЗСУ та про внутрішньо переміщених осіб» (с. 169). Зокрема, авторки відзначають роль такого проекту для громадськості: «поширення відеоконтенту на різні інформаційні платформи (соціальні мережі, сайти кафедри журналістики та ТНПУ), зосереджує увагу онлайн-аудиторії на важливості та необхідності волонтерської діяльності» (с. 169).

У цьому плані треба згадати і творчі проекти студентів-журналістів КНУКіМ під керівництвом професора М. Тимошика (2023), про які вчений розповідає в публікації «Лицарі Правдивого Слова» в КНУКіМ: як новий громадський рух студентів-журналістів став відомим за кордоном і спричинив збірку на європремії за кращі публікації. Серед них – творча вправа для першокурсників «Російсько-українська війна очима вісімнадцятилітніх». Повні чотири шпальти несподівано сильних за відвертістю й змістом сповідей-роздумів, з фотографіями авторів, виділив для цього актуального проекту всеукраїнський тижневик «Слово Просвіти» (с. 316), а також зародження громадського руху «Лицарі Правдивого Слова».

Цього разу творчою вправою «Розкажи історію полеглого Героя». Добірка їхніх есеїв у «Слові Просвіти» (число від 13 жовтня 2022 року) має назву «Герої не вмирають, якщо їх пам'ятають: до всенародної ініціативи зі створення мартирологу полеглих героїв новітньої російсько-української війни одними з перших долучилися студенти-журналісти КНУКіМ. (Тимошик, 2023, с. 317)

Прикметно, що публікації з цього проекту заримітили в Італії, де найкращі роботи отримали разові стипендії. І це – не тільки засвідчення юних талантів, а й, насамперед, визнання ролі студентів у документуванні й осмисленні воєнних подій нарівні з дорослими професійними журналістами.

Перелік студентських медіапроектів, пов'язаних із проблематикою війни, подають О. Гудошник, І. Бучарська, В. Мироненко та Л. Хотюн (2023) у публікації «Проект «Рік війни»: дискусійні питання медійної освіти та журналістської практики»:

Розуміння невідкладності та значущості формування єдиного дослідницько-практичного простору втілено в різноманітних проєктах українських ЗВО: SoloWay (Львівський національний університет імені Івана Франка), Save Art UA, Ukrainians: Identity in Dignity (Український католицький університет) «Поміж текстом: журналісти для журналістів» (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника), студентські проєкти в межах міжнародної програми «Я — Медіа» (Національний університет «Чернігівська політехніка» в партнерстві з Університетом міста Тарту (Естонія), Сумським державним університетом), «Вплив війни на соціальну свідомість» (Криворізький фаховий медичний коледж), «Щоденник війни» (ГО «Платформа студентської журналістики»), «Журналістика часу війни» (Одеський національний університет імені І. І. Мечникова), «Музейний подкаст» (Національний музей історії України в Другій світовій війні спільно зі студентами Київського національного університету театру, іно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого). (с. 100)

У цій же статті вчені, описують проєкт «Рік війни» факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, під час якого «одночасно проводилася робота за декількома напрямками: соціологічне опитування (анкетування), дискурсивні практики, інтерв'ю під час війни, фоторепортаж (база даних), досвід еміграції (цикл подкастів)» (с. 99).

Отож бачимо, що проблематика війни присутня в багатьох творчих проєктах студентів-медійників різних українських університетів. Переконані, що багато інших, не названих тут вишів, мають схожі медіа-проєкти. Проте не всі вони досліджені, а відтак і неоціненним до кінця поки що залишається внесок студентів-медійників у висвітлення соціальної проблематики, пов'язаної з війною, і їхня роль у документуванні подій та осмисленні явищ воєнного часу.

Завдання статті

Проаналізувати доробок івано-франківських студентів-журналістів у проєкті «Війна. Життя до і після» щодо жанрово-тематичних особливостей та з'ясувати роль майбутніх медійників у документуванні подій та осмисленні проблематики воєнного часу.

Виклад основного матеріалу

Проєкт «Війна. Життя до і після» реалізовується на студентсько-му телебаченні Stefanyk-TV при кафедрі журналістики Карпатського національного університету імені Василя Стефаника. Це не традиційне, а онлайн-телебачення, яке транслюється на однойменному ютуб-каналі (Stefanyk-TV, б.д.).

Зародки відеопроєкту «Війна. Життя до і після» з'явилися на кафедрі журналістики наприкінці 2023 року після започаткування студентського телебачення. Студенти отримали завдання від співавторки цієї статті І. Копистинської зняти кепшн-відео на теми, пов'язані з війною, як екзаменаційну роботу з дисципліни «Телевиробництво». Найкращі були опубліковані на ютуб-каналі Stefanyk-TV. Зокрема, кепшен-відео «41 день в окупації»: це коротка відеоісторія 20-річної Вероніки з села Іванків, що на Київщині. «Щоб отримати свій хліб, треба було приходити до заводу вночі, щоб тобі записали номер на руці» (Stefanyk-TV, 2024a), розповідає дівчина. І хоч, звісно, саме відео не є досконалим і потребує доопрацювань із субтитрами, проте ця робота є справжнім документальним свідченням воєнних злочинів росіян.

За кілька днів відео зібрало 640 переглядів, що для молодого ютуб-каналу, створеного три місяці тому, було великою цифрою. Отже, стало зрозуміло, що проблематику війни на студентському телебачення потрібно розвивати.

Проект «Війна. Життя до і після» започаткували навесні 2024 року тодішні першокурсниці кафедри журналістики Соломія Михайлишин, Софія Савчук та Віолета Пісоченко. Їхня відеоробота «Кава: як переселенці відкривають бізнес» (Stefanyk-TV, 2024b) відтворила три історії переселенців з Маріуполя, Слов'янська та Херсона, які, тікаючи від війни, розпочали нове життя в Івано-Франківську. В основі сюжету – три різні історії, об'єднані спільною трагедією й любов'ю до кави. Студентки не тільки розповіли про відкриття трьох кав'ярень, а й майстерно розкрили внутрішній світ героїв, передали їхню тугу за домівкою і труднощі адаптації в новому місті, а також вміло поєднали ці історії зі статистикою переселенського бізнесу в Україні.

Жанр матеріалу – телевізійний нарис. За визначенням Д. Мой та М. Ордольтф (2019), «нарис – це “химерний” жанр, який послуговується елементам документалістики, журнального сюжету, репортажу тощо» (с. 64). Все це зустрічаємо і в названій вище роботі. Аналізуючи її, погоджуємося з авторами, що «нарис – швидше суб'єктивний жанр. Зазвичай він присвячений особливості теми та висвітлює її: іноді аналітично і тверезо, іноді лірично та невимушено» (Мой & Ордольтф, 2019, с. 65).

Уже в листопаді того ж року робота виборола перше місце на Всеукраїнському конкурсі молодих журналістів «Журналістика рішень під час війни: європейський досвід – українські практики», що відбувся в Запоріжжі.

На сьогодні у серії «Війна. Життя до і після» опубліковано 19 студентських авторських відеоматеріалів. Їхній аналіз засвідчив, що студенти здебільшого працюють у жанрах новинного й тематичного репортажу, інтерв'ю та публіцистичного нарису. Водночас є і аналітична кореспонденція, інформаційно-аналітична передача.

Значним поштовхом до розвитку творчого задуму стала участь кафедри журналістики в міні-гранті від чеської Асоціації з міжнародних питань у рамках проекту «Інноваційні підходи до наукової та журналістської практики» за фінансової підтримки Програми трансформаційного співробітництва Міністерства закордонних справ Чеської Республіки. Так, на кафедрі втілили проект під назвою «ТРК “РАІ” – “Stefanyk-TV”»: підсилення спроможності для виготовлення телевізійних відеоматеріалів про виклики війни», який впроваджувався спільно з обласною телерадіокомпанією «РАІ» і тривав з 1 вересня 2024 року до середини березня 2025 року. Проект передбачав лекції та майстер-класи від медійників “РАІ”, придбання ноутбуку для студентської телестудії та проведення конкурсу відеоробіт. На такі потреби кафедра отримала грантову допомогу в розмірі 1000 євро.

Під час проекту на телестудії Stefanyk-TV студенти створювали відеоматеріали на теми викликів війни й отримували на них фідбек від журналістів “РАІ”. Під менторством доцентки кафедри журналістики І. Копистинської вони зняли, змонтували й опублікували на ютуб-каналі студентського телебачення 7 відеоматеріалів на соціально значущі теми під час повномасштабної війни. Окрім того, на такі ж теми студенти створювали і подієві репортажі впродовж усього проекту.

Завершився проект конкурсом студентських відеоматеріалів «Виклики війни: соціально значущі відеоматеріали». На конкурс надійшло 17 робіт (Кафедра журналістики, 2025).

Прикметно, що за 1–3 місце студенти отримали грошові винагороди – від 500 до 2000 грн. Тут простежуємо аналогію з проектом КНУКіМ «Лицарі слова», у рамках якого найкращі роботи отримали стипендії, про що згадувалося вище.

Аналізуючи відеороботи проекту «Війна. Життя до і після» на Stefanyk-TV, доходимо висновку, що більшість із них належать до соціальної проблематики. Умовно їх можна об’єднати в такі теми:

- бізнес переселенців;
- адаптація внутрішньо-переміщених осіб в нових умовах;
- реінтеграція ветеранів;
- волонтерство;
- благодійність;
- акції на підтримку важливих соціальних ініціатив.

Окремо виділимо тематику освітніх викликів та мовну політику.

Розглянемо окреслені теми детальніше.

Тематику «Бізнес переселенців» складають три відеонариси – «Кава: як переселенці відкривають бізнес» (про який ішлося вище), «Смак дому в новому місті: бізнес переселенців» і «Кава, книги та нове місто: історія «Слова».

«Смак дому в новому місті: бізнес переселенців» (Stefanyk-TV, 2024e) – історія переселенців з окупованої Голої Пристані, що на Херсонщині. Родина Попових під дулами автоматів покидали рідну домівку та опинилися в Івано-Франківську. Тут вирішили займатися власною справою – готувати домашні вареники, пельмені та інші страви на продаж. Отримали державний грант на відкриття крамниці і назвали її «Бабусині страви», оскільки виготовленням наїдків займається саме бабуся. Цю історію через об'єktiv-камери розповіли третьокурсниці Тетяна Фученко та Вікторія Ганчук, майстерно поєднавши воедино емоційну картину переселення цілої родини з репортажем з їхньої невеличкої крамнички. За свою роботу студентки отримали друге місце в номінації «Відео» на XV Всеукраїнському конкурсі учнівських та студентських творчих робіт «Я – журналіст!» у квітні 2025 року.

Історію переселення книгарні «Слово» та її власниці Юлії Мазіної з Чернігова до Івано-Франківська запропонували другокурсниці Аліна Курилюк разом із Соломією Михайлишин та Софією Савчук. З відеонарису «Кава, книги та нове місто: історія «Слова» дізнаємося, як «з любові до книг та кави народився затишний простір, де кожен відвідувач може скуштувати смачні напої і погортати сторінки захопливих книг» (Stefanyk-TV, 2025d). Це одна з найновіших робіт із проєкту «Війна. Життя до і після», опублікована в травні цього року.

Варто зазначити, що всі ці нариси ретельно продумані та професійно втілені – від задуму до монтажу.

Важливою темою серед студентських робіт є адаптація внутрішньо-переміщених осіб в нових умовах. Так, на окрему увагу заслуговують дві роботи – «Кольори війни: як творчість допомагає пережити повномасштабне вторгнення» та «Війна змусила мене подорослішати»: історія студента-переселенця з Донеччини». Обидві роботи зняті у форматі інтерв'ю. Однак у процесі створення ми отримали не класичну розмову журналіста із співрозмовником, а портретні нариси, де наскрізно проходить не лише доля героя, а і її зв'язок із гострою проблемою воєнного лихоліття.

Відтак цілком погоджуємося з думкою В. Лизанчука та ін. (2021) щодо існування інтерв'ю з так званим «плаваючим» характером (с. 175), коли інформаційне переплітається з дискусійним чи художньо-публіцистичним. Як-от спостерігаємо в роботі «Кольори війни: як творчість допомагає пережити повномасштабне вторгнення» (Stefanyk-TV, 2024d). Зняте на три камери інтерв'ю у класичному форматі – питання журналістки та відповіді героїні – під час монтажу перетворюється на художньо-публіцистичну розповідь завдяки вирізанню питань. Перед нами у форматі сторітелінгу від першої особи постає розповідь про життя харківської художниці Аліни Прокопович, яка через повномасштабне вторгнення переїхала до Івано-Франківська. У роботі яскраво

простежується оцей «плаваючий» характер інтерв'ю. Глядач розуміє, що це інтерв'ю, адже на початку журналістка представляє свою героїню і потім час від часу з'являється в кадрі у вигляді перебивок. Але сприймається така робота набагато динамічніше, емоційніше та драматичніше, аніж класичне інтерв'ю.

За схожим принципом монтувалася і робота «Війна змусила мене подорослішати»: історія студента-переселенця з Донеччини». Проте другокурсниці Анна Пашенко, Софія Кучерук та Тетяна Сарай креативніше підійшли до самих зйомок. Фіксування розмови на камеру відбувалося в трьох різних локаціях – у парку, на березі озера та в університеті. Завдяки майстерному відеосторітелінгу, перед глядачами постає портретний нарис третьокурсника-дизайнера Владислава Рандарука з емоціями, внутрішніми переживаннями в найтрагічніші моменти його життя. Прикметно, що дівчата зуміли передати його історію так, що вона викликає не жалість до молодого людини, а лють до ворога, через якого діти змушені проходити страшні випробування. «І мене ставлять в умови, де я два місяці без свого рідного спілкування. Я тоді вперше заплакав... Від того, що мені морально погано...» (Stefanyk-TV, 2025a). Слова, якими починається розповідь, назавжди залишаються в пам'яті. Серед медіа Івано-Франківська ця робота є ексклюзивною.

Нарис «Війна змусила мене подорослішати» отримала 1 місце на кафедральному конкурсі «Виклики війни: соціально значущі відеоматеріали» та 2 місце в номінації «Відео» на XV Всеукраїнському конкурсі учнівських та студентських творчих робіт «Я – журналіст!» у квітні 2025 року.

У тематичній групі «Реінтеграція ветеранів» представлено дві роботи: нарис «Наші котики: як ветеранський бізнес змінює життя» та аналітичну кореспонденцію «Реінтеграція ветеранів у цивільне життя».

Робота «Наші котики» другокурсниць Софії Ціник, Мирослави Надкерничної, Ілони Салій та Діани Висоцької несе важливу соціальну мету, адже висвітлює діяльність ветерана, який відкрив власний бізнес – магазин товарів для домашніх тварин. Студентки порушують питання, як людям, котрі повертаються з війни, адаптуватися й створювати нові можливості для себе та суспільства. Такий сюжет є мотивуючим. Але найважливіше, що студентки зосередилися не на самій крамниці як ветеранському бізнесі, а розкрили важливу проблему адаптації ветеранів до цивільного життя. «Завдання держави, завдання суспільства максимально самим адаптовуватися до наших військових, думати, які потреби є у наших військових... Не військові самі повинні адаптовуватися, а все суспільство має працювати для того, щоб військовий адаптовувався в комфортних умовах» (Stefanyk-TV, 2024f), – ці слова героя матеріалу Романа Турика стали основним лейтмотивом сюжету.

Відеоробота має добрий візуальний матеріал, містить і власноруч зняті кадри, і фото ветерана, що сприяє залученню уваги глядача. Сюжет динамічний. Інтерв'ю записано вдало та на різних локаціях, розкриває тему. Після монтажу також, як і в попередніх матеріалах, набуває ознак нарису. Але з однією відмінністю: якщо у попередніх роботах у кадрі з'являлася журналістка, то тут вона відсутня.

У кореспонденції «Реінтеграція ветеранів у цивільне життя» трьохкурсниці Лілія Буцяк та Богдана Лисенко також порушують проблемні для суспільства питання: як захисники адаптуються до цивільного життя; з якими труднощами зіштовхуються та як їх долають, як громадськість може допомогти з адаптацією. Наприкінці журналістки подають один із шляхів вирішення проблеми: «допомагати набагато простіше, ніж здається на перший погляд. Почати робити добрі справи можна вже зараз» (Stefanyk-TV, 2024h). Наприклад, стати волонтером для спілкування з пораненими військовими в обласній клінічній лікарні.

Змістовними та якісними в плані форми є роботи з тематики «Волонтерство». У нарисі «Волонтерство: реальні дії, великі результати» (Stefanyk-TV, 2024c) йдеться про волонтерський центр «Маскувальні феї» з Івано-Франківська, історію його створення, виклики та проблеми, з якими зіштовхується волонтерський рух. У драматургії твору вже простежується індивідуальний почерк творчого тандему другокурсниць Соломії Михайлишин, Софії Савчук та Аліни Курилюк, які разом зняли кілька відео в проєкті «Війна. Життя до і після». У їхній манері викладу бачимо синтез елементів повідомлення, репортажу й оповіді, з якісним візуальним рядом та вдало підібраним музичним фоном.

Варто зауважити, що в цій роботі студентки перші серед інших медійників розповіли про філіал «Маскувальних фей», який розташований у Молодіжному центрі «Рух», куди дівчата з іншими одногрупниками ходять волонтерити.

Після майстерних робіт для студентського телебачення, про інші з яких ми ще згадаємо пізніше, дівчат запитали на місцевому телеканалі «Вежа» і запропонували Софії Савчук роботу відеоператоркою.

Зазначимо, що студенти зачіпають теми волонтерства не тільки для людей, а й для тварин. Так, тематичний репортаж другокурсниць Віолети Пісоченко та Таїсії Москаль «Дім Сірка: як живуть собаки-переселенці» (Stefanyk-TV, 2025c) є доволі особливим. Адже розповідає про притулок для вуличних собак, у якому на волонтерських засадах утримують і собак-переселенців із зони бойових дій. Наші студентки разом з іншими небайдужими людьми зібрали гроші на допомогу тваринам і приїхали до притулку не тільки, щоб зняти репортаж, а й допомогти з вигулюванням чотирилапих.

У темі «Багодійність» зупинимося на матеріалі «Втратили дім, але не надію» (Stefanyk-TV, 2025e). Це тематичний репортаж Соломії Михайлишин та Софії Савчук. У притаманній їм манері поєднання повідомлення, репортажу й елементів нарису студентки розповідають про прихисток для літніх людей-переселенців від БФ «Карітас-Івано-Франківськ», який опинився на межі закриття через закінчення донорського фінансування. Про важливу проблему дізнаємося через людські історії мешканців шелтера. І це те, що називається, «журналістикою з людським обличчям». За неповні 5 хвилин глядачі встигають познайомитися з історіями літніх людей, які втратили домівку через війну, знайшли нову і знову постали перед перспективою опинитися на вулиці. Вирішувати проблему, на яку вказують журналістки, – це долучатися до фандрейзингової ініціативи «Карітасу», знайомитися на сторінках фонду із життєписом мешканців прихистку й донатити на продовження його існування.

Робота «Втратили дім, але не надію» виборола 2 місце в номінації «Телеробота» на XXIII Міжнародному конкурсі-фестивалі «ПресВесна на Дніпрових хвилях», що відбувся у Києві 15–18 травня 2025 р.

Соціально-значущими є й роботи на тему «Акції на підтримку важливих соціальних ініціатив». У цьому плані відзначимо дві роботи Віолети Пісоченко та Таїсії Москаль «Згадати загиблих», (Stefanyk-TV, 2025g) та «Не мовчи. Полон вбиває!» (Stefanyk-TV, 2025f). Це подієві репортажі про акції, котрі відбуваються в Івано-Франківську – акція «Вшануй» про хвилину мовчання та «Не мовчи. Полон вбиває» на підтримку полонених азовців. У роботах бачимо дотримання всіх обов'язкових елементів репортажу, чітко продуману сюжетну лінію, добре знятий візуальний ряд з різних локацій, з багатьма вдало підібраними синхронами. Все це сприяє легкому сприйняттю матеріалу і, головне, змушує глядача задуматися над висвітленою проблемою. За ці роботи другокурсниці отримали 1 місце в номінації відеоробота на IV Всеукраїнському відкритому медіафестивалі «Разом до Перемоги!» (м. Тернопіль, 14.05.2025).

Розповідають студенти і про освітні виклики в часи війни. Зокрема, майбутні медійники зняли інформаційно-аналітичну передачу про релокований Херсонський державний університет, який нині функціонує на базі КНУВС. Зйомки відбулися під час приїзду на очне навчання до Івано-Франківська студентів та викладачів спеціальності «Журналістика». Матеріал під назвою «Навчатися попри війну: нова реальність релокованого університету» (Stefanyk-TV, 2024g) відрізняється від інших у проєкті. Це студійна програма, побудована за принципом радіо-і телепередач «Тема дня», який співавторка статті і менторка проєкту «Війна. Життя до після» І. Копистинська запозичила для освітніх потреб як зразок кращих суспільно-політичних програм, працюючи ведучою

таких передач на «Суспільному. Івано-Франківськ». Центральною проблемою для обговорення в студентській студії обрали питання, як адаптуються викладачі та студенти до нової освітньої реальності та з якими викликами зіштовхуються і як їх долають. До розмови ведуча Софія Шміляк запросила доцента кафедри української і слов'янської філології та журналістики Андрія Соломахіна та четвертокурсницю Вікторію Ільченко. За схемою «Теми дня» для глибшого розуміння проблематики до програми додали попередньо записані коментарі ще двох студенток, які стали логічним доповненням до дискусії у студії.

Ця програма також може вважатися в певній мірі ексклюзивною серед франківських медіа, оскільки, попри висвітлення проблем релюкованого університету, саме такої тематики під таким кутом подачі, не пропонував ніхто.

Окремо також зупинимося й на темі мовної політики. Розуміючи, що мова – запорука існування української державності та нації, третьокурсниця Софія Наумова запросила до розмови декана факультету філології, професора Романа Голода. В інтерв'ю «Мова – важливий чинник національної безпеки» наскрізним лейтмотивом проходить думка, що «українська мова повинна бути популярною, повинна бути модною, і українською мовою повинна розмовляти влада і бізнес... Основний виклик для української мови – вижити. Але це стосується не тільки мови, а й нас як нації» (Stefanyk-TV, 2025b). Упродовж розмови обговорюються питання, чому українську мову завжди намагалися знищити і що робити, аби під час війни кожному стало зрозуміло, що мова – це важливий чинник національної безпеки.

Отже, бачимо, що жанрово-тематична палітра відеоробіт проекту «Війна. Життя до і після» на студентському телебаченні Stefanyk-TV є доволі широкою та різноманітною.

Окрім тематичних особливостей та жанрового втілення, варто також звернути увагу і на стилістику аналізованих телевізійних текстів. Оскільки відеоматеріал сприймається одразу на двох рівнях – візуальному та аудіальному, важливо, щоб текст був максимально легким для розуміння. Тому студентські роботи складаються переважно з простих, коротких речень і не переобтяжені складними граматичними конструкціями. Водночас у мові журналістів використовується нейтральна лексика без емоційно забарвлених суджень, як того вимагають професійні стандарти. Проте візуальний ряд надає текстові потрібної емоційної насиченості. Одночасно сприйняття матеріалу забезпечує майстерність володіння студентами-журналістами усним публічним мовленням, а відтак і вдало підібраним стилем начитки тексту – динамічним для репортажів і дещо м'якшим для нарисів та інтерв'ю. У цьому контексті слід зазначити, що кваліфіковану підготовку з усного публічного мовлення майбутні журналісти проходять під час курсу «Культура усного

публічного мовлення», відтак застосовують набуті навички на практиці. Тож більшість закадрових начиток – динамічні, чіткі, з правильними логічними наголосами та емоційною виразністю. Є, щоправда, і роботи, які потребують удосконалення закадрового голосу. Наприклад, у роботі «Наші котики: як ветеранський бізнес змінює життя» начитка приємна, але водночас звучить занадто ніжно і не зовсім упевнено, тож студентам ще є над чим працювати.

Відзначимо й журналістську майстерність майбутніх медійників. Це вміння знайти актуальну тему, визначити в ній головне, розкрити внутрішній світ героя, його емоції та переживання й передати їх у контексті важливої суспільної проблеми. Це також і грамотна мова, і вміння так написати сценарій, щоб глядач хотів додивитися сюжет до кінця. Звісно, можемо вести мову про деяку недосконалість відеозйомки й окремі проблеми зі звуком. Однак важливо пам'ятати, що це лише початківці, які роблять свої перші кроки в журналістиці. І ці кроки, завдяки професійній допомозі викладачів, є дуже потужними. Багато відео не поступаються роботам досвідчених медійників, про що свідчать відгуки самих журналістів і здобуті перемоги на професійних студентських конкурсах.

Висновки

Як свідчить аналіз, студенти у своїх відеороботах використовують різноманітну жанрову палітру, зокрема новинний і тематичний репортаж, інтерв'ю, нарис, кореспонденцію, інформаційно-аналітичні програми. Часто в їхніх матеріалах простежується взаємопроникнення жанрів, як-от: репортаж з елементами нарису чи інтерв'ю, яке, завдяки монтажу, стає нарисом. Основою таких матеріалів є добре продуманий сценарій і майстерність побудови оповіді.

У своїх роботах майбутні журналісти використовують широкий спектр соціальних тем, пов'язаних із викликами війни, як-от: проблеми реінтеграції ветеранів, адаптація переселенців, волонтерство, благодійність тощо. Студенти не лише висвітлюють новинні події, а й шукають глибокі актуальні теми для опрацювання. Як того й вимагає журналістська майстерність, молоді медійники намагаються знайти ексклюзивні теми або запропонувати свій ключ подавання, відмінний від інших. Часто їхні роботи не поступаються досвідченим колегам.

Роль студентів-журналістів у документуванні воєнних подій, злочинів, в осмисленні та аналізі проблем, які постали у воєнний час, є такою ж важливою, як і професійних медійників. Проте ця роль на сьогодні є ще неоціненою й невивченою, адже пласт таких робіт у всій Україні є доволі великим і чекає на своїх дослідників. Можемо відзначити, що такі студентські роботи – це своєрідні історичні архіви, які з часом допоможуть наступним поколінням вивчати життя тилового краю в часи кривавої війни.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Блінов, Є. М. (2024). Вплив повномасштабної війни на розвиток українських регіональних медіа. *Грані історії*, 5(13), 219–229. [https://doi.org/10.61655/2708-1249.5\(13\).2023.219-229](https://doi.org/10.61655/2708-1249.5(13).2023.219-229)
- Гудошник, О., Бучарська, І., Мироненко, В., & Хотюн, Л. (2023). Проєкт «Рік війни»: дискусійні питання медійної освіти та журналістської практики. *Communications and Communicative Technologies*, 23, 99–109. <https://doi.org/10.15421/292310>
- Зубар, А. (2023). Специфіка тематики воєнного контенту регіонального онлайн-медіа «Insider Media» протягом лютого 2022 – травня 2022 року. *Агора. Журнал соціальних наук*, 1(2), 41–53. <https://doi.org/10.25264/2786-9202/1.2-41-53>
- Кафедра журналістики. (2025, 12 березня). Підсумки міні-гранту «ТРК «РАІ» – «Stefanyk-TV»: підсилення спроможності для виготовлення телевізійних відеоматеріалів про виклики війни. Карпатський національний університет імені Василя Стефаника. <https://kjourn.pnu.edu.ua/2025/03/12/pidsumky-mini-hrantu-trk-rai-stefanyk-tv-pidsylennia-spromozhnosti-dlia-vyhotovlennia-televizijnkh-videomaterialiv-pro-vyklyky-vijny/>
- Ковальова, Т., Токар, Ю., & Ковальов, С. (2025). Регіональний воєнний медіадискурс: тематика соціальних наративів (на прикладі локального видання «Трибуна»). *Образ*, 1(47), 27–34. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-27-34](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-27-34)
- Лизанчук, В. В., Крупський, І. В., Білоус, О. М., Дворянин, П. Я., Лебеденко, Н. Є., & Білоус, Р. О. (2021). *Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики* (В. В. Лизанчук, ред.). Львівський національний університет імені Івана Франка.
- Мединська, О., & Урманець, І. (2023). Жанрово-тематична парадигма воєнного дискурсу регіональних онлайн-медіа «Репортер» та «Панорама». В Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, & Н. Сидоренко (Упоряд.), *Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи* [Матеріали конференції] (с. 314–319). Київський національний університет імені Тараса Шевченка. <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0058043.pdf#page=314>
- Мой, Д., & Ордольтф, М. (2019). *Телевізійна журналістика* (В. Ф. Іванов, ред., В. Клименко, пер.; 2-ге вид.). Академія української преси.
- Пуцята, І. (2022). Сучасні методи подачі інформації в контенті всеукраїнських телеканалів: від лонгріду до фінішингу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*, 1(3), 28–37. <https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.028>
- Пуцята, І. (2024). Тележурналістика під час повномасштабної війни: аналіз контенту українських медіа про російсько-українську війну. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 59–67. <https://doi.org/10.15421/292407>
- Синоруб, Г. П., & Драган-Іванець, Н. В. (2022, 10–11 листопада). Реалізація студентського волонтерського проєкту під час вивчення дисципліни «Спеціалізація: інтернет, телебачення». В *Сучасні цифрові технології та інноваційні методики навчання: досвід, тенденції, перспективи* [Матеріали конференції] (с. 169–173). Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/27591>
- Струтинська, Т. (2024а). Проблемно-тематичний спектр новинного контенту телеканалу «РАІ» (м. Івано-Франківськ) в умовах російсько-української війни. *Обрії друкарства*, 2(16), 145–161. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/72447>
- Струтинська, Т. (2024б). Соціально-економічна проблематика регіональних телевізійних новин в умовах російсько-української війни (на прикладі телеканалу «3-Студія» м. Івано-Франківськ). *Communications and Communicative Technologies*, 24, 50–58. <https://doi.org/10.15421/292406>

- Тимошик, М. (2022). Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ. *Український інформаційний простір*, 2(10), 14–42. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647>
- Тимошик, М. (2023). «Лицарі Правдивого Слова» в КНУКиМі: як новий громадський рух студентів-журналістів став відомим за кордоном і спричинив збірку на європремії за кращі публікації. *Український інформаційний простір*, 1(11), 314–336. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279727](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279727)
- Хлистун, І. В. (2024). Соціальна проблематика регіональних ЗМІ у період повномасштабного вторгнення росії в Україну (на матеріалі телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35(1), 2, 246–252. <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/17384>
- Цімох, Н. І., & Чорна К. В. (2018). Телевізійний жанр, як форма відображення навколишнього світу на екрані. В О. В. Безручко (Ред.), *Аудіовізуальне мистецтво і виробництво: досвід, проблеми та перспективи* (Т. 6, с. 161–185). Видавничий центр КНУКиМ.
- Stefanyk-TV. (б.д.). Головна [YouTube канал]. Взято 1 травня 2025 з www.youtube.com/@Stefanyk-TV.
- Stefanyk-TV. (2024a, 16 січня). 41 день в окупації [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/GuxC2wcvG8k?si=BaONUnTpQqx-ERXm>
- Stefanyk-TV. (2024b, 11 березня). Кава: як переселенці відкривають бізнес [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/mcFpKf0b1mw?si=8IgaA3r3dMPdaxvj>
- Stefanyk-TV. (2024c, 13 травня). «Волонтерство: реальні дії, великі результати» [Відео]. YouTube. https://youtu.be/aShqW_jFE2c?si=XEbKrKqMBwLgJJP0
- Stefanyk-TV. (2024d, 29 жовтня). «Кольори війни: як творчість допомагає пережити повномасштабне вторгнення» [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/uYq2suEP0Rk?si=snhVeN39uZnR0vg6>
- Stefanyk-TV. (2024e, 1 листопада). Смак дому у новому місті: бізнес переселенців [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/CN9qGpktav0?si=6PIaVfAVx-a6SJcb>
- Stefanyk-TV. (2024f, 25 листопада). «Наші котики: як ветеранський бізнес змінює життя» [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/m5uivl-QFhk?si=IOUMz2MUuLEQvmkn>
- Stefanyk-TV. (2024g, 2 грудня). Навчатися попри війну: нова реальність релокованого університету [Відео]. YouTube. https://youtu.be/CVUTHZUpoms?si=b76oZTP_EyNzpRcj
- Stefanyk-TV. (2024h, 26 грудня). Реінтеграція ветеранів у цивільне життя [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/eZz4BpPcibk?si=egBc1BtL7-bX4jgh>
- Stefanyk-TV. (2025a, 4 лютого). «Війна змусила мене подорослішати»: історія студента-переселенця із Донеччини [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/KD9fYqOWMck?si=t5yV-KrUDbmOSTWh>
- Stefanyk-TV. (2025b, 21 лютого). Мова – важливий чинник національної безпеки [Відео]. YouTube. https://youtu.be/7VjaXH1Admw?si=VtLu7-JzU_M0uCnm
- Stefanyk-TV. (2025c, 2 квітня). «Дім "Сірка": як живуть собаки-переселенці» [Відео]. YouTube. https://youtu.be/2qdMeJjXiis?si=3gSNRN05_LUV4FJz
- Stefanyk-TV. (2025d, 12 травня). Кава, книги та нове місто: історія «Слова» [Відео]. YouTube. https://youtu.be/fSl8Dfv_v-k?si=Wm21wacvYA8naNMa
- Stefanyk-TV. (2025e, 17 травня). Втратили дім, але не надію [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/mVpTBr7T5j8?si=MRd85ZGvns5FgMkS>
- Stefanyk-TV. (2025f, 22 травня). Не мовчи. Полон вбиває! [Відео]. YouTube. https://youtu.be/mDondobFrVw?si=lgg_Izjzy59IFmVd
- Stefanyk-TV. (2025g, 20 червня). Задавати загиблих [Відео]. YouTube. https://youtu.be/7jGUrK7sjKU?si=hFGNGuxGRBNjDPnm_

REFERENCES

- Blinov, Ye. M (2024). Vplyv povnomasshtabnoi viiny na rozvytok ukrainskykh rehionalnykh media [Impact of full-scale war on the development of Ukrainian regional media]. *The Facets of History*, 5(13), 219–229. [https://doi.org/10.61655/2708-1249.5\(13\).2023.219-229](https://doi.org/10.61655/2708-1249.5(13).2023.219-229) [in Ukrainian].
- Department of Journalism. (2025, March 12). *Pidsumky mini-hrantu "TRK"RAI" – "Stefanyk-TV": pidsylennia spromozhnosti dlia vyhotovlennia televiziinykh videomaterialiv pro vyklyky viiny* [Results of the mini-grant "RTC "RAI" – "Stefanyk-TV": Strengthening the capacity for producing television video materials on the challenges of war]. Vasyl Stefanyk Carpathian National University. <https://kjourn.pnu.edu.ua/2025/03/12/pidsumky-mini-hrantu-trk-rai-stefanyk-tv-pidsylennia-spromozhnosti-dlia-vyhotovlennia-televiziinykh-videomaterialiv-pro-vyklyky-viiny/> [in Ukrainian].
- Hudoshnyk, O., Bucharska, I., Myronenko, V., & Khotiun, L. (2023). Proiekt "Rik viiny": dyskusiini pytannia mediinoi osvity ta zhurnalistykoj praktyky [The "Year of War" project: Debatable issues of media education and journalistic practice]. *Communications and Communicative Technologies*, 23, 99–109. <https://doi.org/10.15421/292310> [in Ukrainian].
- Khlystun, I. V. (2024). Sotsialna problematyka rehionalnykh ZMI u period povnomasshtabnoho vtrornnennia rosii v Ukrainu (na materialy teleradiokompanii "Suspilne Cherkasy") [Social problems of the regional Mass Media during the full-scale invasion of Russia in Ukraine (based on the material of the Social Cherkasy TV and radio company)]. *Scientific notes of V. I. Vernadskyi Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, 35(1), 2, 246–252. <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/17384> [in Ukrainian].
- Kovalova, T., Tokar, Yu., & Kovalov, C. (2025). Rehionalnyi voiennyi mediadyskurs: tematyka sotsialnykh naratyviv (na prykladi lokalnoho vydannia "Trybuna") [Regional military media discourse: A study of social narrative themes (based on the local media "Trybuna")]. *Obraz*, 1(47), 27–34. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-27-34](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-27-34) [in Ukrainian].
- Lyzanchuk, V. V., Krupskyi, I. V., Bilous, O. M., Dvorianyn, P. Ya., Lebedenko, N. Ye., & Bilous, R. O. (2021). *Televiziina ta radiokomunikatsiia: istoriia, teoriia, novitni praktyky* [Television and radio communication: History, theory, latest practices] (V. V. Lyzanchuk, Ed.). Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].
- Medynska, O., & Urmanets, I. (2023). Zhanrovo-tematychna paradyhma voiennoho dyskursu rehionalnykh onlain-media "Reporter" ta "Panorama" [Genre-thematic paradigm of war discourse of regional online media "Reporter" and "Panorama"]. In N. Zhelikhovska, A. Volobueva, I. Yevdokymenko, & N. Sydorenko (Comps.), *Ukrainska zhurnalistyka u svitovomu informatsiino-komunikatsiinomu konteksti: zdobutky i perspektyvy* [Ukrainian journalism in the world information and communication context: Achievements and prospects] [Conference proceedings] (pp. 314–319). Taras Shevchenko National University of Kyiv. <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0058043.pdf#page=314> [in Ukrainian].
- Moj, D., & Ordolff, M. (2019). *Televiziina zhurnalistyka* [Television journalism] (V. F. Ivanov, Ed., V. Klymchenko, Trans; 2nd ed.). Academy of Ukrainian Press. [in Ukrainian].
- Putsiata, I. (2022). Suchasni metody podachi informatsii v kontenti vseukrainskykh telekanaliv: vid lonhrydu do finishynhu [Modern methods of submitting information in the content of all-Ukrainian TV channels: From longride to finishing]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: Journalism*, 1(3), 28–37. <https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.028> [in Ukrainian].
- Putsiata, I. (2024). Telezhurnalistyka pid chas povnomasshtabnoi viiny: analiz kontentu ukrainskykh media pro rosiisku-ukrainsku viinu [TV journalism during full-scale war: An analysis of Ukrainian media content on the Russian-Ukrainian

- war]. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 59–67. <https://doi.org/10.15421/292407> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (n.d.). *Holovna* [Home] [YouTube channel]. Retrieved May 1, 2025, from <https://www.youtube.com/@Stefanyk-TV> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024a, January 16). *41 den v okupatsii* [41 days in occupation] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/GuxC2wcvG8k?si=BaONUnTpQqx-ERXm> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024b, March 11). *Kava: yak pereselentsi vidkryvaiut biznes* [Coffee: How displaced people open a business] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/mcFpKf0b1mw?si=8IgaA3r3dMPdaxvj> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024c, May 13). *"Volonterstvo: realni dii, velyki rezultaty"* ["Volunteering: Real actions, big results"] [Video]. YouTube. https://youtu.be/aShqW_jFE2c?si=XEBKrKqMBwLgJJP0 [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024d, October 29). *"Kolory viiny: yak tvorchist dopomahaie perezhyty povnomasshtabne vtorhnennia"* ["Colors of war: How creativity helps survive a full-scale invasion"] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/uYq2suEP0Rk?si=snhVeN39uZnR0vg6> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024e, November 1). *Smak domu u novomu misti: biznes pereselentsiv* [A taste of home in a new city: The business of displaced persons] [Video]. YouTube. [https://youtu.be/CN9qGpktav0?si=6PIaVfAVx-a6S\]cb](https://youtu.be/CN9qGpktav0?si=6PIaVfAVx-a6S]cb) [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024f, November 25). *"Nashi kotyky: yak veteranskyi biznes zminiue zhyttia"* ["Our cats: How veteran businesses are changing lives"] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/m5uivl-QFhk?si=IOUMz2MUulEQvmkn> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024g, December 2). *Navchatysia popry viinu: nova realnist relokovanoho universytetu* [Studying despite the war: The new reality of a relocated university] [Video]. YouTube. https://youtu.be/CVUTHZUpoms?si=b76oZTP_EyNzpRcj [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2024h, December 26). *Reinterhratsiia veteraniv u tsyvilne zhyttia* [Reintegration of veterans into civilian life] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/eZz4BpPcibk?si=egBc1BtL7-bX4jgh> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025a, February 4). *"Viina zmusyla mene podoroslyshaty": istoriia studenta-pereselentsia iz Donechchyny* ["The war forced me to grow up": The story of a displaced student from the Donetsk region] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/KD9fYqOWMck?si=t5yV-KrUDbmOSTWh> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025b, February 21). *Mova – vazhlyvyi chynnnyk natsionalnoi bezpeky* [Language is an important factor in national security] [Video]. YouTube. https://youtu.be/7VjaXH1Admw?si=VtLu7-JzU_M0uCnm [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025c, April 2). *"Dim" Sirka": yak zhyvutsobaky-pereselentsi* ["Sirka House: How displaced dogs live"] [Video]. YouTube. [https://youtu.be/2qdMeJjXiis?si=3gSNRN05_LUV4F\]z](https://youtu.be/2qdMeJjXiis?si=3gSNRN05_LUV4F]z) [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025d, May 12). *Kava, knyhy ta nove misto: istoriia "Slova"* [Coffee, books and a new city: The story of "Slovo"] [Video]. YouTube. https://youtu.be/fSl8Dfv_v-k?si=Wm21wacvYA8naNMa [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025e, May 17). *Vtratyly dim, ale ne nadiiu* [Lost a home, but not hope] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/mVpTBr7T5j8?si=MRd85ZGvns5FgMkS> [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025f, May 22). *Ne movchy. Polon vbyvaie* [Don't be silent. Captivity kills!] [Video]. YouTube. https://youtu.be/mDONDobFrVw?si=lgg_Izjzy59IFmVd [in Ukrainian].
- Stefanyk-TV. (2025g, June 20). *Zghadaty zahyblykh* [Remembering the fallen] [Video]. YouTube. <https://youtu.be/7jGUrk7sjKU?si=hFGNGuxGRBNjDPnm> [in Ukrainian].
- Strutynska, T. (2024a). Problemno-tematychnyi spektr novynnoho kontentu telekanalu "RAI" (m. Ivano-Frankivsk) v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny [Problem-thematic spectrum of news content of the TV channel "RAI" (Ivano-Frankivsk) in the conditions of the Russian-Ukrainian war]. *Printing Horizon*, 2(16), 145–161. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/72447> [in Ukrainian].

- Strutynska, T. (2024b). Sotsialno-ekonomichna problematyka rehionalnykh televiziinykh novyn v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny (na prykladi telekanalu "3-Studiia" m. Ivano-Frankivsk) [Social and economic problems of regional TV news in the conditions of the Russian-Ukrainian war (on the example of the TV channel "3-Studio" in Ivano-Frankivsk)]. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 50–58. <https://doi.org/10.15421/292406> [in Ukrainian].
- Synorub, H. P., & Drahan-Ivanets, N. V. (2022, November 10–11). Realizatsiia studentskoho volonterskoho proiektu pid chas vyvchennia dystsypliny "Spetsializatsiia: internet, telebachennia" [Implementation of a student volunteer project during the study of the discipline "Specialization: Internet, Television"]. In *Suchasni tsyfrovi tekhnolohii ta innovatsiini metodyky navchannia: dosvid, tendentsii, perspektyvy* [Modern digital technologies and innovative teaching methods: Experience, trends, prospects] [Conference proceedings] (pp. 169–173). Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/27591> [in Ukrainian].
- Tsimokh, N. I., & Chorna K. V. (2018). Televiziinyi zhanr, yak forma vidobrazhennia navkolyshnoho svitu na ekrani [Television genre as a form of reflection of the surrounding world on the screen]. In O. V. Bezruchko (Ed.), *Audiovizualne mystetstvo i vyrobnytstvo: dosvid, problemy ta perspektyvy* [Audiovisual art and production: Experience, problems and prospects] (Vol. 6, pp. 161–185). KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2022). Zhanry zhurnalistyky yak naukovo-praktychna problema: do provokatsii fakhovoi polemiky teoretykiv i praktykiv ZMI [Journalism genres as a scientific and practical problem: To professional polemics provocation of media theoreticians and practitioners]. *Ukrainian Information Space*, 2(10), 14–42. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647> [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2023). "Lytsari Pravdyvoho Slova" v KNUKiMi: yak novyi hromadskyi rukh studentiv-zhurnalistiv stav vidomym za kordonom i sprychynyv zbirk na yevropremii za krashchi publikatsii ["Knights of the Truthful Word" at KNUKIM: How a new social movement of journalism students became known abroad and led to a collection of European awards for the best publications]. *Ukrainian Information Space*, 1(11), 314–336. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279727](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279727) [in Ukrainian].
- Zubar, A. (2023). Spetsyfika tematyky voiennoho kontentu rehionalnoho onlain-media "Insider Media" protiahom liutoho 2022 – travnia 2022 roku [Specifics of military content topics regional online media "Insider Media" during February 2022 – May 2022]. *Agora. Social Sciences Journal*, 1(2), 41–53. <https://doi.org/10.25264/2786-9202/1.2-41-53> [in Ukrainian].

Надійшла: 16.05.2025; Прийнято: 24.09.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345595

УДК 070:[347.191.11:655.41](485)(09):321.7

Зарубіжні медіакорпорації в умовах західної демократії (на матеріалі 200-річної історії шведського медіаконцерну Бонн'єрів)

Володимир МАЛІНІН
ст. викл.

Національний
університет біоресурсів
та природокористування
України

вул. Героїв Оборони, 15,
03041, Київ, Україна

v.s.malinin@nubip.edu.ua

ORCID 0009-0008-3688-131X

© Малінін В., 2025

У статті проаналізовано тенденції становлення й розвитку світових медіа корпораций і мультимедійних конгломератів на прикладі 200-річної історії становлення шведського медіаконцерну Бонн'єрів. Автор фокусує увагу на історичному екскурсі окремо взятої медіамонополії, яка стала основним гравцем на медійному ринку Швеції. Традиції та родинна філософія мали вплив протягом усього періоду існування медіаконцерну. У випадку з Бонн'єрами простежується чіткий родинний зв'язок і родинні традиції. Протягом 200 років медійний бізнес передається з покоління в покоління, що вже стало для Швеції традицією. У родини Бонн'єрів сформувалася мотивація зберегти й розвивати медіапідприємства. Це дослідження є важливим і доволі цікавим, оскільки торкається глибин світової журналістики, здійснює аналіз філософії власності.

Простежено еволюцію становлення найбільшого шведського медіамонополіста, який пройшов різні етапи розвитку та охоплює всі види медіа. Концерн пережив стагнації, загрози втраті існування та репутаційні ризики. Утім, витримавши суперництво, став сильнішим і зараз отримує мільярдні прибутки. Домінуючою стратегією родини Бонн'єрів є розвиток основного бізнесу шляхом постійного накопичення компетенції в різних галузях медіасектору. Представники родини формували спадщину для майбутніх поколінь, у такий спосіб створюючи довгострокову перспективу власності. Це яскравий приклад того, що у Швеції медіаолігархія формувалася століттями. Це сталі традиції, які є звичними для суспільства.

Бізнес був головним для родини, а медіабізнес став лише додатковим, оскільки основна увага була сконцентрована на промислових підприємствах і банках. У такий спосіб було створено конгломерат. У статті вивчається розвиток книжкового видавництва та видавничого концерну "Dagens Nyheter". Єдність і безперервність були основою філософії власності родини Бонн'єрів. Родина зберегла чіткий порядок спадкоємності, коли молодші члени мають змогу наслідувати роботу старшого покоління та плідно співпрацювати з ним. Відтак, спадщина має вирішальне значення в родинних медіапідприємствах, які існують протягом кількох поколінь, а зв'язок між родиною та медіа є особливо сильним.

Ключові слова: династія медіамонополістів, концерн Бонн'єрів, медіа, Швеція, медіабізнес.

FOREIGN MEDIA CORPORATIONS IN CONDITIONS OF WESTERN DEMOCRACY (BASED ON THE 200-YEAR HISTORY OF THE SWEDISH MEDIA CONCERN BONNIER)

Volodymyr MALININ

Senior Lecturer

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Heroiv Oborony Str., 15, 03041, Kyiv, Ukraine

v.s.malinin@nubip.edu.ua

ORCID 0009-0008-3688-131X

The article analyses tendencies in the formation and development of global media corporations and multimedia conglomerates, using the example of the 200-year history of grounding the Swedish media concern Bonnier. The author focuses on the historical basis of a certain media monopoly, which became a major actor in the Swedish media market. Traditions and family philosophy had an influence throughout the entire period of the media concern's existence. In the case of Bonnier, clear family relations and traditions are traced. For 200 years, the media business has been given from generation to generation, which has already become a tradition for Sweden. The Bonnier family has developed a motivation to preserve and develop media enterprises. This research is important and quite interesting, as it touches on the depths of world journalism and analyses the philosophy of ownership.

The evolution of grounding the biggest Swedish media monopolist, which has gone through different stages of development and covers all types of media is traced. The concern has experienced stagnations, threats of existence loss and reputation risks. However, having withstood competition, it has become stronger. Today it gets billions in profits. The dominant strategy of the Bonnier family is to develop the main business by constant accumulation of competence in various media sector branches. Representatives of this family have formed a legacy for future generations, thus grounding a long-term perspective of ownership. This is a vivid example of the fact that the media oligarchy in Sweden has been formed for centuries. These are stable traditions which are familiar to the society.

Business was the main priority for the family, and the media business was only an additional interest, since the main attention was focused on industrial enterprises and banks. In such a way, a conglomerate was created. This article studies the development of book publishing and the publishing concern "Dagens Nyheter". Unity and continuity were a basis of the Bonnier family's ownership philosophy. The family has maintained a precise order of succession, when younger members are able to follow in the footsteps of the older generation and fruitfully collaborate with them. Therefore, inheritance is crucial in family-owned media enterprises that have existed for several generations, and the connection between family and media is extremely strong.

Keywords: media monopolist dynasty, Bonnier concern, media, Sweden, media business.

Актуальність теми

Ключовою проблематикою в цій статті є вивчення перших монополістичних медіаструктур у світі. Початок XIX ст. охарактеризувався зародженням перших у світі медіакорпорацій та монополістичних об'єднань. І в розвинених країнах, і в країнах, що розвиваються, родинні фірми є численними та міцними. Утім, родинні підприємства мають певні проблеми, що пов'язано з розширенням бізнесу та передаванням його у спадок від покоління до покоління. Також важливо аби родина мотивувала своїх членів розвивати медіа, в інакшому разі є ризик втрати контролю чи стагнації бізнесу. Власники медійних конгломератів можуть бути балансуючою ланкою по відношенню до сильного менеджменту. Водночас вони можуть вчасно втрутитися, якщо медіапідприємство починає занепадати. Концерн Бонн'єрів зумів вижити та вистояти, переживши кризи в різні часи існування. Бонн'єри виявилися мультираціональними, а вплив власника залежав від розмірів медіакорпорації. Домінуючою стратегією родини Бонн'єрів став розвиток основного бізнесу шляхом постійного накопичення компетенції в різних галузях медіасектору. Це дослідження зосереджено на відомій шведській групі медіавласників – на родині. Вплив власника залежить від розміру його медіахолдингу. Та все ж таки, за 200 років родині Бонн'єрів вдалося збудувати могутню медіаімперію, яка відіграє важливу роль у соціальному житті Швеції.

Розглядається філософія власності Бонн'єрів: як їхні далекосяжні цілі вплинули на здійснення впливу на власність та управління компаніями. Традиції, цінності та філософія впливають на стратегію розвитку мультимедійного концерну. Аналіз ґрунтується на дослідженнях медіаконгломерату Бонн'єрів та медійного концерну “Dagens Nyheter”.

Стан вивчення проблеми

Заглиблення в історіографічний еккурс дає підстави стверджувати, що в Україні тема концерну Бонн'єрів досліджується вперше. Щоправда, в Україні є наукові роботи, присвячені становленню та розвитку монополістичних медіаоб'єднань. Зокрема, Ганна Гридасова (2014) розглядала виникнення медіамонополій, медіакорпорацій та медіагруп через призму глобалізації.

Ірина Пересипкіна та Анастасія Чердак (2024) спрямували фокус досліджень на з'ясування сутності й характеру участі транснаціональних корпорацій (ТНК) у глобальних політичних процесах незалежно від їхнього походження та форми власності, включаючи приватні, державні і змішані підприємства, які мають відділення в різних країнах та функціонують відповідно до певної системи прийняття рішень.

Ольга Зернецька (2012) зосередила увагу на світових мультимедійних конгломератах як впливових глобальних медіаімперіях.

Катерина Любчик (2020) вивчала концентрацію капіталу у світовій медійній індустрії.

Віктор та Андрій Чужикови (2022) досліджували конгломерацію медійного бізнесу в країнах ЄС. Андрій Чужиков (2018) присвятив дослідження динаміці розвитку медійних корпорацій в умовах посилення глобалізаційних тенденцій у світовій економіці через призму існуючих світових економічних трендів.

Тетяна Шальман (2021) розглянула потужні мас-медійні корпорації та конкурентну боротьбу за контроль над частиною масмедійного сектору для вдалих капіталовкладень.

Завдання статті. Дослідити досвід зародження та функціонування зарубіжних медіакорпорацій в умовах західної демократії на прикладі Швеції, де медіамагнати формувалися протягом останніх двох століть. У плані родинних медійних підприємств, які існують не одне покоління, спадщина має цікавий досвід і для українських реалій, оскільки в Україні бандити 90-х років XX ст. ставали медіаолігархами.

Виклад основного матеріалу

Стрімкий розвиток процесів глобалізації у світі призвів до зародження медіамонополій, медіаконгломератів та медіакорпорацій. Самі ж процеси монополізації медіа зумовлені тим, що об'єднавшись, медійним підприємствам легше виживати, витримувати конкуренцію й ставати сильнішими, тобто функціонувати як монополісти на ринку.

Гуткінд Гіршель, син дрезденського банкіра, переїхав до Копенгагена (Данія) у 1801 р. Згодом він вирішив змінити прізвище на Жерар Бонн'єр. Через кілька років відкрив книжкову крамницю та вирішив у 1816 р. видавати газету "Dagspoeten".

Один з його синів, Альберт Бонн'єр, переїхав у 1837 р. до Стокгольма (Швеція) та у віці 17 років заснував власну книгарню, яка розрослася до видавничого дому. До моменту переїзду в Швецію родина Бонн'єрів займалася переважно книговидаванням, але потім диверсифікувала свою діяльність у газетно-журнальний бізнес. Відтоді дітей у родині почали називати суто шведськими іменами. Згодом у бізнес Альберта влилися всі підприємства його братів. Відбувся процес «конвергенції медіа», тобто поглинання. Бізнес почав стрімко розвиватися, і Бонн'єри вирішили видавати періодичну літературу. Згодом його прізвище стало асоціюватися з поколінням молодих і видатних медіа магнатів кінця XIX ст. У 1846 р. було засновано журнальне видавництво "Albert Bonnier Forlag".

Успіх Альберта та Карла Ото ґрунтувався на поєднанні ділового хисту та зацікавленості видавничою справою. У 1909 р. Карл-Отто був обраний головою ради директорів "Dagens Nyheter". У наступні роки відбулася низка поглинань у видавничому бізнесі родини, що виразно продемон-

струвало наміри концерну й надалі розширювати свої кордони на засвоєному видавничому ринку. Видавництво “Albert Bonniers Förlag” поглинуло книжкове видаництво “Wilhelm Billes Bokförlag” у 1914 р.

У 1923 р. компанія здійснила спробу випуску першого щотижневика “Bonniers veckotidning”. У 1924 р. Бонн’ери стали власниками контрольного пакету “Dagens Nyheter” (Larsson & Nyberg, 2008).

Разом з тим, Бонн’ери не забувають і про видавничий бізнес. На рубежі другого та третього десятиліть, було здійснено кроки щодо його розширення, у тому числі й завдяки усуненню конкурентів, що призвело до подальшого зосередження видавничо-інформаційного потенціалу всієї Швеції в руках однієї родини. У 1929 р. році Бонн’ери придбали найбільше у Швеції журнальне видавництво “Olen ok Åkerlund” в Еріка Окерлунда, який заснував його 1906 р.

30-ті роки XX ст. позначені серйозним проникненням концерну в абсолютно нову для нього – фінансову – сферу. У 1931 р. старший син Карла-Отто Бонн’ера, Тур, увійшов до правління сімейного банку Валленберів, який і по сьогодні є одним з двох-трьох найпотужніших фінансових гігантів, на якому базується вся інвестиційно-банківська сфера країни. Водночас він став членом правління акціонерних компаній “AB Svenska Pressbyrå” (розповсюдження періодики) та “AB Svenska bokförlaget” (книговидавництво). Отже, концерн Бонн’ерів набув усіх ознак конгломерату, коли, крім медіа, входять і банки (Малінін, 2024а).

У часи Другої світової війни родина Бонн’ерів вимушено зайняла позицію між корпоративним розвитком та необхідністю збереження репутації в очах громадськості.

Ще один син Тура Бонн’ера, Аббе, у 1944 році розпочав випуск масової вечірньої газети “Ekspressen”. Ця розважальна вечірня газета є зразком «жовтої» преси Швеції, вона тяжіла до сенсаційності, але, як це характерно для всієї шведської преси, в доволі помірній тональності. Її наклад – 327 тисяч 400 примірників. На початку 50-х років XX ст. імперія Бонн’ерів трималася на трьох основних китах:

1. книжкове видавництво Альберта Бонн’ера;
2. видавництво журналу “Ahlen & Åkerlund”;
3. газети “Ekspressen” та “Dagens Nyheter”.

Протягом 40–50 років XX ст. від материнської компанії систематично відбрунькувалися і створилися нові дочірні компанії та філіали. Крім того, холдинг належав трьом гілкам родини, що походили від братів Тура, Оке та Кая Бонн’ерів (Larsson & Nyberg, 2008).

У 50-ті роки XX ст. основне керівництво перейшло до Альберта Бонн’ера-молодшого, який активізував експансію концерну в інші галузі. У цей час у межах концерну здійснювалася промислова діяльність, пов’язана з видавничим бізнесом, зокрема журнального паперу, кольорової фарби та друкарських машин (Малінін, 2024б).

Протягом наступних двох десятиліть у межах концерну Бонн'єрів було створено загальний промисловий потенціал, повністю відокремлений від медіакомпаній, що передбачало купівлю та заснування промислових підприємств у різних галузях. До них належали виробництво матраців, меблів, обладнання для промислового контролю, діагностичних тестів на онкологію, обладнання для відпочинку, ткацьких верстатів тощо.

У середині шостого десятиліття XX ст. трапилася подія, яка визначила нову тенденцію в структурному розвитку інформаційного бізнесу родини Бонн'єрів. У 1965 р. був заснований щотижневий діловий журнал "Vekans bedragare", який заклав початок стрімкому розвитку агенції ділової інформації Бонн'єрів – "Affersinformashun".

Бонн'єри здійснили перший крок до розширення географічних кордонів свого впливу в Північноєвропейському регіоні в 1959 р., коли ініціювали та зуміли домовитися з датським газетним магнатом Палле Фогтдалем. Серед найбільших придбань у сфері видавничого бізнесу стало придбання в 1969 році 49 відсотків акцій датського видавництва "A/S Forlaget Borschen", у 1976 р. – французького видавництва "Edition La Croix", перейменованого в "Bonnier Publicationspiper", у 1987 р. – норвезького книжкового видавництва "Kappelens", у 1994 р. – німецького видавничого дому "Piper". Зростаючі збитки та потреби в реформуванні бізнесу протягом 1980-х років створювали великі навантаження на основну компанію. У перспективі концерн не мав достатньо ресурсів для успішного керування таким бізнесом. Зрештою, усі промислові напрями концерну було продано або й взагалі закрито, а основна діяльність стала медійною. Для того, аби полегшити ліквідацію власних активів, на початку 1980-х років XX ст. було запроваджено нову організацію концерну – спрощено механізм відокремлення частин від концерну, аби потім сплачувати компенсації тим, хто не був згоден. Цей крок ніяк не вплинув на бізнес, чи його припинення, оскільки всі інтереси родини було зосереджено на медіаконцерні, який незабаром перейменували в "Bonnier AB". У 1951 р., коли приймалися всі рішення, не було зрозумілим, хто стане генеральним директором концерну, тому передусім намагалися зберегти позиції. З огляду на те, як концерн зростав, додаючи нові дочірні компанії, власникам важко було зрозуміти, що відбувалося всередині головної компанії, тобто переважно займалися видавництвом книг і журналів. Альберт Бонн'єр-молодший залишався президентом "Bonnier AB" з 1953 до 1978 р., впливаючи на всі промислові й медійні компанії концерну (Малінін, б.д.).

У 1960-х роках XX ст. концернові не вдалося покращити свої фінансові результати, хоча збитки були меншими, ніж у 50-х роках. Фінансова ситуація була складною наприкінці 1960-х – на початку 1970-х років. У 1952 р. було прийнято рішення перейти на акціонування частини концерну, аби врятувати від краху (Larsson & Nyberg, 2008).

Центральною дочірньою компанією в концерні є, безсумнівно, акціонерне товариство “Marieberg”, яке видає найтиражнішу Північної Європи вечірню табloidну газету “Ekspressen” та ранкову загальнополітичну газету “Dagens Nyheter”. Друга дочірня компанія концерну Бонн’ерів видає найбільшу ділову газету Північної Європи “Dagens industri”. Окрім газетних компаній до концерну входять книговидавничий підрозділ, який об’єднує кілька найбільших книжкових видавництв країни, транснаціональний підрозділ, що видає комікси й журнали для підлітків, кілька журнальних компаній. Поруч з видавничим бізнесом концерн “Bonnier” має акції в компаніях, які виготовляють меблеву фурнітуру та медичні діагностичні препарати. Концерн Бонн’ерів розглядає видання двох загальнонаціональних газет як своєї головної справи, незважаючи на наявність у складі концерну підприємств різних галузей. З погляду сучасної стратегії розвитку логічним стало придбання найбільшим акціонерним товариством “Marieberg” майже 7 відсотків акцій другого за величиною фінського видавничого концерну “Aamulehti” у 1994 р. У наступному ж році, у 1995 р., акціонерне товариство “Marieberg” збільшило свою частку в капіталі концерну “Aamulehti”, довівши кількість акцій першої групи до 13,1 відсотків.

Згодом, у 1984 р., “Bonn’erfjoretagen grupp” придбала іншу кіностудію “Europa film”, а в 1990 р. Бонн’ери придбали студію звукозапису “Scandinavian Music Club”.

У 1992 р. Карл-Юхан Бонн’ер став президентом центрального підприємства родинного бізнесу “Bonn’erfjoretagen”. Під його керівництвом розпочалася реструктуризація концерну – концентрація акцій окремих компаній групи, централізація всіх основних фондів у сфері ЗМІ, формування чіткої структури холдингу, вибудовування ланцюгів підпорядкування багатьох дочірніх компаній, оптимізація управління усіма підрозділами концерну.

У 1997 р. друге газетно-видавниче підприємство Бонн’ерів “Marieberg” втратило самостійність, ставши підрозділом центральної компанії “Bonnierförlagen”. Наступного року, у процесі злиття капіталів цих двох компаній, Бонн’ери запропонували стороннім акціонерам “Tidnings AB Marieberg” продати їхні акції. У 1998 р. всі основні фонди, які відносилися до засобів масової інформації та належали до цих двох підприємств, “AB Bonnierförlagen” та “Tidnings AB Marieberg”, були сконцентровані під управлінням однієї нової компанії, яка отримала назву “Bonnier AB”.

Центральній компанії, своєю чергою, належать та підпорядковуються основні підрозділи холдингу – “Dagens Industri AB”, “Bonnier media AB”, “Alma media”, “AB Dagens Nyheter”, “AB Quelstidningen express”, “Bonn’ier affiliatesinformashun holding AB”, “Svenska Dagbladet AB”. Окрім того, центральній компанії належать 30 відсотків акцій скандинав-

ського інформаційної агенції ТТ ("Tidningar telegrambiro"), заснованого у Швеції в 1922 р. і в другій половині ХХ ст., «поділеного» між основними представниками системи ЗМІ регіону, а також його дочірньої новинної агенції "Avisa". У раді директорів ТТ два місця з десяти займають представники групи Бонн'єрів.

"Bonnier Media AB" включає компанії технологічно нових медіасфер – кінокомпанію "Svensk Filmindustri" з підрозділами, в тому числі і в Норвегії; мережу із 180 кінозалів "S. F. bio"; виробництво телевізійних програм у Швеції, Данії та Норвегії; радіомережу "Radioprogram fioretagen", рекламну агенцію, звукозаписну компанію "Bonnier Music Scandinavia"; об'єднання музичних клубів та відеоклубів у Швеції, Данії, Норвегії та Фінляндії "Scandinavian Home Entertainment". Компанії належать 17 відсотків акцій національного каналу телебачення ТВ4, у якому "Alma Media" володіє 23 відсотками акцій і 45 відсотками акцій литовського національного каналу «ЛНК».

Компанія "AB Dagens Nyheter" доволі розгалужена, до неї входять і фотоагенція, і видавництво, і типографія, і дистриб'ютерські фірми, а також група "Marieberg International", яка видає газети в сусідніх країнах, зокрема "Diena" та "Rigas bals" у Латвії, "Super express" у Польщі (50 відсотків акцій), "Bergens Tidende" в Норвегії (20 відсотків акцій), групу "Meediacorp expressgrupp" в Естонії (50 відсотків акцій), яка видає щоденну газету "Yesti p'uavyalekht" і таблоїд "Ohtuland". Окрім того, їй і "Bonnier media AB" належать по 50 відсотків Інтернет-порталу "Coll AB". Реальна влада в цьому видавництві належала раді директорів. Бонн'єри там були представлені з 1901 р., коли Карл Отто Бонн'єр став її членом, а з 1906 р. – очолив. Через раду Бонн'єри почали розвивати компетенції та контролювати фінансову стратегію. Редакційні питання ніколи не розглядалися. Робота правління мала фінансовий ухил. Угода між Карлом Отто Бонн'єром та керівниками редакцій "Dagens Nyheter" полягала в тому, що власники концерну не втручатимуться в редакційні справи. Згубні фінансові результати книговидання терпіли лише тому, що це традиційна діяльність родини, пов'язана зі свободою слова та ім'ям Бонн'єрів. У 1980-х роках концерн "Dagens Nyheter" був прибутковим, відзначався гарними інвестиціями. У 1970-х роках ситуація в газетному концерні змінилася, коли новим генеральним директором став Густав Дуглас. Перед ним постало завдання збудувати традиційний газетний бізнес та запровадити нові зміни. Густав мав підтримку ради директорів та головних власників концерну (Lakoma, 2014).

Протягом 60–70-х років ХХ ст. Соціал-демократична партія Швеції, яка домінувала в шведській політиці 40 років, намагалася контролювати ринок щоденних газет. Газета "Dagens Nyheter" була сучасною газетою, яка мала істотний вплив на громадську думку. Її власники зайняли позицію конструктивної опозиції до влади. У 1970-х роках газета пере-

живала фінансові труднощі, втрачала читачів, зокрема й обсяги реклами істотно впали (Kvarnström & Thornton, 2015).

Група, яка об'єднує вечірню пресу, "AB Quelstidningen express", видає другу за накладом національну газету "Ekspressen" та регіональні "Göteborg-tidning" і "Quelposten".

"Svenska Dagbladet", окрім однойменної найбільшої регіональної газети, видає ще 3 регіональні газети – "Justads allehanda" і "Trelleborgs Allehanda" із власною типографією та загальним накладом близько 34 тисяч примірників, а також "Christianstatsbladet" (Albert Bonniers Förlag, 2025).

"Bonnier affiliatesinformashun holding AB" об'єднує цілу низку різноманітних інформагенцій (три основних та їхні дочірні компанії в Скандинавії, Данії, Німеччині, Угорщині, Чехії, Польщі, Франції, Італії, Швейцарії, Нідерландах, Бельгії, Великобританії), які надають усі види ділової інформації, забезпечуючи потреби різних суб'єктів економіки – макроекономічну, фінансову, корпоративну, ринкову та галузеву інформацію із Швеції та інших країн, фінансові та ринкові прогнози, інтерв'ю, банківські, біржові та інвестиційні новини, статистичні дані й ін (Hällströmer, 2020).

Кількість співвласників на момент заснування концерну "Bonnier AB" було 12, деякі із співзасновників були на той час неповнолітніми. У 2000 р. кількість власників членів родини перевищила 60. На жаль, на момент створення концерну не існувало чіткої структури прийняття рішень. Передбачалося, що контроль над бізнесом буде здійснюватися через "Bonnier AB". Дочірні компанії мали фінансову незалежність від материнської компанії та очікувалося, що концерн "Bonnier AB" буде приймати інвестиційні рішення. У 2000 р. підприємство налічувало 10 тисяч працівників. Його дохід був близько 17 мільярдів крон (1,9 мільярди євро), а прибуток – 1 мільярд крон (110 мільйонів євро).

Медіамонополіст бере на себе важливе завдання підтримати різноманітність думок і фактів у контексті власних, підконтрольних йому ЗМІ. На сторінках газет надається можливість висловлювання різних думок, що, наприклад, є традиційним для "Dagens Nyheter", яка вже здавна веде велику рубрику "Debates chapter".

Висновки

У цій статті описано й проаналізовано становлення сім'ї Бонн'єрів – їхнє володіння медійним бізнесом і вплив, який вони мали на здійснення цього володіння. Традиції та багаторічний досвід родини відіграли вирішальну роль не лише у визначенні того, як було організовано їхню власність та здійснення повноважень власності, але й у базуванні структури й напрямках медійного концерну. Було продемонстровано, що існують чіткі зв'язки між спадщиною, філософією власника та

здійсненням права власності, що дало змогу окремим членам родини досягати своїх власних цілей, водночас керуючи діяльністю концерну.

Спадщина має вирішальне значення в діяльності родинних медіа-підприємств, які існували протягом кількох поколінь. У цьому плані спостерігається особливо сильний зв'язок між родиною та медіа. Надзвичайно довгий часовий горизонт поєднується із сильним почуттям родинності. Єдність і безперервність багато в чому були основою філософії власності родини Бонн'єрів, яка зберегла чіткий порядок спадкоємності, коли молодші члени мають змогу наслідувати роботу старшого покоління та співпрацювати з ним. Отже, збереження спадщини для наступного покоління стало важливою та невід'ємною частиною реалізації прав власності родини. Бізнес також був обличчям сім'ї для зовнішнього світу. Особливо це стосується книжкового видавництва та видавничого концерну "Dagens Nyheter".

Ні тижневик, ні інші журнали, ні промислові фірми не мали вирішального значення для іміджу родини Бонн'єрів. Ці підприємства також зазнали значно більшої турбулентності. Фірми й журнали змінювали назви та діяльність, ліквідовувалися. Бонн'єри захищали промислові фірми на довгострокову перспективу, а їхні підприємства, що виникли на початку XIX ст., були лише додатковими проектами. Відтак, чи сприяла фірма створенню іміджу родини Бонн'єрів, це було питанням її галузі й традицій, а не того, чи належала вона повністю родині.

Ця спадщина суттєво вплинула на філософію власності сім'ї, тобто на те, як власник бачить підприємство та його роль. Це найбільш очевидно в тому, що представники родини у фірмах мали спадщину для майбутніх поколінь, у такий спосіб безпосередньо спрямовуючи її в довгострокову перспективу власності. Оскільки деякі медійні фірми були важливими для іміджу родини Бонн'єрів, їх навряд чи можна було продати чи ліквідувати. Володіння Бонн'єрів медіа часом викликало ностальгію та багато в чому було нерациональним. Суттєва емоційна причетність до фірм характеризувала їхню філософію власності. Ці емоції не обмежувалися книговидавництвом і медіа, а поширювалися навіть на промислові фірми.

Для України такий досвід був би корисним, оскільки національні принципи медіадемократії тільки починають формуватися після прийняття нового ЗУ «Про медіа» у грудні 2022 р. У Швеції медіа розглядають як бізнес, з максимальною демократією та свободою слова, без жодного втручання в редакційну політику. В умовах шведської західної демократії медіабізнес передається з покоління в покоління у спадщину. Натомість в Україні, у 1990-х роках, первісний капітал медіаолігархів формувався кримінальним шляхом, що, безперечно, наклало свій відбиток на свободу слова й демократизацію медіапідприємств, оскільки олігархи використовували медіа для впливу та контролю над фінансовими потоками.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Гридасова, Г. (2014). Трансформація акторів міжнародних відносин: держава та транснаціональні медійні корпорації. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*, 3(71), 368–376. https://ipriend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/grydasova_transformatsia.pdf
- Зернецька, О. (2012). Політична складова антикризових стратегій глобальних медіа конгломератів. *Політичний менеджмент*, 4–5, 254–265. https://ipriend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/zernetska_politychna.pdf
- Любчик, К. Л. (2020). Корпоративні медіастратегії транснаціональних корпорацій. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*, 1(112), 16–19. <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-2>
- Малінін, В. (б.д.). *Монополізація та концентрація ЗМІ*. Електронна бібліотека Інституту журналістики. Взято 14 січня 2025 з <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1390>
- Малінін, В. (2024a). Концерн Бонн'єрів: приклад скандинавської родинної медіа-монополії. В *Problems of science and technology: The search for innovative solutions* [Матеріали конференції] (с. 82–84). International Scientific Unity. https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/05/Problems_of_science_and_technology_the_search_for_innovative_solutions_May_15_17_2024_Munich_Germany.pdf#page=83
- Малінін, В. (2024b). Монополізація, концентрація та комерціалізація медіа. В *Innovative solutions to modern scientific challenges* [Матеріали конференції] (с. 95–98). International Scientific Unity.
- Пересипкіна, І., & Чердак, А. (2024). Вплив транснаціональних корпорацій на зовнішню та внутрішню політику держав. В *Стратегічні напрями зовнішньої політики і дипломатії країн світу* [Матеріали круглого столу] (с. 76–80). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. <https://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/9119e2a11befbfc17a2f741faaa569b.pdf#page=76>
- Чужиков, А. (2018). Динаміка розвитку медійних корпорацій в умовах глобалізації. *Міжнародна економічна політика*, 1(28), 128–143. http://iepjournal.com/journals/28/2018_6_Chuzhykov.pdf
- Чужиков, В., & Чужиков, А. (2022). Конгломерація медійного бізнесу в ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*, 3, 13–18. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.3.13>
- Шальман, Т. М. (2021). Конкурентні засади медійного ринку. В *The European development trends in journalism, PR, media and communication* [Матеріали конференції] (с. 112–115). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-26>
- Albert Bonniers Förlag. (2025, April 3). *Julia Ravanis tilldelas Gerard Bonniers Essäpris 2025*. <https://www.albertbonniersforlag.se/nyheter/julia-ravanis-tilldelas-gerard-bonniers-essapris-2025/>
- Hällströmer, C. (2020). *Aisopos Pojke och Bonnier Business Media: Diskurser och meningsskapande i ljuset av kritik mot sociala medier. "Vargen kommer" – men vem är egentligen vargen?* [Master's thesis, Högskolan Dalarna]. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1396557&dsid=4422>
- Kvarnström, E., & Thornton, L. (2015). *In search of a definition of CSR: A study of Swedish business press during 2005–2014* [Master's thesis, Uppsala University]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:848308/FULLTEXT01.pdf>
- Lakomaa, E. (2014). Technology, labour and the rise of a financial newspaper – the early years of Dagens Industri. *Business History*, 56(2), 214–235. <https://doi.org/10.1080/00076791.2013.771334>
- Larsson, M., & Nyberg, D. (2008). Long-term ownership and ownership strategies in family firms: The case of Bonniers, 1950–1990. In S. Fellman, A. Kuusterä, & E. Vaara (Eds.),

Historical perspectives on corporate governance: Reflections on ownership participation and different modes of organizing. The Finnish Society of Sciences and Letters. https://www.academia.edu/114752765/Long_term_Ownership_and_Ownership_Strategies_in_Family_Firms_the_Case_of_Bonniers_1950_1990

REFERENCES

- Albert Bonniers Förlag. (2025, April 3). *Julia Ravanis tilldelas Gerard Bonniers Essäpris 2025*. <https://www.albertbonniersforlag.se/nyheter/julia-ravanis-tilldelas-gerard-bonniers-essapris-2025/> [in Swedish].
- Chuzhykov, A. (2018). Dynamika rozvytku mediinykh korporatsii v umovakh hlobalizatsii [Dynamics of development of media corporations in the context of globalization]. *The International Economic Policy Journal*, 1(28), 128–143. http://iejjournal.com/journals/28/2018_6_Chuzhykov.pdf [in Ukrainian].
- Chuzhykov, V., & Chuzhykov, A. (2022). Konhlomeratsiia mediinoho biznesu v YeS [Media business conglomeration in the EU]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 3, 13–18. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.3.13> [in Ukrainian].
- Hällströmer, C. (2020). *Aisopos Pojke och Bonnier Business Media: Diskurser och meningsskapande i ljuset av kritik mot sociala medier. "Vargen kommer" – men vem är egentligen vargen?* [Master's thesis, Höskolan Dalarna]. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1396557&dswid=4422> [in Swedish].
- Hrydasova, H. (2014). Transformatsiia aktoriv mizhnarodnykh vidnosyn: derzhava ta transnatsionalni mediini korporatsii [The transformation of actors of international relations: The state and transnational media corporations]. *Scientific Notes of Kuras Institute of Political and Ethnic Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 3(71), 368–376. https://apiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/grydasova_transformatsia.pdf [in Ukrainian].
- Kvarnström, E., & Thornton, L. (2015). *In search of a definition of CSR: A study of Swedish business press during 2005-2014* [Master's thesis, Uppsala University]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:848308/FULLTEXT01.pdf> [in English].
- Lakomaa, E. (2014). Technology, labour and the rise of a financial newspaper – the early years of Dagens Industri. *Business History*, 56(2), 214–235. <https://doi.org/10.1080/00076791.2013.771334> [in English].
- Larsson, M., & Nyberg, D. (2008). Long-term ownership and ownership strategies in family firms: The case of Bonniers, 1950–1990. In S. Fellman, A. Kuusterä, & E. Vaara (Eds.), *Historical perspectives on corporate governance: Reflections on ownership participation and different modes of organizing*. The Finnish Society of Sciences and Letters. https://www.academia.edu/114752765/Long_term_Ownership_and_Ownership_Strategies_in_Family_Firms_the_Case_of_Bonniers_1950_1990 [in English].
- Liubchuk, K. L. (2020). Korporatyvni mediastrategii transnatsionalnykh korporatsii [Corporate media strategies of transnational corporations]. *State and Regions. Series: Economics and Business*, 1(112), 16–19. <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-2> [in Ukrainian].
- Malinin, V. (n.d.). *Monopolizatsiia ta kontsentratsiia ZMI* [Monopolization and concentration of the media]. Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky. Retrieved January 14, 2025, from <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1390> [in Ukrainian].
- Malinin, V. (2024a). Kontsern Bonnieriv: pryklad skandinavskoi rodynnoi media-monopolii [The Bonnier Group: An example of a Scandinavian family media monopoly]. In *Problems of science and technology: The search for innovative solutions* [Conference proceedings] (pp. 82–84). International Scientific Unity. https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/05/Problems_of_science_and_technology_the_search_for_innovative_solutions_May_15_17_2024_Munich_Germany.pdf#page=83 [in Ukrainian].

- Malinin, V. (2024b). Monopolizatsiia, kontsentratsiia ta komertsializatsiia media [Monopolization, concentration and commercialization of the media]. In *Innovative solutions to modern scientific challenges* [Conference proceedings] (pp. 95–98). International Scientific Unity [in Ukrainian].
- Peresypkina, I., & Cherdak, A. (2024). Vplyv transnatsionalnykh korporatsii na zovnishniu ta vnutrishniu polityku derzhav [The influence of transnational corporations on the foreign and domestic policies of states]. In *Stratehichni napriamy zovnishnoi polityky i dyplomatii krain svitu* [Strategic directions of foreign policy and diplomacy of the world countries] [Roundtable materials] (pp. 76–80). V. N. Karazin Kharkiv National University. <https://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/9119e2a11befbfcc17a2f741faaa569b.pdf#page=76> [in Ukrainian].
- Shalman, T. M. (2021). Konkurentni zasady mediinoho rynku [Competitive principles of the media market]. In *The European development trends in journalism, PR, media and communication* [Conference proceedings] (pp. 112–115). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-26> [in Ukrainian].
- Zernetska, O. (2012). Politychna skladova antykryzovykh stratehii hlobalnykh media konhlomerativ [The political component of anti-crisis strategies of global media conglomerates]. *Politychnyi menedzhment*, 4–5, 254–265. https://ipend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/zernetska_politychna.pdf [in Ukrainian].

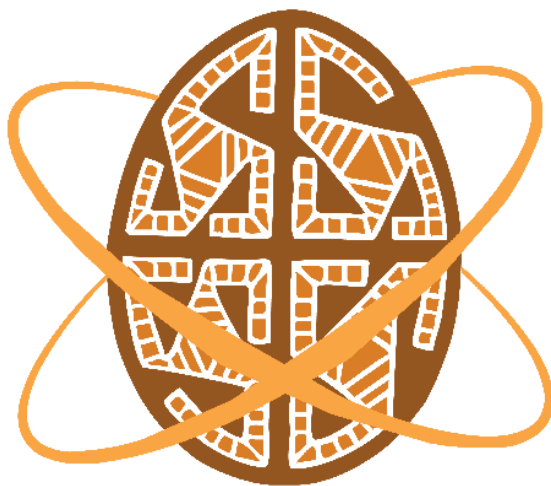
Надійшла: 12.02.2025; Прийнято: 16.07.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

THEORY AND PRACTICE
OF PUBLISHING AND EDITING



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345597

УДК 655.1/3(477):76.012]-025.28:316.344.6-056.26

Етика й естетика доступності: тенденції інклюзивної верстки та графічного дизайну

У статті здійснено спробу комплексного аналізу проблеми інклюзивності у сфері сучасної української поліграфічної продукції, включаючи і книговидання, і інші види друкованих матеріалів. Автори розглядають доступність як основний принцип функціонування культурних, освітніх, медійних та соціальних інституцій, наголошуючи на її значенні не лише як технічної вимоги, а і як етичної категорії, що відображає рівень суспільної свідомості та повагу до людської різноманітності. Особливу увагу зосереджено на вивченні сучасного стану інклюзивного дизайну та верстки в українській поліграфії з урахуванням соціальних, економічних і технологічних викликів, зокрема впливу війни, дефіциту ресурсів, руйнування виробничої інфраструктури та зростання кількості людей з різними видами інвалідності.

Автори фіксують позитивні тенденції, такі як поява нових інклюзивних проєктів, зростання уваги до універсального дизайну та впровадження цифрових технологій, що сприяють адаптації поліграфічної продукції до потреб різних груп користувачів. Водночас підкреслено, що розвиток інклюзивної поліграфії в Україні стримується низкою факторів: відсутністю актуальних стандартів, складністю технологічних процесів, обмеженістю виробничих потужностей, нестачею фахівців/-чинь і недостатньою державною підтримкою. Акцентовано на потребі системного підходу, що передбачає розроблення та впровадження чітких державних стандартів, галузевих рекомендацій та освітніх програм, які забезпечать ефективне створення інклюзивної поліграфічної продукції.

У межах дослідження розглянуто приклади успішних українських та міжнародних ініціатив, проаналізовано окремі візуальні, технічні й правові аспекти інклюзивного дизайну, а також вивчено міжнародні стандарти (зокрема WCAG, EPUB Accessibility, European Accessibility Act) і ресурси, які можуть бути використані як основа для розроблення національних стандартів у сфері інклюзивної поліграфії. Матеріал має міждисциплінарний характер і спрямований на формування цілісної методології інклюзивного поліграфічного дизайну як естетичного, етичного й соціального явища. Метою статті є не лише фіксація сучасних тенденцій і проблем, а й окреслення перспектив розвитку інклюзивної поліграфічної продукції в Україні в контексті євроінтеграції та глобальних трансформацій.

Ключові слова: верстка, графічний дизайн, поліграфія, інклюзія, доступність, тенденції.

Роман ПАЗЮК

канд. філол. н., доц.

Чернівецький національний
університет імені Юрія
Федьковичавул. Коцюбинського, 2, 58002,
Чернівці, Україна

r.paziuk@chnu.edu.ua

ORCID 0000-0001-5475-9512

Юліанна ВІЩАК

асп.

Чернівецький національний
університет імені Юрія
Федьковичавул. Коцюбинського, 2, 58002,
Чернівці, Україна

yu.vishchak@chnu.edu.ua

ORCID 0009-0009-9227-9750

© Пазюк Р., Віщак Ю., 2025

ETHICS AND AESTHETICS OF ACCESSIBILITY: TENDENCIES OF INCLUSIVE LAYOUT AND GRAPHIC DESIGN

Roman PAZIUK

PhD in Philology, Associate Professor
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Mykhailo Kotsiubynsky Str., 2, 58002, Chernivtsi, Ukraine
r.paziuk@chnu.edu.ua
ORCID 0000-0001-5475-9512

Yulianna Vishchak

PhD Student
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Mykhailo Kotsiubynsky Str., 2, 58002, Chernivtsi, Ukraine
yu.vishchak@chnu.edu.ua
ORCID 0009-0009-9227-9750

The article attempts to comprehensively analyse the issue of inclusiveness in the field of modern Ukrainian printing, including both book publishing and other types of printed materials. The authors view accessibility as a key principle of the functioning of cultural, educational, media and social institutions, emphasising its significance not only as a technical requirement, but also as an ethical category that reflects the level of social consciousness and respect for human diversity. A special focus is concentrated on researching the current state of inclusive design and layout in the Ukrainian publishing, considering social, economic and technological challenges, including the war's influence, the resource shortages, the production infrastructure's destruction and the growing number of people with different kinds of disabilities.

The authors note positive tendencies, such as the new inclusive projects' emergence, the increased attention to universal design and the appliance of digital technologies that help to adapt printed products to needs of different user groups. At the same time, it is emphasised that the development of inclusive printing in Ukraine is constrained by a few factors: absence of relevant standards, complexity of technological processes, limited production capacities, shortage of specialists and insufficient government support. The emphasis is put on the necessity in a systematic approach that involves the development and implementation of clear state standards, industry recommendations and educational programmes that will ensure the effective creation of inclusive printing products.

This study presents examples of successful Ukrainian and international initiatives, analyses certain visual, technical and legal aspects of inclusive design; provides a review of international standards (including WCAG, EPUB Accessibility, European Accessibility Act) and resources that can be used as a basis for developing national standards in the inclusive design sphere. The material has an interdisciplinary character and is aimed at forming a comprehensive methodology of inclusive printing design as an aesthetic, ethical and social phenomenon. The aim of the article is not only to record current tendencies and problems, but also to outline perspectives for the development of inclusive publishing in Ukraine in the context of the European integration and global transformations.

Keywords: layout, graphic design, publishing, inclusion, accessibility, tendencies.

Актуальність проблеми

У сучасному науковому дискурсі та професійному середовищі дедалі частіше актуалізується питання доступності як ключового принципу функціонування культурних, освітніх, медійних та соціальних інституцій. Нині мова йде не лише про технічні вимоги, а про нову мультимірну етичну категорію, яка репрезентує рівень суспільної свідомості – повагу до людської різноманітності та право кожної особи на повноцінну участь у культурному житті. Цей підхід ґрунтується на ідеях інклюзії, соціальної справедливості, цілях сталого розвитку та принципах універсального дизайну (universal design). Основне – орієнтація на потреби потенційних користувачів/-ок, незалежно від їхніх сенсорних, когнітивних, моторних чи психосоціальних особливостей.

У видавничій справі поняття доступності переважно тлумачать звужено – як надання альтернативних форматів для осіб із порушенням зору (наприклад, шрифт Брайля), аудіокниг, видань із великим шрифтом для людей старшого віку. Такі рішення, хоч і доцільні та запотребовані, найчастіше мають лише допоміжний характер, перебуваючи на периферії видавничого процесу, і не впливають на загальну парадигму поліграфічного дизайну. Як результат – дихотомія між поняттями «звичайного» і «спеціалізованого» видання, що в принципі суперечить уявленням про інклюзію як базову передумову універсальності контенту.

Сучасний поліграфічний дизайн і верстка мають бути гармонійним поєднанням матеріального та змістовного, а отже, з одного боку, враховуємо відкритість та увагу до текстуального поняття інакшості, а з іншого – набуття майже етичного статусу для верстки та дизайну, оскільки саме ці аспекти визначають характер та якість взаємодії текстових і графічних елементів. Мова про широкий спектр питань: від вибору гарнітур і колірних рішень до структурування змісту, семантичної розмітки, адаптивності до різних платформ та аудиторій, а також – репрезентації соціальної множинності в самому контенті та способи поширення.

Стан вивчення проблеми

З огляду на процеси євроінтеграції, постколоніального переосмислення та повномасштабної війни, у сучасному українському медіапросторі питання інклюзивності та доступності друкованих видань (що охоплюють книговидання, журналістські матеріали й іншу друковану продукцію) набувають особливої ваги. Ми бачимо позитивні зміни: з'являються нові проекти, що фокусуються і на адаптації вже наявних матеріалів, так і на створенні нових інклюзивних видань. Ці зусилля відображають прагнення України відповідати європейським стандартам і забезпечити рівний доступ до інформації та культури.

Водночас галузь залишається дуже малопродуктивною. Кількість видавництв, медіа та фахівців/-чинь, які спеціалізуються на інклюзивному

дизайні, вкрай обмежена, що зумовлено не лише складністю технологічних процесів, необхідних для створення доступних видань, а й руйнівним впливом війни, яку веде росія проти України. Війна призводить до значного зростання цін на сировину та матеріали, зокрема на папір, який є критично важливим для друкованої продукції. Крім того, численні обстріли цивільних підприємств (зокрема друкарень та видавництв), руйнують виробничі потужності й логістичні ланцюжки, що ще більше ускладнює виробництво та поширення. Закономірно зростає й кількість людей з різними травмами, включно з пораненнями, що спричиняють втрату зору чи рухливості. Також значна частина населення страждає від психологічних травм, що можуть впливати на сприйняття та оброблення інформації. Неважливо, чи постраждала на передовій, чи в тилу, чи є вона військовою, чи цивільною – у будь-якому разі це людина, яка має право на повноцінний доступ до інформації та культури. Щоб забезпечити цю потребу, критично важливою є державна підтримка, зокрема через цільове фінансування та створення сприятливих умов для розвитку інклюзивного виробництва. Життєво необхідний потенціал має залучення міжнародних грантів і підтримки від іноземних фондів та організацій, що спеціалізуються на питаннях доступності й гуманітарної допомоги.

Для ефективної трансформації галузі треба налагодити системний підхід, розробивши та впровадивши чіткі, актуальні державні стандарти, галузеві рекомендації, а також фахові освітні програми з інклюзивного дизайну. Такий усебічний підхід є надзвичайно важливим для створення ефективних і релевантних інклюзивних рішень, які відповідають викликам сьогодення і забезпечують рівний доступ усім категоріям населення.

У цьому контексті важливою є монографія за загальною редакцією Г. Горбенко (укладачка Н. Вернигора) «Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців» (Горбенко, 2019), у якій проаналізовано стан сучасної видавничої діяльності в Україні, шляхи інноваційного підходу до змін у галузі, зокрема у верстці та художньому оформленні книги. Дещо раніше до цієї теми звертався В. Шпак (2014), який узагальнив знання й здобутки видавничої справи в Україні, а також зафіксував результати аналізу проблеми видання книг у контексті формування національного інформаційного простору.

Цінними для науковців/-иць, освітян/-ок і практиків є посібник «Книги без бар'єрів: практичний гід з інклюзивного книговидання» (“Books without Barriers: A Practical Guide to Inclusive Publishing”), авторства Дж. Ганнера, А. Мрва-Монтоя, М. Парка, К. Дункана (Ganner et al., 2023). Це ґрунтовна науково-практична робота, що охоплює не лише поліграфічні аспекти (специфіку шрифтового оформлення, верстку, візуальні елементи, контрастність тощо), а й містить комплексний аналіз етичних та нормативних складників доступності як принципу справедливості у видавничій сфері.

Для цілісного розуміння проблеми враховуємо дослідження, пов'язані із психологічними та фізіологічними аспектами сприйняття. Зокрема, С. Гавелка й Г. Віммер (Hawelka & Wimmer, 2005) аналізують порушення зорового оброблення багатоелементних масивів, що пов'язане із збільшенням кількості рухів очей під час читання людей із дислексією; Дайбао Го, Шуай Чжан, К. Л. Райт, Е. М. МакТіг (Guo et al., 2020) описують метааналіз впливу графіки на розуміння прочитаного учнями/ученицями; Т. Бом (Bohm, 2019) досліджує парадокс неправильного розпізнавання літер та символів у гарнітурах з високою чіткістю для загальної аудиторії, дітей, людей з дислексією, слабозорих та людей старшого віку. Серед іншого розглядаємо наукові доробки Д. Валенте (Valente, 2016) про тактильні книги для незрячих дітей.

Невирішені питання

Попри те, що в академічному дискурсі тема інклюзивного дизайну не нова, вона поки що залишається недостатньо теоретично осмисленою. Зокрема, більшість досліджень охоплюють лише окремі аспекти інклюзії, не розглядаючи її як цілісну, інтегровану методологію, що пронизує всі етапи створення поліграфічного видання – від концепції до друку. Крім того, далеко не завжди враховуються сучасні реалії, зокрема виклики, пов'язані з війною в Україні, яка суттєво впливає на потреби різних груп людей. Зрештою, усі наукові праці потребують оновлення з урахуванням стрімкого розвитку технологій та змін у розумінні потреб користувачів/-ок у сучасних умовах. Усе це зумовлює релевантну потребу в комплексному міждисциплінарному дослідженні інклюзивного дизайну та верстки як естетичного, етичного, соціального та комунікативного явища у сфері поліграфічної продукції, при цьому розглядаючи його як ознаку якісного, суспільно-відповідального й культурного продукту.

Мета статті – здійснити аналіз нинішнього стану українського видавничого ринку в галузі інклюзивної друкованої продукції, зафіксувати основні тенденції, перспективи й виклики.

Завдання

У межах наукової розвідки з'ясовуються концептуальні засади інклюзивного дизайну як етичної та естетичної практики у видавничому контексті; аналізуються візуальні рішення, які сприяють доступності друкованих і цифрових видань; окреслюються правові й технічні стандарти, що регламентують інклюзивність контенту; аналізується сучасний стан інклюзивного книговидання в Україні, з акцентом на приклади успішних ініціатив, виявлення проблемних аспектів та окреслення перспектив його подальшого розвитку в інтеграції з міжнародними підходами та практиками. Вивчаються можливості міжнародних ініціатив і стандартів,

які регулюють доступність друкованих та електронних видань (зокрема WCAG, EPUB Accessibility, European Accessibility Act), а також проєктів на кшталт Accessible Books Consortium, Inclusive Publishin, DAISY тощо.

Виклад основного матеріалу.

Індустрія цифрових технологій розвивається значно швидше за поліграфію, яка традиційно відставала в темпах змін. Якщо на ранніх етапах розвитку інтернету тенденції живопису та книговидавань задавали напрями для дизайну, то вже давно ситуація докорінно змінилася: цифровий ринок диктує нові стандарти, що все більше впливають на поліграфічну сферу. Ці реалії дозволяють не лише прогнозувати подальші тенденції, а й переймати цінний досвід цифрових технологій для модернізації друкованих видань. Хоча ці сфери конкурують між собою, вони також можуть ефективно співіснувати, доповнюючи одна одну та відкриваючи нові можливості для розвитку.

Інклюзивність у верстці сайтів і цифрових видань нині – це невід’ємний складник принципу універсального дизайну, що забезпечує рівний доступ до контенту незалежно від фізичних, сенсорних, когнітивних, вікових тощо особливостей користувачів/-ок. У цьому контексті транснаціональні компанії – Apple, Microsoft, Google – задають стандарти не лише на рівні функціональності окремих продуктів, але й через розроблення інтерфейсів, заснованих на детальному вивченні користувацького досвіду. Наприклад, усі актуальні версії операційних систем (macOS, Windows, Android, iOS і т.д.) підтримують функцію масштабування тексту, яка дозволяє користувачам/-кам змінювати розмір шрифтів у межах цілої системи або окремих застосунків без порушення загальної композиції сторінки: зберігається ієрархія контенту, а контрастність та кольорова палітра змінюється відповідно до обраного режиму.

Особливу увагу зосереджено і на реалізації голосових сервісів, які перетворюють написаний текст на голосове звучання (text-to-speech). Завдяки цьому користувачі/-ки з порушенням зору отримують повний доступ до інформації, що відображається на екрані, включно з описами зображень, функціоналом кнопок, формами введення тощо. У новіших версіях такі системи поєднують із технологіями штучного інтелекту (ШІ).

Кольорове налаштування інтерфейсів теж є елементом інклюзивної верстки: світла, темна, контрастна, індивідуально сконфігурована тема дозволяє зменшити зорове навантаження і створити комфортне середовище для користувачів/-ок із фоточутливістю, тривожними розладами, дислексією, аутизмом тощо. Суттєвим досягненням стало впровадження альтернативних способів навігації – за допомогою клавіатури, спеціальних жестів, трекболів або систем із відстеження погляду (eye-tracking) – це дає змогу залучити людей з обмеженою мотори-

кою. В Україні приклади реалізації таких рішень є на сайтах державних органів (наприклад, адаптивна версія порталу «Дія»), освітніх платформах (Prometheus, EdEra) та деяких медіа (hromadske), однак ще не стали стандартом для комерційного сектора.

Важливо, що вебстандарти – зокрема принципи доступності сформульовані у W3C Accessibility Guidelines (WCAG) 3.0 – передбачають семантичну верстку контенту. Це забезпечує логічне структурування інформації, коректне розпізнавання програмами екранного читання, мінімізація перевантажених інтерфейсів та можливість повного, рівного доступу (World Wide Web Consortium, 2025b).

Окрім технічних аспектів, інклюзивна верстка на вебресурсах передбачає і семіотичну адаптацію – спрощення мови інтерфейсів, візуальну логіку, обмеження кількості елементів на екрані, мінімізацію когнітивного навантаження. Так, цифрова інклюзивність охоплює не лише технічні вимоги, а й ціннісний вимір: створення умов, за яких жоден/-а користувач/-ка не відчуває себе змушеним/-ою до надмірних зусиль для доступу до інформації.

Попри значний прогрес у сфері цифрової інклюзії, основні принципи адаптивної верстки й мультимодального дизайну досі залишаються недоступними для друкованих видань. Основна причина – незмінність матеріального носія: фізична сторінка має фіксований розмір, незмінний кольорових режим і не може адаптуватись до динамічних запитів користувачів/-ок.

Одним із найочевидніших обмежень є неможливість зміни розміру тексту або шрифтів на вимогу читача/-ок. Якщо на вебсторінці будь-хто може вибрати комфортні налаштування тексту, то в друкованому виданні верстальник/-ця має заздалегідь передбачити універсальний розмір – компромісний для широкого кола читачів/-ок. Аналогічно, кольорове оформлення залишається статичним: його не можна адаптувати до індивідуальних потреб людей з фоточутливістю або порушенням кольоросприйняття. Так, обрані кольори можуть бути як естетичними, так і дискримінаційними – наприклад, використання комбінацій червоного та зеленого може бути невидимими для частитини читачів/-ок із дальтонізмом (Rushton, 1975).

Серед чинників, що перешкоджають розвиткові інклюзивної верстки, є й трудомісткість виробництва та відсутність актуальних нормативних документів, зокрема і державних стандартів. Наприклад, видання шрифтом Брайля потребують спеціальної верстки, особливих матеріалів та обладнання, що значно збільшує вартість і час виготовлення.

Незважаючи на складність виробництва, в Україні вже працюють організації, що активно долучаються до створення доступних видань. Зокрема, видавництво «Антологія», яке з 2013 року виготовляє книги шрифтом Брайля, тактильні малюнки та іншу продукцію для незрячих.

Також функціонує Braille Studio – волонтерський проєкт, що друкує книги, навчальні посібники та інформаційні матеріали шрифтом Брайля, а також займається виготовленням тактильних атласів. Свій внесок робить і ПОГ «Ресурсний центр “Безбар’єрна Україна”», пропонуючи друк тактильних книг, включно з азбукою Брайля та художньою літературою. Додатково, для спрощення пошуку та комунікації між зацікавленими сторонами, створена електронна база «інклюзивна література». Проте, на наш погляд, цих потужностей недостатньо, щоб задовольнити запит, який стає все більшим, тому фіксуємо потребу в створенні нових та розвитку вже наявних видавництв, проєктів і студій.

Щодо тенденцій вітчизняного ринку, то поступово утверджується уявлення про інклюзивне книговидання як про мультимедійну, сенситивну та технологічно гнучку практику, що поєднує поліграфічну якість із етичним принципом доступу для всіх. Особливе місце в цьому процесі належить тактильним книгам, виданням зі звуковими ефектами та інтерактивним друкованим продуктам, які вже мають, хоч і нечисленні, та все ж якісні й оригінальні приклади в нашому культурному середовищі.

Тактильні книги – один із найпоширеніших сегментів інклюзивної поліграфії, орієнтований переважно на дітей із порушеннями зору, розладами аутистичного спектру та особливостями сенсорного сприйняття. Наприклад, дитячі книги видавництва «Ранок» (рис. 1), «Каламар» (рис. 2) тощо. Такі видання зазвичай виготовляють вручну із використанням різних фактур тканини, термопластичних вставок, фетрових аплікацій і шрифту Брайля. Однак через високу вартість матеріалів, відсутність масового виробництва й стандартизованих вимог така продукція є справді рідкісною. Водночас попит на неї постійно зростає, особливо в контексті інклюзивної освіти.



Рис. 1. Розгорт видання «Мої улюбленці» Ірини Потаніної, «Ранок», 2023

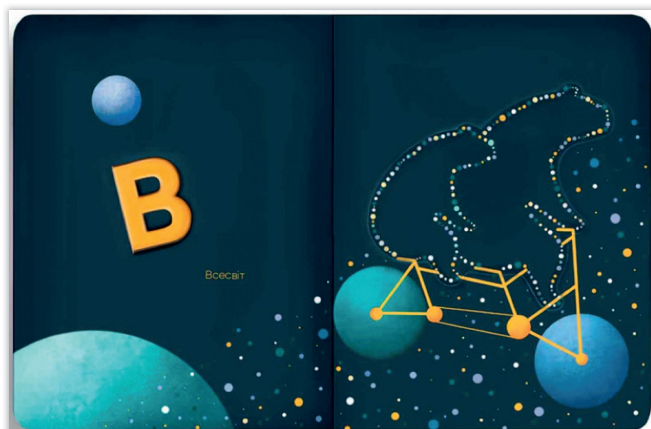


Рис. 2. Розгорт видання «Абетка» Ірини Рутило, «Каламар», 2020

Видання зі звуковим супроводом, що містять вбудовані кнопки, чипи або динаміки, на жаль, теж залишаються малопоширеними, хоча дуже перспективним сегментом українського ринку. Найчастіше їх позиціонують як різновид дитячої розважальної літератури, і лише в окремих випадках – як адаптивні навчальні засоби. Проблемою є те, що здебільшого це перекладна продукція, створена без врахування українських реалій – мови, культурного контексту, освітніх програм. Відтак постає потреба в розробленні власних звукових книжок (навчальні, наукові, довідкові, інформаційні, художні), які б поєднували локалізований зміст, адаптовану мову та продуману навігацію. Сьогодні ж в Україні активно розвивається сегмент аудіокниг, представлених, наприклад, аудіокнигарнею «Абук», де зібрано озвучені твори світової та української літератури (деякі розповсюджуються безкоштовно).

Інтерактивні друковані книги, які поєднують традиційний макет із цифровим компонентом (через QR-коди, мобільні застосунки, елементи AR), стають дедалі популярнішими в українському книговидаванні. Одними з перших, хто застосував ці техніки, стало видавництво «А-Ба-Ба-Га-Ла-Ма-Га», видавши «Снігову королеву» Ганса Крістіана Андерсена. Прикметно, що з початку повномасштабного вторгнення чимало видавництв (наприклад, «Видавництво Старого Лева», «Ранок», «Каламар», Glowberry Books) почали активно розробляти такі продукти у відповідь на запит на мобільність, дистанційне навчання й адаптивність освітніх матеріалів. До прикладу, Сільві Мішлен «День народження білочки» (видавництво Vivat) (рис. 3), або ж роботи видавництва «Асса» – анонсований друкований проект «Палаці й фортеці України» (проект на павзі через повномасштабне вторгнення) та «Український традиційний Look» Неллі Шарабарової, Ганни Баранової (рис. 4).



Рис. 3. Розгорт видання «День народження Білочки» Сільві Мішлен, Vivat, 2016

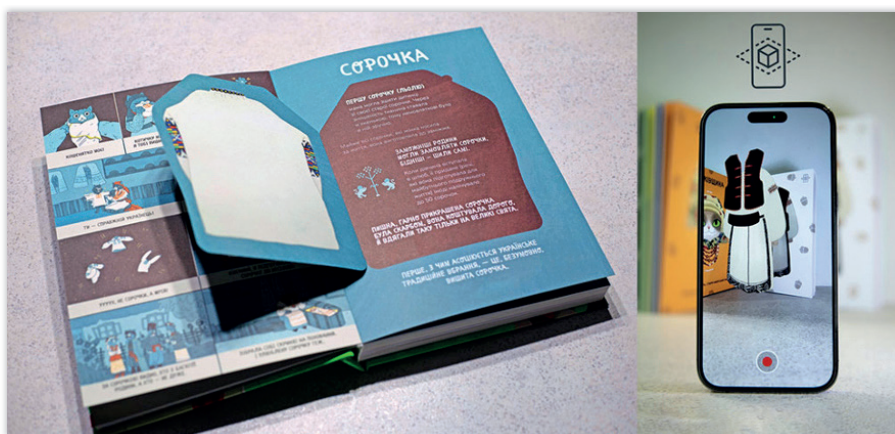


Рис. 4. Шарабарова Неллі, Баранова Ганна.
Український традиційний LOOK, Асса, 2024

У межах інклюзивного дизайну багатфункціональним видається використання QR-кодів для переходу до аудіоверсії тексту, жестових перекладів, відеоінтерпретацій або текстових пояснень. Завдяки цим елементам одна й та сама друкована книжка може мати кілька рівнів доступу – для читачів/-ок із порушеннями зору, слуху, мовлення або когнітивними особливостями. Подібні видання вже з'являються в шкільній та популярній літературі, зокрема в межах проєктів, реалізованих за підтримки міжнародних та українських грантів.

У контексті глобального переосмислення доступності як етичного й технологічного імперативу дедалі більшої ваги набувають конкретні дизайнерські й редакторські рішення.

Однією із ключових тенденцій у графічному дизайні є переорієнтація на шрифти, зручні для людей з порушенням зору, дислексією, аутизмом тощо. Зокрема, активно впроваджуються шрифти на кшталт OpenDyslexic, Lexend, Atkinson Hyperlegible, які мають мінімізувати спотворення символів і полегшити сприйняття тексту. У поліграфічних проєктах зростає попит на моноширинні (monospace) або шрифти без зарубок (sans-serif), що зменшують навантаження на очі під час читання. Водночас важливи стали параметри, як-от: ширина міжрядкового інтервалу (leading), відстань між літерами (tracking), уникнення вузьких колонок тощо.

Важливим трендом для інклюзивної друкованої продукції є повернення до матеріальної, тілесної взаємодії із книжкою. Рельєфне тиснення, фактурні матеріали, термопластичні елементи, шрифт Брайля, кольорова кодованість сторінок – усе це вже практикується в багатьох освітніх і культурних проєктах. Наприклад, дослідники/-ці із Університету Колорадо в Боулдері створили проєкт «Тактильні книжки з картинками» (Tactile Picture Books Project) – серію книг, надрукованих на 3D-принтері, які виходять за рамки використання шрифту Брайля. Завдяки зростаючій доступності цієї технології, команда вчених у Боулдері перетворила класичні зображення дитячих казок «На добраніч, Місяцю» та «Гарольд і фіолетова крейда» на тактильні ілюстрації (рис. 5) (The ATLAS Institute, n.d.).



Рис.5. 3D-ілюстрація дитячої казки, проєкт «Тактильні книжки з картинками»
(The ATLAS Institute, n.d.)

Ще одним прикладом є видання Wondrous World (Čudesan svijet), яке створили магістри Загребського університету (Хорватія). Тактильні зображення, (пов'язані з мотивами оповідання) виготовлені за допомогою різних елементів й текстур – тканина, пластмаса, нитки тощо – усі вони розміщені в колі, адже така форма зберігає однакову інтерпретацію зображення. Ці елементи також є мультисенсорними, тому,

окрім високого рівня тактильності, забезпечують рух і, як наслідок, звук (рис. 6) (Horvat, 2016).



Рис. 6. Сторінки дитячого видання *Wondrous World*, Школа дизайну, 2014-2015

В Україні такими прикладами є:

- фетрові й текстильні абетки, виготовлені для спеціальних шкіл;
- експериментальні тактильні адаптації класичних казок та віршів українських авторів;
- книжки з віконцями, запахами, рухливими деталями (хоча здебільшого це перекладні проекти).

Подібні продукти сприяють залученню до читання дітей з різними типами сприйняття – не лише незрячих, а й тих, хто має аутизм, порушення моторики, труднощі з увагою чи гіперсенсорність.

Уже сьогодні в Україні впроваджують практики, що відповідають або подекуди випереджають міжнародні тренди інклюзивного дизайну. Водночас вони залишаються переважно розрізненими, експериментальними або волонтерськими. Нагальною є потреба у формуванні єдиної системи підтримки таких ініціатив: через нормативні акти, підтримку пілотних проєктів, створення національних стандартів інклюзивної верстки та дизайн-політики для державних і незалежних видавців.

Дослідження та узагальнення кращих міжнародних і національних практик, а також їхнє закріплення у відповідній нормативній документації дозволить забезпечити уніфікований підхід до виробництва інклюзивних видань, підвищити їхню якість і доступність, а також сприятиме більш масовому впровадженню таких продуктів на ринку.

Більшість чинних міжнародних стандартів орієнтовані на цифрові формати, наприклад, WCAG 2.1 / 2.2 (World Wide Web Consortium, 2023) – набір рекомендацій для цифрового та вебконтенту, що охоплює поняття читабельності, навігації, розпізнавання (у новіших версіях доопрацюва-

но критерії щодо узгодженості верстки й допомоги користувачам/-кам). «European Accessibility Act» (ЕАА) – директива Європейського Союзу (ЄС), що відображає зобов'язання, передбачені Конвенцією ООН про права людей з інвалідністю. У цьому документі описано широкий спектр систем, включно із персональними пристроями (комп'ютери, смартфони, електронні книги), а також державні послуги (телевізійне мовлення, банкомати, квиткові автомати, послуги громадського транспорту, банківські послуги тощо). EPUB Accessibility 1.1 – стандарт представляє конкретизацію вимог доступності EPUB-книг. Містить набір рекомендацій щодо семантичної розмітки, адаптивного дизайну, забезпечення керування цифровими правами (DRM), спрямованих на те, щоб електронні книги були доступними для читачів з різними потребами, включаючи людей з інвалідністю (World Wide Web Consortium, 2025a).

Поступово формуються принципи й рекомендації щодо доступності друкованої продукції. Вони базуються не лише на основних поліграфічних вимогах, а й на врахуванні когнітивних, сенсорних та фізичних потреб різних груп читачів/-ок. До прикладу, ISO 14289-1. Покращення формату файлів електронних документів для забезпечення доступності – Частина 1: Використання ISO 32000-1 (PDF/UA-1) (Electronic document file format enhancement for accessibility – Part 1: Use of ISO 32000-1 (PDF/UA-1) (PDF Association, n.d.) хоч і стосується цифрових документів, часто є прототипом «доступного» макета для друкованих видань, адже рекомендації щодо структуризації, видимих заголовків, логічної ієрархії можуть бути успішно імплементовані для поліграфії.

«Інструкції щодо використання великого шрифту» (Large Print Guidelines), створені Американською друкарнею для незрячих (American Printing House for the Blind) встановлює правила оформлення видань із великим шрифтом (*Large Print Guidelines*, n.d.). Зокрема, йдеться про використання гарнітур без зарубок (sans-serif), кегль – не менше 18 pt, широкий міжрядковий інтервал, чітка ієрархія заголовків та підзаголовків, відмова від декоративних шрифтів і надміру кольорових елементів.

«Керівні принципи і стандарти для тактильної графіки, 2022» (Guidelines and Standards for Tactile Graphics, 2022») (*Guidelines and Standards*, 2022) регламентують стандарти створення тактильних зображень, карт, графіків і діаграм для незрячих. У документі детально описано оптимальну товщину ліній, поля сторінок та міжблокові відступи, підписи шрифтом Брайля, розташування зображень на сторінці, контраст між тлом і рельєфними елементами.

В Україні зростає увага до цифрової доступності контенту. У 2022 році впроваджено ДСТУ EN 301549:2022 «Інформаційні технології. Вимоги щодо доступності продуктів та послуг ІКТ» (Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості, 2022), що базується на є WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Цей

стандарт регламентує технічні вимоги до вебресурсів, мобільних застосунків, електронних книг та документів: контрастність тексту, структурована навігація, сумісність із допоміжними технологіями тощо. Аналога для друкованих видань наразі немає, що створює очевидний розрив між контролем якості для онлайн та друкованого контенту. Така стандартизація залишається фрагментарною або імпліцитною – частіше реалізуючись у поодиноких проєктах – на практичному, але не нормативному рівні. У цьому аспекті видавці/-чині керуються загальними положеннями про організацію інклюзивного навчання в ЗЗСО та законодавчими актами у сфері соціального забезпечення людей з інвалідністю, рекомендованих Конвенцією ООН про права осіб з інвалідністю (ратифікована Україною в 2009 році). Хоча вона вимагає забезпечення доступу до інформації та підтримку альтернативних форматів, практичного втілення цього у видавничій сфері не сформульовано.

Створення національного стандарту інклюзивної верстки для друкованих видань в Україні є актуальним завданням, що передбачає адаптацію міжнародних практик до локального контексту. Доцільним вважаємо впровадження інструкцій, орієнтованих на технічні й технологічні аспекти, як-от: типографіка, структура сторінки, аудіоінтеграція, візуальна логіка, представлення альтернативних форматів (формальні, мовні, матеріальні), вимоги щодо паперу та поліграфічного виконання. Водночас потрібно зберігати відкритість до мультиформатності – поєднання друку з цифровим супроводом – як найперспективнішого напряму в інклюзивному видавництві, яке дозволяє інтегрувати взаємодію із користувачем/-кою.

Висновки

Проведене дослідження засвідчило, що інклюзивність у галузі поліграфічної продукції хоч і перебуває у стадії розвитку завдяки старанням небайдужих ентузіастів та окремих несистемних ініціатив, однак залишається дуже «екзотичною» в Україні через відсутність актуальних стандартів, обмеженість виробничих потужностей, складність запровадження спеціалізованих технологій, дефіцит кваліфікованих фахівців, а також вплив воєнних та економічних чинників.

Попри наявні труднощі, в українському поліграфічному просторі спостерігаються позитивні тенденції. Зростає усвідомлення важливості універсального дизайну, з'являються окремі інклюзивні проєкти, а цифрові технології відкривають нові можливості для адаптації друкованої продукції до потреб різних груп користувачів, сприяючи рівним можливостям для всіх. Проте ці ініціативи є радше фрагментарними, ніж частиною цілісної та системної стратегії розвитку інклюзивної поліграфії.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо в поглибленому міждисциплінарному аналізі впливу інклюзивного дизайну на різні види

поліграфічної продукції, розробленні детальних методологічних рекомендацій для всіх учасників видавничого та поліграфічного процесу (видавці, медійники, дизайнери, верстальники, друкарі), а також у створенні спеціалізованих освітніх програм для підготовки фахівців у цій галузі. Важливим напрямом є вивчення шляхів інтеграції інклюзивних рішень у масове виробництво, що стане ключовим кроком до забезпечення рівного доступу до інформації, освіти та культури для всіх громадян, формуючи відкрите, емпатичне й успішне суспільство.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Горбенко, Г. В (Ред.). (2019). *Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців* (Н. М. Вернигора, упоряд.). Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.
- Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості. (2022). *Інформаційні технології. Вимоги щодо доступності продуктів та послуг ІКТ* (ДСТУ EN 301 549:2022) (EN 301 549 V3.2.1 (2021-03), IDT)). https://zakon.isu.net.ua/sites/default/files/normdocs/dstu_en_301_549_2022_informaciyni_tekhnologii_vimogi_schodo_pdf
- Шпак, В. І. (2014). Видавнича сфера України: чинники становлення. *Наукові записки Інституту журналістики*, 55, 60–65. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_55_13
- Bohm, T. (2019). *Letter and symbol misrecognition in highly legible typefaces for general, children, dyslexic, visually impaired and ageing readers* Typography.Guru. <https://typography.guru/journal/letters-symbols-misrecognition/>
- Ganner, J., Mrva-Montoya, A., Park, M., & Duncan, K (2023). *Books without barriers: A practical guide to inclusive publishing*. Institute of Professional Editors. Digital Commons@University of Nebraska–Lincoln. <https://digitalcommons.unl.edu/scholcom/337>
- Guidelines and Standards for Tactile Graphics*, 2022. (2022). Braille Authority of North America. https://www.brailleauthority.org/sites/default/files/tg/Tactile%20Graphics%20Standards%20and%20Guidelines%202022_a11y.pdf
- Guo, D., Zhang, S., Wright, K. L., & McTigue, E. M. (2020). Do you get the picture? A meta-analysis of the effect of graphics on reading comprehension. *AERA Open*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2332858420901696>
- Hawelka, S., & Wimmer, H. (2005). Impaired visual processing of multi-element arrays is associated with increased number of eye movements in dyslexic reading, *Vision Research*, 45(7), 855–863, <https://doi.org/10.1016/j.visres.2004.10.007>
- Horvat, Z. (2016, January 29). *Tactile picture book for blind children*. Behance. <https://www.behance.net/gallery/30101433/Tactile-Picture-Book-for-Blind-Children>
- Large Print Guidelines*. (n.d.). American Council of the Blind. Retrieved June 28, 2025, from <https://www.acb.org/large-print-guidelines>
- PDF Association. (n.d.). *ISO 14289-1. Electronic document file format enhancement for accessibility – Part 1: Use of ISO 32000-1 (PDF/UA-1)*. Retrieved June 28, 2025, from <https://pdfa.org/resource/iso-14289-pdfua/>
- Rushton, W. A. H. (1975). Visual pigments and color blindness. *Scientific American*, 232(3), 64–75. <http://www.jstor.org/stable/24949753>
- The ATLAS Institute. (n.d.). *Tactile picture books project – build a better book*. University of Colorado Boulder. Retrieved June 28, 2025, from <https://www.colorado.edu/atlas/tactile-picture-books-project-build-better-book>
- Valente, D. (2016). Haptic books for blind children: A design for all approach. In *The value of design research*. European Academy of Design. https://www.researchgate.net/publication/306061056_Tactile_books_for_blind_children_a_design_for_all_approach

- World Wide Web Consortium. (2023). *Настанови з доступності вебвмісту (WCAG) 2.1: Рекомендація W3C*. <https://www.w3.org/Translations/WCAG21-ua/>
- World Wide Web Consortium. (2025a). *EPUB Accessibility 1.1. Conformance and Discoverability Requirements for EPUB publication: W3C Editor's Draft*. <https://w3c.github.io/epub-specs/epub33/a11y/>
- World Wide Web Consortium. (2025b). *W3C Accessibility Guidelines (WCAG) 3.0: W3C Working Draft*. <https://www.w3.org/TR/wcag-3.0/>

REFERENCES

- Bohm, T. (2019). *Letter and symbol misrecognition in highly legible typefaces for general, children, dyslexic, visually impaired and ageing readers* Typography.Guru. <https://typography.guru/journal/letters-symbols-misrecognition/> [in English].
- Ganner, J., Mrva-Montoya, A., Park, M., & Duncan, K (2023). *Books without barriers: A practical guide to inclusive publishing*. Institute of Professional Editors. Digital Commons@University of Nebraska–Lincoln. <https://digitalcommons.unl.edu/scholcom/337> [in English].
- Guidelines and Standards for Tactile Graphics, 2022*. (2022). Braille Authority of North America. https://www.brailleauthority.org/sites/default/files/tg/Tactile%20Graphics%20Standards%20and%20Guidelines%202022_a11y.pdf [in English].
- Guo, D., Zhang, S., Wright, K. L., & McTigue, E. M. (2020). Do you get the picture? A meta-analysis of the effect of graphics on reading comprehension. *AERA Open*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2332858420901696> [in English].
- Hawelka, S., & Wimmer, H. (2005). Impaired visual processing of multi-element arrays is associated with increased number of eye movements in dyslexic reading, *Vision Research*, 45(7), 855–863, <https://doi.org/10.1016/j.visres.2004.10.007> [in English].
- Horbenko, H. V (Ed.). (2019). *Vydavnycha diialnist v umovakh rozvytku novitnikh tekhnolohii: vyuchennia zapytiv fakhivtsiv* [Publishing activity in the conditions of the development of new technologies: A study of the requests of specialists] (N. M. Vernyhora, Comp.). Institute of Journalism Borys Hrinchenko Kyiv University [in Ukrainian].
- Horvat, Z. (2016, January 29). *Tactile picture book for blind children*. Behance. <https://www.behance.net/gallery/30101433/Tactile-Picture-Book-for-Blind-Children> [in English].
- Large Print Guidelines*. (n.d.). American Council of the Blind. Retrieved June 28, 2025, from <https://www.acb.org/large-print-guidelines> [in English].
- PDF Association. (n.d.). *ISO 14289-1. Electronic document file format enhancement for accessibility – Part 1: Use of ISO 32000-1 (PDF/UA-1)*. Retrieved June 28, 2025, from <https://pdfa.org/resource/iso-14289-pdfua/> [in English].
- Rushton, W. A. H. (1975). Visual pigments and color blindness. *Scientific American*, 232(3), 64–75. <http://www.jstor.org/stable/24949753> [in English].
- Shpak, V. I. (2014). Vydavnycha sfera Ukrainy: chynnyky stanovlennia [Publishing industry of Ukraine: Factors of formation]. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 55, 60–65. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_55_13 [in Ukrainian].
- The ATLAS Institute. (n.d.). *Tactile picture books project – build a better book*. University of Colorado Boulder. Retrieved June 28, 2025, from <https://www.colorado.edu/atlas/tactile-picture-books-project-build-better-book> [in English].
- Ukrainian Scientific Research and Training Center for Standardization, Certification and Quality Problems. (2022). *Informatsiini tekhnolohii. Vymohy shchodo dostupnosti produktiv ta posluh IKT* [Information technologies. Requirements for the accessibility of ICT products and services] (DSTU EN 301 549:2022) (EN 301 549 V3.2.1 (2021-03), IDT)). https://zakon.isu.net.ua/sites/default/files/normdocs/dstu_en_301_549_2022_informaciyni_tekhnologii_vimogi_schodo_.pdf [in Ukrainian].
- Valente, D. (2016). Haptic books for blind children: A design for all approach. In *The value of design research*. European Academy of Design. <https://www.researchgate.net/>

- publication/306061056_Tactile_books_for_blind_children_a_design_for_all_approach [in English].
- World Wide Web Consortium. (2023). *Nastanovy z dostupnosti vebvmistu (WCAG) 2.1: Rekomendatsiia W3C* [Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1: W3C Recommendation]. <https://www.w3.org/Translations/WCAG21-ua/> [in Ukrainian].
- World Wide Web Consortium. (2025a). *EPUB Accessibility 1.1. Conformance and Discoverability Requirements for EPUB publication: W3C Editor's Draft*. <https://w3c.github.io/epub-specs/epub33/a11y/> [in English].
- World Wide Web Consortium. (2025b). *W3C Accessibility Guidelines (WCAG) 3.0: W3C Working Draft*. <https://www.w3.org/TR/wcag-3.0/> [in English].

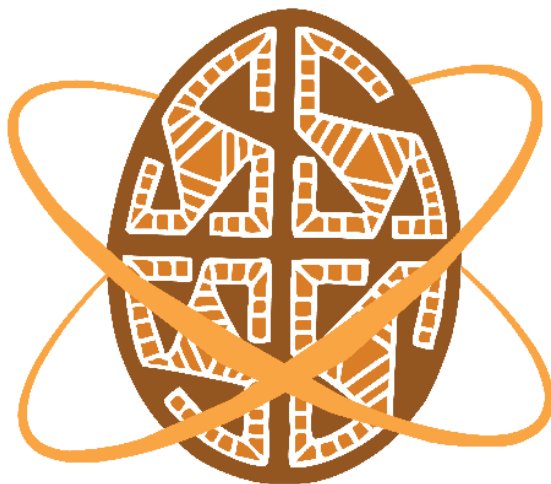
Надійшла: 13.07.2025; Прийнято: 24.09.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА КНИГОВИДАННЯ

HISTORY OF JOURNALISM
AND BOOK PUBLISHING



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345602

УДК 050Вітряк(477.51)

Альманах «Вітряк» як взірець крайової літературної періодики

Іван ЗАБІЯКА

канд. іст.н., ст. н. співр.

вул. Межова, 15, 04123, Київ,
Україна

zabijaka2003@ukr.net

ORCID 0000-0003-1596-4403

© Забіяка І., 2025

У статті йдеться про альманах «Вітряк», присвячений одному з найменших колишніх районів Чернігівської області – Талалаївському. Протягом шести років вдалося видати п'ять випусків альманаху. Від випуску до випуску його обсяг збільшувався, тематичний діапазон розширювався, що свідчило про багатство району в культурно-духовному та історичному плані. Подібне відбувалося практично в кожному районі, але глибина й масштаби цього явища все-таки в кожного різні. Вони розкриваються в процесі вникнення й заглиблення в історичні, духовні, загальнокультурні пласти. Упорядникові альманаху вдалося здійснити досить значну роботу в цьому напрямку: зібрати й надрукувати матеріали про частину представників української еліти, відомої до Талалаївщини другої половини XIX – поч. XX ст., таких як Василь Горленко, Іван Кавалерідзе, Олександр Губар, Петро Ротач, Григорій Вишневий та ін. Надруковано твори Івана Кавалерідзе, Остапа Вишні з оцінкою критиків М. Шудрі, В. Святковця з позиції нинішнього часу. Багато уваги приділено творчості місцевим авторам та вихідцям із цього краю – П. Ротачу, Олександрі Гострій та ін. Окремий випуск присвячений землякам, які воювали, загинули в роки Другої світової війни: подано коротку історичну довідку села, списки загиблих і тих, хто пропав безвісти. Альманах містить матеріали, які стануть у нагоді вчителям української мови та літератури, історії, географії та краєзнавцям. У його випусках опубліковано твори авторів з Києва, Криму, Полтави, Талалаївщини, Чернігова – вірші, проза, епістолярій, історичні матеріали, літературознавчі та краєзнавчі дослідження та ін. Обкладинки заповнені на всіх сторінках кольоровими та чорно-білими персональними й колективними світлинами. У випусках альманаху критично осмислювалися проблеми, пов'язані з безпам'ятством, байдужістю й некомпетентністю окремих очільників краю.

Ключові слова: альманах «Вітряк», газета «Трибуна Хлібороба», Талалаївщина, рідний край, літературна Талалаївщина, наші земляки.

ALMANAC “VITRIAK” (“WINDMILL”) AS A MODEL OF REGIONAL LITERARY PERIODICALS

Ivan ZABIJAKA

PhD in Historical Sciences, Senior Lecturer

Mezhova str., 15, 04123, Kyiv, Ukraine

zabijaka2003@ukr.net

ORCID 0000-0003-1596-4403

This article studies almanac “Vitriak” (“Windmill”) dedicated to one of the smallest former districts of Chernihiv region, Talalayiv district. Over the course of six years, this almanac managed to publish 5 issues. From issue to issue, its volume increased, the thematic range expanded, which testified to the wealth of this district in cultural, spiritual and historical terms. This happened in almost every district. Still, the depth and scale of this phenomenon is still different for each of them. They are revealed while penetrating and delving into historical, spiritual and general cultural layers. The compiler of this almanac coped with quite a lot of work in this direction: to collect and publish materials about some of the representatives of the Ukrainian elite involved in the Talalayiv district in the second half of the 19th – early 20th centuries, such as Vasyl Horlenko, Ivan Kavaleridze, Oleksandr Hubar, Petro Rotach, Hryhorii Vyshnevyi, et al. Much attention is paid to the creative work of local authors and natives of this region – P. Rotach, Oleksandra Hostrii, and others. A certain issue was devoted to the countrymen who fought and died during the Second World War: a brief historical background of the village, lists of those who died and those who went missing were presented. The almanac consists of materials that can help teachers of the Ukrainian language and literature, history, geography and local history. In its issues, works by authors from Kyiv, the Crimea, Poltava, Talalaiiv district, Chernihiv are published: poems, prose, epistolary works, historical materials, literary and local history studies, etc. The covers are filled with colour and black-and-white personal and collective photographs on all pages. The almanac issues critically reflect on the problems associated with forgetfulness, indifference and incompetence of some leaders of this district.

Keywords: *almanac “Vitriak” (“Windmill”), newspaper “Trybuna Khliboroba” (“The Plowman’s Tribune”), Talalaiiv district, native land, literary Talalayiv district, our countrymen.*

Актуальність теми

У класичному журналістикознавстві побутують поняття провінційної та крайової преси, інших засобів масової інформації. Перше поняття, зрозуміло, вужче, ніж друге. Але, на нашу думку, обидва применшують такий вид інформаційного жанру, типу; для них характерна поверховість тлумачення.

Українська журналістика має традиції такого типу видання. За спостереженням українського культуролога, журналіста кінця XIX – поч. XX ст. В. Горленка, українська література приречена на видання альманахів, збірників (Горленко, 1887). Ця своєрідна приреченість має тяглість і нині. Її особливість, на нашу думку, полягає в тому, що альманахова література зручна тим, що не потребує систематичності видання. Воно може здійснюватись із продовженням, але без конкретної періодичності.

Стан розробки проблеми

Спеціального дослідження чи огляду, присвяченого всім випускам альманаху «Вітряк», на сьогодні немає. І важко сказати, коли буде, оскільки в інститутах, факультетах журналістики університетів в Україні вивчення історії української періодики, преси години настільки скорочені, що крайова періодика не потрапляє навіть в оглядові лекції, не кажучи вже про курси. Зрозуміло, що цей пласт не розглядається і на семінарах.

За роки незалежності видань такого типу значно збільшилося, а центральних, обласних, галузевих газет, журналів значно зменшилося, навіть багато з них взагалі зникли з інформаційного поля.

Потреба в осмисленні такого типу видань є не лише в рамках курсових, дипломних, магістерських робіт, а й в кандидатських/докторських, де б було осмислено альманахи як самостійне явище кінця XX – початку XXI ст., зокрема і в порівнянні з подібними видання в Україні означеного періоду. І до цього не так часто можна було зустріти дисертаційно-монографічні праці, а тепер – тим більше.

Українське пресознавство, журналістикознавство, яке фактично народилося за межами України, не знайшло належного продовження свого розвитку на теренах, де виходили такі газети, журнали, альманахи. А мало б бути й альманахознавство, оскільки в типологічному змісті воно відрізняється від інших періодичних чи з продовженням видань.

Єдині публікації про альманах «Вітряк», які заслуговують належної уваги, – ті, які містять українознавчий погляд на видання Т. Усатенко (2009, с. 10) та детальний огляд 4-го випуску альманаху Д. Кононенка (2008, с. 11).

У більшості ж, і в кращому випадку, альманах «Вітряк» ставав предметом і об'єктом жанру замітки, інформації про його вихід, згадки в оглядах. Детальніше про це в кінці цієї публікації. *Мета статті* полягає в ознайомленні читача пропонуваного дослідження із структурою та

змістом випусків альманаху «Вітряк», його найважливішими темами, матеріалами, вміщеними в ньому.

Завдання статті

Вирішення поставленої мети передбачає такі завдання:

1. З'ясувати причину й мотиви заснування та видання досліджуваного альманаху.
2. Розкрити контентне наповнення розділів і рубрик, звернувши увагу на найважливіші теми.
3. Наголосити на потребі такого типу видань та аргументувати її.

Виклад основного матеріалу

Альманах «Вітряк» (2003–2008 рр.) виходив хаотично: перший випуск – 2003, другий – 2005, третій і четвертий – 2007, п'ятий – 2008. Усі випуски виходили форматом А5. Обсяг кожного числа коливався – від 68 до 200 сторінок.

Від 2008 р. видання альманаху трансформувалося в «Бібліотеку альманаху «Вітряк», де побачила світ перша поетична книжка місцевої журналістики, поетеси Олександри Гострої «Сповідь траві. Поезії». Нині в цій бібліотеці побачило світ уже понад двадцять різних видань.

Первинно альманах «Вітряк» мала намір видавати талалаївська творча інтелігенція, але далі бажання справа так і не зрушилася. Одна річ – тримати в руках готове видання, оцінювати його, давати «поради», «пропозиції» і зовсім інша – шукати матеріали, готувати їх, займатися версткою, друком, розповсюдженням. До того ж альманах – це не мішок із різним збіжжям. Кожен його матеріал повинен відповідати не лише тематично, а й бути належного творчого рівня.

Альманах задумувався як літературний, що пояснюється об'єктивними причинами: у краї багато місцевих талантів.

Із четвертого випуску сформувалися основні критерії цього видання, які практично відповідають не лише всім альманахам цього краю, а й серії «Бібліотека альманаху «Вітряк». На Талалаївщині є великі поклади нафти і газу. Лише в с. Ярошівка (Українське) понад двадцять продуктивних свердловин, їх називають «Ярошівським родовищем» (Покин'яборода, 2019).

Талалаївщина – багатий край не лише на корисні копалини.

Простота і складність полягає тільки в тому, що їх треба шукати: невинно й повсякчас, як настирні нафтошукачі, що досягають космічних глибин, щоб видобути звідти те, що тисячами й мільйонами років зберігалось там. Їхня активність і настирність дивує. Успіхи також. Тільки різниця між ними й духовношукачами досить суттєва. Перші, збіднюючи надра, збагачують невелике оточення суспільства, позбавляючи всіх інших майбутнього. Другі, – чим глибше сягають духовних глибин,

тим більше збагачують все суспільство, не наносячи йому ні найменших втрат, роблять прозоріші перспективи майбутнього.

От тільки дивина – від земних надр цивілізація зуміла зробити залежними кожного з нас у тій мірі, який образ життя він займає. І викарабкати-ся звідти практично неможливо без економічних, технологічних колапсів, катастроф, апокаліпсису. Чому ж усе менше й менше залежності відчуваємо від духовності? Невже наші душі віддають перевагу матеріальному, щохвилинній вигоді, відкидаючи цінності, набуті батьками й матерями, всіма іншими поколіннями? Невже ми так закрутилися в щоденній суєті, що нема коли зупинитися, подумати, зважити, відчутти втрату рівноваги? Мабуть, таки так. Немає коли ні зупинитися, ні, тим паче, задуматися. Хочеться тільки вірити, що все це не надовго, а скороминуще, що ми оговтаємося і звернемо обличчя до світлин батьків і матерів, дідів і бабусь, що нам удасться осмислити здобутки минулих поколінь, найдемо в собі мудрість дати їм гідну оцінку, що не зганьбимо ні їхньої праці, ні їхнього внеску. Віряться, що все врівноважиться. (Забіяка, 2007а, с. 5)

Перший випуск справді був суто літературний. Нагода його виходу доволі спокуслива: 150 річниця від дня народження В. Горленка – справжнього поціновувача вишуканого мистецтва. Тому й відкривався альманах передмовою «Ярошівський світоч» О. Липіна та О. Горбаня (обидва псевдоніми). Із передмовою звернувся М. Онищенко (2003): «Щиро просимо, заходьте до нашого талалаївського вітряка. В ньому ще є жито, є хліб, а значить і життя є. Хай він і невеличкий у нас, але крила не згорнув і скрипить, ніби гомонить та про себе розповідає. Заходьте, послушайте, тут іще є, крім вас, люди – наш вітряк для всіх відкритий, і в ньому завжди точиться і борошно, і розмова» (с. 6).

До збірника ввійшли поезії й новела Михайла Барвінка, поезії і дві новели Олександри Гострої, поезії Лариси Дзюбан, Оксани Павленко, Миколи Пригари, Олени Степаненко. Художнє оформлення виконав Микола Пригара. Він же намалював і обкладинку. Використано фото Валерія Чернявського. Друк – чорно-білий. Обкладинка – кольорова (рис. 1).

Варто зауважити, що, починаючи з першого випуску і закінчуючи п'ятим, на першій сторінці обкладинки принципово використовувалися світлини, листівки, картини, на яких зображено вітряк. Використано картини художників Віталія Бабенка, Миколи Пригари, Георгія Сергєєва. Цьому дещо допоміг український журналіст, кі-



Рис. 1. Обкладинка першого випуску альманаху «Вітряк»

нодраматург, письменник, перекладач, лауреат Державної премії України імені Т. Г. Шевченка, заслужений діяч мистецтв України Микола Шудря. Це було не лише символом, а й своєрідним брендом (Рис.1, 2, 3, 4, 5). Друга, третя інколи й четверта сторінка обкладинки були віддані світлинам, які можна було надрукувати в кольорі.

Другий випуск уже мав означення «Літературно-краєзнавчий альманах Талалаївщини». І для цього були також вагомі причини. Це означення залишилося включно до п'ятого (останнього) випуску. У ньому представлено матеріали, присвячені 60-річчю від дня визволення від німецько-фашистських загарбників, розміщено матеріали про героїв радянського союзу, кавалерів орденів слави та орденів лєніна, одержаних на війні тими, хто народився в районі. Це був 2005 рік. Зрозуміло, що в цей період ще весь інформаційний простір, який мав відношення до Другої світової війни, мислився значною мірою в рамках війни і в географічних обшарах радянського союзу. Звідси переважно й риторика. Але ця риторика мала й критичний зміст. У процесі пошуків матеріалів, а це переважно списки громадян населених пунктів району, які загинули чи пропали безвісти. Ці списки формувалися не за документами, архівними довідками, а методом опитування через двадцять і більше років після війни. Можна лише уявити, скількох односельчан у цих списках немає. Автор статті з великими потугами наприкінці 1990-х рр. домігся внести в ці списки свого рідного дядька, маючи документальне підтвердження, що він загинув під Москвою.

Альманах ставив багато незручних запитань для влади, однак вони залишалися без відповіді:

Як бути із тими, які все-таки повернулися з війни додому, але вже на другий день мирного життя почали вмирати від ран і контузій, і вмирають по сьогоднішній день? Чи будуть коли-небудь складені списки цих людей, які в однаковій мірі віддавали своє життя, але доля їх вберегла? Хіба вони менше заслуговують на пам'ять нащадків?

Чи будуть складені коли-небудь списки тих, хто потрапив у полон, був обдурений радянським керівництвом, повернувся на рідну землю, а з неї тут же був відправлений до Макара і його телят, а звідти не повернувся? В який список їх записати треба? Скільки взагалі було полонених?

Чи дізнаємося коли-небудь про тих, хто загинув на окупованих територіях від німецько-радянських бомбардувань, артобстрілів, каральних операцій, усіляких розстрілювань?



Рис.2. Обкладинка другого випуску альманаху «Вітряк»

Скільки людей було евакуйовано, чи помирали вони під час евакуації?

Скільки мирного населення було вивезено до Німеччини, скільки повернулося, скільки там залишилося, скільки померло і з яких причин?

Ні, допоки ми не навчимося шанувати, цінувати минуле, ми не варті майбутнього. (Забіяка, 2005, с. 143)

Інколи доводиться чути від українського військового керівництва слова про цінність життя кожного воїна. Водночас хочеться, щоб у час комп'ютерів, смартфонів і планшетів, широкого асортименту комунікаційних технологій і засобів, якими користуються сучасні збройні сили, більше не було забуто жодного імені захисників України, щоб девіз «Ніхто не забутий, ніщо не забуто» був не політичним гаслом, а дієвим у кожному місті, селі, квартирі і хаті, звідки й де воював кожен воїн, живий він чи віддав своє життя за своїх дітей, сім'ю, державу. Хочеться, щоб якомога більше застосовувалися технологічні засоби ведення війни: дрони, безпілотники та ін., щоб якомога менше гинуло українських хлопців, дівчат – майбутніх батьків і матерів, щоб Україна після війни якомога швидше відродилася демографічно.

Третій випуск альманаху «Вітряк» присвячено 100-річчю від дня смерті В. Горленка та 120-річчю від дня народження І. Кавалерідзе. Цей випуск більш структурований по відношенню до попередніх такими рубриками: «До 100-річчя від дня смерті В. П. Горленка», «До 120-річчя від дня народження І. П. Кавалерідзе», «Літературна Талалаївщина», «Із фонду Петра Ротача», «Здрастуй, глибинко. Історико-краєзнавча, топонімічна анкета населеного пункту, його околиці». На обкладинці використано листівку з колекції українського науковця, мистецтвознавця, шевченкознавця, музейного діяча, колекціонера, літератора, поета, заслуженого діяча мистецтв України В. Яцюка (рис. 3). З кількох таких листівок зі своєї колекції дозволив зняти копії М. Шудря.



Рис. 3. Обкладинка третього випуску альманаху «Вітряк»

У передовій «Від упорядника» сконденсована оцінка не тільки творчості В. Горленка та І. Кавалерідзе, а й наступнім епохам.

У цій частині випуску читаємо:

Між Горленком і Кавалерідзе багато спільного. Вони були закохані у свій край. І це почуття передалося наступним поколінням. Вони належали до вищого гатунку митців. І це мистецтво інші продовжують їхні традиції. Вони вчилися у світових майстрів свого ремесла. І це ремесло набуло світового рівня. Вони багато в чому йшли попереду. І їхні сліди не замітало порохом часу.

Між ними знаходимо й відмінності. Кожен жив у дещо різний час і був відданий іншим видам мистецтва. Але це тільки збагачувало його історію. Кавалерідзе творив у цілому масове мистецтво, а Горленко був його критиком. Кожен був дитиною й продуктом своєї епохи, але власною творчістю вони значно розширили її в часі.

Нові покоління продовжують творити мистецтво вже в інших умовах. Для справжнього мистецтва ніяка епоха не передбачає сприятливих умов, бо воно завжди було і є опозиційним до існуючої дійсності. У цьому й вічність його. Тому, коли рука тягнеться до пера, а думку бентежить образ, навіяний побаченим, почутим, а серце не дає спокою, доки все не буде висловлене на папері, ще не все втрачено й принижено, ще не остаточно загублена душа, яка хоче, щоб і навколо неї не було порожнечі.

Йдучи вперед, ми просто зобов'язані час від часу оглядатися назад, щоб не забути минуле, щоб звірити з ним наші кроки, напрям руху. (Забіяка, 2007b, с. 5)

Під рубрикою, присвяченою В. Горленку, вперше за багато років і десятиліть надруковано петербурзький і київський некрологи, спогади М. Стороженка, Б. Лазаревського, Д. Роша, Г. Лазаревського, І. Борщака, О. Губаря, а також три дослідження І. Забіяки: 1) про фольклорні експедиції В. Горленком до північної Чернігівщини, 2) його стосунки із Францією та 3) родиною Скоропадських.

Під рубрикою, присвяченою І. Кавалерідзе, розміщено матеріал М. Шудрі, спогади Р. Синька та І. Кавалерідзе, його кіноповість «Прометей» за редакцією М. Шудрі.

Літературну Талалаївщину представили поетичні та прозові твори Ю. Дзюбана, М. Барвінка, О. Гострої, Л. Дзюбан.

Із фонду П. Ротача подано листи надзвичайно обдарованого вчителя, художника довгалівської школи, представника старої української інтелігенції Ф. Лавріненка до П. Ротача.

Подаючи анкету «Здрастуй, глибинко...», упорядник сподівався, що вона зацікавить насамперед учителів історії, географії, краєзнавців

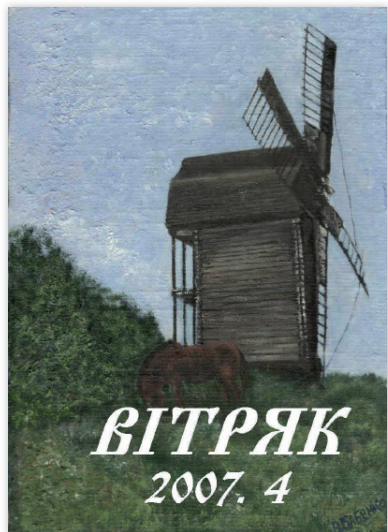


Рис. 4. Обкладинка четвертого випуску альманаху «Вітряк»

і стане предметом краєзнавчих гуртків. Зацікавила, але краєзнавців з Варвинського району Чернігівської області.

Назву четвертого випуску визначив поетичний вислів Олександра Олеся «З журбою радість обнялась». Так називається його вірш із однойменної збірки. І цьому також була вагома причина. Відкривався випуск рубрикою «Наші втрати» (рис. 4).

Першою втратою став відхід в інший світ українського письменника, патріота родом із с. Займище Талалаївського району, який жив в Австралії, Григорія Петровича Вишневого (справжнє – Карпов). У роки Другої світової війни він емігрував у Європу, потім в Австралію. Там переважно займався педагогічною діяльністю і писав. У роки незалежності України приїжджав на свою батьківщину, став членом спілки

письменників України, видав кілька мовознавчих і літературних книг. Не всі займищани сприйняли його повернення і зрозуміли. В альманасі вміщено автобіографію Григорія Вишневого, рекомендації до спілки Дм. Нитченка і П. Ротача, матеріал Віри Злепко. Другою цього [2007] року втратою стала смерть Петра Петровича Ротача:

У червні місяці пішов із життя незабутній Петро Петрович Ротач. Це втрата не лише Талалаївського краю, Полтавщини, – це втрата всієї України. Переоцінити його вклад в українську культуру важко. За своїм масштабом творчості поруч нього поставити будь-кого неможливо. Швидше всього, він був самотній [один із псевдонімів його так і називався – Петро Самотній. – І. З.]. Йому були підвладні всі жанри творчості... Його працездатності може позаздрити кожен, хто причетний до творчості... Тому й встиг підготувати близько трьох тисяч публікацій. А якщо додати до цього ще й стосунки більшовицької влади до нього [переслідування КДБ. – І. З.], то Петро Петрович здійснив як життєвий, як духовний, так і творчий подвиг. (Забіяка, 2007а, с. 6)

Про П. Ротача подано його автобіографію, матеріали П. Тронька, С. Білоконя, Л. Остроушка, а також підбірку оцінкового матеріалу про його творчість.

Наступні рубрики – радісні. Перша присвячена 85-літтю від дня народження Олександра Івановича Губаря – професора Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського, уродженця с. Ярошівки.

Тут розміщено автобіографію О. Губаря, матеріали Б. Мельничука, В. Гуменюка, Д. Кононенка.

Друга рубрика – ювілей Олександри Гострої, місцевої поетеси, майстрині малих прозових жанрів, журналістки. Творчу характеристику цієї журналістки подав відомий літературознавець із Києва В. Святовець під заголовком «Там десь, за літами студентськими», який пам'ятав свою студентку-заочницю, керував її дипломною роботою. Земляк В. Баранов визнав О. Гостру своєю вчителькою, назвавши матеріал «Вчителько моя, зоре світова...». А далі – понад 20 сторінок поезії і понад 50 сторінок – прози.

Олександра Гостра заслуговувала літературно-творчої події в районному будинку культури. І хоча презентацію цього випуску альманаху провели в залі райадміністрації, пройшла вона на досить високому творчому та емоційному рівні. Тепер Олександра Гостра – редактор Прилуцької районної газети «Трибуна Хлібороба», в який входить і Талалаївська громада. Новий адміністративно-територіальний поділ міг би бути поштовхом до тематичного розмаїття альманаху «Вітряк». Воно частково реалізовується в «Бібліотеці альманаху «Вітряк»»: видано конкурсну роботу учениці 10-го класу з Прилук Ірини Биховської (2023) про весільний коровай як елемент весільного обряду, але поза увагою залишається великий географічний простір (Срібнянщина, Варванщина, Ічнянщина, Прилуччина, тепер уже і сама Талалаївщина) з його багатим культурно-історичним минулим і сьогоденням. Але газета «Трибуна Хлібороба» достатньою мірою відображає найрізноманітніші події Талалаївщини. І саме тому газета ще тримається на плаву, що її очолює Олександра Гостра.

Кажуть, якщо в номері газети «Трибуна Хлібороба» немає публікації Олександри Гострої, газета – не газета. І в це можна повірити. Читаючи її прозові твори, не можна стримати сліз навіть нам чоловікам. І це також правда. Читаючи її поезію, відчуваєш силу поетичних образів, оригінальну стилістику, багатство й відчуття мови... І це ще маленька правда... (Забіяка, 2007а, с. 7)

І не даремно першою книгою в «Бібліотеці альманаху «Вітряк» стала поетична збірка Олександри Гострої «Сповідь траві». Упорядник видання представив цю збірку так.

На презентації ведучим, тодішнім головою адміністрації В. Опришком, висловлено побажання, щоб альманах надрукував таблиці з української мови для шкіл. Зрозуміло, альманах цього прохання виконати не зміг насамперед через характер видання – таблиці з української мови, які має розробити відповідний фахівець, то й же, скажімо, вчитель. Такого матеріалу альманаху не було надано. Прикро, що на початку 2000-х років педагогічні видавництва, науково-дослідні педагогічні

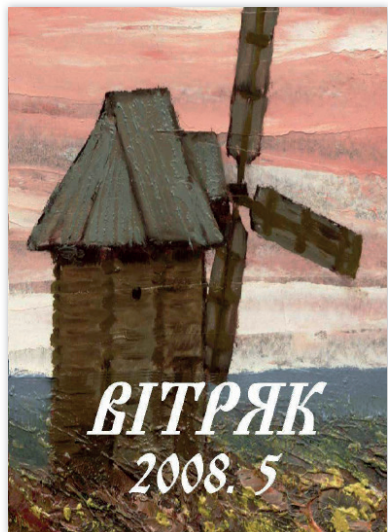


Рис. 5. Обкладинка п'ятого випуску альманаху «Вітряк»

інститути Академії педагогічних наук не змогли забезпечити школу такого типу літератури.

Проте було знайдено вихід. В альманасі започаткували нову рубрику – «На допомогу вчителю».

І не лише філологів. І не лише розробки уроків, а й історико-краєзнавча та інша тематика. Нам достеменно відомо, що такими матеріалами володіють педагоги. Їх ми пропонуємо надрукувати у «Вітряку» ... адже альманах поки що готується однією особою на виключно громадських засадах. Чекаємо ваших матеріалів. (Забіяка, 2007а, с. 8)

У цьому випуску було надруковано матеріал В. Святюка «Особливості стилю роману «Тигролови» Івана Багряного».

П'ятий, ювілейний, випуск альманаху «Вітряк» вийшов без присвяти (рис. 5). Під рубрикою «Літературна Талалаївщина» надруковано поетичні твори Ганни Мірошніченко та Оксани Павленко. Обидві родом із с. Красний Колядин: одна живе в селі, інша – в місті. Також опубліковано повість І. Кавалерідзе «Марія Іванівна», «яка написана понад півстоліття тому, але в новому витку історії України стала не менше актуальною, як і в ті далекі [1920-ті роки. – І. З.] часи» (Забіяка, 2008, с. 5). Передмову написав М. Шудря, який добре знав Івана Петровича, дружив з ним, тому радів і нашій співпраці. Коли дізнався, що альманах більше не виходить, дуже шкодував.

Під рубрикою «Із фонду Петра Ротача» надруковано листи й листівки Марії Лавріненко під заголовком «Листи про мого вчителя», малося на увазі – Ф. Лавріненка.

У цьому випуску продовжили й рубрику «На допомогу вчителю». З неоднозначним смислом було презентовано гумореску Остапа Вишні «Чухраїнці», супроводивши її аналізом («Остап Вишня сміється») О. Губаря. «На наше переконання, цей розділ, йдеться в передмові від редактора, – надзвичайно корисно буде прочитати всім, до чийх рук потрапить альманах. Адже ми ще й досі чухаємо свої потилиці в роздумах: бути незалежними й разом з усім світом чи бути рабами-кріпаками і додатком до тоталітарної держави? Останнє поки що переважає. То як же не чухраїнці?!» (Забіяка, 2008, с. 6).

Частина сіл Талалаївського району в козацькі часи та до 1917 р. були в складі Прилуцького повіту Прилуцької округи. Тому цілком закономірно було започаткувати рубрику «Наші сусіди». Її розпочали розпові-

дями Ірини Матяш та Миколи Шудрі про великого актора-сміхотворця Миколу Яковченка.

Здавалося б, дуже проста назва рубрики «Мовою документів», яка не лише продовжила тему сусідства, а й могла б перерости у великий комплекс певних документів. Ось, для прикладу, «Паспорт-характеристика Киевской области», підготовлений 13 листопада 1944 р. Київським обласним управлінням Народного комісаріату державної безпеки УРСР. Він мав гриф «Совершенно секретно» з нумерацією кожного примірника. Прочитати його спокійно не кожен зможе. Найважливіша в ній частина має назву «Краткая политическая характеристика». Для створення уявлення про цю характеристику наведемо з неї лише дві цитати:

Гор. Киев в дореволюционное время являлся черносотенным городом – был насыщен кулачеством, помещиками, дворянской аристократии, духовенством (30000 попов и монахов, 45000 дворян и 50000 купцов)» і «Еще в дореволюционное время Киев являлся центром украинских националистов, особенно ожививших свою националистическую деятельность с началом революции. ("Мовою документів", 2008, с. 175)

Тут і Центральна рада, «СВУ» і «ОУН», різні «банди» тощо. Складається враження, що Київ та область заповнені різними ворожими елементами протягом багатьох десятиліть і століть. Подібні характеристики були складені, можливо, й на кожен область. Редакція альманаху зініціювала пошук таких документів. Тому третій випуск вийшов уже з грифом «Прилуцький осередок Чернігівського земляцтва в м. Києві. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики». Він символізував два суб'єкти: установу й виконавця. Четвертий і п'ятий – «Чернігівське земляцтво в м. Києві. Прилуцький осередок».

Сприяв виданню альманаху керівник Прилуцького відділення Чернігівського земляцтва Павло Олександрович Кривонос.

Окремо про рубрики. Загалом у п'яти випусках їх 19. З кожним випуском їх ставало більше й більше. Життя диктувало нові теми, відтак альманах все ширше й глибше охоплював його на своїх сторінках. Сім рубрик двічі чи тричі переходили з одного випуску в наступний, тобто вони вже мали певну традицію, динаміку, тяглість.

Чи міг би альманах таким чином замінити місцеву газету? Безперечно – ні. Насамперед сьогоднішня – це прерогатива газети. Все інше – можна було б розділити навпіл: історія краю, конкретні явища, долі людські, літературна творчість тощо. Могла б бути налагоджена тісна творча співпраця.

Редакція була свідома того, що частина матеріалів вичерпувалася і не могла поповнювати альманах, чим би ставила під загрозу його існування. Тому була розпочата робота з підготовки збору матеріалів про істо-

рію кожного села, якій би присвячувався номер альманаху. Адже в районі є кілька сіл, історія яких нараховує до тисячі чи й більше років. Тобто є про що вести мову. Принаймні, ще випусків 15 могло б бути підготовленими.

Проте стало ясно, що історико-краєзнавча робота в районі якщо й велася на рівні вчителів історії чи інших предметів, бібліотекарів, але на низькому, навіть примітивному рівні. Історія населеного пункту розміщувалася хіба що на кількох сторінках. За таких умов ні про які адресні випуски населеному пункту чи сільрадіському осередку й мови не могло бути.

Рубрика «Нас читають» насамперед обумовлена потребою показати зворотній зв'язок між альманахом і читачами. Це абсолютно закономірно, що за якийсь час з'являється певний масив матеріалу, який демонструє корисність проекту, і за допомогою його виникає мотиваційна динаміка підготовки й видання альманаху чи чогось іншого.

Про відгуки на альманах «Вітряк» зумисне відкладено насамкінець, щоб не нав'язувати читачеві цього матеріалу думку спочатку інших, а потім уже контент самого альманаху. Звичайно, без амбіцій, альманах заслуговує на детальніший аналіз, хоча б на його прочитання.

Для початку подамо таблицю переглядів і завантажень станом на 28 березня 2025 р.

Таблиця 1

Перегляди і завантаження

№ випуску	Переглядів	Завантажень
Випуск 1	912	242
Випуск 2	841	1102
Випуск 3	760	1018
Випуск 4	794	1154
Випуск 5	948	4371

Авторська розробка

Друкувався альманах тиражем – максимум 200 примірників.

Розповсюджувався переважно по бібліотеках.

Про альманах «Вітряк» інколи відгукувалася й преса. Особливо, коли з'являвся новий випуск.

Про перший випуск дала інформацію місцева газета «Трибуна Хлібороба»:

Виданий альманах Чернігівським земляцтвом у Києві за сприяння керівника Прилуцького осередку П. О. Кривоноса, Талалаївської районної ради та райдержадміністрації... Це – перша книга в історії району, де представлено поезію і малу прозу місцевих авторів... Двісті примірників цього видання передано земляцтвом для шкіл та бібліотек району. ("Перший помах «Вітряка»", 2003, с. 1)

У 2007 р. одночасно з презентацією третього випуску альманаху відбулося відкриття й меморіальних дощок Іванові Кавалерідзе в с. Сильченкове (тепер – Стара Талалаївка) і Василеві Горленку в с. Українське. З детальним звітом без двозначних підтекстів про ці урочистості виступила журналістка Олександра Романенко (вона ж – Олександра Гостра) в матеріалі «Вшанували пам'ять, презентували «Вітряк» (Романенко, 2007, с. 1).

На четвертий випуск альманаху було надруковано два знакові відгуки. Один у місцевій газеті «Трибуна Хлібороба», другий – у «Кримській Світлиці».

Так, редактор відділу літератури «Кримської світлиці» Данило Кононенко зробив детальний огляд усіх рубрик і публікацій. Окремі з них прокоментував, використавши свої знання, скажімо, про Петра Ротача, Григорія Вишневого, Олександра Губаря.

Дуже добре, – пише автор, – що альманах не лише зберігає пам'ять про визначних земляків-талалаївців, а й шанує тих, хто сьогодні примножує цю славу – славу рідного краю, а, отже, й славу нашої України, відшукує і пропагує нові таланти. Бо скільки ж їх у нашій глибинці, скількох ми не знаємо, а слід би знати! ... От би, – підводить підсумок автор, – в кожному районі наших областей були такі справжні сподвижники справжніх духовних справ у наш, на жаль, якийсь бездуховно-закапіталізований час. Хай же родиться-вважається на гарних авторів «Вітряку», нехай мелеться чисте борошно нашої духовності! (Кононенко, 2008, с. 11)

Відреагувала «Трибуна хлібороба» і на вихід п'ятого, завершального випуску альманаху «Вітряк» після того, як відбулася його презентація в районному будинку культури. «Кожен випуск “Вітряка” – це обов'язково щось нове, цікаве, захоплююче. Як і останній» (Тимошенко, 2008, с. 1), – пише авторка, роблячи короткий огляд альманаху.

До цього про альманахи писали журналісти, літератори.

Комплексний аналіз зробила Т. Усатенко, доктор педагогічних наук, яка свого часу працювала в інституті українознавства, де здобула величезний теоретичний і практичний багаж знань у цій галузі. Ознайомившись з усіма випусками альманаху одразу, Т. Усатенко (2009) заявила: «Талалаївський альманах “Вітряк” – нова парадигма часу – спонукає до розмислів не лише просвітницьких, літературно-мистецьких, історіографічних, а й до важливих українознавчих проблем нашої периферії: соціального і локального дискурсів» (с. 10). «Зміст, структура альманаху, – продовжує вона, – відтворює розгорнутий концепт “рідна земля”, ідея якого розроблена і втілена в життя І. М. Забіякою, що особливо важливо для осмислення сучасних проблем регіоналізму та локалізму в науковому дискурсі» (с. 10). Наступна думка рецензентки адресуєть-

ся тим, хто має підтримувати такі проекти, хто має бути зацікавленим у їхньому тривалому існуванні, – це крайове керівництво. «Необхідно пам'ятати: – пише Т. Усатенко (2009), – ентузіазм – хороша риса, але вона без підтримки на якомусь етапі вичерпується» (с. 10).

Часто буває так, що ентузіазм вичерпується або ж набирає іншої форми і змісту, перестає бути в тій чи іншій формі залежним будь від чого і будь від кого. Так і сталося із проектом альманаху «Вітряк». І видимої катастрофи не відбулося. Видимої. А насправду, щороку, кожного десятиліття, не кажучи вже – про століття, природним шляхом і людською байдужістю втрачаються величезні пласти різного характеру інформації з відходом її носіїв, не збереження відповідних документів. Дивно ж чути, коли років сто п'ятдесят тому звичайна українська сільська молода жінка, яка ні читати, ні писати не вміла, але її пам'ять зберігала до тисячі текстів і мелодій пісень. Скільки таких зараз можна знайти в селах, які хоча б з десять наспівали за умови, якщо вони не є учасниками якогось фольклорно-етнографічного колективу?

Збереженню тієї чи тієї інформації могли б виконувати альманахи.

Переглядаючи одночасно всі випуски «Вітряка», вчитуючись у кожен заголовок і тексти, вдивляючись у кожне фото, пригадуєш, скільки зусиль і часу затрачалося, щоб їх здобути, обробити, випустити в світ і донести до читача. Ті роки – це епоха! Неповторна епоха. Більше такої не буде в моєму житті. Та чи й потрібна? І для кого? Можливо, згодом хтось знайде в цьому потребу і продовжить краєзнавчу місію з новою силою, для нового читача. Можливо... І в цьому буде чи не найбільша користь. А якщо й ні, то будемо вважати – справу зроблено.

З усіма випусками цього особного в історії крайової літератури альманаху можна ознайомитися на сайті Talzem – Талалаївське Земляцтво (https://talzem.at.ua/load/almanakh_quotvitryakquot/3).

Висновки

1. Така чи подібна література конкретного краю потрібна. Він означений не лише географічними кордонами, а й багатьма різними традиціями, характерними лише йому. І така індивідуальність, персоніфікованість буде лише на користь культурі в цілому. Про це свідчать однозначні чи двозначні висловлювання про альманах у пресі, усні, власні спостереження з відряджень у не дуже віддалені один від одного краю навіть у рамках району, громади.

2. Така література має творитися якщо не місцевими творчими силами, так спільно з небайдужими творчими особистостями, вихідцями з цього краю, які проживають в обласних центрах, столиці, де є потужні бібліотеки, архіви. Такий симбіоз посилив би, поглибив би контентне наповнення видань.

3. Такі видання мають підтримуватися місцевими адміністраціями. Тут мають бути залученими відділи культури, освіти, соціальні служби з їхніми хоча й поріділими рядами працівників культури, вчителів, учнів, ентузіастів.

4. Не завадило б і створення при якомусь гуманітарному міністерстві, творчих товариствах (спілках) відповідної програми підтримки у вигляді грантів, програм та ін. для розвитку такого типу творчості. Ми є свідками того, як на очах багато чого зникає і зникло з космічною швидкістю. І найосновніше, що відходять люди – носії традицій, звичаїв, усної історії краю. Фактично цим ніхто не займається, не шукає таких уже дуже поодиноких скарбів. Все епізодично, фрагментарно, поверхово, «для галочки» перед байдужим, манкуртним начальством. Через кілька десятиліть ситуація в рази погіршиться.

5. Видання альманахів дешевше, ніж утримування редакторських колективів газет. Хоча паралельне існування їх не було б згубною конкуренцією. Газета виконує роль повідомлення новин, життя сьогодні, альманах же акумулює все найкраще, найцінніше з життя культури, історії краю, окремих визначних постатей. Життя кожного з типу видання різне: в газети за будь-яких обставин коротше, альманаху, як книги, – фактично вічне, з огляду на умови його зберігання. До того ж альманахи позбавлені різнопланової реклами, що підвищує до них увагу.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Биховська, І. (2023). *Весільний коровай на Прилуччині* (І. Забіяка, упоряд.). Прилуки.
Горленко, В. (1887, 20 травня). *Лист до Бориса Познанського* (Фонд 23, № 243), Інституту рукопису Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського.
Забіяка, І. (2005). Від упорядника. *Вітряк*, 2, 140–144.
Забіяка, І. (2007а). Від редактора-упорядника. *Вітряк*, 4, 5–8.
Забіяка, І. (2007б). Від упорядника. *Вітряк*, 3, 5.
Забіяка, І. (2008). Від редактора-упорядника. *Вітряк*, 5, 5–7.
Кононенко, Д. (2008, 15 лютого). Сягаючи духовних глибин. *Кримська світлиця*. <http://svitlytsia.crimea.ua/index.php?section=article&artID=5586>
Мовою документів. (2008). *Вітряк*, 5, 174–183.
Онищенко, М. (2003). Вітер у крила. *Вітряк*, 1, 6–7.
Перший помах «Вітряка». (2003, 27 вересня). *Трибуна хлібороба*, 39, 1.
Покиньюборода, Ю. (2019, 20 жовтня). Мати рідна! Невже це правда??? Родовища українського газу: багато з них українцям невідомі або просто вкрадені! *Незалежний культурологічний часопис «І»*. <https://ji-magazine.lviv.ua/2019/maty-ridna-nevzhe-ce-pravda.htm>
Романенко, О. (2007, 28 квітня). Вшанували пам'ять, презентували «Вітряк». *Трибуна хлібороба*, 17, 1.
Тимошенко, Н. (2008, 8 листопада). Гімн його величності слову. *Трибуна хлібороба*, 46, 1.
Усатенко, Т. (2009, листопад). «Вітряки» Івана Забіяки. *Отчий поріг*, 11, 10.

REFERENCES

- Bykhovska, I. (2023). *Vesilnyi korovai na Pryluchchyni* [Wedding loaf in Pryluchchyni] (I. Zabiiaaka, Comp.). Pryluky [in Ukrainian].
- Horlenko, V. (1887, May 20). *Lyst do Borysa Poznanskoho* [Letter to Borys Poznanskyi] (Fund 23, No. 243), Institute of Manuscript of Vernadsky National Library of Ukraine [in Ukrainian].
- Kononenko, D. (2008, February 15). Siahaiuchy dukhovnykh hlybyn [Reaching spiritual depths]. *Krymska svitlytsia*. <http://svitlytsia.crimea.ua/index.php?section=article&artID=5586> [in Ukrainian].
- Movoiu dokumentiv [In the language of documents]. (2008). *Vitriak*, 5, 174–183 [in Russian].
- Onyshchenko, M. (2003). Viter u kryla [Wind in the wings]. *Vitriak*, 1, 6–7 [in Ukrainian].
- Pershyi pomakh "Vitriaka" [The first wave of the "Vitryak"]. (2003, September 27). *Trybuna khliboroba*, 39, 1 [in Ukrainian].
- Pokynboroda, Yu. (2019, October 20). Maty ridna! Nevzhe tse pravda??? Rodovyshcha ukrainskoho hazu: Bahato z nykh ukraintsiam nevidomi abo prosto vkradeni! [Mother is dear! Is it true??? Ukrainian gas fields: Many of them are unknown to Ukrainians or simply stolen!]. *The Independent Cultural Journal "I"*. <https://ji-magazine.lviv.ua/2019/maty-ridna-nevzhe-ce-pravda.htm> [in Ukrainian].
- Romanenko, O. (2007, April 28). Vshanuvaty pamiat, prezentuvaty "Vitriak" [Honored the memory, presented "Windmill"]. *Trybuna khliboroba*, 17, 1 [in Ukrainian].
- Tymoshenko, N. (2008, November 8). Himn yoho velychnosti slovu [A hymn to his majesty the word]. *Trybuna khliboroba*, 46, 1 [in Ukrainian].
- Usatenko, T. (2009, November). "Vitriaky" Ivana Zabiaky ["Windmills" by Ivan Zabiaky]. *Otchy porih*, 11, 10 [in Ukrainian].
- Zabiiaaka, I. (2005). Vid uporiadnyka [From the compiler]. *Vitriak*, 2, 140–144 [in Ukrainian].
- Zabiiaaka, I. (2007a). Vid redaktora-uporiadnyka [From the editor-compiler]. *Vitriak*, 4, 5–8 [in Ukrainian].
- Zabiiaaka, I. (2007b). Vid uporiadnyka [From the compiler]. *Vitriak*, 3, 5 [in Ukrainian].
- Zabiiaaka, I. (2008). Vid redaktora-uporiadnyka [From the editor-compiler]. *Vitriak*, 5, 5–7 [in Ukrainian].

Надійшла: 18.11.2024; Прийнято: 25.07.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345609

УДК 821.161.2-92:070](477)"1933/1939"

Корпус публікацій Василя Короліва-Старого в журналі «Рідна Мова» (1933–1939 рр.)

Лілія СІЛЕВИЧ

канд. філол. н., доц.

Івано-Франківський
національний медичний
університет

вул. Галицька, 2, 76018, Івано-
Франківськ, Україна

liliya_sil@i.ua

ORCID 0000-0003-0266-3361

© Сілевич Л., 2025

Мета статті – висвітлити корпус публікацій В. Короліва-Старого, надрукованих у науково-практичному журналі «Рідна мова» (Варшава, 1933–1939), увести їх до наукового обігу, розкрити проблемно-тематичну специфіку, зокрема стосовно привернення уваги науковців до дослідження журналістської та публіцистичної спадщини письменника, розосередженої в газетах і журналах культурологічного, соціального, політичного спрямувань. Саме ці аспекти творчої біографії В. Короліва-Старого донині комплексно не вивчалися. Наголошено, що в радянський період ці напрями його діяльності були ретельно замовчувані з огляду на обговорювану проблематику. З'ясовано, що в «Рідній Мові» письменник опублікував низку таких різножанрових матеріалів: репліки, листи, коментарі, які містили відгуки на зміст журналу; аналітичні статті, що пояснювали певні події з акцентом на їхньому відлунюванні в майбутньому; проблемні статті, які порушували актуальні питання функціонування української мови, її правописні норми; публіцистичні матеріали – статті, портрети, есе, полемічні зауваги, де обговорювалися проблеми соборності української мови, плекання її розвитку, розглядалися особливі прикмети мови творів письменників, акцентувалася роль редакторів і коректорів у мовностилістичному вдосконаленні авторських матеріалів. Відзначено, що В. Королів-Старий порушив важливе для українського соціуму питання меценатства, наголосивши на потребі заохочення окремих осіб та організацій фінансово підтримувати культурні ініціативи українського соціуму. Визначено, що журналістська та публіцистична діяльність В. Короліва-Старого ще одна важлива сторінка реалізації його творчих умінь, серед багатьох завдань якої було обстеження і висвітлення проблем української соборної мови. Наголошено на потребі продовження подальшого виявлення й вивчення його пресових публікацій, що дасть змогу комплексно розкрити діяльність в царині української журналістики, підтвердити тематичні напрями та проблемні аспекти публікацій, сформувати цілісний образ журналіста й публіциста В. Короліва-Старого.

Ключові слова: Василь Королів-Старий, Іван Огієнко, журнал «Рідна Мова», редактор, журналіст, публіцист, мова письменників.

**CORPUS OF PUBLICATIONS BY VASYL KOROLIV-STARYI
IN THE JOURNAL “RIDNA MOVA” (1933–1939)****Liliya SILEVYCH**

PhD in Philology, Associate Professor

Ivano-Frankivsk National Medical University

Halytska Str., 2, 76018, Ivano-Frankivsk, Ukraine

liliya_sil@i.ua

ORCID 0000-0003-0266-3361

This article aims at highlighting the corpus of publications by V. Koroliv-Staryi in the scientific and practical journal “Ridna Mova” (Warsaw, 1933–1939), incorporating them into academic discourse, revealing the problematic and thematic specificity, particularly, in relation to drawing the attention of scientists to the study of the writer’s journalistic and publicistic heritage, dispersed in newspapers and journals of cultural, social and political directions. These are precisely the aspects of V. Koroliv-Staryi’s creative biography that have not yet been fully studied. It is emphasised that during the Soviet epoch, these areas of his activity were carefully hushed up in view of the matters being discussed. In “Ridna Mova”, the writer published several materials in various genres: remarks, letters and comments reviewing the journal’s content; analytical articles explaining certain events with a focus on their future effects; problematic articles raising topical issues on functioning of the Ukrainian language, such as its spelling norms; journalistic materials – articles, portraits, essays, polemical remarks, which touched on the problematics of the unity of the Ukrainian language and its development, the features of the writers’ language were viewed and the importance of the editors and proofreaders in enhancing the linguistic and stylistic quality of materials was emphasised. It is noted that V. Koroliv-Staryi raised the problematics of patronage as a significant one for the Ukrainian society, highlighting the motivation of individuals and organisations to provide financial support for cultural initiatives and projects within the Ukrainian society. It is defined that V. Koroliv-Staryi’s journalistic and publicistic activity is another important page of realising his creative skills, among the many tasks of which was the studying and coverage of the problems of the Ukrainian unified language. The importance of continued further identification and research of his press publications is emphasised, as this will allow for a comprehensive disclosure of his activities in the Ukrainian journalism field, to confirm the thematic directions and problematic aspects of his publications, to ground a complete portrait of V. Koroliv-Staryi as a journalist and a publicist.

Keywords: Vasyl Koroliv-Staryi, Ivan Ohienko, journal “Ridna Mova”, editor, journalist, publicist, language of writers.

Актуальність проблеми

Одним із важливих завдань вивчення соціокультурної спадщини минулих століть є віднайдення й аналітичне опрацювання різножанрових журналістських і публіцистичних матеріалів українських діячів, опублікованих в українських і закордонних періодичних виданнях різнотипного тематичного спрямування. Особливий погляд варто звернути на творчість тих журналістів, редакторів, письменників, імена яких з огляду на відновлення української незалежності багато імен було повернуто в український інформаційний простір. Однак діяльність багатьох осіб, які поклали свої знання й уміння на вівтар української незалежності, ще потребує значних дослідницьких зусиль науковців. Зокрема, у цьому контексті важливою є потреба докладного вивчення життєвої і творчої біографії В. Короліва-Старого, який наче й не обділений увагою соціуму, однак його журналістська, публіцистична, редакторська, видавнича, педагогічна діяльність належним чином не досліджена й донині.

Стан розробки проблеми

Аналіз останніх досліджень підтвердив, що нині не тільки не з'ясовано основні проблемно-тематичні аспекти і жанрову специфіку публікацій В. Короліва-Старого у пресі, а й навіть не визначено достеменно ті періодичні видання, з якими він співпрацював. Науковці вивчають здебільшого його письменницьку творчість, «незвичайно живу індивідуальність автора, але і його письменницьке вироблене обличчя: чудовий стиль і прекрасну полтавську мову» (Мох, 1961, с. viii). Журналістська праця діяча побіжно згадана в розлогій статті-некролозі П. Ісаїва «Д-р Василь Королів-Старий» (Ісаїв, 1942). Основні події еміграційного життя впродовж 1919–1921 рр., зокрема відомості про творчі справи, зафіксовано в його листуванні з очільником Міністерства преси і пропаганди УНР О. Ковалевським (Сніцарчук, 2013), схарактеризовано його рецензії на н.,ауково-популярні видання з царини медицини, уміщені в часописі «Книгарь» (Сілевич, 2024). Однак ім'я В. Короліва-Старого згадувано здебільшого під час висвітлення основних віх життя та аналізу художніх текстів дружини – письменниці Наталени Королевої. Саме їй присвячено чималу кількість досліджень, з яких можна також почерпнути відомості про багатогранну творчу діяльність В. Короліва-Старого. Особливості творчої співпраці подружжя розкрито в укладеному І. Тюрменко (2008) їхньому листуванні з діячами культури, а також у низці наукових статей (Тюрменко, 2006; Щур, 2014).

У контексті нашого дослідження важливим джерелом інформації слугують публікації дослідників, які розпочали ще в перші роки відновленої української незалежності віднайдення й аналіз джерел, що до цього багато десятиліть були недоступними для вивчення. Мова йде, зо-

крема, про громадського діяча, служителя церкви й науки, публіциста, редактора, видавця Івана Огієнка, з яким неодноразово спілкувався В. Королів-Старий. Відомий учений М. Тимошик (1997), дослідник життєвої і творчої біографії І. Огієнка, увів до наукового обігу його численні мовознавчі, книгознавчі, культурологічні, історичні праці. Важливою для історії української журналістики є опублікована нещодавно стаття вченого «Справа заснування Іваном Огієнком журналу “Рідна Мова” (Варшава, 1932–1933 роки) (на матеріалах архіву Інституту національної пам’яті Польщі у Варшаві)». М. Тимошик (2024) акцентував, що

завдяки наполегливості засновника, відомого в діаспорі вченого і чоловічого діяча УНР Івана Огієнка, його сильної віри в самокупність проєкту та небайдужості української громади з усіх країн світу ідею цю вдалося реалізовувати впродовж неповних 7 років – до закриття журналу німецькою владою на початку Другої світової війни. (с. 83)

Сьогодні науково-практичний місячник «Рідна Мова» є активно читаним науковцями. Його зміст неодноразово слугував об’єктом наукових досліджень у царині мовознавства, літературознавства, книгознавства та інших наукових галузей гуманітаристики. Результати уважного вивчення змісту журналу, особливостей функціонування, авторського кола подано в статтях І. Дзири (2023) та М. Лецькіна (2018). Журнал привертая увагу науковців у контексті вивчення життєвого і творчого шляху Івана Огієнка, дослідження проблемно-тематичних аспектів його змісту, розкриття співпраці мовознавців, літературознавців, письменників, інших авторів, яким небайдужі були функціонування та розвиток української мови. «Рідна Мова» й донині зберігає свій авторитет завдяки потужному змістовому наповненню, вивчення якого потребують сучасники – письменники, журналісти, мовознавці, літератори, історики. Значна частина проблем, що обговорювалися на його сторінках і для вирішення яких здійснювалися спроби віднайдення рішень, відома сьогодні дослідникам. Однак чимало важливих питань ще залишилося поза межею досліджень сучасних науковців. Цілком погоджуюся із твердженням М. Лецькіна (2018) про те, що «дослідникам варто було б ще проаналізувати участь у творенні Огієнкової “Рідної мови” таких визнаних літераторів, як О. Олесь, Н. Королева, В. Королів-Старий, В. Дорошенко, Я. Гординський» (с. 61).

Завдання статті: проаналізувати корпус публікацій В. Короліва-Старого, надрукованих у науково-практичному журналі «Рідна Мова» (Варшава, 1933–1939), увести їх до наукового обігу, розкрити проблемно-тематичну специфіку, зокрема для привернення уваги науковців до дослідження журналістської та публіцистичної спадщини письменни-

ка, розосередженої в газетах і журналах культурологічного, соціального, політичного напрямів. Саме ці аспекти творчої біографії В. Короліва-Старого й нині комплексно не досліджені.

Виклад основного матеріалу

Сучасник В. Короліва-Старого, громадський і культурний діяч, журналіст П. Ісаїв відзначав, що письменник розпочав свою творчу працю ще в 14 років, співпрацюючи з київськими, харківськими, полтавськими й іншими періодичними виданнями. Загалом, він опублікував свої різножанрові (художні, інформаційні, аналітичні, публіцистичні) та різнотематичні матеріали в майже п'ятдесяти часописах. Його «статті, новелі й оповідання, розпорошені в українській пресі Великої України, Галичини, Буковини, Підкарпаття, Америки та по ріжній емігрантській пресі» (Ісаїв, 1942). Більша частина пресових публікацій В. Короліва-Старого була підписана псевдонімами: В. Диканський, В. Дикий, К. О. Роль, В. Каров, В. Радський, П. Щур, Amator, Nemo та багатьма іншими. Донині ще не з'ясовано всіх псевдонімів, які використовував він, рівно ж, як уже відзначалося, не віднайдено й не опрацьовано належним чином його журналістську й публіцистичну спадщину. Один із найбільш відомих псевдонімів В. Короліва-Старого – Старий, який згодом був доданий до прізвища як друга його частина.

Журнал «Рідна Мова», до змісту якого долучився своїми публікаціями В. Королів-Старий, виходив у Варшаві під керівництвом І. Огієнка впродовж 1933–1939 рр. У ньому опубліковано значну кількість матеріалів, присвячених вивченню української мови загалом, історичним, теоретичним, методологічним проблемам її розвитку і плекання, обговорення правописних проблем, інших важливих питань з «найрізніших відділів української мови». Автори журналу – відомі фахівці в царині гуманітаристики. Серед них – незмінний редактор журналу І. Огієнко, літературознавець Л. Білецький, мовознавець і педагог І. Велигорський, мовознавець і публіцист Є. Грицак, книгознавець і педагог П. Зленко, мовознавець і педагог Б. Кобилянський, історик та літературний критик І. Коровицький, громадсько-культурна діячка Я. Мандюкова, громадський діяч і журналіст Є. Онацький, письменник А. Чайковський, журналіст і письменник Ю. Шкрумеляк, а також, як наголосив М. Тимошик (2024), «учителі, студенти-гімназисти, видавці, редактори газет і журналів, власники книгарень та друкарень, художники-графіки, активісти українських громадських організацій» (с. 66).

І. Огієнко вміло поєднував на сторінках журналу матеріали мовознавців-професіоналів із текстами письменників, журналістів, публіцистів, що, власне, й творило важливу науково-популярну ауру, потрібну і для читачів-фахівців, і для широкої аудиторії. Тому «за своїм характером “Рідна мова” була науково-популярним виданням, що

прагнуло не просто подати обґрунтовану наукову інформацію, а передусім зацікавити нею якнайширші кола читачів, незалежно від їхнього рівня фахової підготовки» (Дзира, 2023, с. 66). В. Королів-Старий також долучився до кола авторів «Рідної Мови» як один із постійних передплатників видання.

Серед публікацій В. Короліва-Старого відзначимо матеріали, де він розмірковував про важливість формування та функціонування літературної мови. Зокрема, стаття «Небезпека рідній мові. Творімо соборну літературну мову!» (Королів-Старий, 1937b) присвячена проблемі, яка й до нинішнього часу не вирішена в достатній мірі. «Як дарунок неба, прийшла нам сама собою предивна річ: українці з усіх частин світу без сварок і суперечок пристали на соборну мову літературну з базою великоукраїнською!» (Королів-Старий, 1937b, с. 25). Автор наголосив, що вважав «чудом і предивною річчю» таке рішення в контексті всіх дискусій, суперечок, «жорстокої мовної боротьби». Саме тому він наполягав на збереженні важливого здобутку «доби нашого останнього “народного зриву”», тобто того часу, коли зусиллями культурних діячів українська мова «в наших різноземних виданнях (також – і в періодиці) показувала ознаки стихійного потягу до зближення всіх діалектів і говірок» (Королів-Старий, 1937b, с. 26). Однак при цьому він змушений був усе ж відзначити, що наприкінці 1930-х рр. знову з’явилася тенденція до партикуляризму, опертого на «непоборних жодною філологією, аргументах: “а в нас так говорять” або “я ніколи такого не чувала”» (Королів-Старий, 1937b, с. 27). Автор застерігав українську спільноту від підтримки такої позиції. Наведемо цитату, яка передає засторогу В. Короліва-Старого суспільству не тільки його часу, а сьогодення: «...небажання шукати зближення мовних різниць, фаворизування партикулярних особливостей, вимови, акценту аж до правопису включно, приведе до того, що багато місць в українських друках не будуть розуміти й засвячені жерці з храмів філології, не тільки підрядні парафіяни» (Королів-Старий, 1937b, с. 28). З цією проблематикою перегукується ще одна його стаття, вміщена під назвою «Виполюймо хопту! Уникаймо мовних вульгаризмів» (Королів-Старий, 1937a), що є своєрідним закликком – керівництвом до «сталого догляду, вчасного, кількарязового полення» мовного поля.

Відзначимо також проблемну статтю, що формує ще одну тематичну лінію публікацій діяча, – проблему меценатства. До статті «Мертві вперед» (Королів-Старий, 1938) додано епіграф особливого змісту: «Народ, що не має своїх Чикаленків, не може стати нацією». Духовних і фізичних сил та войовничості («вибойної завзятості») недостатньо, щоб стати державною нацією. Для цього потрібна потужна матеріальна база, оскільки саме вона підтримує і духовну і фізичну наснагу, – вважав автор. Матеріальна підмога «імпульсує творчість, винахідливість,

науки й мистецтва, вона підносить освіту люду, розвиває національну свідомість, збільшує народню й загальну культури чином, друкованим і живим словом,.. творить варстати праці, дає незалежність, забезпечує одверте визнання національного кредо» (Королів-Старий, 1938, с. 11). Автор підкреслив, що значну роль у творенні української культури відіграли потужні меценати Василь Смиренко, Володимир Леонтович, Андрей Шептицький, Євген Чикаленко. В. Королів-Старий намагався знайти відповідь на питання, чому чин українського меценатства значно підупав, незважаючи на чималу кількість «багатіїв, магнатів, людей заможних». Він пригадав читачам історію-легенду, що відбулася в час Першої світової війни в бою під містечком Верденом (Франція), де загинуло багато вояків. Поранений старшина, оглянувши велику кількість загиблих, «у розпуці закричав: *Les morts en avant!* – Мертві вперед! Й відбив живого ворога!...». (Королів-Старий, 1938, с. 16). Нагадування спільноті про важливість підтримки культурної сфери був спричинений повідомленням про закриття ще одного потужного проєкту І. Огієнка – журналу «Наша Культура» (Варшава, 1935–1937 рр.), навколо якого об'єдналося чимало представників українського наукового авангарду. Проте подолати матеріальні негаразди без належної меценатської підтримки не вдалося.

Спогади В. Короліва-Старого про Пана під назвою «Розмови про мову», слугували своєрідним репрезентантом пам'яті про видатного громадського діяча, видавця щоденної газети «Рада» (Київ, 1906–1914), мецената української культури Євгена Чикаленка. Мова йшла про 1907 рік, коли щоденна газета «Громадська Думка» 1905–1906 рр.), «розтулила свої так довго зложені й зімняті крила, змучена московською реакцією, хоча й померла, все ж таки породила “Раду” – славу прама-тір щоденної української преси над Дніпром» (Королів-Старий, 1939b). В. Королів-Старий входив до редакції газети, над створенням якої працювало ще «зо два десятки диваків-фанатиків», тож часто слухав разом із ними Чикаленкові «розмови про мову». Любов Є. Чикаленка до рідного слова «робила більше, ніж кваліфікації чи дипломи: сотні й сотні сьогоднішніх літературних слів, уживаних в мові газетній, поетичній і науковій, записаних по фундаментальних словниках Б. Грінченка та М. Уманця, були відшукані або й викувані саме “Паном”» (Королів-Старий, 1939b). Спогад про видатного українця був написаний в час десятих роковин його смерті, щоб нагадати «про Того, Хто завжди ставив в основу вугла української справи досконале знання своєї мови й Сам найбільше причинився до того» (Королів-Старий, 1939b).

Небуденною сторінкою історії нашої сучасної літератури та мови назвала редакція статтю В. Короліва-Старого «Про власну книжку», опубліковану в журналі «без жодних редакторських втручань» (Королів-Старий, 1939a). Такому рішенню сприяла висвітлювана письменником

проблема – редагування авторського оригіналу та ступінь втручання редактора в авторський текст. Із цією проблемою В. Королів-Старий зіткнувся час перегляду випущеної у світ наприкінці 1938 р. збірки його оповідань під назвою «Милосердний Самарянин», що вийшла як число 63 видавничої серії «Українська Бібліотека», якою опікувався І. Тиктор – досвідчений видавець, який створив у непростих суспільно-політичних умовах міжвоєнних років успішне видавництво «Українська преса» у Львові. Наклад збірки становив п'ять тисяч примірників, мистецьке оформлення обкладинки здійснив знайий художник Е. Козак, передмову написав П. Ісаїв (1938), який відзначив, що «цю маленьку частку оповідань В. Короліва-Старого пускаємо в світ на згадку про 40-ліття його письменницької чинності» (с. 6). Однак у статті В. Королів-Старий висловив украй негативне ставлення до редакторського втручання в його авторський оригінал, поданий до друку, як іронічно зазначив автор, на машинці, щоб «полегшити працю панів редактора і коректора». Наголосимо, що самому діячеві була дуже добре знайома нелегка редакторська праця рівно ж як весь видавничий процес. Як приклад, наведемо редагований ним переклад «Стародавніх переказів» Готорна Натаніеля, що побачили світ у видавництві «Наш приятель» (Львів, 1938), а також твори дружини – Наталени Королеви.

В. Королів-Старий визначив низку редакторсько-коректорських огріхів, що спотворили мову і зміст видання. Зокрема, він акцентував невинуватого змінену редактором без жодних обговорень і узгоджень назву збірки, що всупереч його баченню отримала назву одного з оповідань («автор згаданої збірки оповідань про українських дітей наперед докладно промислив був для неї таку назву, щоб читач ураз мав уяву про цілий зміст усієї книжки»). Такий вчинок редактора, на думку В. Короліва-Старого, потребував докладного обговорення або й «спеціальної дискусії» про роль «випадкового редактора в непроханому „співробітництві“ з автором літературного твору». Обурений був автор і переукладанням змісту збірки всупереч авторському замислу: «редактор чомусь переконаний, що той, хто творив, не тямить, що робив». Окрім цього, ще й без погодження було вилучено кілька оповідань, оскільки обсяг дещо перевищував заплановане. Однак особливе роздратування викликали в автора «коректурні анекдоти»: «жупанок» став «купанком», «дужче» – «лучше», «гризні» – «грізні», «на оцім» – «на отці», «цеглясті» (голуби) – «іглясті». Не наводимо всіх коректорських виправлень, наведених у статті, однак і за цими прикладами зрозумілі претензії автора до «явних шкідників письменства й мови».

В. Королів-Старий відзначив, що належав до прихильників мовної специфіки українських земель, тож категорично опирався знищенню «колориту мови того кутка нашої землі», де жили герої письменницьких сюжетів. Виправлення на кшталт «шкільні дзигарі» (Полтавщина), за ав-

тором, що стали редакторськими «шкільними годинниками», вважав категорично невиправданими. Однак найбільше переймався письменник тим, що всі ці виправлення читачі та критики сприймали як авторську недолугість. У *Postscriptum*-і до статті він все ж наголосив, що його метою не було, як висловився, «накладати» особам, причетним до спотворення авторського тексту, прізвищ яких він і не знав: «А коли ж беру цю тему й цей тон, то виключно на те, щоб викликати дискусію над зачепленими питаннями – взагалі важливими, а в данім періоді нашого національного життя – важливими аж надто» (Королів-Старий, 1939а, с. 34).

На статтю В. Короліва-Старого відгукнувся М. Гнатишак статтею під назвою «Більше спокою...», до якої також було додано пояснення редакції, що надруковано її без жодних змін. Відомий літератор і журналіст відзначав, що дискусійна стаття письменника «витримана в незвичайно подразненому тоні та повна важких закидів, головним чином на адресу літературних редакторів» (Гнатишак, 1939). Намагаючись урівноважити ситуацію, яка склалася, автор пояснив, що до певних проблем у текстах В. Короліва-Старого призвело значне завантаження роботою коректорів. На думку М. Гнатишака, редакторська праця над збіркою оцінена надто тенденційно, бо ж тільки «часом редакторам трапляється дещо погіршити». Однак власної оцінки редакторського втручання саме в цей авторський оригінал висловлено не було. Навпаки, наголошувалось, що здебільшого редактори суттєво «поліпшують, а то й взагалі уможлиблюють вихід друком зовсім до друку непідготовлених творів, – навіть деяких авторів з іменем у літературі». М. Гнатишак навів також низку, на його думку, недоречно використаних у статті В. Короліва-Старого «чехізмів», хоча й не заперечував його добротного володіння мовою. До слова, до «чехізмів» були зараховані такі лексеми: «справно», «висвітлення» «дитинський» та ін., що аргументовано заперечив у «Примітках від Редакції» до цієї статті І. Огієнко. Прагнення знайти конструктивний підхід до редакційного опрацювання художніх текстів спонукало редакцію до надання можливостей письменникам висловлювати свої погляди на проблему. Однак дискусія так і не розвинулася, – час просувався до початку Другої світової війни.

Висновки

Журналістська й публіцистична спадщина українського культурного діяча, педагога, журналіста, видавця, талановитого письменника В. Короліва-Старого комплексно ще не вивчалися. Донині не маємо змоги назвати ті майже п'ятдесят газет і журналів, з якими співпрацював діяч. Різноманітні матеріали, вміщені на сторінках науково-практичного місячника «Рідна Мова», що виходив у складних умовах другого десятиліття міжвоєнних років, є важливим підтвердженням його журналістської і публіцистичної діяльності. Зокрема, це: а) репліки, листи, коментарі,

що містили певні імперативи, зауваження або схвалення змісту видання; б) аналітичні статті; що пояснювали певні події, наголошуючи на їхньому відлунні в майбутньому, проблемні статті, які порушували актуальні питання функціонування української мови, її правописні норми; в) публіцистичні матеріали – статті, портрети, есе, полемічні зауваги, де висвітлювалися проблеми соборності української мови та її розвитку, обговорювалися мовностилістичні особливості творів письменників та важливість ролі редакторів і коректорів у її покращенні.

Журналістська й публіцистична діяльність В. Короліва-Старого – ще одна важлива ділянка реалізації його творчих умінь, серед багатьох завдань якої було обстеження й висвітлення проблем української соборної мови. Продовження подальшого виявлення й вивчення пресових публікацій митця дасть змогу комплексно розкрити його діяльність в царині української журналістики, розширити тематичні й проблемні аспекти публікацій, а отже, сформувати цілісний образ журналіста й публіциста В. Короліва-Старого.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Гнатишак, М. (1939). Більше спокою... *Рідна Мова*, 3, 115–118.
- Дзира, І. (2023). Часопис «Рідна мова» Івана Огієнка та питання славістики. *Бібліотечний вісник*, 1(269), 65–73. <https://doi.org/10.15407/bv2023.01.065>
- Ісаїв, П. (1938). Передмова. В В. Королів-Старий, *Милосердний Самарянин* (с. 5–6). Видавець Іван Тиктор.
- Ісаїв, П. (1942). Д-р Василь Королів-Старий. *Краківські Вісті*, 291.
- Королів-Старий, В. (1937а). Виполюймо хопту! Уникаймо мовних вульгаризмів. *Рідна Мова*, 3, 129–130.
- Королів-Старий, В. (1937б). Небезпека рідній мові. Творімо соборну літературну мову! *Рідна Мова*, 1, 25–30.
- Королів-Старий, В. (1938). Мертві, вперед! *Рідна Мова*, 1, 11–16.
- Королів-Старий, В. (1939а). Про власну книжку. *Рідна Мова*, 1, 27–34.
- Королів-Старий, В. (1939б). Розмови про мову. *Рідна Мова*, 7–8, 289–294.
- Лецькін, М. (2018). Варшавський журнал «Рідна Мова» в українському інформаційному просторі Польщі (30-ті роки ХХ ст.). *Український інформаційний простір*, 1, 53–64. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.1.2018.141093>
- Мох, О. (1961). Від видавця. В В. Королів-Старий, *Згадки про мою смерть* (2-ге вид., с. v–viii). Добра книжка.
- Сілевич, Л. І. (2024). Рецензії на медичні видання у журналі «Книгарь» (Київ, 1917–1920 рр.). В *SCIENTIA: Modernization of science and its influence on global processes* [Матеріали конференції] (с. 120–121). European Scientific Platform.
- Сніцарчук, Л. (2013, 29–30 листопада). «Назвете нашу уперту працю корисною»: Вибірне з листів Василя Короліва-Старого до Олександра Ковалевського (1919–1921 рр.). В *Українська періодика: історія і сучасність* [Матеріали конференції] (с. 581–591). Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника.
- Тимошок, М. (1997). *Голгофа Івана Огієнка: українознавчі проблеми в державотворчій, науковій, редакторській та видавничій діяльності*. Заповіт.
- Тимошок, М. (2024). Справа заснування Іваном Огієнком журналу «Рідна Мова» (Варшава, 1932–1933 роки) (На матеріалах архіву Інституту національної пам'яті Польщі у Варшаві). *Studia Polsko-Ukraińskie*, 11, 60–87.

- Тюрменко, І. (2006) Наталена Королева та її сучасники: Іван Огієнко, Олександр Кошиць, Василь Королів-Старий (за матеріалами канадських архівів). *Іван Огієнко і сучасна наука та освіта. Серія історична та філологічна*, 3, 181–193.
- Тюрменко, І. (Уклад.). (2008). *Наталена Королева. Життя і творчість у документах та матеріалах (до 120-річчя з дня народження)*. Національний авіаційний університет.
- Щур, О. П. (2014). Аспекти конструювання ідентичності митця в темпоральному вимірі (на матеріалі текстів Наталени Королевої). *Питання літературознавства*, 89, 224–234.

REFERENCES

- Dzyra, I. (2023). Chasopys "Ridna mova" Ivana Ohienka ta pytannia slavistyky [Ivan Ohienko's magazine "Ridna Mova" and issues of Slavic studies]. *Bibliotechnyi visnyk*, 1(269), 65–73. <https://doi.org/10.15407/bv2023.01.065> [in Ukrainian].
- Hnatyshak, M. (1939). Bilshe spokoju [More peace]... *Ridna Mova*, 3, 115–118 [in Ukrainian].
- Isaiv, P. (1938). Peredmovna [Foreword]. In V. Koroliv-Stary, *Myloserdnyi Samaritanyn* [The merciful Samaritan] (pp. 5–6). Vydavets Ivan Tyktor [in Ukrainian].
- Isaiv, P. (1942). D-r Vasyl Koroliv-Staryi [Dr. Vasyl Koroliv-Staryi]. *Krakovski Visti*, 291 [in Ukrainian].
- Koroliv-Staryi, V. (1937a). Vypoliuimo khoptu! Unykaimo movnykh vulharyzmiv [Let's hunt down the hopta! Let's avoid linguistic vulgarisms]. *Ridna Mova*, 3, 129–130 [in Ukrainian].
- Koroliv-Staryi, V. (1937b). Nebezpeka ridnii movi. Tvorimo sobornu literaturnu movu [Danger to the native language. Let's create a unified literary language]! *Ridna Mova*, 1, 25–30 [in Ukrainian].
- Koroliv-Staryi, V. (1938). Mertvi, vpered [Dead, forward]! *Ridna Mova*, 1, 11–16 [in Ukrainian].
- Koroliv-Staryi, V. (1939a). Pro vlasnu knyzhku [About my own book]. *Ridna Mova*, 1, 27–34 [in Ukrainian].
- Koroliv-Staryi, V. (1939b). Rozmovy pro movu [Conversations about language]. *Ridna Mova*, 7–8, 289–294 [in Ukrainian].
- Lietskin, M. (2018). Varshavskiy zhurnal "Ridna Mova" v ukrainskomu informatsiinomu prostori Polshchi (30-ti roky XX st.) [Warsaw magazine "Ridna mova" (native language) in the Ukrainian information space in Poland (the 30s of the XXth century)]. *Ukrainian Information Space*, 1, 53–64. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.1.2018.141093> [in Ukrainian].
- Mokh, O. (1961). Vid vydavtsia [From the publisher]. In V. Koroliv-Staryi, *Zghadky pro moiu smert* [Memories of my death] (2nd ed., pp. v–viii). Dobra knyzhka [in Ukrainian].
- Shchur, O. P. (2014). Aspekty konstruiuvannia identychnosti myttsia v temporalnomu vymiri (na materialy tekstiv Nataleny Korolevoi) [The aspects of artist's identity construction in temporal dimension (by the example of Ukrainian writer Natalena Koroleva's texts)]. *Problems of Literary Criticism*, 89, 224–234 [in Ukrainian].
- Silevych, L. I. (2024). Retsenzii na medychni vydannia u zhurnali "Knyhar" (Kyiv, 1917–1920 rr.) [Reviews of medical publications in the journal "Knyhar" (Kyiv, 1917–1920)]. In *SCIENTIA: Modernization of science and its influence on global processes* [Conference proceedings] (pp. 120–121). European Scientific Platform [in Ukrainian].
- Snitsarchuk, L. (2013, November 29–30). "Nazvete nashu upertu pratsiu korisnoiu": Vybiriv za lystiv Vasylia Koroliva-Staroho do Oleksandra Kovalevskoho (1919–1921 rr.) ["You will call our stubborn work useful": Selected letters from Vasyl Koroliv-Staryi to Oleksandr Kovalevskyi (1919–1921)]. In *Ukrainska periodyka: istoriia i suchasnist* [Ukrainian periodicals: History and modernity] [Conference proceedings] (pp. 581–591). Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv [in Ukrainian].

- Tiurmenko, I. (2006) Natalena Koroleva ta yii suchasnyky: Ivan Ohienko, Oleksandr Koshyts, Vasyl Koroliv-Staryi (za materialamy kanadskykh arkhiviv) [Natalena Koroleva and her contemporaries: Ivan Ohienko, Oleksandr Koshyts, Vasyl Koroliv-Staryi (based on materials from Canadian archives)]. *Ivan Ohienko and Contemporady Science and Education. History and Philology*, 3, 181–193 [in Ukrainian].
- Tiurmenko, I. (Comp.). (2008). *Natalena Koroleva. Zhyttia i tvorchist u dokumentakh ta materialakh (do 120-richchia z dnia narodzhennia)* [Natalena Koroleva. Life and work in documents and materials (to 120th birth anniversary)]. National Aviation University [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (1997). *Holhofa Ivana Ohienka: ukrainoznavchi problemy v derzhavotvorchii, naukovi, redaktorskii ta vydavnychii diialnosti* [Ivan Ohienko's Calvary: Ukrainian studies issues in state-building, scientific, editorial, and publishing activities]. Zapovit [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2024). *Sprava zasnuvannia Ivanom Ohienkom zhurnalu "Ridna Mova" (Varshava, 1932–1933 roky) (Na materialakh arkhivu Instytutu natsionalnoi pamiaty Polshchi u Varshavi)* [The case of the foundation of Native Language magazine (Warsaw) by Ivan Ohienko (1932–1933) (On the materials from the archive of the Institute of National Remembrance of Poland in Warsaw).]. *Studia Polsko-Ukraińskie*, 11, 60–87 [in Ukrainian].

Надійшла: 31.08.2025; Прийнято: 03.10.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345611

УДК 655.11:37-053.6(437.4-
11):[303.643.3:070(438)"1872"

Учнівство та професійна підготовка друкарів у Східній Галичині: за матеріалами газети «Czcionka» (1872)

Олег ГОНЧАР
асп.

Інститут поліграфії та
медійних технологій

Національний університет
«Львівська політехніка»

вул. Під Голоском, 19, 79061,
Львів, Україна

alegka83@ukr.net

ORCID 0009-0004-8660-5437

© Гончар О., 2025

Мета статті – виявити умови, норми та суперечності учнівства в друкарській справі Східної Галичини XIX ст. на основі матеріалів газети «Czcionka» за 1872 рік. У роботі використано історико-аналітичний, джерелознавчий методи і контент-аналіз для вивчення публікацій газети «Czcionka» щодо учнівства, освіти та умов праці молоді в друкарській галузі. Порівняльно-історичний підхід дав змогу зіставити практики різних міст у межах австро-угорського простору. Уперше здійснено цілісний аналіз уявлень про учнівство та професійну підготовку в друкарській справі Східної Галичини на основі матеріалів польськомовної профспілкової газети «Czcionka» (1872). Виявлено нормативні моделі професійного вишколу, вимоги до учнів, а також типові порушення й практики експлуатації молоді, які фіксувалися всередині самої друкарської спільноти. Стаття вводить до наукового обігу маловідомі джерела профспілкової публіцистики, що дає змогу уточнити соціальні уявлення про працю, освіту й етику взаємин у фаховому середовищі другої половини XIX ст. Аналіз матеріалів газети «Czcionka» за 1872 рік засвідчив високий рівень уваги друкарської спільноти до питань учнівства, професійного вишколу та морально-етичної поведінки в колективі. Попри існування офіційно затверджених «Приписів для учнів», освітній процес часто супроводжувався порушеннями: приймалися надто юні кандидати без належної підготовки; тривалість робочого дня перевищувала допустимі межі, а підприємці нерідко зловживали учнівською працею з економічною вигодою. У публіцистиці «Czcionka» простежується чітке прагнення до професіоналізації друкарської справи, підвищення освітнього рівня молоді та дотримання соціальної справедливості в стосунках між працедавцями, колегами й учнями. Стаття також засвідчує, що дискусії навколо навчання, оплати, гігієни та умов праці були частиною ширшого процесу формування фахової ідентичності та саморефлексії типографського середовища в другій половині XIX ст.

Ключові слова: преса, Східна Галичина, професійні спілки, історія, культурно-просвітницька діяльність, бібліотеки, місцеве самоврядування.

APPRENTICESHIP AND PROFESSIONAL TRAINING OF PRINTERS IN EASTERN GALICIA: ON MATERIALS OF THE NEWSPAPER “CZCIONKA” (1872)

Oleh HONCHAR

PhD Student

Institute of Printing and Media Technologies

Lviv Polytechnic National University

Pid Holoskom Str., 19, 79061, Lviv, Ukraine

alegka83@ukr.net

ORCID 0009-0004-8660-5437

The aim of the article is to identify conditions, norms and contradictions of apprenticeship in the printing industry of the 19th-century Eastern Galicia, based on materials from the newspaper “Czcionka” published in 1872. The study applies historical-analytical and source-based methods, as well as a content analysis in order to research publications of “Czcionka” newspaper concerning apprenticeship, education and working conditions of youth in the printing sector. A comparative-historical approach is used to contrast practices of different cities within the Austro-Hungarian space. For the first time, a comprehensive analysis is conducted concerning perceptions of apprenticeship and professional training in the printing industry of Eastern Galicia, based on materials from the Polish-language trade union newspaper “Czcionka” (1872). This study identifies normative models of professional training, requirements for apprentices, as well as common violations and exploitative practices toward youth, as documented within the printing community itself. The article introduces little-known sources of trade union journalism into academic discourse, which allows for a more precise understanding of the social concept of labour, education and ethics of relationships in the second half of the 19th century. The analysis of “Czcionka” materials from 1872 reveals a high level of interest within the printing community to issues of apprenticeship, professional training, moral and ethical behaviour in the team. Despite the existence of officially approved “Regulations for Apprentices”, the educational process was often accompanied by violations: too young candidates without any proper preparation were accepted; working hours regularly exceeded legal limits, and employers frequently exploited apprentice labour for economic gain. The journalism of “Czcionka” reflects a vivid aspiration toward the professionalisation of the printing trade, the improvement of young workers’ educational standards and the pursuit of social justice in relations between employers, colleagues and apprentices. This article also demonstrates that discussions around studying, payment, hygiene and working conditions were a part of a broader process of shaping professional identity and self-reflection of the typographic sphere in second half of the 19th century.

Keywords: press, Eastern Galicia, trade unions, history, cultural and educational activity, libraries, local self-government.

Актуальність проблеми

У другій половині XIX ст. друкарська справа в Центрально-Східній Європі переживала період професійного структурування, технічного оновлення та зростання соціальної ваги поліграфічної продукції. У цьому контексті постало питання про системну підготовку кадрів, зокрема, про організацію учнівства, визначення кваліфікаційних вимог і етичних стандартів у взаєминах між працедавцями, працівниками й учнями. Актуальність цієї теми зумовлена тим, що початкова професійна освіта та регламентація учнівської праці в друкарнях відображають не лише технологічні та виробничі аспекти, а й ширші соціальні уявлення про працю, моральність, дисципліну й відповідальність.

Попри зростання зацікавлення історією поліграфії та професійного руху, проблема учнівства як складника типографської культури залишається малодослідженою. Особливо це стосується джерельної бази, яка відображає уявлення самих представників фахового середовища про вимоги до майбутніх працівників. У цьому контексті цінним джерелом є польськомовна профспілкова газета «Czcionka» (*з польської – шрифт*) що видавалася у Львові в 1872–1875 роках і репрезентувала позицію друкарської спільноти Галичини.

Проблема, що розглядається в статті, стосується співвідношення між задекларованими принципами учнівської підготовки й фактичними практиками її реалізації, а також механізмами соціального контролю, критики та саморегуляції, які функціонували в друкарському середовищі. Дослідження має на меті не лише історичну реконструкцію норм і реалій учнівства, а й з'ясування їхнього місця в ширшій системі професійної ідентичності та соціального структурування праці у XIX ст.

Стан вивчення проблеми

Проблематика учнівства та професійної підготовки друкарів у Східній Галичині XIX ст. так само, як і дослідження газети «Czcionka», дотепер не представлена в українській історіографії. Є певна спроба з'ясування історії професійних спілок. Так І. Берест (2017b; 2018), І. Берест, С. та О. Гончар (Berest et al., 2024) подають послідовно дослідження професійних спілок. Схожу позицію займає Р. Берест (1995). Автор осмислює матеріали історії професійних спілок від їхнього виникнення до 1939 р. У 2020 р. з'явилася стаття, у якій уже було більше конкретики, але стосовно профспілкового товариства лікарів (Берест та ін., 2020). Також є дослідження профспілкової преси. Зокрема, І. Берест (2017a), І. Берест та О. Гончар (2025) і С. та О. Гончар (2023), написали низку статей оглядового змісту про польську пресу XIX ст., де переважають оглядові підходи, зосереджені на організаційних структурах і загальносоціальних функціях профспілок, без глибокого аналізу публіцистичного дискурсу, гендерного контексту чи внутрішньопрофесійних конфліктів.

Аналогічний стан у польській науковій традиції учнівства та професійної підготовки друкарів у Східній Галичині, зокрема газети «Czcionka», як цінного джерела соціального і професійного дискурсу, ще не став предметом окремого міждисциплінарного дослідження. Заслуговує на увагу стаття дослідниці Г. Тадеусевич (Tadeusiewicz, 1979), де авторка аналізує польську профспілкову пресу друкарів.

Загальноєвропейські праці, присвячені учнівству та професійній підготовці друкарів у XIX ст. (зокрема, праці про фабричну зайнятість у Франції, Німеччині, Великій Британії), здебільшого не висвітлюють поліграфію як окрему професійну галузь або не мають джерельної бази з території Австро-Угорської монархії. Дослідження ідей праці (Міл, 2001) (Джона Стюарта Міла «Поневолення жінок») є важливим філософським тлом, однак потребують локалізованої джерельної конкретизації.

Отже, у сучасній науці спостерігається дефіцит спеціальних досліджень, присвячених вивченню ставлення до учнівської праці в друкарській галузі на основі профспілкової преси. Саме тому джерельний аналіз публікацій газети «Czcionka» 1872 року дає змогу з'ясувати унікальні уявлення, практики та соціальні реакції друкарської спільноти на спроби залучення учнів до фаху.

Завдання статті

Мета статті – виявити особливості учнівства та професійної підготовки молоді в друкарській галузі Східної Галичини у XIX ст. на основі публікацій польськомовної профспілкової газети «Czcionka» за 1872 р. Аналізуючи тексти видання, автор ставить за завдання з'ясувати, як друкарська спільнота розуміла завдання професійного вишколу, які норми та приписи формулювалися для учнів, якими були соціальні та освітні вимоги до кандидатів, а також які порушення і зловживання в процесі навчання викликали полеміку всередині фахового середовища. У центрі уваги – співвідношення між формалізованими інструкціями й реальними практиками, критика експлуатації підліткової праці, роль товариств та освітніх ініціатив у формуванні типографської молоді.

У дослідженні застосовано історико-аналітичний метод для вивчення соціального та професійного контексту функціонування друкарських закладів у Східній Галичині другої половини XIX ст. Джерелознавчий метод використано для критичного аналізу матеріалів газети «Czcionka» як специфічного фахового друкованого органу, що репрезентував позицію професійної спільноти. Контент-аналіз публіцистичних текстів сприяв виявленню ключових мотивів, термінологічних конструкцій, нормативних моделей і дискурсивних опозицій щодо учнівства, освіти та умов праці молоді в друкарській сфері. Порівняльно-історичний підхід використано для зіставлення локальних практик (Львів, Краків, Брно, Клагенфурт тощо) у межах ширшого австро-угорського контексту.

Виклад основного матеріалу

Важливою справою часопис вважав висвітлення стану справ з підготовкою молодих кадрів для друкарської галузі та різних негараздів, з цим процесом пов'язаних. Відтак учнівству на шпальтах газети «Czcionka» приділено багато уваги. За даними газети, в Австро-Угорській імперії станом на серпень 1872 р. при друкарнях налічувалося 1527 учнів. З них: 1240 учнів шрифтонабирачів, 205 «друкарських» учнів, 82 учні ливарників шрифтів (Zubalewicz, 1872g).

Як свідчить статистична таблиця, уміщена в № 23 за 11 вересня 1872 р., у Галичині в 19-ти проаналізованих друкарнях працювало 106 учнів (в середньому по 5–6 на одну друкарню). Їхній віковий діапазон становив 12–22 роки. Зрозуміло, що не всі вони отримували однакову платню, бо це залежало від рівня професійної підготовки, здібностей та продуктивності праці кожного окремого учня. Праця в друкарні тривала здебільшого 10 год., хоча подекуди й 10,5–11 год. Впадає у вічі в цій таблиці також те, що працею учнів зловживали в небагатьох галицьких друкарнях. Перекіс у співвідношенні «товаришів» та «учнів» бачимо лише в двох львівських друкарнях – «Поремби» (відповідно 2 до 7-ми) та «Маніцького» (2 до 5-ти) (Zubalewicz, 1872g).

«Учнівська» тематика завжди була присутня на засіданнях Загальних Зборів місцевих чи крайових товариств, а також у програмах роботи З'їздів друкарів. З молоддю завжди були певні проблеми, зважаючи на юний вік, тому друкарська спільнота намагалася якось контролювати й регламентувати процес навчання. Так один з найбільш ранніх циркулярів для учнів знаходимо у випуску № 4 за 16 лютого 1872 р., де редакція вважала за потрібне опублікувати «Приписи для учнів», які були прийняті 14 листопада 1871 р. у м. Брно на Зібранні Центрального Союзу моравських друкарів та ливарників шрифтів. Цей документ складався з 8-ми пунктів (тут і далі пер. з пол. – О. Г.):

1. Учень, який приступає до практики, має мати повних 14 років і представити свідоцтво відбутих шкільних наук.

2. Для пересвідчення в фізичних та розумових здібностях учня має той піддатися чотириденній пробі. З цією метою новий учень відданий буде двом, вказаним Товариством, товаришам, які в дотичній галузі працюють, котрі разом з керівником мають сумлінно поставитися до його випробування, після чого він або прийнятий, або віддалений буде.

3. Час учнівської практики встановлюється на 4 роки, але якщо учень запізнюється (з опануванням ремесла – О. Г.), то може бути термін його практики продовжений ще на 3 місяці.

4. Кількість годин щоденної праці є згідно з тарифом та сама, що й для товаришів; у неділю та у святкові дні учні мають бути інспектовані в кожному робочому приміщенні.

5. Учні повинні відвідувати навчальні заняття, організовані Союзом, або ходити до Промислової школи, а відвідуваність у керівника фіксувати.

6. Під час практики учня можна використовувати тільки для праці і тільки за здобутим ним фахом.

7. Виплати учням за роботу мають починатися лише через 3 місяці після проходження практики.

8. Приписи ці входять з дня 1 грудня 1872 р. у життя.

Під час остаточного затвердження цього документа було додано ще один важливий пункт: «втікачі або відраховані з практики учні не мають бути в жодному тутейшому закладі прийняті» (пер. – О. Г.) до праці (Zubalewicz, 1872a). А 4 вересня 1872 р. газета додатково повідомляла, що «у м. Брно прийняли власники двох новозаснованих друкарень Цінник і Приписи для учнів». Однак у «Приписах» просили погодитися на таке коригування пункту II: «Учень має бути відданий під нагляд двом товаришам, які працюють в друкарні; ці товариші разом з керівником повинні сумлінно ставитися і до рішення про прийняття, і до рішення про звільнення учня з друкарні» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872f).

Наприклад, в австрійському м. Грац Загальні збори Товариства друкарів на початку липня 1872 р. ухвалили скласти списки всіх наявних у місті учнів друкарень і подати ці списки до відповідного відділу Товариства «з метою кращого дотримання впроваджених приписів для учнів» (пер. – О. Г.) та контролю за ними (Zubalewicz, 1872c). На швейцарському З'їзді друкарів, що відбувся 11–14 серпня 1872 р., одним із ключових питань також було прийняття «Приписів для учнів» (Zubalewicz, 1872d). 13 листопада «Czcionka» повідомляла, що в австрійському м. Клагенфурт при спробі впровадити «Приписи для учнів» дійшло до «неприємних подій із владою». Хоча автор далі не уточнював деталей перебігу цього конфлікту, як і те, що саме місцеву владу не влаштовувало, наслідком стала заборона діяльності клагенфуртського Товариства друкарів, яке було розпущене (Zubalewicz, 1872j). На знак протесту друкарі розпочали страйк, унаслідок чого 4 грудня дійшли компромісу і «Приписи для учнів» були впроваджені (Zubalewicz, 1872k).

Однак насправді не все так було ідеально, як в інструкціях. Так, у № 4 за 16 лютого 1872 р. вийшла розлога стаття під назвою «Справа учнів друкарського мистецтва» (Zubalewicz, 1872a), а 28 серпня цього ж року її друга частина (Zubalewicz, 1872e). Зокрема, у першій частині зазначалося, що приймання учнів 11–13-ти років є явищем доволі частим; що «немає нічого дивного в тому, що ці хлопці з молодших класів школи не мають потрібних знань, аби їх вишколити на добрих майстрів друкарського мистецтва»; що у них слабка тілобудова, а відтак «не мають достатньо сили, хоча призвичаїлися вже до невпинного стояння при справі або потуг при пресі, не боячись наразити своє здоров'я на

небезпеку» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872a). Причину такого явища автор вбачає в легковажності батьків, «котрі найбільше дбають про те, аби їхні сини найшвидше щось заробляли, не дбаючи про те, чи мають для цього достатній рівень вишколу і відповідні фізичні сили» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872a).

Так, навчаючись на набиральника шрифтів, учень мусить «мати принаймні 14 повних років, мати гарний зір і міцну тілобудову, не кажучи вже про добре знання рідної мови і з граматичного, і з орфографічного боку; також і мови, які у краї є вживані» (пер. – О. Г.); мати елементарні знання з основних шкільних предметів (Zubalewicz, 1872a). Тут видання рекомендує Промислову школу у Львові*, яка «дає учням найкращі можливості для подальшого самовдосконалення, а набутими знаннями вони створять у майбутньому миле середовище і поміж колегами, і в 1 суспільстві» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872a). У другій частині пропонувалося, щоб учні, насамперед, отримали глибоке знання рідної мови, навчилися основам малювання, мали хоча б якийсь мінімум знань з основних гуманітарних галузей. «Наука повинна бути обов'язковою і безкоштовною для всіх учнів!» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872e).

У випуску № 28 за 16 жовтня 1872 р. газета знову порушувала це питання, вважаючи, що ґрунтовне знання національної мови або хоча б її правопису є необхідним для того, хто посвячує себе професії шрифтонабирача. Але при теперішньому стані шкіл у Галичині учень повинен бодай 3 класи гімназії закінчити (Zubalewicz, 1872h).

Робилися в цьому напрямку й практичні кроки. Наприклад, для вдосконалення знання мов запрошувалися для читання лекцій фахівці на громадських засадах. Так 14 березня 1872 р. редакція часопису щиро дякувала «панові докторові Тадеушові Скальковському**», за те що викроїв час і прочитав курс лекцій «Вимова і правопис польської мови» для членів «Поступового Товариства» та учнів. Для цього з дозволу Директора реальних шкіл «пана Хлебовського» було виділене приміщення одного з класів реальної школи (Zubalewicz, 1872b). Лекції могли слухати тільки ті учні, які були зареєстровані при друкарнях і «склали вписову квоту» (тобто сплатили членський внесок – (пер. – О. Г.)) у ТВПД (Zubalewicz, 1872b).

Траплялося, що до освітнього процесу добровільно, у дусі просвітництва, долучалися й студенти. Так, у Познані 20 жовтня 1872 р. студент філософського факультету Ляйпцізького університету Болеслав Рогович прочитав у приміщенні Товариства лекцію для товаришів та

* Офіційна назва: Цісарсько-королівська вища державна промислова школа у Львові (нім. k.k. Staatsgewerbeschule in Lemberg). Ініціатива створення школи була частиною загальноімперської політики Австро-Угорщини щодо розвитку ремісничої й технічної освіти.

** Тадеуш Антоні Скальковський (1845–1909) – доктор права, видатний правознавець, економіст і політичний діяч Галичини кінця XIX – початку XX ст. Його діяльність також охоплювала просвітницькі та громадські проєкти. Був соціально активний у багатьох сферах.

учнів на тему «Про міф і релігію». Основні тези з неї редакція газети «Czcionka» вважала за корисне опублікувати. Спочатку подавалася передісторія виникнення міфів та легенд як явища, а далі розглядалися причини появи світових релігій та їхня суспільна роль. «Гроно слухачів наприкінці живими оплесками подякувало панові лекторові за прочитане» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872i).

Колектив друкарень також має брати участь у процесі становлення учня. Всі колеги мають бути прикладом моральності «..., не дозволяти собі ніколи в друкарні в присутності учнів, обслуги чи дівчат примітивні жарти та кпини, бо саме в такому віці є молодь найбільше схильна до навчання не лише доброму, а й злому». У колективі має панувати атмосфера поваги, незважаючи на чин – «кожен колега має чинити стосовно учнів з гідністю та повагою, тоді отримає у відповідь любов і повагу учнів» (пер. – О. Г.), – доходить висновку автор (Zubalewicz, 1872i).

У випуску № 13 за 3 липня 1872 р. знову читаємо в кореспонденції зі Львова: «розгляньмося по друкарнях: є там учні віком років 11–14-ти, котрі заледве вміючи читати з друкованої книжки, кваліфікуються на набиравців шрифтів». «Перша проба їхньої придатності ще більш менш корисно виглядає, бо до посилян в друкарні швидкість повинна бути ...». Але коли з плином певного часу, вже після випробування такого учня, «здібність його до друкарського ремесла не виявляється в доброму світлі, то замість усунути його, залишають такого під приводом того, що розум ще не розвинений і що майбутнє покаже, чи це рішення не було хибним» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872c).

Далі йдеться про те, що теперішня жалість «колег» лише зашкодить такому учневі в майбутньому, коли через низьку фахову кваліфікацію, «не маючи змоги надовго в одній друкарні затриматися, розпочне мандри з місця на місце, ненавидячи і себе, і інших!» (Zubalewicz, 1872c). «Тому добре би було при прийнятті учнів докладно звертати увагу на рівень освіти, здоров'я, моральність, кмітливість і швидкість зрозуміння» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872c).

У продовження цієї полеміки, у випуску № 21 за 28 серпня (друга частина) читаємо: «не можна припускати, щоби підприємці, особливо у провінційних містах, без прагнення зиску замінити фахівців недосвідченими хлопцями». Твердження, начебто це була вільна воля молодих хлопців «віддатися друкарській науці, є цілком фальшиве, бо саме підліток чи молодик найлегше дає себе збаламутити». Член друкарської спільноти, який «не достатньо вивчений, має смутне майбутнє перед собою. Чимало підприємців тримають учнів по 5 років тільки для того, щоби набити свої кишені» (пер. – О. Г.). Надалі автор розмірковує над тим, що звільняють їх по завершенні максимального терміну навчання не тому, що вони нічому не навчилися, а через потребу переводити їх у «товариші» й надалі більше платити. Працедавцям вигідніше набра-

ти нових учнів та знову їм платити за мінімумом (Zubalewicz, 1872e). Як вихід, пропонувалося: 1) обмежити кількість учнів; 2) екзаменувати їхні знання і вишкіл у процесі навчання (Zubalewicz, 1872e).

У тому ж випуску газети краківський кореспондент повідомляв, що в Кракові діються щодо учнів схожі речі. «Працедавці приймають учнів без щонайменшого вишколу, залишають їх на самих себе, а відтак працівники з них виходять дуже слабкі». Також дописувач закликав власників друкарень при прийомі звертати увагу на фізичний стан та здоров'я «кандидатів до науки друкарській справі». «Маємо тут на увазі очі й вуха, не кажучи вже про інші, менш видимі частини тіла, для оцінки стану яких потрібна формальна ревізія та лікар». Далі наголошувалося на потребі дотримання елементарної побутової гігієни: «помешкання, де перебуває одночасно багато осіб, мають бути регулярно провітрювані». «Жодна краківська друкарня не має вентиляторів, які особливо в зимову пору робили б велику послугу здоров'ю» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872e).

Розмірковуючи у випуску № 29 за 23 жовтня 1872 р. над проблемою частої захворюваності учнів на легеневі та шлункові хвороби, той же краківський кореспондент писав: «молодий хлопець, працюючи кільканадцять годин щоденно, потребує принаймні більше нормального харчування, ніж старший чоловік, бо в нього швидше відбувається процес травлення». Будучи мізерно винагороджуваним, «маючи незаможних батьків, прагнучи мати ціле взуття і таке-сяке вбрання, мусить ще бути неголодним». Працюючи на виснаження, «за кілька років стає товаришем ...». А ще через кілька «він вже хворий і в дуже молодому віці закінчує своє життя, не досягнувши навіть 30 років (на туберкульоз, як то бачимо з повідомлень за останні кілька років)» (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872i).

Серед причин такого автор статті називає: темні, тісні, вологі, без сонячного світла приміщення друкарень, взимку непровітрювані (що є найбільшим вбивством), без відповідного опалення, є швидше тюремними камерами, ніж місцями для праці (пер. – О. Г.) (Zubalewicz, 1872i).

Висновки

Узагальнення викладених результатів дослідження дає підстави зробити такі висновки:

1. Газета «Czcionka» була не лише фаховим виданням, а й майданчиком формування професійної етики і саморефлексії друкарської спільноти, приділяючи особливу увагу питанням учнівства, моральності, справедливості та якості фахової підготовки.

2. Попри наявність офіційних «Приписів для учнів», учнівська праця в Галичині супроводжувалась численними порушеннями, зокрема прийомом до праці надто юних і не підготовлених кандидатів, пере-

вищенням тривалості робочого дня, зловживанням з боку працедавців і відсутністю належної оплати.

3. Друкарські товариства та редакція «Czcionka» активно боролися за підвищення освітнього рівня молоді, рекомендували обов'язкове навчання в промислових школах, знання мов, орфографії, основ гуманітарних дисциплін та навіть організовували безкоштовні лекції й освітні ініціативи.

4. Фахове середовище розглядало учнівство як базовий етап формування професійної ідентичності, де важливим був не лише технічний, а й моральний складник, разом із гідним ставленням до молоді, запобіганням насмішкам, недоброзичливості та зневажливому ставленню в колективах.

5. Одним із найгостріших питань стала критика економічної експлуатації учнів, коли працедавці свідомо уникали переведення випускників у розряд фахівців, аби не платити їм належну зарплатню, що викликало полеміку та вимоги до обмеження кількості учнів, проведення регулярної атестації та контролю умов праці.

6. Матеріали «Czcionka» 1872 року дають змогу не лише реконструювати соціально-професійні уявлення про учнівство, а й зафіксувати спроби саморегуляції, формування професійної свідомості та боротьби за гідну працю й освіту в поліграфічному середовищі Східної Галичини другої половини XIX ст.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Берест, І. (2017a). Аналіз львівської профспілкової преси поліграфістів на прикладі часописів «Czcionka» і «Przewodnik dla spraw drukarsko-litograficznych». *Грані*, 20(11), 17–21. <https://doi.org/10.15421/1717142>
- Берест, І. (2017b). *Історія професійних спілок України (Східна Галичина 1817–1918 рр.)*. Ліана-М.
- Берест, І. (2018). Діяльність «Товариства взаємної допомоги приватних службовців» Галичини в 1848 році. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Історичні науки»*, 27, 51–56. <https://doi.org/10.25264/2409-6806-2018-27-51-56>
- Берест, І., Берест, Р., Пасічник, М., Савчук, Г., & Олійник, М. (2020). Аналіз статуту та першого року діяльності Львівського товариства галицьких лікарів («Towarzystwo lekarzów Galicyjskich»). *Медичні перспективи*, 25(2), 168–176. <https://doi.org/10.26641/2307-0404.2020.2.206799>
- Берест, І., & Гончар, О. (2025, 22–24 травня). Аналіз основної польської історіографії профспілкового руху в Галичині. В *Інформація, комунікація, суспільство 2025 [Матеріали конференції]* (с. 246–247). Видавництво Львівської політехніки.
- Берест, Р. (1995). *Нариси історії профспілкового руху в Західній Україні (1817–1939)*. Відродження.
- Гончар, С., & Гончар, О. (2023, 22–23 листопада). Загальні проблеми медіакомунікацій на сторінках галицької профспілкової преси XIX століття. В *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку [Матеріали конференції]* (Ч. 1, с. 52–53). Харківська державна академія культури.

- Міл, Д. С. (2001). *Про свободу. Роздуми про представницьке врядування. Поневолення жінок* (В. Триліс, Є. Мірошніченко, & В. Єрмоленко, пер.). Видавництво Соломії Павличко «Основи».
- Berest, I., Honchar, S., & Gonchar, O. (2024). Trade Unions of Eastern Galicia during the socio-political processes of the 19th–early 20th centuries. In Štarchoň, P., Fedushko, S., & Gubíniová, K. (Eds), *Data-centric business and applications: Advancements in information and knowledge management* (Vol. 2, pp. 141–164). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-59131-0_7
- Tadeusiewicz, H. (1979). Polskie czasopisma drukarskie XIX wieku (Stan zachowania i stan badań, charakterystyka bibliograficzno-typograficzna). *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*, 18(2), 25–40.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872a, February 16). *Czcionka*, 4, 4.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872b, March 16). *Czcionka*, 6, 4.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872c, July 3). *Czcionka*, 13, 3.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872d, August 14). *Czcionka*, 19, 2–3.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872e, August 28). *Czcionka*, 21, 1.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872f, September 4). *Czcionka*, 22, 3.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872g, September 11). *Czcionka*, 23, 4.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872h, October 16). *Czcionka*, 28, 2–3.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872i, October 23). *Czcionka*, 29, 1.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872j, November 13). *Czcionka*, 32, 3.
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872k, December 4). *Czcionka*, 35, 3.

REFERENCES

- Berest, I. (2017a). Analiz lvivskoi profspilkovoi presy polihrafistiv na przykladi chasopysiv "Czcionka" i "Przewodnik dla spraw drukarsko-litograficznych" [Analysis of Lviv professional press of polygraphics at the example of tales "Czcionka" and "Przewodnik dla spraw drukarsko-litograficznych"]. *Grani*, 20(11), 17–21. <https://doi.org/10.15421/1717142> [in Ukrainian].
- Berest, I. (2017b). *Istoriia profesiinykh spilok Ukrainy (Skhidna Halychyna 1817–1918 rr.)* [History of trade unions of Ukraine (Eastern Galicia 1817–1918)]. Liana-M [in Ukrainian].
- Berest, I. (2018). Diialnist "Tovarystva vzaiemnoi dopomohy pryvatnykh sluzhbovtiv" Halychyny v 1848 rotsi [Activity of the "Company of mutual aid of private customers" of Galicia in 1848]. *Scientific Notes of Ostroh Academy National University: Historical Sciences Series*, 27, 51–56. <https://doi.org/10.25264/2409-6806-2018-27-51-56> [in Ukrainian].
- Berest, I., Berest, R., Pasichnyk, M., Savchuk, H., & Oliinyk, M. (2020). Analiz statutu ta pershoho roku diialnosti Lvivskoho tovarystva halyskykh likariv ("Towarzystwo lekarzów Galicyjskich") [Analysis of the statute and the first year of the activities of Lviv Society of Halician Physicians ("Towarzystwo lekarzów Galicyjskich")]. *Medychni perspektyvy*, 25(2), 168–176. <https://doi.org/10.26641/2307-0404.2020.2.206799> [in Ukrainian].
- Berest, I., & Honchar, O. (2025, May 22–24). Analiz osnovnoi polskoi istoriografii profspilkovoho rukhu v Halychyni [Analysis of the main Polish historiography of the trade union movement in Galicia]. In *Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo 2025* [Information, Communication, Society 2025] [Conference proceedings] (pp. 246–247). Lviv Polytechnic Publishing House [in Ukrainian].
- Berest, I., Honchar, S., & Gonchar, O. (2024). Trade Unions of Eastern Galicia during the socio-political processes of the 19th–early 20th centuries. In Štarchoň, P., Fedushko, S., & Gubíniová, K. (Eds), *Data-centric business and applications: Advancements in information and knowledge management* (Vol. 2, pp. 141–164). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-59131-0_7 [in English].

- Berest, R. (1995). *Narysy istorii profspilkovoho rukhu v Zakhidnii Ukraini (1817–1939)* [Essays on the history of the trade union movement in Western Ukraine (1817–1939)]. Vidrozhennia [in Ukrainian].
- Honchar, S., & Honchar, O. (2023, November 22–23). Zahalni problemy mediakomunikatsii na storinkakh halytskoi profspilkovoi presy XIX stolittia [General problems of media communications on the pages of the Galician trade union press of the XIX century]. In *Kulturolohiia ta sotsialni komunikatsii: innovatsiini stratehii rozvytku* [Cultural studies and social communications: Innovation strategies of development] [Conference proceedings] (Pt. 1, pp. 52–53). Kharkiv State Academy of Culture [in Ukrainian].
- Mill, J. S. (2001). *Pro svobodu. Rozdumy pro predstavnytske vriaduvannia. Ponevolennia zhinok* [On liberty. Considerations on representative government. The subjection of women] (V. Trylis, Ye. Miroshnychenko, & V. Yermolenko, Trans.). Osnovy Publishing named after S. Pavlychko [in Ukrainian].
- Tadeusiewicz, H. (1979). Polskie czasopisma drukarskie XIX wieku (Stan zachowania i stan badań, charakterystyka bibliograficzno-typograficzna) [Polish printing periodicals of the 19th century (State of preservation and state of research, bibliographic and typographic characteristics)]. *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*, 18(2), 25–40 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872a, February 16). *Czcionka*, 4, 4 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872b, March 16). *Czcionka*, 6, 4 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872c, July 3). *Czcionka*, 13, 3 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872d, August 14). *Czcionka*, 19, 2–3 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872e, August 28). *Czcionka*, 21, 1 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872f, September 4). *Czcionka*, 22, 3 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872g, September 11). *Czcionka*, 23, 4 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872h, October 16). *Czcionka*, 28, 2–3 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872i, October 23). *Czcionka*, 29, 1 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872j, November 13). *Czcionka*, 32, 3 [in Polish].
- Zubalewicz, L. (Ed.). (1872k, December 4). *Czcionka*, 35, 3 [in Polish].

Надійшла: 28.07.2025; Прийнято: 26.09.2025;

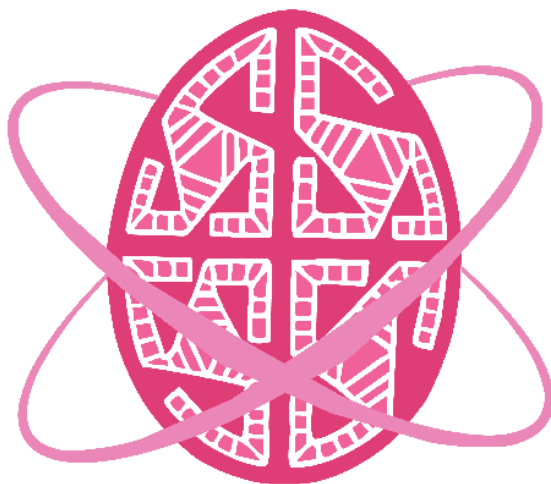
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

ADVERTISING
AND PUBLIC RELATIONS



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345614

УДК 659.4:[792:7.079]:316.7:004:339.138

PR-кампанії театральних фестивалів: привернення уваги глобальної аудиторії

Сергій ВАЖИНСЬКИЙ
асп.

Національний університет
«Львівська політехніка»

Інститут поліграфії та
медійних технологій

вул. Під Голоском, 19, 79061,
Львів, Україна

sergejvazhinskij@gmail.com

ORCID 0009-0007-8597-8882

© Важинський С., 2025

У сучасному світі театральні фестивали виступають не лише як культурні події, а і як інструменти міжкультурної комунікації та іміджевого просування регіонів. Однак для досягнення міжнародного визнання необхідне ефективне управління PR-кампаніями. У статті розглядаються ефективні стратегії PR-кампаній для театральних фестивалів у контексті глобалізації культурної сфери. Аналізуються ключові інструменти, що дають змогу привернути увагу міжнародної аудиторії, зокрема діджитал-маркетинг, соціальні мережі, колаборації із впливовими культурними діячами та використання креативного контенту. Особлива увага приділяється ролі медіа та новітніх технологій у просуванні театральних заходів, а також впливу візуальної ідентичності фестивалю на його впізнаваність. Окреслюються механізми створення віртуального контенту та залучення іноземних гостей через інтерактивні платформи. Стаття також містить кейси успішних PR-кампаній міжнародних театральних фестивалів, аналіз їхньої ефективності та рекомендації для організаторів, які прагнуть вийти на світовий рівень. Розглядаються сучасні тренди у сфері культурного PR, включаючи екологічну та соціальну відповідальність, що можуть стати додатковими факторами привернення уваги аудиторії.

Ключові слова: діджитал-маркетинг, соціальні мережі, культурний PR, медіапросування, візуальна ідентичність, міжнародний ринок, інтерактивні платформи, брендинг фестивалю, екологічна відповідальність, соціальна відповідальність.

PR CAMPAIGNS OF THEATRE FESTIVALS: ATTRACTING THE GLOBAL AUDIENCE'S ATTENTION

Serhii VAZHINSKYI

PhD Student

Lviv Polytechnic National University

Institute of Printing and Media Technologies

Pid Holoskom Str, 19, 79061, Lviv, Ukraine

sergejvazhinskij@gmail.com

ORCID 0009-0007-8597-8882

In modern world, theatre festivals are not only viewed as cultural events, but also as tools for intercultural communication and image promotion of regions. However, achieving international recognition requires effective management of PR campaigns. The article studies effective PR campaign strategies for theatre festivals in the context of the cultural sphere globalisation. The key tools are analysed. They can attract the international audience's attention, including digital marketing, social media, collaborations with influential cultural figures and creative content usage. Particular attention is paid to the role of media and new technologies in promoting theatre events, as well as the influence of the festival's visual identity on its recognition. Mechanisms for creating virtual content and attracting guests from abroad via interactive platforms are outlined. The article also contains case studies of successful PR campaigns of international theatre festivals, an analysis of their effectiveness and recommendations for organisers seeking to reach the global level. Modern tendencies in the cultural PR sphere, including environmental and social responsibility, which can become additional factors in attracting the audience's attention, are studied.

Keywords: digital marketing, social media, cultural PR, media promotion, visual identity, international market, interactive platforms, festival branding, environmental responsibility, social responsibility.

Актуальність проблеми

Глобалізація культурної сфери, активний розвиток цифрових технологій і змінені моделі споживання мистецького контенту вимагають від організаторів фестивалів нових підходів до залучення аудиторії. В умовах зростання кількості онлайн- та гібридних форматів подій питання ефективного PR-просування театральних фестивалів стає особливо важливим для їхньої конкурентоспроможності й популярності. Завдяки грамотній PR-кампанії можна не лише привернути увагу глядачів, медіа та потенційних партнерів, а й створити впізнаваний бренд фестивалю, що працюватиме на довгострокову перспективу. Використання сучасних PR-інструментів, таких як діджитал-маркетинг, стратегічний контент у соціальних мережах, співпраця з лідерами думок та інтерактивні комунікаційні платформи, дають змогу театральним фестивалям розширити свою аудиторію за межі традиційного локального простору і стати впливовими гравцями на міжнародній культурній арені. Крім того, зростає значення соціальної та екологічної відповідальності у формуванні іміджу мистецьких заходів. Сучасні глядачі все більше орієнтуються на культурні події, які не лише пропонують якісний контент, а й відображають актуальні світові тенденції, такі як інклюзивність, екологічність та соціальна свідомість. Відтак розроблення комплексної PR-стратегії, що враховує ці аспекти, стає ключовим фактором успіху театральних фестивалів у XXI ст. Отже, дослідження механізмів ефективного PR-просування театральних фестивалів є вкрай актуальним і для організаторів подій, і для культурних менеджерів, маркетологів та PR-фахівців, які прагнуть адаптувати свої підходи до сучасних викликів і розширити міжнародну аудиторію театральних ініціатив.

Невирішені питання

Попри помітний прогрес у розвитку театральних фестивалів та їхніх комунікаційних стратегій, залишається низка проблем, які потребують вирішення. Однією з основних є відсутність довгострокового планування у сфері PR та маркетингу, що обмежує сталість іміджу фестивалів. Багато проєктів недостатньо використовують можливості цифрових технологій, зокрема соціальних мереж, інтерактивних платформ та аналітики аудиторій. Часто фестивалі не адаптують свої повідомлення під різні цільові групи, втрачаючи потенційних учасників і партнерів. Окремої уваги потребує питання соціальної відповідальності, яка нерідко зводиться до формальних декларацій. Також спостерігається нестача ефективної інтеграції в міжнародний культурний простір, що обмежує вплив українських фестивалів на глобальному рівні. Вирішення цих питань є ключем до сталого розвитку театральної сфери.

Стан розробки питання

Сучасні театральні фестивалі функціонують в умовах високої конкуренції і на локальному, і на міжнародному рівні. З одного боку, зростає кількість культурних заходів, що пропонують унікальні програми та залучають новітні театральні форми. З іншого боку, увага аудиторії розсіюється через перенасичення інформаційного простору, швидкий розвиток цифрових платформ та зміну споживчих моделей. У зв'язку з цим організаторам фестивалів потрібно не лише створювати якісний мистецький продукт, а й забезпечувати його ефективне просування, щоб залучити ширшу аудиторію та вийти на глобальний рівень. Основна проблема полягає в тому, що традиційні методи PR-кампаній, які використовувалися раніше (друкована реклама, плакати, публікації в локальних ЗМІ), сьогодні вже не гарантують достатнього охоплення та впливу. Натомість сучасні інструменти цифрового маркетингу, такі як соціальні мережі, візуальний контент, онлайн-співпраця з лідерами думок і таргетована реклама, потребують глибокого розуміння тенденцій та адаптації до швидкоплинних змін у медіасередовищі. Ще одним викликом є необхідність створення впізнаваного бренду театального фестивалю. Багато фестивалів не мають чіткої візуальної ідентичності, унікального наративу чи емоційного меседжу, що ускладнює їхню комунікацію з потенційною аудиторією. Брендинг і концептуальне позиціонування фестивалю мають відігравати ключову роль у формуванні довгострокового зв'язку з глядачами та партнерами. Також важливим аспектом є інтеграція соціальної та екологічної відповідальності в PR-кампанії театральних фестивалів. Сучасний культурний споживач усе більше звертає увагу на екологічну свідомість подій, підтримку локальних спільнот, інклюзивність і різноманітність. Проте багато фестивалів ще не враховують ці тенденції у своїй комунікації, що може зменшувати їхню привабливість для глобальної аудиторії. Отже, проблема ефективного PR-просування театральних фестивалів полягає в потребі розроблення стратегічних підходів, що поєднують новітні цифрові технології, креативний контент, бренд-менеджмент та соціальну відповідальність. Це дослідження спрямоване на визначення найкращих практик у цій сфері та розроблення рекомендацій для організаторів театральних заходів, які прагнуть привернути увагу міжнародної аудиторії та зміцнити свої позиції в світовому культурному просторі. Феномен фестивалю як культурно-мистецької події має глибокі історичні корені, починаючи з античних урочистостей на честь богів, середньовічних карнавалів і маскарадних балів до сучасних міжнародних арт-платформ. Історичні аспекти розвитку фестивалів, їхню роль у культурній комунікації досліджувалися в працях О. Вергеліса, Г. Веселовської, Н. Владимирової, М. Гарбузюк, Н. Корнієнко, Г. Липківської, С. Максименка, А. Підлужної, І. Чужиної та інших науковців.

Водночас більшість досліджень зосереджуються на аналізові окремих фестивальних подій, тоді як аспекти ефективного PR-просування театральних фестивалів, зокрема в умовах цифрової епохи, залишаються недостатньо вивченими. У вивченні того, у який спосіб ефективні PR-стратегії можуть допомогти театральним фестивалям створити високоякісне і привабливе повідомлення для міжнародної аудиторії, важливим аспектом є аналіз методів просування, таких як використання соціальних мереж, співпраця з міжнародними медіа, організація партнерств із культурними й туристичними організаціями, а також інноваційних підходів до створення контенту, що може суттєво впливати на формування глобального іміджу фестивалю. Дослідження також має на меті розглянути роль технологій та цифрових інструментів у реалізації PR-кампаній для театральних фестивалів. У зв'язку з бурхливим розвитком онлайн-платформ та соціальних медіа важливо дослідити, як ці інструменти можуть бути інтегровані в стратегію глобального просування, створюючи можливості для взаємодії з новими аудиторіями і підвищуючи рівень участі у фестивальних подіях. Крім того, дослідження фокусується на практичних прикладах успішних PR-кампаній, аналізуючи, які з них найбільше сприяють збільшенню міжнародної аудиторії та створенню стійкого позитивного іміджу. Важливим елементом є визначення ключових чинників, що забезпечують ефективність цих кампаній: від правильного вибору меседжу до використання актуальних комунікаційних платформ та каналів.

Загалом завдання дослідження полягає в тому, щоб через аналіз наявних практик і теоретичних моделей PR-стратегій сформулювати рекомендації для організаторів театральних фестивалів, спрямовані на оптимізацію процесу комунікації з міжнародною аудиторією, що сприятиме підвищенню популярності театральних подій на глобальній культурній арені.

Виклад основного матеріалу

Термін «фестиваль», що походить від латинського *festivus* та французького *festival* – «свято», позначає масштабну соціокультурну подію, яка, зазвичай, має художньо-естетичне спрямування, є тематичною за змістом і структурованою за формою ("Фестиваль", 2025). Фестиваль – це «організований захід із елементом святковості, що має визначену тематику» (Зубенко, 2011). Історичні витоки фестивалів сягають доби античності: урочисті заходи на честь богів – зокрема, Діонісії в Стародавній Греції або Сатурналії в Римі – включали театральні вистави, поетичні змагання, музичні перформанси, публічні читання та інші форми комунікації. Уже на цьому матеріалі можна простежити елементи фестивального PR – від публічних оголошень до використання афіш (*albumi*) на стінах форумів. У такий спосіб писемне слово відігра-

вало роль засобу масової інформації, впливаючи на широку аудиторію (Олефір, 2016, с. 111).

Фестивалі мають свої витоки в ігрових традиціях Середньовічної Європи та епохи Відродження (X–XII ст.), зокрема в карнавалах і маскарадах (як-от знаменитий Венеціанський карнавал, що зберіг свої традиції донині), містеріях, парадах блазнів і трубадурів, а також у масових святкуваннях, приурочених до релігійних і обрядових календарних дат – Різдва, Великодня, Трійці. Крім того, фестивалі пов'язувалися з урочистими подіями, такими як коронації чи державні святкування. Значний вплив на культурне середовище справили також міські та сільські бали, що сформували традиції дозвілля на багато років уперед. Святкові дійства зазвичай складалися з двох частин: офіційної, що включала канонічні церковні обряди, та неофіційної – народних розваг. Лише у XVIII–XIX ст. карнавали остаточно відокремилися від релігійних свят і стали самостійною формою масового дозвілля.

У середньовічній придворній культурі популярності набули маскаради, що мали сатиричний характер, дозволяючи жартувати над звичаями чи поведінкою сучасників. Танцювальні бали швидко стали невід'ємною частиною великих зібрань, бенкетів і ярмарків. У цей період важливу роль у сфері масової комунікації відігравали герольди – офіційні глашатаї королівських і лицарських дворів. Вони сповіщали про майбутні лицарські турніри, презентували учасників і тлумачили герби, виконуючи функції ранньої форми масового інформування (Олефір, 2016, с. 111).

Новий етап розвитку фестивального руху розпочався на межі XIX–XX ст., коли міська культура зазнала впливу засобів масової інформації: газет, журналів, радіо, а згодом і кіно та телебачення. У XIX ст. розвиток фестивальної культури відбувався під впливом ідей романтизму, що сприяли відродженню карнавальних традицій. У першій половині XX ст. фестивалі набули статусу важливої форми масової культури, а міжнародні фестивалі мистецтв почали проводитися все частіше.

У XX ст. фестивальний рух набуває масштабів глобального явища, в якому поєднуються естетична репрезентація, туристична привабливість і культурна дипломатія. Такі події, як Венеціанський карнавал (Італія) або День святого Патріка (Ірландія), демонструють, як локальні свята стають частиною світової культурної мапи. Водночас формуються тематичні фестивалі – музичні, театральні, етнічні, екологічні тощо (Олефір, 2016, с. 111).

Суттєвою відмінністю фестивалю від звичайного свята є його організована структура, наявність концепції, кураторської програми, професійної команди й чітких цілей, серед яких – не лише розвага, а й культурна освіта, презентація художніх інновацій і соціальний діалог. Сучасний фестиваль функціонує як комунікаційна платформа, яка з допомогою PR-стратегій забезпечує інституційну впізнаваність, розширення аудиторії та вихід за межі локального контексту.

Згідно з дослідженням Д. Зубенка (2011), латинські терміни *feast* і *festival* первісно були синонімічними й позначали «свято». Згодом термін *feast* набув релігійного забарвлення, асоціюючись переважно з церковними подіями, тоді як *festival* еволюціонував у значенні, наближеному до сучасного, зберігаючи акцент на урочистості й структурованості. Ключова відмінність фестивалю від традиційного свята полягає в його концептуальній спрямованості та наявності чітко визначеного організатора або організаційної команди, тоді як свято, як правило, має зв'язок із культурними традиціями або календарними датами.

Українські театральні фестивалі привертають значну увагу провідних театрознавців і мистецтвознавців, зокрема О. Вергеліса, Г. Веселовської, Н. Владимирової, М. Гарбузюк, Н. Корнієнко, Г. Липківської, С. Максименка, А. Підлужної, І. Чужиної та ін., що підтверджують численні рецензії в періодичних виданнях і наукові дослідження. Водночас більшість публікацій зосереджуються переважно на аналізові окремих подій.

Отже, фестиваль – це культурно-мистецька акція, що відображає запити суспільства, рівень розвитку професійного та аматорського мистецтва й вирішує комплексні естетичні, соціальні та освітні завдання. На відміну від інших культурних заходів (свята, концерти, шоу, конкурси тощо), фестиваль відзначається масштабністю, різноманітністю програми, широким колом учасників і науково-художніми цілями.

У сучасному глобалізованому світі, де конкуренція за увагу аудиторії зростає, успішне проведення фестивалю неможливе без ефективної PR-кампанії, оскільки саме вона допомагає не лише сформувати позитивний імідж події, а й залучити широку міжнародну аудиторію, використовуючи сучасні медіа-інструменти та цифрові технології. Отже, фестивалі не тільки відображають культурні запити суспільства, а й активно впливають на їхнє формування через стратегічне просування в інформаційному просторі.

PR-кампанії для театральних фестивалів стали важливим складником успішного просування культурних подій на глобальній арені. В умовах сучасної цифрової епохи, коли медіапростір глобалізується, а глядачі можуть бути розкидані по всьому світу, важливою є здатність театральних фестивалів використовувати сучасні технології і медіастратегії для залучення міжнародної аудиторії. PR-кампанії націлені не лише на формування позитивного іміджу фестивалю, але й на залучення нових глядачів і створення сталої уваги до події, який виходить за межі локального контексту. Сучасні театральні фестивалі стикаються з викликами глобалізації, коли їм потрібно забезпечити присутність на міжнародних платформах та використовувати новітні інструменти для того, щоб не тільки привернути увагу, а й утримати її на тривалий час. Це дозволяє фестивалям, у тому числі й вітчизняним, здобувати популярність серед широкої глобальної аудиторії.

Соціальні мережі є одним із найефективніших інструментів у реалізації PR-кампаній. Такі платформи, як Instagram, Twitter, Facebook, TikTok і YouTube, стали ключовими елементами медіастратегій культурних заходів, зокрема театральних фестивалів. Вони дають змогу організаторам безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, формуючи емоційний зв'язок із подією ще до її початку. Через ці канали активно поширюються анонси, рекламні матеріали, відео про підготовку вистав, інтерв'ю з учасниками та організаторами, а також закулісні моменти, які надають фестивалю особливої атмосфери. Відеоконтент, зокрема, став важливим складником PR-стратегій, оскільки має потужний емоційний вплив і здатен викликати зацікавлення в потенційної публіки.

Крім того, суттєвий внесок у розвиток PR-кампаній театральних фестивалів роблять наукові дослідження в галузі маркетингових комунікацій. У цій сфері активно працювали і українські, і зарубіжні дослідники, зокрема А. Р. Андреасен та П. Котлер (Andreasen & Kotler, 2003), К. Шрірамеш (Sriramesh, 2009), К. Шрірамеш і Д. Верчіч (Sriramesh & Vercic, 2012), К. Л. Келлер, Т. Аперія та М. Джоргсон (Keller et al., 2011), Ф. Котлер і Г. Армстронг (Kotler & Armstrong, 2018), а також Б. Маккарті (McCarthy, 2016).

Проблематика внутрішньої і зовнішньої комунікації, посткомунікації, рекламної взаємодії та комунікаційного простору фестивалю ґрунтовно висвітлюється в дослідженні Д. Олефір (2016) «Фестивальний рух у Європі: комунікаційні аспекти». Своєю чергою, міжособистісні, особистісно-групові, міжгрупові, міжкультурні, а також вербальні й невербальні форми комунікації, які функціонують і в спеціалізованому середовищі, і в межах повсякденного культурного простору, розглянуто в статті В. Аксьонової (2013) «Міжкультурна комунікація як системоутворюючий фактор сучасної інформаційної культури: теоретико-методологічний контекст».

Яскравим прикладом ефективного використання соціальних мереж у просуванні театральних фестивалів є Edinburgh Festival Fringe (*Edinburgh Festival Fringe 2026*, n.d.). Названий фестиваль, один з найбільших у світі, активно використовує Instagram, Twitter та YouTube для залучення глядачів і з Великої Британії, і з інших країн світу. За допомогою цих платформ фестиваль публікує короткі відео, які демонструють виступи акторів, а також запрошує людей долучатися до події через хештеги. Крім того, активне використання соцмереж дає змогу фестивалю створювати інтерактивний контент, де глядачі можуть брати участь в опитуваннях, конкурсах та навіть голосувати за те, які вистави вони хочуть побачити. Такий підхід забезпечує не лише популяризацію події, а й створення живої зацікавленості фестивалем, що постійно підтримується через онлайн-спілкування. Також варто зазначити, що сучасні театральні фестивалі активно співпрацюють з інфлюенсерами – відомими особами, які мають великий вплив на своїх підписників

у соціальних мережах. Така співпраця привертає увагу до події з різних куточків світу і забезпечує її міжнародне охоплення.

Протягом останніх кількох років стало очевидним, що співпраця з культурними амбасадорами й медіагігантами може значно підвищити популярність фестивалю на міжнародній арені. Зокрема, у рамках PR-кампаній театральних фестивалів часто залучають відомих діячів культури, театральних критиків, зірок шоу-бізнесу, які можуть виступати не лише як учасники, а й як промоутери події. Вони використовують свої платформи в соціальних мережах і традиційних медіа для того, щоб просувати фестиваль на міжнародному рівні. Це дає можливість досягти того, що театральні фестивалі перестають бути суто локальними подіями, а стають міжнародними явищами. Залучення таких культурних амбасадорів допомагає формувати не лише інтерес до подій, але й підвищувати їхній статус серед міжнародних глядачів.

Яскравим прикладом ефективної PR-стратегії є Kyiv International Theatre Festival «GogolFest», який завдяки активній співпраці з міжнародними партнерами, діячами культури та успішній комунікації через соціальні мережі здобув широке визнання на міжнародному рівні. Заснований у 2007 р. Владиславом Троїцьким, фестиваль від початку позиціонував себе як міждисциплінарна платформа, що поєднує сучасний театр, музику, перформативне мистецтво, кінематограф та освітні ініціативи. До 2017 р. «GogolFest» проводився тільки в Києві, однак згодом трансформувався в масштабний національний культурний проект, що охопив низку українських міст, серед яких Дніпро, Маріуполь, Херсон, Івано-Франківськ та Вінниця. У 2020–2021 роках фестиваль вирізнівся інноваційною логістикою: учасників доставляли до Херсона та Дніпра спеціальним арт-потягом з тематичним оформленням, що стало унікальним явищем у європейському контексті. У 2019 р. «GogolFest» увійшов до переліку п'яти найкращих фестивалів Європи за версією EFFE Awards 2019–2020, а також неодноразово реалізовував авторські мистецькі програми в таких містах, як Осло, Берлін, Гамбург, Дюссельдорф, Прага та інших європейських культурних осередках.

Слід наголосити, що після тривалої перерви, спричиненої повномасштабним вторгненням, фестиваль «GogolFest» відновив свою діяльність в Україні у 2024 р. Захід відбувся 18–20 жовтня в місті Запоріжжя, ставши важливою культурною подією в умовах війни. У рамках фестивальної програми було представлено низку знакових театральних проектів. Зокрема, відбулася перша українська презентація вистави «Місто Марії», яка до того вже була продемонстрована на провідному європейському театральному форумі – Фестивалі в Авін'йоні (Франція). Також було показано виставу «Серце Матері: Діти зберігають наші сльози» – українсько-німецький мистецький проект, реалізований під керівництвом Владислава Троїцького, засновника незалежного теа-

тру «Дах». Постановка, присвячена болючій темі материнського горя в умовах війни, після завершення фестивалю була презентована глядачам у Гамбурзі. Ще одним елементом програми стала вистава «Сонячний народ», яка до того вже мала низку показів у кількох європейських країнах, зокрема в Швейцарії, Німеччині, Польщі та Франції (*GogolFest повертається*, 2024).

PR-кампанії театральних фестивалів також зазвичай передбачають розроблення спеціальних заходів для журналістів і медіа. Важливим елементом таких кампаній є залучення журналістів з різних країн для того, щоб вони мали змогу познайомитися з виставами та представити фестиваль у своїх виданнях. Це дозволяє фестивалям не тільки отримати широку медійну підтримку, але й забезпечити їхню презентацію на міжнародному рівні. Культурні події, що активно взаємодіють з міжнародними медіа, можуть створювати міцні зв'язки з іноземними партнерами і в таким спосіб виходити на нові ринки.

Фестиваль «Митниця. Нова режисура», який щорічно проходить у Театрі драми і комедії на лівому березі Дніпра в Києві, був заснований у 2022 р. Театром на лівому березі з метою підтримки та розвитку нових режисерських талантів у театральному мистецтві. Він став наступником Фестивалю пам'яті Едуарда Митницького «Простір Майстра» (проведений у 2021 р.), організованого Стасом Жирковим і Тамарою Труною. Переможцем першого фестивалю став Олександр Соколов із п'єсою Мартіна Макдони «Самотній Захід», прем'єра якої відбулася в сезоні 2023–2024. Переможець другого фестивалю, Роб Фельдман, представив п'єсу Ніни Захоженко «Копи проти Равликів», прем'єра якої відбулася в сезоні 2024–2025. У 2025 р. переможцем став Слава Юшков з інтерпретацією оповідання Луїджі Піранделло «Дурень» (у версії Слави – «Дурко»), прем'єра запланована на осінь того ж року. Останній фестиваль проводився в партнерстві з Італійським Інститутом культури в Україні, і основою програми стали тексти італійського драматурга Піранделло. Для просування фестивалю було залучено медіа, організовано промокампанії в соціальних мережах та опубліковані пресрелізи. Окрім цього, Театр на лівому березі проводить благодійні ярмарки, зокрема «Welcome to the Love Bank», що стала щорічною традицією. Цей захід об'єднує глядачів, акторів і друзів театру для збору коштів на підтримку українських захисників. Також у театрі відбуваються вистави, поставлені італійським режисером Маттео Спіацці, який спеціалізується на сучасній «Commedia dell'Arte» – виді італійського народного театру, що створюється за допомогою імпровізації акторів у масках. Вистава «Na*l*t», українська прем'єра якої відбулася в жовтні 2024 р., була спочатку представлена на європейському театральному фестивалі Radar OST в Берліні. Це копродукція Театру на Лівому березі та Фестивалю RADAR OST, створена для відкриття фестивалю 2023 р. Після цьо-

го вистава брала участь у фестивалях у Румунії, Польщі та Німеччині (Театр драми і комедії на лівому березі, б.д.).

Загалом, PR-кампанії театральних фестивалів є важливим інструментом у глобалізації культурних подій, що допомагає організаторам не тільки привернути увагу до своєї події, а й забезпечити її успіх на міжнародному рівні. Залучення медіа, соціальних мереж, культурних амбасадорів і інфлюенсерів створює сприятливі умови для фестивалів, щоб стати важливою частиною глобального культурного обміну.

Висновки

Дослідження засвідчило, що для ефективного привернення уваги глобальної аудиторії театральні фестивалі повинні застосовувати комплексний підхід до PR-кампаній, поєднуючи традиційні медіа з новітніми цифровими інструментами. В умовах стрімкого розвитку соціальних медіа фестивалі мають безпрецедентні можливості для досягнення міжнародної аудиторії через онлайн-платформи, що дозволяє не лише привертати увагу, але й формувати стійкий позитивний імідж.

Особливо важливим є активне використання соціальних мереж, таких як Instagram, YouTube, Facebook і TikTok, які забезпечують безпосередню комунікацію з глядачами, дозволяючи створювати захоплюючий візуальний контент. Такий підхід сприяє підвищенню впізнаваності фестивалю серед різних сегментів аудиторії.

Водночас традиційні медіа залишаються важливим елементом у PR-стратегіях, оскільки дають змогу охопити ширшу аудиторію, зокрема людей, які не активно користуються інтернетом. Тому поєднання цифрових і традиційних каналів комунікації є важливим для забезпечення максимального охоплення.

Співпраця з іншими культурними та комерційними організаціями є ефективним способом для фестивалів отримати додаткові ресурси для просування та залучення нових глядачів. Партнерство з міжнародними медіа, іншими фестивалями та брендами сприяють розширенню аудиторії та зміцненню іміджу заходу.

Не менш важливим є створення цікавого й унікального контенту, який формує емоційний зв'язок з глядачами. Відео, онлайн-трансляції, інтерв'ю та інші інтерактивні елементи дозволяють значно підвищити зацікавленість у фестивалі, а персоналізація контенту під різні аудиторії забезпечує ще більше залучення.

Для оцінки ефективності PR-кампаній важливо використовувати аналітичні інструменти, які дозволяють відстежувати медіа-покриття, активність у соціальних мережах, кількість відвідувачів фестивалю та відгуки глядачів. Це дає можливість коригувати стратегію в реальному часі та підвищити результативність кампанії.

Так, успіх PR-кампанії для театральних фестивалів залежить від стратегічного поєднання нових цифрових інструментів і традиційних медіа, створення інтерактивного та персоналізованого контенту, а також розвитку партнерських відносин. Такий підхід сприяє значному підвищенню видимості фестивалів на глобальній арені, залученню нових глядачів і зміцненню їхнього іміджу в міжнародному культурному просторі.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Аксьонова, В. І. (2013). Міжкультурна комунікація як системоутворюючий фактор сучасної інформаційної культури: теоретико-методологічний контекст. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 53, 89–100.
- Зубенко, Д. В. (2011). Розвиток фестивального руху в сучасній Україні. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Політологія. Соціологія. Право, 4(12), 110–114.
- Олефір, Д. (2016). Фестивальний рух в Європі: комунікаційні аспекти. *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*, 6, 109–113.
- Театр драми і комедії на лівому березі. (б.д.). Головна. Взято 20 січня 2025 з <https://drama-comedy.kiev.ua>
- Фестиваль. (2025, 1 червня). В *Bikinedia*. <https://w.wiki/GBrQ>
- Andreasen, A. R., & Kotler, P. (2003). *Strategic marketing for NonProfit organisations* (6th ed.). Prentice Hall.
- Edinburgh Festival Fringe 2026*. (n.d.). Edinburgh Festival City.com. Retrieved January 20, 2025, from <https://www.edinburghfestivalcity.com/festivals/edinburgh-festival-fringe>
- GogolFest повертається до України вперше з початку війни: коли та де буде фестиваль?* (2024, 3 жовтня). VisitUkraine.Today. https://visitukraine.today/uk/blog/4856/gogolfest-returns-to-ukraine-for-the-first-time-since-the-beginning-of-the-war-when-and-where-will-the-festival-be-held?srsltid=AfmBOorw0GxvPqElx-bSTQefK5ms_a57LAYk0wT4ns_p0AyHAUq1bU10#programa-festivalyu-gogolfest-pokrova-2024
- Keller, K. L., Apéria, T., & Georgson, M. (2011). *Strategic brand management: A European perspective* (2nd ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (with Opresnik, M. O.). (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Mccarthy, B. (2016). *Strategy, marketing, plans and small organisations*. Bookbon.
- Sriramesh, K. (2009). *The relationship between culture and public relations*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/265497827_The_Relationship_between_Culture_and_Public_Relations_1
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (Eds.). (2012). *Culture and public relations*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203149232>

REFERENCES

- Aksonova, V. I. (2013). Mizhkulturna komunikatsiia yak systemoutvoriuiuchyi faktor suchasnoi informatsiinoi kultury: teoretyko-metodolohichniy kontekst [Intercultural communication as a systemforming factor of modern informative culture: Theory-metodological context]. *Humanities Bulletin of Zaporizhzhie State Engineering Academy*, 53, 89–100 [in Ukrainian].
- Andreasen, A. R., & Kotler, P. (2003). *Strategic marketing for NonProfit organisations* (6th ed.). Prentice Hall [in English].

- Edinburgh Festival Fringe 2026*. (n.d.). Edinburgh Festival City.com. Retrieved January 20, 2025, from <https://www.edinburghfestivalcity.com/festivals/edinburgh-festival-fringe> [in English].
- Festyval [Festival]. (2025, June 1). In *Wikipedia*. <https://w.wiki/GBrQ> [in Ukrainian].
- GogolFest povertaietsia do Ukrainy vpershe z pochatku viiny: koly ta de bude festyval* [GogolFest returns to Ukraine for the first time since the beginning of the war: When and where will the festival be held]? (2024, October 3). VisitUkraine.Today. https://visitukraine.today/uk/blog/4856/gogolfest-returns-to-ukraine-for-the-first-time-since-the-beginning-of-the-war-when-and-where-will-the-festival-be-held?srsId=AfmBOorw0GxvPqElx-bSTQefK5ms_a57LAYk0wT4ns_p0AyHAUq1bU10#programa-festivalyu-gogolfest-pokrova-2024 [in Ukrainian].
- Keller, K. L., Apéria, T., & Georgson, M. (2011). *Strategic brand management: A European perspective* (2nd ed.). Pearson Education [in English].
- Kotler, P., & Armstrong, G. (with Opresnik, M. O.). (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education [in English].
- Mccarthy, B. (2016). *Strategy, marketing, plans and small organisations*. Bookbon [in English].
- Olefir, D. (2016). Festyvalnyi rukh v Yevropi: komunikatsiini aspekty [Festival movement in Europe: Communication aspects]. *Mass Communication in Global and National Dimensions*, 6, 109–113 [in Ukrainian].
- Sriramesh, K. (2009). *The relationship between culture and public relations*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/265497827_The_Relationship_between_Culture_and_Public_Relations_1 [in English].
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (Eds.). (2012). *Culture and public relations*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203149232> [in English].
- Teatr dramy i komedii na livomu berezi. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved January 20, 2025, from <https://drama-comedy.kiev.ua> [in Ukrainian].
- Zubenko, D. V. (2011). Rozvytok festyvalnoho rukhu v suchasni Ukraini [Development of festival movement in contemporary Ukraine]. *Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute". Political Science. Sociology. Law*, 4(12), 110–114 [in Ukrainian].

Submitted: 29.01.2025; Accepted: 22.08.2025;

The article was first published online: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345618

УДК 316.77:004.8:[7:378.147:378.091.212

Особливості використання штучного інтелекту в мистецькому освітньому середовищі

Ігор ПАРФЕНЮК

канд. н. із соц. комунік.,
доцент

Київський національний
університет культури і
мистецтв

вул. Євгена Коновальця, 36,
01601, Київ, Україна

parfeniuk10@gmail.com

ORCID 0000-0001-6203-2356

© Парфенюк І., 2025

В умовах цифрової трансформації суспільства активне впровадження штучного інтелекту (ШІ) у сферу освіти потребує його осмисленого використання в освітніх і творчих процесах, особливо в мистецтві, де ключовими є креативність, самовираження та індивідуальний стиль. Актуальність дослідження зумовлена потребою глибшого розуміння досвіду здобувачів вищої мистецької освіти щодо застосування комунікаційних інструментів ШІ в навчанні, творчості й щоденному спілкуванні. Мета статті полягає у виявленні специфіки використання ШІ в мистецькому освітньому середовищі. Методологія базується на теоретичному аналізові літератури, класифікації інструментів ШІ та проведенні емпіричного опитування серед 203 студентів першого курсу творчих спеціальностей. У дослідженні оцінено рівень обізнаності, частоту й цілі використання ШІ, а також ставлення студентів до його етичних аспектів та впливу на творчість. Результати свідчать, що абсолютна більшість студентів активно застосовує ШІ, зокрема ChatGPT, у навчанні, пошуку ідей, генеруванні текстів та виконанні рутинних завдань; водночас лише частина залучає ШІ до творчих проєктів. Студенти вважають ШІ корисним для підвищення продуктивності, проте стримано оцінюють його вплив на творчість. Основні ризики використання ШІ – втрата унікальності, проблеми з авторством і залежність від технологій. У висновках зазначено, що ШІ є ефективним інструментом сучасного навчання і творчості: його інтеграція в мистецьку освіту – логічний крок в умовах цифрової трансформації суспільства; ШІ відкриває в мистецькому освітньому середовищі нові можливості персоналізованого навчання, сприяє розвитку творчих здібностей та формує інноваційні способи культурної взаємодії; сформульовано рекомендації щодо ефективного й етичного застосування ШІ в мистецькій освіті для освітніх установ, викладачів і здобувачів освіти.

Ключові слова: штучний інтелект, мистецька освіта, комунікаційні інструменти, ChatGPT, здобувачі освіти.

PECULIARITIES OF THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATION IN THE ARTISTIC EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Ihor PARFENIUK

PhD in Social Communications, Associate Professor
Kyiv National University of Culture and Arts,
36, Yevhen Konovalets Str., 01601, Kyiv, Ukraine
parfeniuk10@gmail.com
ORCID 0000-0001-6203-2356

In the context of the society's digital transformation, the active integration of artificial intelligence (AI) into education necessitates its thoughtful appliance in educational and creative processes – particularly, in the art, where creativity, self-expression and individual style are fundamental. The relevance of this study grounds on the necessity in a deeper understanding of the experience of higher art education seekers in using AI-based communication tools for studying, creativity and daily communication. The aim of the article lies in highlighting specific features of AI appliance in the art educational environment. The methodology bases on the theoretical literature analysis, classification of AI tools and empirical survey conducted among 203 first-year students majoring in creative specialities. The research assesses the level of awareness, frequency and purposes of the AI usage, as well as students' attitudes toward its ethical implications and impact on creativity. The results show that the vast majority of students actively use AI, especially ChatGPT, for studying, idea generation, text creation and handling routine tasks. Still, only some of them apply AI in creative projects. Students find AI useful for enhancing productivity. However, they express cautious views on its influence on creativity. The basic risks identified include the loss of uniqueness, authorship problems and dependency on technologies. The conclusions highlight that AI is perceived as an effective tool in modern studying and creativity: its integration into art education is a logical step in conditions of the society's digital transformation; AI opens up new possibilities for personalised studying in the art education environment, promotes the development of creative skills and forms innovative ways of cultural interaction; recommendations for the effective and ethical appliance of AI in the art sphere for educational institutions, lecturers and students are formulated.

Keywords: artificial intelligence, art education, communication tools, ChatGPT, education seekers.

Актуальність проблеми

Під впливом еволюції інформаційного суспільства та значних технологічних змін штучний інтелект (ШІ) поступово перетворюється з передової розробки сучасності на невід'ємний складник повсякденного життя, модифікуючи не тільки методи комунікації, а й принципи та підходи до набуття знань, творчості й міжособистісних відносин. Ці зміни торкнулися багатьох суспільних сфер, зокрема й системи освіти, яка нині перебуває на шляху цифрової трансформації.

У мистецькій освіті, яка неможлива без креативності, самовираження й оригінальності, інтеграція ШІ в навчальний і творчий процеси сприймається абсолютно логічною та необхідною, хоча й зумовлює низку дискусій стосовно впливу інноваційних технологій на формування художнього мислення та самореалізацію здобувачів освіти.

Упровадження комунікаційних інструментів на базі ШІ відкриває нові можливості для покращення освітнього процесу, соціальних комунікацій, створення творчого контенту й побутових питань студентства. Водночас активне використання таких інструментів породжує певні ризики, наприклад: порушення академічної доброчесності, авторських прав, етичність щодо «співавторства» людини і машини, а також можлива несамотійність у навчанні.

Актуальність цього дослідження зумовлена потребою системного вивчення практики використання комунікаційних інструментів ШІ здобувачами освіти мистецьких напрямків не лише в навчальному процесі, творчій діяльності, але й у повсякденному спілкуванні.

Стан вивчення проблеми

Питання розвитку і впровадження штучного інтелекту в різних сферах, зокрема в освіті й творчості, порушувалися багатьма практиками та науковцями. Так, В. Череватюк (2024) вивчала особливості використання інструментів штучного інтелекту в контексті мистецької освіти, акцентуючи увагу на потребі застосування педагогічних підходів до цифрової трансформації, В. Білан, Р. Громадський і Т. Ялоха (2024) розглядали проблеми стимулювання критичного мислення через інноваційні підходи в мистецькій освіті, а також переваги використання технологій ШІ здобувачами освіти творчих спеціальностей. Колектив науковців – І. Візнюк, Н. Буглай, Л. Куцак, А. Поліщук та В. Киливник (2021) – досліджував основні аспекти застосування штучного інтелекту в освітньому процесі, зокрема його внесок у зміну форм подавання навчального контенту та вдосконалення освітньої практики. Н. Білова (2022) аналізувала сучасні тенденції розвитку мистецької освіти в Україні в розрізі інновацій, С. Терепищій (2023) вивчав питання медіаграмотності в контексті розвитку штучного інтелекту і класифікував інструментарій ШІ. Д. Соменко, О. Трифонова та М. Садовий (2023)

розглядали практичний досвід застосування нейромереж та штучного інтелекту в процесі викладання цифрових технологій та ін. Серед зарубіжних науковців треба виокремити таких: Р. Яна (Yang, 2024), котрий вивчав, як штучний інтелект змінює підхід до творчості, розширює можливості навчання, сприяє співпраці та які виникають виклики для педагогів під час інтеграції ШІ в освітні програми; Б. Джасмера (Jasmer, 2024), який аналізував баланс між творчим потенціалом людини та алгоритмічним підходом у мистецькій освіті; Дж. Блек і Т. Шапю (Black & Charut, 2024), які проводили дослідження щодо використання студентами інструментів штучного інтелекту під час опанування творчих освітніх компонентів; дослідників Т. Воларича, З. Томіча та Х. Любича (Volarić et al., 2024), котрі класифікували та аналізували комунікаційні інструменти штучного інтелекту, що використовуються в мистецькій сфері та освіті й ін.

Невирішені питання

Проте, незважаючи на названі наукові розвідки, особливості впровадження комунікаційних засобів ШІ в мистецькому освітньому просторі досі залишаються недостатньо дослідженими, адже мистецька освіта, з її міждисциплінарністю, високим рівнем емоційної залученості та суб'єктивного досвіду має свою специфіку інтеграції штучного інтелекту в навчання і творчість. Крім того, на сьогодні немає комплексних емпіричних досліджень стосовно користувацького досвіду використання комунікаційних інструментів ШІ здобувачами вищої освіти мистецьких напрямків в Україні, що ускладнює розроблення ефективних комунікаційних стратегій та обґрунтованих методик в освітньому процесі, який має бути націлений на розвиток творчості, формування індивідуального стилю та забезпечення професійної самореалізації майбутніх митців.

Завдання статті – з'ясувати стан використання комунікаційних інструментів ШІ здобувачами вищої освіти мистецьких спеціальностей під час навчання, творчої діяльності й повсякденного спілкування. У ході дослідження передбачено проведення опитування серед студентів 1-го курсу (дизайн, хореографія, музичне і сценічне мистецтво), яке дасть змогу отримати емпіричні дані щодо застосування ними інструментів штучного інтелекту.

Гіпотеза дослідження полягає в переконанні, що застосування комунікаційних інструментів ШІ позитивно впливає на результативність навчального процесу, спонукає до творчості, автоматизує рутинну роботу та спрощує щоденне спілкування здобувачів. Одночасно існують потенційні загрози, пов'язані з імовірним зниженням самостійності мислення, можливістю залежності від технологій, а також етичними

викликами у використанні штучно згенерованого контенту в академічному і творчому середовищі. Тому метою цього дослідження є не лише виявлення емпіричних особливостей використання ШІ здобувачами мистецьких спеціальностей, а й сприяння формуванню відповідального, критичного й обізнаного підходу до сучасних цифрових технологій у мистецькому співтоваристві.

Відповідно до сформульованої мети визначено такі завдання: 1) дослідити науково-теоретичні аспекти щодо застосування комунікаційних засобів штучного інтелекту у сферах освіти та мистецтва; 2) вивчити поширені комунікаційні інструменти ШІ, їхнє призначення та особливості; 3) розробити та організувати емпіричне дослідження (опитування) серед першокурсників мистецьких напрямів щодо їхнього досвіду взаємодії з ШІ; 4) здійснити обробку та інтерпретацію результатів опитування; 5) оцінити позитивні й негативні аспекти використання комунікаційних засобів ШІ в контексті мистецької освіти і сформулювати рекомендації для їхнього ефективного й етичного застосування.

Виклад основного матеріалу

В умовах сьогодення штучний інтелект набуває статусу впливового інструменту, що трансформує підходи до комунікації, навчання і творчої діяльності загалом. У наукових дослідженнях та освітній практиці дедалі частіше вивчаються перспективи інтеграції ШІ в освітній процес, зокрема в контексті персоналізованого навчання, вдосконалення системи засвоєння знань, а також інноваційних форм мистецької взаємодії.

Штучний інтелект є продуктом галузі інформатики, що сфокусована на створенні інтелектуальних машин, які функціонують і реагують подібно до людського розуму. Завданнями ШІ є конструювання систем, здатних виконувати операції, котрі традиційно потребують людського інтелекту (наприклад, візуальне сприйняття, розпізнавання та переклад мови, ухвалення рішень). Такі системи можуть вчитися на наданій інформації, виявляти аналогії та взаємозв'язки, а також ухвалювати рішення, ґрунтуючись на отриманих даних (Терепищій, 2023, с. 196).

ШІ дедалі масштабніше впроваджується в різноманітні сфери життя, однією з яких є мистецька освіта, що гармонійно поєднує і здобуття академічних знань, і естетичне, емоційне та творче самовираження особистості. Саме тому особливості інтеграції інструментів ШІ в цю сферу вимагають ретельного дослідження з огляду на освітні та мистецькі аспекти.

Мистецька освіта є дуже важливим складником вищої освіти. Процес навчання мистецтву передбачає передавання великої кількості професійних знань, особливо в процесі викладання навичок або технік, що потребують високого рівня спеціалізації. Традиційний формат мистецького викладання часто не сприяє чіткій демонстрації ключових моментів

або важливих етапів навчання, тому виникає потреба у використанні ШІ для допомоги в опануванні мистецьких практик (Yang, 2024).

У Законі України «Про освіту» (Верховна Рада України, 2017) зазначається, що мистецька освіта передбачає здобуття унікальних навичок, глибинного естетичного чуття та формування світоглядних пріоритетів шляхом безпосередньої участі в мистецькій діяльності. Вона забезпечує набуття індивідом широкого спектру професійних і виконавчих навичок та компетенцій, має на меті професійне творче самовираження особистості, а також здобуття фаху в різних галузях мистецтва (Верховна Рада України, 2017).

Отже, у мистецькій освіті важливе значення має не лише інформаційність, а й естетичне наповнення, чуттєве відчуття й авторський стиль. ШІ здатен виконувати роль каталізатора ідей, співавтора або наставника, пристосовуючи освітні матеріали до індивідуальних потреб здобувачів освіти, проте така практика має і переваги, і певні застереги.

На думку В. Череватюк (2024), студентство найгостріше реагує на різні зміни та нововведення. Зіштовхнувшись із необхідністю дистанційного навчання, здобувачі продемонстрували надзвичайну адаптивність в освоєнні сучасних, інноваційних методів здобуття знань, зокрема за допомогою ШІ (с. 90).

Технології штучного інтелекту та нейронних мереж відкривають широкі горизонти для покращення освітнього процесу: їх використовують на різних рівнях навчання – від опанування навчального матеріалу до виявлення помилок та адаптації підходів. ШІ допомагає в розробленні інноваційних методик, аналізі інформації, моделюванні й прогнозуванні результативності (Соменко та ін., 2023, с. 53).

В умовах модернізації освітнього процесу інтеграція новітніх технологій не лише покращує традиційні методи навчання – вона також стимулює переосмислення ключових цілей та завдань окремих освітніх напрямів, зокрема мистецької освіти. З огляду на це, виникає потреба в дослідженні змін, які зазнає мистецька освіта під впливом інновацій. Ці зміни спрямовані не тільки на розвиток творчого потенціалу, але й на формування сучасних форм культурної взаємодії та креативного мислення.

Інноваційна мистецька освіта покликана: формувати неординарні педагогічні й творчі задуми, підходи й способи роботи в мистецькому освітньому процесі; спрямовувати рух до модульних, об'єднаних, інтерактивних освітніх програм; активно залучати до розроблення сучасних форм і технологій викладання в мистецькій сфері; оновлювати критерії ефективності наукової, навчальної, творчої та інноваційної діяльності в системі мистецької освіти; визначати ринок праці для творчих професій (Білова, 2022, с. 162).

Аналіз можливостей інноваційної мистецької освіти свідчить про її дедалі вагомішу роль у розкритті креативного потенціалу здобувачів

освіти, розвитку міждисциплінарних вмінь та пристосуванні до змін у культурному просторі. Одним із факторів, що істотно впливають на трансформацію цієї сфери, є інтеграція технологій штучного інтелекту, які здатні підтримувати освітній процес на різних рівнях.

Штучний інтелект може бути помічником для викладачів і відкривати цікаві можливості: підвищувати зацікавленість здобувачів завдяки інтерактивному формату навчання, забезпечувати адаптивний і персоналізований підхід до викладання; оперативно коригувати навчальну програму за допомогою цифрової системи оцінювання; виявляти рівень знань студентів та підбирати найбільш ефективний формат навчання. Проте ШІ ніколи не зможе замінити викладача, оскільки саме він є основним джерелом знань та наставником для здобувачів (Візнюк та ін., 2021, с. 21).

Отже, впровадження штучного інтелекту в освітній простір не тільки полегшує працю викладачів, але й розширює можливості спілкування зі студентами, сприяючи створенню персоналізованого, адаптивного й технологічного навчального середовища. Це є особливо важливим у мистецькій освіті, де новітні цифрові технології здатні не просто доповнювати звичні методики, а й заохочувати творчі дослідження та роботу з новими візуальними формами. У цьому контексті має сенс розглянути особливості викладання візуальних форм мистецтва як важливого елемента мистецької освіти, що включає практичні навички й теоретичні знання з художньої творчості.

Викладання візуального мистецтва охоплює широкий спектр напрямів, серед яких вагоме значення має створення мистецьких творів (наприклад, живопис, графіка чи скульптура). У межах викладання традиційного мистецтва важливу роль також відіграють вивчення теорії мистецтва, естетики, історії мистецтва та критичний аналіз мистецьких творів. У цьому контексті сфера застосування генеративного штучного інтелекту є надзвичайно широкою та має потенціал допомагати і викладачам, і студентам в опануванні знань та навичок (Black & Chaput, 2024, p. 73).

ШІ здатний допомогти здобувачам освіти знаходити й класифікувати окремі компоненти певних зображень, тим самим заохочуючи майбутніх митців глибше пізнавати композицію, стилі й техніки. Ці інструменти так само можуть бути корисними під час вивчення історії мистецтва, а також здатні полегшити процес генерації ідей або їх удосконалення. Інструменти ШІ можуть сприяти навчанню в групах, забезпечуючи можливість командної роботи та зворотного зв'язку. Означені технології покращують спілкування й колективну творчість, підтримуючи спільну роботу над творчими проєктами (Білан та ін., 2024).

У такий спосіб використання інструментів штучного інтелекту в мистецькій освіті відкриває перед здобувачами низку перспектив:

вони отримують змогу використовувати новаторські підходи для створення візуальних образів, аналізу художніх стилів, симуляції технік малювання та інтерактивного зворотного зв'язку, що сприяє глибшому розумінню навчального контенту та розвитку креативних навичок. У зв'язку з цим надзвичайно важливо зосередити увагу на аналізові комунікаційних засобів, які надає ШІ. Саме вони визначають специфіку взаємодії технології та людини і, відповідно, впливають на формування структури та кінцеві результати творчого процесу.

Під комунікаційними інструментами ШІ ми розглядатимемо інтерактивні технології, які застосовують алгоритми штучного інтелекту для забезпечення осмисленої, емоційної чи візуальної взаємодії з користувачем. До них можна віднести (Терепиший, 2023, с. 196):

1. Штучні нейронні мережі (моделюються за структурою мозку людини і застосовуються для розпізнавання зображень та аналізу даних у різних сферах діяльності);

2. Оброблення природної мови (напрямок штучного інтелекту, який зосереджується на взаємодії машин та людей за допомогою звичайної побутової мови й активно використовується в голосових помічниках, аналізі емоційного забарвлення текстів та в чат-ботах тощо);

3. Комп'ютерний зір (здатність розшифровувати й осягати візуальні дані, які надходять від зображень чи відео; технологія використовується в таких сферах, як автономні транспортні засоби, розпізнавання обличчя, визначення об'єктів та ін.);

4. Робототехніку (розроблення, створення й експлуатація роботів для реалізації широкого спектру завдань);

5. Експертні системи (програмні засоби на основі штучного інтелекту, що копіюють логіку мислення людини й застосовуються для вирішення проблем у ситуаціях, які вимагають людського досвіду та знань).

Специфіка комунікаційних інструментів ШІ полягає в їхній здатності розуміти контекст інформації, умінні навчатися, використовуючи великі масиви даних, миттєвій реакції на звернення, а також у функціонуванні в багатомовних середовищах. Вивчення та класифікація таких інструментів необхідні для формування повного уявлення про актуальні тенденції цифрової комунікації та потенційні перспективи їхнього використання в науці, освітньому процесі та мистецькій діяльності.

На сьогодні в освітньому процесі активно використовуються різні інструменти ШІ, зокрема DALL-E, Midjourney та Stable Diffusion. Названі платформи дозволяють користувачам створювати високодеталізовані та креативні зображення за допомогою простих текстових запитів. Студенти можуть миттєво трансформувати абстрактні ідеї в яскраві візуальні образи. Такі програми, як Adobe Firefly, інтегрують ШІ в традиційні творчі середовища, оптимізуючи процес роботи, але не замінюючи художній сенс. Завдяки таким технологіям розширюється доступ до

складних можливостей візуальної творчості для широкого кола здобувачів освіти (Jasmer, 2024).

Дослідники Т. Волярич, З. Томіч та Х. Любич (Volarić et al., 2024) класифікують комунікаційні інструменти штучного інтелекту, що використовуються в мистецькій сфері та освіті, на:

1. Інструменти для роботи із зображеннями, відео та аудіо (наприклад: Lumen5 – платформа на базі ШІ для створення відео на основі текстових матеріалів, освітнього контенту чи дописів у соцмережах; Clipdrop – використовує технології комп'ютерного зору для автоматизації та спрощення редагування зображень, що дає змогу дизайнерам не витрачати час на ручну обробку; Upscale Media – пропонує передові алгоритми глибинного навчання для покращення якості зображень і відео; Canva – багатофункціональна платформа дизайну, що сприяє створенню привабливих графіків, контенту для соцмереж і презентацій навіть без спеціальної освіти; Adobe Podcast Enhance пропонує рішення для поліпшення якості аудіоконтенту за допомогою ШІ, що дає змогу подкастерам створювати професійні записи навіть у несприятливих умовах тощо).

2. Інструменти для копірайтингу, автоматизації та SEO (наприклад: Copy.ai – платформа для генерації текстів за допомогою ШІ, що допомагає створювати контент у різних форматах завдяки адаптивним мовним моделям та рекомендаціям для натхнення і вдосконалення текстів; Repurpose.io – засіб для автоматизації конвертації контенту в різні формати (дописи для соцмереж, відео, подкасти) без потреби ручного оброблення; ContentEdge – допомагає створювати SEO-оптимізований контент, пропонує інструменти для аналізу ключових слів, оцінювання ефективності контенту та рекомендації для покращення видимості в пошукових системах).

3. Інструменти для роботи з літературою (наприклад: Jenni – асистент на базі ШІ для пошуку наукових джерел, який використовує оброблення природної мови для рекомендації відповідної літератури, допомагаючи підвищити наукову якість текстів; Perplexity – засіб для наукової роботи, що пропонує чіткі, точні й науково обґрунтовані тексти та допомагає орієнтуватись у складних концептах; Consensus – платформа, яка використовує ШІ для аналізу наукової літератури, надаючи відповіді на основі доказових даних і загальноприйнятого наукового консенсусу, допомагаючи користувачам краще орієнтуватись в складних наукових темах).

4. Інструменти для резюмування тексту та відео (наприклад: TLDR This – це засіб на базі штучного інтелекту, розроблений для спрощення процесу читання складних та об'ємних текстів за допомогою створення лаконічних резюме великих документів, що дозволяє швидко отримати огляд основних ідей без потреби прочитання всього тек-

сту; SUMMARIZE.tech – платформа, що створює короткі резюме про відео, інтегрується в платформу YouTube, дозволяючи користувачам швидко ознайомитися зі змістом без перегляду всього відеоматеріалу; ChatPDF – використовує ШІ для виокремлення важливої інформації, резюмування та аналізу тексту з PDF-документів).

5. Інструменти для написання англomовних текстів (наприклад: QuillBot – платформа, що використовує передові технології, розроблена для допомоги у вивченні англійської мови і вдосконаленні англomовних текстів; Grammarly – засіб на базі ШІ для покращення письма, який виходить за межі простого виправлення граматики, пунктуації та орфографії, оскільки допомагає поліпшити ясність, тональність і стиль тексту англійською мовою).

Науковці Дж. Блек і Т. Шапю (Black & Chaput, 2024) у своєму дослідженні щодо використання штучного інтелекту в мистецькій освіті (р. 72) виявили, що в закладах вищої освіти, наприклад, на факультеті освіти Манітобського університету (Канада), студенти експериментують із платформами на базі ШІ, зокрема OpenAI's ChatGPT, Google's LaMDA та Stability AI. Також здобувачами використовуються генератори зображень на основі ШІ, наприклад Adobe Character Animator для створення анімацій, додаток Runway для створення відео та Tome для створення презентацій. Також використовують такі програми, як Artiphoria, що дає змогу створювати візуальні образи, програмне забезпечення для редагування фотографій на базі ШІ, наприклад Photoleap, Luminar Neo чи PhotoRoom тощо (Black & Chaput, 2024, pp. 72–73).

Щоб краще зрозуміти, як глобальні тенденції використання штучного інтелекту проявляються в українській системі освіти, треба звернути увагу на користувацький досвід здобувачів в Україні. Саме тому, відповідно до мети, завдань та гіпотези нашого дослідження, було проведено опитування серед студентів першого курсу мистецьких спеціальностей Київського національного університету культури і мистецтв.

У дослідженні взяли участь 203 особи – здобувачі творчих спеціальностей (дизайн, хореографія, музичне та сценічне мистецтво). Вікова структура вибірки переважно однорідна: більшість респондентів 17–18 років, лише один опитуваний суттєво старший (47 років, фах «музичне мистецтво»), решта – не старші 24 років. Середній вік респондентів – приблизно 18,4 р. Гендерний розподіл указує на більшість жінок (близько 70 відсотків), що корелює з гендерними пропорціями на цих спеціальностях. Здобувачі представлені практично рівномірно за спеціальностями: 56 – дизайн, 53 – сценічне мистецтво, 48 – хореографія, 46 – музичне мистецтво. Як бачимо, вибірка

представляє ключові напрями творчих фахів, що дає змогу порівняти між ними специфіку застосування ШІ.

Усі респонденти демонструють добру обізнаність із комунікаційними інструментами на основі штучного інтелекту (100 відсотків підтвердили знання про такі сервіси, як ChatGPT, MidJourney тощо). Переважна більшість опитаних має досвід їхнього практичного використання. Розподіл відповідей щодо частоти застосування ШІ-сервісів у щоденному житті представлено на рисунку 1.



Рис. 1. Частота застосування інструментів ШІ серед здобувачів
Джерело: авторська розробка

Згідно з даними діаграми, більше половини опитаних застосовують ШІ на регулярній основі: «кілька разів на тиждень» відзначили 52,7 відсотка респондентів, що еквівалентно 107 студентам. Ще 22 відсотки (45 студентів) користуються ШІ щоденно. Приблизно 14 відсотків (28 осіб) вдаються до ШІ лише кілька разів на місяць, а 11 відсотків – украй рідко. Жоден із респондентів не обрав варіант «ніколи», що вказує на те, що кожен здобувач, хоч і з різною частотою, мав досвід взаємодії з ШІ. Отже, сучасні студенти творчих спеціальностей уже впровадили ШІ-інструменти у своє життя, і більшість активно їх застосовують кілька разів на тиждень, а майже чверть – на щоденній основі.

Абсолютним лідером серед комунікаційних інструментів ШІ є ChatGPT. Близько 92 відсотки опитаних згадали саме його (у різних варіаціях написання) як сервіс, яким вони активно користуються. Інші конкретні платформи згадувалися значно рідше. Серед названих були такі: Google Gemini (6 відсоток), MidJourney (2 відсотки респондентів – окремі студенти дизайнерських спеціальностей), DALL-E (приблизно 2 відсотки), GitHub Copilot (близько 1,5 відсотки) Jasper, Runway, Claude, Stable Diffusion та інші вузькоспеціалізовані інструменти (менше 1 відсотка кожен).

Слід підкреслити, що жоден з інших інструментів навіть не наблизився за популярністю до ChatGPT. Деякі опитані зазначали загалом: «ChatGPT та різні онлайн-сервіси штучного інтелекту», інші описували

функції замість назв (наприклад, «генерування зображень та написання текстів»).

Здобувачі активно використовують інструменти на базі штучного інтелекту для різних цілей. Значна частина респондентів відзначила кілька варіантів застосування з наданого переліку. На рис. 2 зображено частоту, з якою згадувалися конкретні цілі використання ШІ.



Рис. 2. Цілі застосування ШІ студентами
(відсоток респондентів, які обрали відповідь)
Джерело: авторська розробка

Найпоширеніша мета – генерування ідей та пошук натхнення: цей варіант обрали близько 68 відсотків опитаних. На другому місці – створення текстів (есе, статті, діалоги й ін.), приблизно 58 відсотків опитаних використовують штучний інтелект як помічника в написанні та редагуванні текстових завдань.

Понад половина респондентів (біля 53 відсотків) зазначили, що залучають ШІ для власного навчання, самостійного засвоєння матеріалу поза діяльністю в університеті. Більше третини студентів (близько 39 відсотків) застосовують ШІ для виконання завдань у навчальному процесі для виконання самостійних робіт, проєктів тощо. Трохи менше – 33 відсотки – використовують штучний інтелект для перекладу матеріалів, покращення граматики та структури власних текстів.

Приблизно 29 відсотків опитаних зазначили використання ШІ для виконання творчих завдань. 25 відсотків здобувачів (кожен четвертий) задіюють ШІ у створенні візуальних матеріалів (дизайн, графіка) – сюди входить генерація зображень, ескізів, дизайнів тощо. Найменш поширена мета – спілкування або підтримка повсякденних комунікацій (близько 21 відсотка).

Деякі студенти згадували й інше застосування в довільній формі – наприклад, пошук відповідей на питання про здоров'я чи програми (один респондент написав, що питає ШІ про калорійність продуктів), створення сюжетів для власних творів, навіть «ШІ співає за мене» (ймовірно, експерименти з вокальними інструментами ШІ). Хоча подібні

випадки поодинокі, вони демонструють винахідливість у використанні ІІІ поза межами навчання.

Опитування виявило цікаві дані щодо впровадження штучного інтелекту викладачами під час навчального процесу (на думку здобувачів). Більшість студентів відчують нейтральну або ж часткову присутність ІІІ у своєму навчанні: 53 відсотки опитаних відповіли, що викладачі поки що не інтегрують інструменти ІІІ в навчання, але й не забороняють студентам їх використовувати. Тобто більше половини студентів за потреби можуть звернутися до ІІІ під час виконання робіт, і викладачі ставляться до цього нейтрально.

Водночас 30 відсотків респондентів вважають, що викладачі все ж намагаються впроваджувати ІІІ, але доволі рідко та епізодично. Лише 3 відсотки опитаних вказали, що викладачі часто дають завдання із застосуванням ІІІ або активно залучають ІІІ-інструменти на заняттях. Навпаки, 14 відсотків студентів повідомили про негативну позицію викладачів: ІІІ не тільки не впроваджується, а його використання категорично заборонено в освітньому процесі.

Помітно, що ситуація відрізняється між спеціальностями. Здобувачі-дизайнери частіше за інших стикалися із заборонаю ІІІ: 21 відсоток дизайнерів відповіли, що їхні викладачі категорично проти будь-якого використання ІІІ (для порівняння, лише близько 6 відсотків студентів сценічного мистецтва відчули таку заборону). Це може бути пов'язано з побоюваннями викладачів дизайну щодо плагіату та оригінальності робіт, створених за допомогою генеративної графіки.

У хореографів, навпаки: 42 відсотки здобувачів-хореографів сказали, що викладачі іноді дають завдання з використанням ІІІ. Можливо, у сфері танцю поки експериментують із ІІІ (наприклад, для генерування музики або аналізу рухів). У сценічному мистецтві теж чверть студентів (32 відсотки) відзначили поодинокі завдання з ІІІ, і кілька (6 відсотків) – навіть часте його застосування викладачами. У музичному мистецтві 22 відсотки вказали на рідкісне впровадження інструментів штучного інтелекту, а близько 4 відсотків – на регулярне.

Отже, більшість викладачів наразі займають нейтральну позицію – не вчать спеціально користуватися ІІІ, але й не забороняють студентам звертатися до нього. В окремих групах (найбільше на дизайні) є суворе несприйняття ІІІ в навчанні, тоді як у деяких (хореографія, сценічне мистецтво) вже з'являються перші спроби інтеграції штучного інтелекту в творчі завдання.

Окремий блок запитань стосувався впливу штучного інтелекту на побутову комунікацію, зокрема: чи використовують його для створення дописів у соцмережах та чи поліпшує він якість письмового спілкування загалом. Дані відображено на рис. 3.

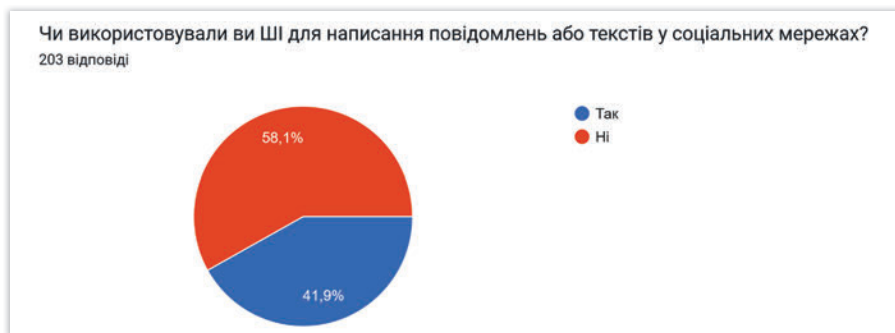


Рис. 3. Використання ШІ для постингу і спілкування в соцмережах
Джерело: авторська розробка

Більшість опитаних не вдаються до допомоги ШІ в соціальних мережах: 58 відсотків відповіли, що не використовували ШІ для написання повідомлень або дописів у соцмережах, тоді як 42 відсотки мали подібний досвід. Отже, майже половина принаймні одного разу генерувала тексти для соціальних мереж за допомогою штучного інтелекту, проте все ж це меншість.

В оцінюванні впливу ШІ на комунікаційні навички серед здобувачів відчувається стриманість. На запитання «Наскільки ШІ допомагає вам у спілкуванні в повсякденному житті?» (1 – зовсім не корисний, 5 – дуже допомагає) найпоширеніша оцінка – 1 (тобто «не корисний»). Половина з усіх респондентів поставили 1 бал, тобто 50 відсотків не вбачають жодної допомоги від ШІ в щоденному спілкуванні. Ще 21 відсоток оцінили корисність на 2 бали (мінімальна), і близько 18 відсотків обрали нейтральну оцінку – 3 бали. Лише приблизно 10 відсотків студентів відзначили значну допомогу (4 або 5 балів) у спілкуванні. Як бачимо, для більшості опитаних ШІ не є істотним елементом у їхніх повсякденних розмовах – можливо, через те, що особисте спілкування та приватні повідомлення не потребують зовнішньої допомоги або ж молодь надає перевагу самостійному стилю листування.

Стосовно якості письмової комунікації (логічність, структура тощо), тільки 29 відсотків опитаних погоджуються, що ШІ її покращує, тоді як 37 відсотків не погоджуються, решта – нейтральні (приблизно 34 відсотки). Отже, в плані комунікації в соцмережах більшість здобувачів добре справляється власними силами і не відчуває, що ШІ помітно підвищує якість їхніх повідомлень.

В анкетах студенти власними словами описували, чим саме корисне використання ШІ в творчості або навчанні. Аналіз їхніх відповідей виявив кілька ключових переваг, про які респонденти згадували найчастіше (багато хто згадав кілька одночасно): швидкість і заощадження часу, допомога з ідеями, пошук натхнення, спрощення навчання та

виконання завдань, збільшення ефективності й продуктивності, доступ до інформації і знань.

Загалом емоційний фон відповідей стосовно переваг – надзвичайно позитивний. Студенти задоволені, що ШІ «допомагає», «надихає», «економить час та енергію». Багато хто сприймає його як корисний інструмент, що відповідає їхнім власним зусиллям. Показово, що жоден з респондентів не зазначив, що не бачить жодних плюсів – навіть якщо деякі з них обережні щодо ризиків, користь від штучного інтелекту молодь усе ж знаходять.

Разом із перевагами здобувачі також озвучили ризики або вади використання ШІ в творчості та навчанні. У цьому плані думки розділилися більше: частина опитаних висловила серйозні побоювання, а кілька з них відзначили, що не бачать недоліків (траплялися відповіді на кшталт «немає» або просто прочерк). Утім, більшість все ж таки вказала на певні ризики, серед яких: втрата унікальності, проблеми з авторством робіт, недостовірність отриманої інформації, посилення лінощів, залежність від ШІ, загроза заміщення людини, витіснення митця, етичні проблеми та суспільні наслідки.

Підсумовуючи, варто зазначити, що серед основних занепокоєнь студентів щодо ШІ – знецінення творчості й достовірності даних. Їх лякає потенційна бездушність мистецтва, втрата індивідуального стилю, ймовірність неправдивого результату або ж заміна власної праці на машинну. Варто наголосити: незважаючи на ці побоювання, частина молоді ставиться до цього питання доволі спокійно. Близько 5–10 відсотків респондентів відповіли, що не бачать недоліків або не змогли їх визначити. Для них, очевидно, переваги домінують або ж вони ще не мали негативного досвіду.

Отже, отримані дані підтверджують гіпотезу про обережне, проте поступове входження ШІ у сферу мистецької освіти. Першокурсники творчих спеціальностей активно використовують інструменти ШІ: майже всі знають про їхнє існування, а більшість застосовують принаймні щотижня. Разом з тим здобувачі вдаються до ШІ з метою заощадження часу, отримання натхнення чи підготовки до навчання, тобто для покращення своїх освітніх і творчих процесів, а не для використання під час міжособистісних комунікацій. Це вказує на високий рівень адаптації сучасної молоді до новацій, проте теза гіпотези про спрощення щоденного спілкування завдяки ШІ підтвердилася лише частково.

Результати дослідження свідчать про зважену та критичну позицію студентів щодо ролі ШІ. Молоді митці усвідомлюють позитивні сторони штучного інтелекту й водночас розуміють пов'язані з ним ризики. Це може означати, що покоління, яке входить у творчу професію, уже вміє вчитися на досвіді попередників: студенти чули про судові суперечки щодо авторського права, бачили приклади «бездуховних» робіт, створених ШІ, а також зрозуміли, що інструментально штучний інтелект може бути дуже корисним.

Відмінності у відповідях між спеціальностями – цікава знахідка дослідження. Вона свідчить, що вплив ІІІ не є однорідним у всіх галузях мистецтва.

Практична користь ІІІ для студентства не підлягає сумніву – респонденти акцентують увагу на пришвидшенні роботи та легкості пошуку потрібних даних. Безперечно, це позитивний аспект: за умови розумного використання, ІІІ здатен звільнити студентів від рутинної праці та виділити більше часу для самовираження. З іншого боку, існує небезпека залежності та втрати навичок, про що зазначили самі студенти. У цьому процесі потрібно знайти правильний баланс.

Висновки для наукової спільноти та освітньої політики з нашого опитування такі. *Перше*: ІІІ вже суттєво увійшов у мистецьку освіту з ініціативи самих студентів, навіть якщо інституційно це ще не повною мірою оформлено. *Друге*: студенти бачать і великі переваги, і недоліки ІІІ; їхня думка ще формується – немає поляризації «тільки добре» чи «лише погано». *Третє*: середовище різних мистецьких дисциплін має свої особливості сприйняття ІІІ, отож, впроваджуючи навчальні програми про ІІІ, варто враховувати специфіку (те, що корисно дизайнерам, може бути неактуальним для музикантів, і навпаки). *Четверте*: є потреба в етичних орієнтирах та правилах, яка поки що задовольняється випадково.

З огляду на проведене дослідження, можна виокремити позитивні та негативні аспекти використання комунікаційних засобів штучного інтелекту в контексті мистецької освіти.

До позитивних варто віднести:

1. підвищення продуктивності навчання (штучний інтелект сприяє швидшому обробленню даних, структуруванню думок і створенню чернеток текстів);
2. сприяння творчому процесу (ІІІ постає як інструмент «творчого прискорювача», розширюючи світогляд та варіанти втілення задумів);
3. спрощення рутинних завдань (застосування ІІІ для технічних аспектів творчого процесу);
4. самоосвіта (допомога ІІІ поза межами формального освітнього процесу: роз'яснює, тренує, імітує діалог тощо).

До негативних можна віднести:

1. погіршення критичного мислення (використання ІІІ спонукає до уникнення самостійного аналізу);
2. ризик нівелювання індивідуального стилю (масове використання ІІІ здатне уніфікувати творчість та «розмити» авторський стиль);
3. проблеми з авторським правом (чи можна вважати творчі продукти з використанням ІІІ оригінальними?);
4. неточність і штучність результатів (ІІІ може видавати некоректну або поверхневу інформацію);
5. неетичне використання в навчанні (ІІІ може створювати нерівні умови між здобувачами, особливо якщо його застосування не регулюється).

З огляду на проведене дослідження, сформулюємо рекомендації щодо ефективного й етичного застосування ШІ в мистецькій освіті для освітніх установ, викладачів і здобувачів освіти.

Для освітніх закладів:

1. виробити й запровадити внутрішні правила щодо застосування ШІ (встановити дозволені рамки та систему контролю: які типи завдань можна виконувати за допомогою ШІ, а які – тільки самостійно);
2. інтегрувати ШІ в процес навчання з відповідними роз'ясненнями (використовувати ШІ як допоміжний засіб, а не як заміну творчого мислення);
3. підвищувати рівень цифрової грамотності й етики (проводити тренінги і дискусії на тему академічної доброчесності під час використання ШІ).

Для викладацького складу:

1. сприяти відкритій дискусії щодо ШІ (враховувати позицію здобувачів, які розглядають ШІ як джерело натхнення чи інструмент дослідження, а не як засіб шахрайства);
2. формувати в студентів навички критичного мислення (заохочувати перевірку інформації, оцінку надійності джерел тощо);
3. застосовувати диференційований підхід, враховуючи спеціалізацію (наприклад, у візуальному мистецтві зосередитися на етичних аспектах стилю, а в хореографії – на інтеграції ШІ для генерування музики чи танцювальних рухів).

Для здобувачів:

1. використовувати штучний інтелект як помічника, а не як основного виконавця (навчитися впроваджувати підказки ШІ у свій унікальний стиль, а не бездумно копіювати результат);
2. уникати сліпого копіювання згенерованого матеріалу (завжди редагувати, інтерпретувати, переосмислювати на основі отриманого);
3. бути відвертими щодо використання ШІ (не варто приховувати факт використання штучного інтелекту – краще продемонструвати майстерність співпраці з ним).

Отже, ШІ в мистецькій освіті не становить собою загрозу, а є цінним інструментом. Однак його потенціал розкриється лише за умови свідомого, помірного та критичного підходу. Освітнє середовище має сприяти формуванню саме такого бачення.

Висновки

Інтеграція штучного інтелекту в мистецьку освіту – це логічний крок в умовах цифрової трансформації суспільства. ШІ відкриває в мистецькому освітньому середовищі нові можливості персоналізованого навчання, сприяє розвитку творчих здібностей та формує інноваційні способи культурної взаємодії. Комунікаційні інструменти штучно-

го інтелекту – це інтерактивні технології, що забезпечують змістовну, емоційну і візуальну взаємодію з користувачем, включаючи нейронні мережі, оброблення природної мови, комп’ютерний зір, робототехніку та експертні системи. Вони здатні розпізнавати контекст, навчатися на великих масивах інформації, працювати в режимі реального часу й підтримувати багатомовність. У мистецькій освіті ці інструменти групуються за функціональністю: для роботи з візуальним та аудіо-контентом, копірайтингу, осмислення літератури, резюмування й письма. Згідно з результатами досліджень, інструменти ШІ значно полегшують виконання творчих і навчальних завдань, сприяючи економії часу та збільшенню продуктивності, а їхня доступність і простота використання сприяють масовому впровадженню в закладах вищої освіти.

Опитування, проведене серед 203 здобувачів-першокурсників мистецьких спеціальностей (дизайн, хореографія, музичне та сценічне мистецтво), продемонструвало суттєву обізнаність і систематичне використання комунікаційних інструментів штучного інтелекту, де перше місце посідає ChatGPT. Студенти активно використовують ШІ для генерації ідей, самостійного навчання, виконання поставлених завдань і створення текстового контенту. Залученість викладацького складу в цей процес сьогодні обмежена і не демонструє сталості. Опитані здобувачі оцінюють ШІ переважно як корисний інструмент, який підтримує їх у навчанні і творчій діяльності. Разом з тим вони висловлюють занепокоєння щодо можливої втрати індивідуальності, надмірної залежності від алгоритмів, недостовірності інформації та порушення авторських прав. Студенти демонструють усвідомлений, але ще не остаточно сформований підхід до оцінювання етичних аспектів та ефективності ШІ, більшість з них схиляється до думки, що авторство робіт залежить від конкретного контексту та міри залученості людини в процес їхнього створення. Основними перевагами застосування ШІ в мистецькій освіті визначено: прискорення освітнього процесу, підтримка творчості, автоматизація повсякденних завдань та розширення доступу до необхідної інформації. Серед виявлених ризиків: зниження рівня самостійності, уніфікація стилю та потенційні етичні й правові колізії. Рекомендовано: розробити чіткі правила щодо використання ШІ в навчальному процесі; сприяти розвитку цифрової етики серед здобувачів; підтримувати баланс між технологіями і людською творчістю.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Білан, В. В., Громадський, Р. А., & Ялоха, Т. О. (2024). Стимулювання критичного мислення через інноваційні підходи в мистецькій освіті: систематичний огляд. *Педагогічна Академія: наукові записки*, 7. <https://doi.org/10.57125/pedacademy.2024.06.29.08>

- Білова, Н. К. (2022). Сучасні тенденції розвитку мистецької освіти в Україні. В *Innovations and prospects of world science* [Матеріали конференції] (с. 157–163). Perfect Publishing.
- Верховна Рада України. (2017, 5 вересня). *Про освіту* (Закон № 2145-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
- Візнюк, І. М., Буглай, Н. М., Куцак, Л. В., Поліщук, А. С., & Киливник, В. В. (2021). Використання штучного інтелекту в освіті. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*, 59, 14–22. <https://doi.org/10.31652/2412-1142-2021-59-14-22>
- Соменко, Д., Трифонова, О., & Садовий, М. (2023). Використання штучного інтелекту та нейромереж в освітньому процесі з фахових дисциплін студентами спеціальності «Професійна освіта (Цифрові технології)». *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка*, 1, 45–54.
- Терепищій, С. (2023). Медіаграмотність в епоху штучного інтелекту: інтеграція інструментів і методів штучного інтелекту в сучасні педагогічні підходи. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, 60(4), 195–202. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/60-4-31>
- Череватюк, В. (2024). Використання інструментів штучного інтелекту у мистецькій освіті: проблеми та можливості. *Вісник Національної академії образотворчого мистецтва і архітектури*, 1, 89–94. <https://doi.org/10.32782/naoma-bulletin-2024-1-13>
- Black, J., & Chaput, T. (2024). A discussion of artificial intelligence in visual art education. *Journal of Computer and Communications*, 12(5), 71–85. <https://doi.org/10.4236/jcc.2024.125005>
- Jasmer, B. W. (2024). *Balancing AI and Human Creativity: Adaptations in Art Education* [Master's thesis, Bethel University]. SPARK. <https://spark.bethel.edu/etd/1138>
- Volarić, T., Tomić, Z., & Ljubić, H. (2024). Artificial Intelligence Tools for Public Relations Practitioners: An Overview. In *2024 IEEE 28th International Conference on Intelligent Engineering Systems (INES)* (pp. 31–36). IEEE. <https://doi.org/10.1109/INES63318.2024.10629102>
- Yang, R. Y. H. (2024, April 10–11). The role of AI in contemporary art education. In *2024 CAERDA International Conference*. Chinese American Educational Research and Development Association. https://researchdb.hsu.edu.hk/assets/upload/20148/2024_Roleof_AI_ART_CAERe_CConference.pdf

REFERENCES

- Bilan, V. V., Hromadskyi, R. A., & Yalokha, T. O. (2024). Stymuliuvannia krytychnoho myslennia cherez innovatsiini pidkhody v mystetskii osviti: systematychnyi ohliad [Encouraging critical thinking through innovative approaches in art education: A systematic review]. *Pedagogical Academy: Scientific Notes*, 7. <https://doi.org/10.57125/pedacademy.2024.06.29.08> [in Ukrainian].
- Bilova, N. K. (2022). Suchasni tendentsii rozvytku mystetskoi osvity v Ukraini [Current trends in the development of art education in Ukraine]. In *Innovations and prospects of world science* [Conference proceedings] (pp. 157–163). Perfect Publishing [in Ukrainian].
- Black, J., & Chaput, T. (2024). A discussion of artificial intelligence in visual art education. *Journal of Computer and Communications*, 12(5), 71–85. <https://doi.org/10.4236/jcc.2024.125005> [in English].
- Cherevatiuk, V. (2024). Vykorystannia instrumentiv shtuchnoho intelektu u mystetskii osviti: problemy ta mozhlyvosti [The use of artificial intelligence tools in art education: Challenges and opportunities]. *Bulletin of the National Academy of Fine*

- Arts and Architecture*, 1, 89–94. <https://doi.org/10.32782/naoma-bulletin-2024-1-13> [in Ukrainian].
- Jasmer, B. W. (2024). *Balancing AI and Human Creativity: Adaptations in Art Education* [Master's thesis, Bethel University]. SPARK. <https://spark.bethel.edu/etd/1138> [in English].
- Somenko, D., Tryfonova, O., & Sadovyi, M. (2023). Vykorystannia shtuchnoho intelektu ta neiromerezh v osvitnomu protsesi z fakhovykh dystsyplin studentamy spetsialnosti "Profesiina osvita (Tsyfrovi tekhnolohii)" [The use of artificial intelligence and neural networks in the educational process in professional disciplines by students majoring in Professional education (Digital technologies)]. *The Scientific Issues of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Series: Pedagogy*, 1, 45–54 [in Ukrainian].
- Terepyshchyi, S. (2023). Mediahramotnist v epokhu shtuchnoho intelektu: intehtratsiia instrumentiv i metodiv shtuchnoho intelektu v suchasni pedahohichni pidkhody [Media literacy in the era of artificial intelligence: Integration of artificial intelligence tools and methods into modern pedagogical approaches]. *Humanities Science Current Issues: Interuniversity Collection of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University Young Scientists Research Papers*, 60(4), 195–202. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/60-4-31> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2017, September 5). *Pro osvitu* [On education] (Law No. 2145-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> [in Ukrainian].
- Vizniuk, I. M., Buhlai, N. M., Kutsak, L. V., Polishchuk, A. S., & Kylyvnyk, V. V. (2021). Vykorystannia shtuchnoho intelektu v osviti [Use of artificial intelligence in education]. *Modern Information Technologies and Innovation Methodologies of Education in Professional Training: Methodology, Theory, Experience, Problems*, 59, 14–22. <https://doi.org/10.31652/2412-1142-2021-59-14-22> [in Ukrainian].
- Volarić, T., Tomić, Z., & Ljubić, H. (2024). Artificial Intelligence Tools for Public Relations Practitioners: An Overview. In *2024 IEEE 28th International Conference on Intelligent Engineering Systems (INES)* (pp. 31–36). IEEE. <https://doi.org/10.1109/INES63318.2024.10629102> [in English].
- Yang, R. Y. H. (2024, April 10–11). The role of AI in contemporary art education. In *2024 CAERDA International Conference*. Chinese American Educational Research and Development Association. https://researchdb.hsu.edu.hk/assets/upload/20148/2024_Roleof_AI_ART_CAERE_Conference.pdf [in English].

Надійшла: 10.06.2025; Прийнято: 29.09.2025;

Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345622

УДК 659.1:004.8]:316.774

Реклама штучного інтелекту в соціальних медіа: комунікативні та стратегічні аспекти

Актуальність дослідження зумовлена трансформацією реклами в сучасному інформаційному суспільстві, де вона набуває значення не лише як інструмент споживання, а і як феномен культури та мистецтва, провідна соціально-комунікативна технологія. Особливої значущості набуває реклама штучного інтелекту (ШІ) в соціальних медіа, що пов'язано зі стрімким розвитком ШІ-технологій, їхнім усеpronикним характером та унікальними викликами, такими як складність продукту, необхідність розбудови довіри, етичні дилеми. Це зумовлює нагальну потребу в ґрунтовному науковому аналізі її комунікативних і стратегічних аспектів. Новизна статті полягає в проведенні аналізу сучасної вітчизняної інтернет-реклами, пов'язаної з ШІ. Дослідження також систематизує підходи до сегментації цільової аудиторії для ШІ-реклами та пропонує актуальні рекламні меседжі. Мета статті – з'ясувати особливості комунікативних стратегій та маркетингових підходів, що використовуються в рекламі продуктів і послуг на основі ШІ в соціальних медіа, а також виявити характерні ознаки їхнього представлення, типові формати взаємодії з аудиторією та вплив рекламного контенту на споживче сприйняття інноваційних технологій. Методи дослідження включають теоретичний аналіз наукових публікацій із проблематики реклами, соціальних комунікацій та ШІ, а також контент-аналіз сучасної української інтернет-реклами, пов'язаної з ШІ, для виявлення домінантних образів-стереотипів та оцінки представленості різних категорій ШІ-продуктів у соціальних медіа. Висновки. Наголошено, що складність ШІ-продуктів вимагає спрощення комунікацій через відмову від технічного жаргону, візуалізацію переваг і фокусування на вирішенні проблем споживача. Доведено необхідність глибокої сегментації цільової аудиторії (технологічні ентузіасти, бізнес-користувачі, пересічні споживачі, скептики) та адаптації рекламних повідомлень. Підкреслено важливість довіри, прозорості та етичних аспектів у просуванні ШІ. Визначено ефективні креативні формати (відео, інфографіка, інтерактивний контент, колаборації, сторіс) та можливості ШІ для точного таргетингу й персоналізації. Проаналізовано кількісне співвідношення різних категорій ШІ-продуктів у соціальних медіа. Перспективи подальших досліджень включають детальний аналіз впливу «гуманізованого інтелекту» на довіру споживачів, вивчення ефективності різних креативних форматів реклами ШІ, дослідження етичних аспектів використання ШІ в таргетингу, аналіз культурних відмінностей у сприйнятті ШІ-реклами, а також прогнозування впливу метавесесвітів та імерсивних технологій на майбутні стратегії просування ШІ.

Ключові слова: реклама, соціальні медіа, штучний інтелект, соціально-комунікативні технології, маркетинг, аналіз.

Оксана ТУР

д-р н. із соц. комунік., проф.

Кременчуцький
національний університет
імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

oktur@ukr.net

ORCID 0000-0002-8094-687X

Вікторія ШАБУНІНА

канд. філол. н., доц.

Кременчуцький
національний університет
імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

shabuninaviktoria@gmail.com

ORCID 0000-0001-7957-3378

© Тур О., Шабуніна В., 2025

ARTIFICIAL INTELLIGENCE ADVERTISING IN SOCIAL MEDIA: COMMUNICATIVE AND STRATEGICAL ASPECTS

Oksana TUR

Doctor of Social Communications, Professor
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Universytetska Str., 20, 39600, Kremenchuk, Ukraine
oktur@ukr.net
ORCID 0000-0002-8094-687X

Viktoriia SHABUNINA

PhD in Philology, Associate Professor
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Universytetska Str., 20, 39600, Kremenchuk, Ukraine
shabuninaviktoria@gmail.com
ORCID 0000-0001-7957-3378

The relevance of this study is determined by the transformation of advertising in modern information society, where it acquires significance not only as a tool for consumption, but also as a phenomenon of culture and art, as a leading social and communicative technology. Artificial intelligence (AI) advertising in social media is becoming particularly important due to the rapid development of AI technologies, their pervasive nature and unique challenges, such as product complexity, needs in building trust and ethical dilemmas. This necessitates an urgent need for a thorough scientific analysis of its communicative and strategic aspects. The novelty of this article grounds on the analysis of contemporary national Internet advertising related to AI. The research also systematises approaches to segmenting the target audience for AI advertising and offers relevant advertising messages. The aim of this article is to highlight peculiarities of communication strategies and marketing approaches used in advertising products and services based on AI in social media, as well as to identify distinctive features of their presentation, typical formats of interaction with the audience, and the impact of advertising content on consumer perception of innovative technologies. Research methods include theoretical analysis of scientific publications on advertising issues, social communications and AI, as well as content analysis of modern Ukrainian internet advertising related to AI in order to identify dominant images-stereotypes and assess the representation of different categories of AI products in social media. Conclusions. It is emphasised that the complexity of AI products requires simplifying of communication by avoiding technical jargon, visualising benefits and focusing on solving consumer problems. The necessity in a deep segmentation of the target audience (technology enthusiasts, business users, ordinary consumers, sceptics) and adaptation of advertising messages is proven. The importance of trust, transparency and ethical aspects in promoting AI is emphasised. Effective creative formats (videos, infographics, interactive content, collaborations, stories) and AI capabilities for accurate targeting and personalisation are identified. The quantitative ratio of different categories of AI products in social media is analysed. The perspectives for further research include a detailed analysis of the influence of the "humanised intelligence" on consumer trust, studying the effectiveness of different creative formats of AI advertising, studying the ethical aspects of using AI in targeting, analysing cultural differences in the perception of AI advertising and predicting the impact of metaverses and immersive technologies on future AI promotion strategies.

Keywords: advertising, social media, artificial intelligence, social and communicative technologies, marketing, analysis.

Актуальність теми

Швидкісний розвиток сучасного світу та процеси глобалізації, особливо пов'язані з формуванням інформаційного суспільства, характеризуються збільшенням кількості та підвищенням якості інформації. Для нинішньої людини як члена суспільства реклама набуває дедалі більшого значення, стаючи простором символічного обміну й істотно впливаючи на функціонування сучасного соціуму. Можна навіть вести мову про те, що в умовах соціокультурної трансформації суспільства реклама стає частиною його повсякденної культури, слугуючи одним із індикаторів розвитку. Оскільки реклама здатна здійснювати вербально-символічний вплив на суспільство, вона змінює ціннісно-нормативні основи культури, трансформуючи різні вектори соціального життя.

Як рушій культурних цінностей, реклама стає невід'ємним компонентом діяльності сучасних масмедіа, а як специфічна комунікативна діяльність – слугує потужним чинником суспільних перетворень, визначаючи цивілізаційний розвиток. Сутність реклами, її значущість у глобалізованому світі, присутність у контексті масової культури та масових комунікацій, а також, як наслідок, її роль у формуванні національної ідентичності й свідомості сучасної людини – факт, що потребує неупередженого наукового аналізу.

Постановка проблеми

З огляду на наведені вище міркування, абсолютно очевидною є виняткова складність і багатогранність рекламних проявів у сучасному цифровому просторі. Новітня реклама не лише відображає культурні зміни, а й активно їх формує, перетворюючись на самостійний феномен мистецтва та соціального обміну. Ця трансформація вимагає глибокого аналізу. Особливої уваги сьогодні потребує реклама, що безпосередньо пов'язана зі штучним інтелектом (ШІ). Це зумовлено не лише стрімким розвитком ШІ-технологій та їхнім усепроникним характером, але й специфічними викликами, які виникають при їхньому просуванні. Складність продукту, необхідність розбудови довіри, етичні дилеми, а також можливості безпрецедентної персоналізації роблять цей сегмент рекламного ринку унікальним. Саме тому іспостерігається нагальна потреба в ґрунтовному науковому дослідженні специфіки рекламних кампаній, що стосуються ШІ, їхнього впливу на споживчу поведінку та суспільну свідомість, а також ідентифікації майбутніх тенденцій і викликів у цій динамічній сфері. Таке дослідження допоможе розробити ефективніші стратегії комунікації, забезпечити прозорість і відповідальність у просуванні ШІ-рішень.

Стан вивчення теми

Сьогодні філософсько-освітній простір нашої країни зосереджується на активному вивченні змін у рекламній сфері. Досліджується застосу-

вання новітніх технологій у рекламі, а також її вплив на соціокультурні перетворення. Свідченням цього стають напрацювання вітчизняних і зарубіжних дослідників щодо аналізу реклами як особливого явища в суспільно-комунікаційній системі. Так, А. Романова (2014) аналізує сучасні тенденції та перспективи розвитку ринку реклами в Україні. Сучасний рекламний дискурс крізь призму наукових розвідок із соціальних комунікацій (2008–2017 рр.) став темою дослідження В. Пузанова (2018). Л. Ороховська (2015) розглядає рекламу в контексті віртуалізації соціуму, а Л. М'яснянкіна (2016) – критерії ефективності рекламного тексту. М. Мальчик та І. Адасюк (2021) здійснюють теоретичний аналіз реклами в інтернеті. Т. Лобойко (2013) досліджує маніпулятивні аспекти психологічного впливу соціальної реклами. Зазнали аналізу й образи-стереотипи в рекламних текстах (Тур, 2024; Тур та ін., 2025).

Дослідження зарубіжних науковців останніх років зосереджені на питаннях реклами в соціальних мережах (Voorveld et al., 2018), її впливу на купівельні наміри споживачів (Sriram et al., 2021). Покращення цифрової реклами за допомогою технології блокчейн стає предметом дослідження (Stallone et al., 2024), а мета-аналіз передумов і наслідків рекламної цінності здійснюють науковці у (Ye et al., 2025). Для нашого дослідження цінною є наукова праця «Створення текстів за допомогою генеративного ШІ на цифрових рекламних платформах» (“Composing with generative AI on digital advertising platforms”), представлена дослідником Д. Л. Хокуттом (Hocutt, 2024) (Університет Річмонда). У ній автор аналізує платформи онлайн-реклами як інструменти цифрового створення текстів, де переконлива риторика заохочує користувачів переходити за посиланнями та вживати заходів на цільових сторінках. Науковець розглядає ці платформи як цифрові простори, де люди працюють разом із нелюдськими агентами штучного інтелекту (Hocutt, 2024).

Невирішені питання

Дослідження останніх 2–3 років демонструють помітну тенденцію до вивчення проблематики застосування штучного інтелекту, зокрема й у соціально-комунікативних технологіях. Заслуговує на увагу праця колективу авторів із Австралії, Швеції та США «Принципи відповідальної реклами з використанням генеративного ШІ» (“Principles for advertising responsibly using generative AI”) (Sands et al., 2024), а також турецького дослідника С. Ейіце Башева (Eyice Başev, 2024) «Роль штучного інтелекту (ШІ) в майбутньому рекламної індустрії: застосування та приклади ШІ в рекламі» (“The role of artificial intelligence (AI) in the future of the advertising industry: Applications and examples of AI in advertising”). Однак реклама штучного інтелекту в соціальних медіа, зокрема комунікативні та стратегічні аспекти її функціонування в українськомовному середовищі, потребують ґрунтовних досліджень.

Завдання статті

Мета дослідження – з'ясувати особливості комунікативних стратегій та маркетингових підходів, що використовуються в рекламі продуктів і послуг на основі штучного інтелекту в соціальних медіа, а також виявити характерні ознаки їхнього представлення, типові формати взаємодії з аудиторією та вплив рекламного контенту на споживче сприйняття інноваційних технологій. Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання:

1. проаналізувати специфіку рекламних матеріалів, пов'язаних зі штучним інтелектом;
2. визначити цільову аудиторію реклами ШІ;
3. описати широкий спектр креативних форматів для представлення реклами ШІ в соціальних медіа;
4. виокремити цільові сегменти рекламних матеріалів, пов'язаних зі ШІ;
5. окреслити тенденції розвитку реклами ШІ в соціальних медіа.

Виклад основного матеріалу

У світі соціальних медіа, де увага користувачів є найціннішим ресурсом, розуміння специфіки продукту, пов'язаного з ШІ, та його цільової аудиторії є фундаментальним для успіху рекламної кампанії. Це не просто загальне правило маркетингу – стосовно ШІ воно набуває особливого значення через унікальні властивості самої технології. Спробуємо осмислити специфіку матеріалу, пов'язаного зі штучним інтелектом.

Однією з основних особливостей продуктів і послуг на основі ШІ є їхня внутрішня складність. Алгоритми машинного навчання, нейронні мережі, обробка природної мови – ці терміни, хоч і знайомі фахівцям, однак для широкої публіки залишаються абстрактними та, можливо, навіть абсолютно незрозумілими. На відміну від, наприклад, реклами смартфона, де переваги (краща камера, швидший процесор) легко зрозумілі, цінність ШІ часто прихована за технічними деталями. Виклик для маркетологів полягає в тому, щоб перетворити цю складність на зрозумілу перевагу. На нашу думку, це можуть забезпечити такі чинники:

1. Відмова від технічного жаргону: замість пояснення, як працює алгоритм, варто зосередитися на його значенні для користувача. Наприклад, замість «наша модель глибокого навчання оптимізує рекурентні нейронні мережі», краще сказати «наш ШІ допомагає вашому бізнесу автоматично прогнозувати продажі з високою точністю».
2. Оскільки безпосередня робота ШІ часто прихована, важливо показувати його результати, тобто візуалізувати діяльність. У цьому процесі допоможуть відеодемонстрації, інфографіка «до/після» або анімації, що ілюструють, як ШІ полегшує завдання, економить час чи гроші.

3. Сфокусованість на вирішенні проблеми. Користувачі прагнуть отримати бажаний результат, а не шукають саму технологію. Реклама III має чітко артикулювати, яке конкретне завдання клієнта вирішує продукт; чи допомагає він покращити обслуговування клієнтів, оптимізувати виробництво або створити персоналізований контент.

Найдоцільнішими, на наш погляд, є такі рекламні меседжі в соцмережах:

- «Створюю тексти за 10 секунд із нашим AI Copywriter!»;
- «Твій персональний дизайнер – спробуй генератор логотипів на базі III!»;
- «AI-репетитор, який підлаштовується під твій стиль навчання – безкоштовна пробна версія»;
- «Створи відео для TikTok за 30 секунд – завдяки штучному інтелекту»;
- «Захисти себе: дізнайся, як III може маніпулювати твоїм фідом».

Цільова аудиторія для реклами III є надзвичайно різноманітною, що вимагає глибокої сегментації та індивідуалізації комунікації. Умовно її можна розділити на кілька категорій, кожна з яких потребує унікального підходу:

1. Технологічні ентузіасти та ранні послідовники. Це люди, які активно стежать за розвитком III, розуміють його основи, шукають найновіші та найпрогресивніші рішення. Для них доречна технічно-орієнтована інформація, акцент на інноваціях, продуктивності та потенціалі. Соціальні медіаплатформи, де збираються професіонали (наприклад, LinkedIn, специфічні групи в Facebook), або тематичні форуми та спільноти є для них ідеальними майданчиками (рис. 1).

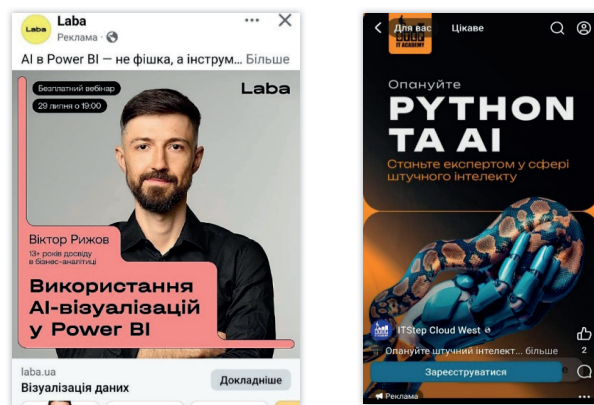


Рис. 1. Рекламні повідомлення, розраховані на фахівців (мережа Facebook)

2. Бізнес-користувачі (B2B), підприємства, які шукають III-рішення для оптимізації процесів, підвищення ефективності, зниження витрат або створення нових послуг. Тут акцент має бути на ROI (поверненні інвестицій), масштабованості, інтеграції та конкретних кейсах успіху. Демонстрація, як III уже допоміг іншим компаніям досягти результатів,

є ключовою. LinkedIn та бізнес-орієнтовані групи в інших соцмережах є найбільш релевантними (рис. 2).

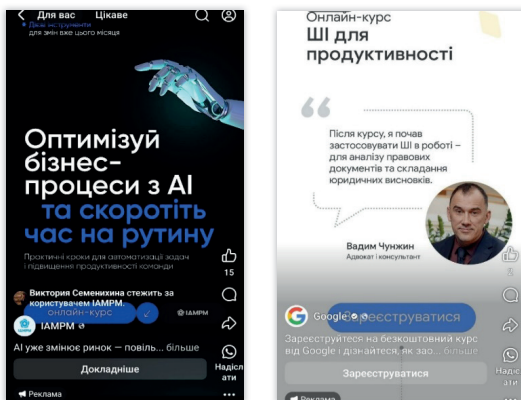


Рис. 2. Рекламні повідомлення, розраховані на бізнес-користувачів (мережа Facebook)

3. *Пересічні споживачі* – широка аудиторія, котра, не маючи глибоких знань про ШІ, цікавиться, як він може покращити їхнє повсякденне життя (наприклад, смартпристрої, персоналізовані рекомендації, голосові помічники). Для таких споживачів реклама повинна бути максимально простою, зосередженою на кінцевих перевагах і зручності використання. Емоційний зв'язок та історії, що резонують з їхнім особистим досвідом, будуть ефективними. Facebook, Instagram, TikTok, YouTube – це основні платформи для цієї аудиторії (рис. 3).

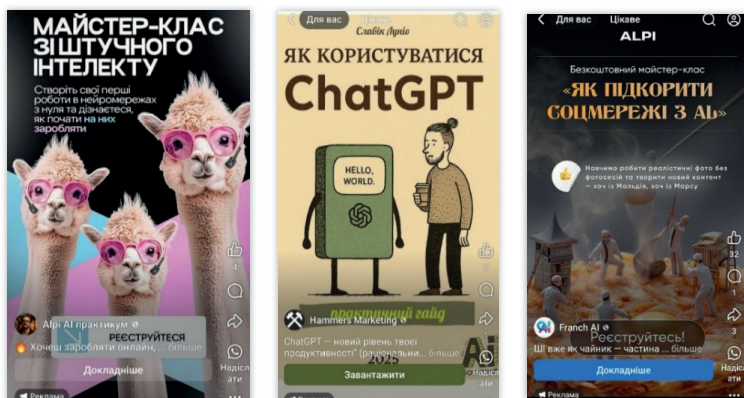


Рис. 3. Рекламні повідомлення, розраховані на широку аудиторію (мережа Facebook)

4. *Скептики або ті, хто має побоювання*. Деяка частина аудиторії може ставитися до ШІ з обережністю через етичні міркування, занепокоєння щодо приватності або страх втрати робочих місць. Для цієї

групи важливо будувати комунікацію на засадах довіри та прозорості. Можливо, варто показати конкретних фахівців і їхні досягнення. Потрібно також підкреслювати безпеку, контроль даних, потенціал ШІ для покращення життя та дотримання етичних норм.

Одним із найбільших викликів у просуванні ШІ є питання довіри. У суспільстві існують побоювання щодо етичних аспектів ШІ, його впливу на приватність, безпеку даних та робочі місця. Неправдива або перебільшена реклама може посилити ці побоювання та призвести до негативного сприйняття. Маркетологам треба бути надзвичайно обережними та прозорими у своїх повідомленнях, уникаючи хайпу та зосереджуючись на перевірених фактах і реальних перевагах.

Крім того, важливо враховувати етичні аспекти залучення ШІ в рекламу. Наприклад, використання ШІ в збиранні та аналізові персональних даних користувачів для таргетованої реклами повинно відповідати нормам конфіденційності й прозорості. Користувачі повинні мати можливість контролювати свої дані та розуміти, як вони використовуються (рис. 4).



Рис. 4. Рекламні повідомлення для тих, хто ставиться до ШІ з обережністю (мережа Facebook)

Отже, успішна реклама ШІ в соціальних медіа – це мистецтво перекладу складної технологічної мови на мову переваг, що резонує з конкретними потребами та рівнем розуміння кожної окремої групи цільової аудиторії. Без глибокого розуміння цих аспектів, навіть найбільш інноваційний продукт на основі ШІ ризикує залишитися непоміченим у потоці інформації соціальних медіа.

Соціальні медіа пропонують широкий спектр креативних форматів для представлення реклами ШІ. Це можуть бути:

1. **Відеоконтент.** Демонстрація роботи ШІ в дії, інтерв'ю з розробниками, історії успіху користувачів. Відео дає змогу візуалізувати складні концепції та зробити їх більш доступними для сприймання (рис. 5).



Рис. 5. III – Як технології змінюють наше життя (YouTube)
(Хмаринка Science, 2024)

2. *Інфографіка та візуалізації.* Представлення складних даних про III в легкозасвоюваному форматі. Інфографіка може пояснити принципи роботи III, його застосування та переваги (рис. 6).

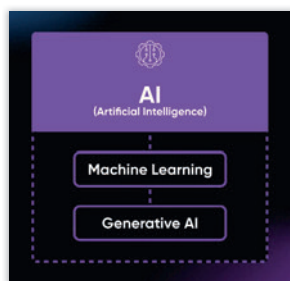


Рис. 6. Яка різниця між III, машинним навчанням та генеративним III?
(Glassman, 2023)

3. *Інтерактивний контент.* Опитування, вікторини, чат-боти, які дають змогу користувачам взаємодіяти з III та отримувати персоналізовану інформацію. Це створює залучення й підвищує зацікавленість (рис. 7).

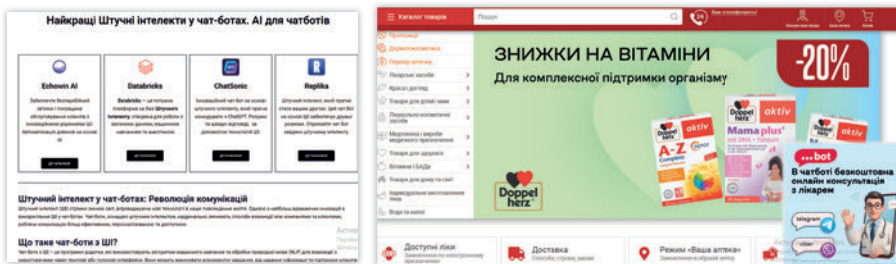


Рис. 7. Приклад чат-бота на сайті Аптеки 911 (Аптека 911, б.д.)

4. *Спільні проекти та колаборації.* Партнерство з інфлюенсерами, експертами галузі або іншими компаніями для створення спільного контенту, що підвищує авторитет і довіру (рис. 8).

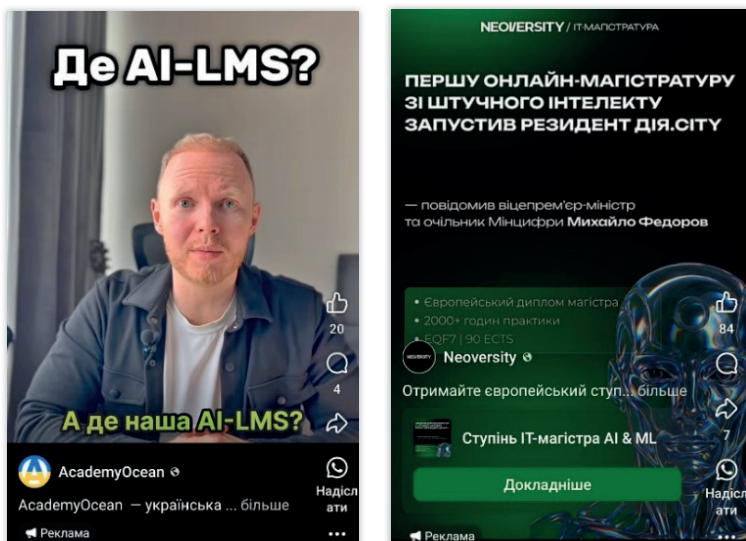


Рис. 8. Реклама з використанням посилань на експертів (мережа Facebook)

5. Розповіді (Stories) та відео. Короткі, динамічні формати такої реклами сприяють швидкому й ефективному донесенню ключової інформації (рис. 9).

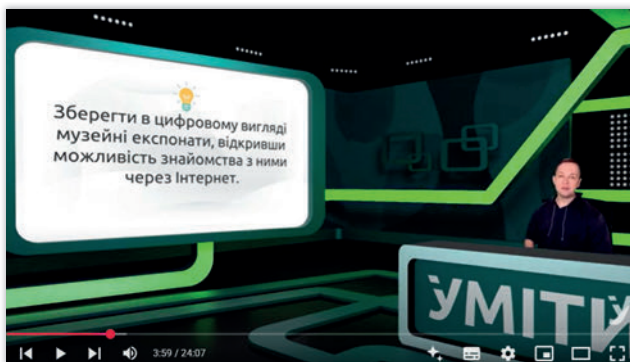


Рис. 9. Вебінар STEAM-освіта з ІІІ:
3D-оцифрування об'єктів реального світу
(УМІТИ, 2023)

Важливо, щоб креативні матеріали були не тільки інформативними, але й привабливими задля залучення потенційної аудиторії в умовах високої конкуренції за увагу користувачів у соціальних медіа.

ІІІ надає безпрецедентні можливості для точного таргетингу й персоналізації реклами. Використання алгоритмів ІІІ для аналізу даних користувачів (демографічні дані, інтереси, поведінка в мережі) дає

змогу показувати рекламу ШІ тим, хто найбільш зацікавлений у ній. Це значно підвищує ефективність рекламних кампаній, зменшуючи витрати на демонстрацію реклами нецільовій аудиторії.

У процесі дослідження виокремлено цільові сегменти рекламних матеріалів, що пов'язані із ШІ. Дані представлені на рисунку 10.



Рис. 10. Представленість у соціальних медіа реклами різних категорій продуктів і послуг, пов'язаних із ШІ. Джерело: авторська розробка

Як бачимо, у соціальних медіа реклама, пов'язана зі штучним інтелектом, може охоплювати широкий спектр продуктів, послуг і концепцій – від масових цифрових сервісів до вузькоспеціалізованих рішень для бізнесу. Так, реклама *генеративного ШІ* (GPT, DALL-E, Sora тощо), що включає чат-боти для бізнесу (автоматизація підтримки клієнтів), генератори текстів, зображень, відео, музики, а також численних помічників для створення контенту (пости, статті, скрипти), склала 35% від загальної кількості рекламованих продуктів, дотичних до ШІ; *реклама ШІ-додатків для навчання та саморозвитку*, у тому числі AI-репетиторів, платформ для вивчення мов, персоналізованих навчальних планів, генераторів тестів – 12 відсотків; *реклама інструментів для дизайнерів, маркетологів і копірайтерів*, зокрема ШІ-дизайнерів (наприклад, генератори логотипів, банерів), AI-копірайтингу (автоматичне створення текстів для реклами) та аналітики реклами на базі ШІ – 20 відсотків; *реклама ШІ для бізнесу та аналітики*, у т. ч. CRM-систем із елементами ШІ, інструментів для прогнозування продажів, платформ для автоматизації процесів тощо – 10 відсотків; *реклама персональних помічників та розумних сервісів*, зокрема планувальників, to-do менеджерів з ШІ, ШІ для ведення домашнього бюджету, здоров'я, дієти тощо – 7 відсотків; *реклама ШІ у сфері розваг*, як-от: AI-фільтри для фото/відео, ШІ-додатки для створення deerfake або стилізації, інтерактивні ігри з ШІ-сюжетами – 10 відсотків; *реклама продуктів і послуг, що розв'язують проблеми*

етики та безпеки *ШІ* (наприклад, освітні курси про безпечне використання *ШІ*, рішення для захисту даних при роботі з *AI*) – 6 відсотків.

У TikTok та Instagram домінують генеративні інструменти і креативні сервіси (наприклад, відеоредактори на базі *ШІ*), у YouTube більше реклами складних сервісів – B2B, SaaS, автоматизація, LinkedIn орієнтований на професійне використання *ШІ* – HR, аналітика, автоматизація процесів, Facebook/Meta комбінує всі групи, але з акцентом на інструменти для малого бізнесу.

Персоналізація може виходити за рамки простого таргетингу. Завдяки *ШІ* можна створювати динамічний контент, який адаптується до індивідуальних потреб та вподобань кожного користувача. Наприклад, якщо користувач шукав інформацію про *ШІ* для медицини, йому може бути представлена реклама *ШІ*-рішень саме для цієї галузі.

Вимірювання ефективності рекламних кампаній *ШІ* в соціальних медіа є критично важливим для оптимізації стратегій. Окрім традиційних метрик (охоплення, кліки, конверсії), необхідно відстежувати специфічні показники, такі як:

- залученість (Engagement), тобто вподобайки, коментарі, поширення, час перегляду відео. Висока залученість свідчить про те, що контент є цікавим та актуальним для аудиторії;
- настрої (Sentiment), тобто коментарі та відгуки, що дають змогу зрозуміти суспільну налаштованість щодо *ШІ* та конкретного продукту;
- відтік (Bounce Rate) – відсоток користувачів, які залишають сайт після переходу за рекламним оголошенням. Високий відтік може свідчити про невідповідність між рекламою та вмістом сторінки;
- повторні візити та утримання, тобто кількість користувачів, які повертаються до взаємодії з брендом після першого контакту.

ШІ також може використовуватися для автоматизації збору та аналізу цих метрик, надаючи маркетологам глибокі інсайти для подальшої оптимізації кампаній.

З огляду на викладене вище, вважаємо, що майбутнє реклами *ШІ* в соціальних медіа буде характеризуватися подальшою інтеграцією та вдосконаленням. Ми очікуємо такі тенденції:

1. *Зростання ролі довіри та прозорості.* Споживачі ставатимуть усе більш обізнаними щодо використання *ШІ*, і бренди, які будуватимуть свої рекламні кампанії на засадах довіри й прозорості, матимуть успіх.
2. *Поглиблена персоналізація.* Реклама буде максимально адаптуватися до індивідуальних потреб, а *ШІ* відіграватиме ключову роль у створенні гіпер-персоналізованого контенту.
3. *Розширення використання *ШІ* для створення реалістичного контенту.* *ШІ* буде залучатися для таргетингу, генерації рекламних текстів, реалістичних зображень і відео.

4. *Голосовий пошук і взаємодія.* Із розвитком голосових помічників реклама III буде інтегруватися в голосові інтерфейси, надаючи нові можливості для взаємодії з користувачами.

5. *Метавсесвіти й імерсивний досвід.* Реклама III може переміститися у віртуальні та доповнені реальності, пропонуючи користувачам унікальний досвід взаємодії з продуктом.

Висновки

Проведене дослідження підтверджує думку про те що сучасна реклама є невід'ємним складником соціокультурного простору, активно впливаючи на суспільну свідомість та формуючи її. Представлення в соціальних медіа реклами, пов'язаної зі штучним інтелектом, є багатогранним завданням, що вимагає від маркетологів глибокого розуміння технології, психології споживача та динаміки соціальних платформ. Успіх у цій сфері залежить від здатності долати виклики, пов'язані з довірою, складністю продукту й етичними аспектами, водночас використовуючи весь спектр креативних можливостей, що їх надають соціальні медіа. Майбутнє реклами III характеризуватиметься поглибленою персоналізацією, розширенням використання III для створення контенту та інтеграцією в нові цифрові середовища, такі як метавсесвіти – мережа віртуальних світів, зосереджена на соціальній взаємодії.

Напрямами подальших досліджень можуть бути:

1. Детальний аналіз впливу «гуманізованого інтелекту» на довіру споживачів до III-продуктів.
2. Вивчення ефективності різних креативних форматів реклами III (відео, інтерактив, сторіс) для різних сегментів аудиторії.
3. Дослідження етичних аспектів використання III в таргетингу та персоналізації реклами.
4. Аналіз культурних відмінностей у сприйнятті III-реклами в різних країнах та регіонах.
5. Прогнозування впливу метавсесвітів та імерсивних технологій на майбутні стратегії просування III.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Аптека 911. (б.д.). *Головна*. Взято 14 травня 2025 з <https://apteka911.ua>
- Лобойко, Т. В. (2013). Маніпулятивні аспекти психологічного впливу соціальної реклами. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2(14), 146–149.
- Мальчик, М. В., & Адасюк, І. П. (2021). Реклама в Інтернеті: теоретичний аналіз та особливості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Проблеми економіки та управління*, 5(1), 75–85. <https://doi.org/10.23939/semi2021.01.075>
- М'яснянкін, Л. (2016). Критерії ефективності рекламного тексту. *Теле- та радіожурналістика*, 15, 189–194.

- Ороховська, Л. А. (2015). Реклама в контексті віртуалізації соціуму. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*, 1(21), 58–63. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.21.10673>
- Пузанов, В. М. (2018). Сучасний рекламний дискурс крізь призму наукових розвідок із соціальних комунікацій (2008–2017 рр.). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 1(33), 151–160.
- Романова, А. О. (2014). Сучасні тенденції та перспективи розвитку ринку реклами в Україні. *Економіка і менеджмент культури*, 1, 110–114.
- Тур, О. (2024, 7 листопада). Формування системи образів-стереотипів в інтернет-рекламі. В *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір* [Матеріали конференції] (с. 403–404). Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Тур, О. М., Шабуніна, В. В., & Приходько, П. М. (2025). Стереотипізація штучного інтелекту як стратегія рекламного впливу. В *ЛЮНОС: Theoretical and practical aspects of modern scientific research* [Матеріали конференції] (с. 167–171). European Scientific Platform. <https://doi.org/10.36074/logos-01.08.2025.026>
- УМІТИ. (2023, 20 червня). *STEAM-освіта з III: 3D-оцифровування об'єктів реального світу* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sfdfpn4TcGE>
- Хмаринка Science. (2024, 15 листопада). *III – Як технології змінюють наше життя?* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=C3b5Ye5NRo4>
- Eyice Başev, S. (2024). The role of artificial intelligence (AI) in the future of the advertising industry: Applications and examples of AI in advertising. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 9(26), 167–183. <http://dx.doi.org/10.35826/ijetsar.729>
- Glassman, B. (2023, 11 липня). *Повний посібник для початківців з генеративного III*. DreamHost. <https://www.dreamhost.com/blog/uk/povnii-posibnik-dlia-pochatkivtsiv-z-generativnogo-shi-uk>
- Hocutt, D. L. (2024). Composing with generative AI on digital advertising platforms. *Computers and Composition*, 71, 102829. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2024.102829>
- Sands, S., Campbell, C., Ferraro, C., Demsar V., Rosengren, S., & Farrell, J. (2024). Principles for advertising responsibly using generative AI *Organizational Dynamics*, 53(2), 101042. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2024.101042>
- Sriram, K. V., Namitha, K. P., & Kamath, G. B. (2021). Social media advertisements and their influence on consumer purchase intention. *Cogent Business & Management*, 8(1), 2000697. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2000697>
- Stallone, V., Wetzels, M., Mahr, D., & Klaas, M. (2024). Enhancing Digital Advertising with Blockchain Technology. *Journal of Interactive Marketing*, 59(1), 76–98. <https://doi.org/10.1177/10949968231185543>
- Voorveld, H. A. M., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising*, 47(1), 38–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754>
- Ye, G., Guan, X., Hudders, L., Xiao, Y., & Li, J. (2025). A Meta-Analysis of the Antecedents and Consequences of Advertising Value. *Journal of Advertising*, 54(1), 117–138. <https://doi.org/10.1080/00913367.2024.2309923>

REFERENCES

- Apteka 911. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved May 14, 2025, from <https://apteka911.ua> [in Ukrainian].
- Eyice Başev, S. (2024). The role of artificial intelligence (AI) in the future of the advertising industry: Applications and examples of AI in advertising. *International*

- Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 9(26), 167–183. <http://dx.doi.org/10.35826/ijetsar.729> [in English].
- Glassman, B. (2023, July 11). *Povnyi posibnyk dlia pochatkivtsiv z heneratyvnoho ShI* [The complete beginner's guide to generative AI]. DreamHost. <https://www.dreamhost.com/blog/uk/povnii-posibnik-dlia-pochatkivtsiv-z-generativnogo-shi-uk> [in Ukrainian].
- Hocutt, D. L. (2024). Composing with generative AI on digital advertising platforms. *Computers and Composition*, 71, 102829. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2024.102829> [in English].
- Khmarynka Science. (2024, November 15). *ShI – Yak tekhnolohii zminiuiut nashe zhyttia* [AI – How is technology changing our lives]? [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=C3b5Ye5NRo4> [in Ukrainian].
- Loboiko, T. V. (2013). Manipuliatyvni aspekty psykholohichnoho vplyvu sotsialnoi reklamy [Manipulative aspects of psychological impactsocial advertising]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 2(14), 146–149 [in Ukrainian].
- Malchuk, M. V., & Adasiuk, I. P. (2021). Reklama v Interneti: teoretychnyi analiz ta osoblyvosti [Advertising in the internet: Theoretical analysis and features]. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, 5(1), 75–85. <https://doi.org/10.23939/semi2021.01.075> [in Ukrainian].
- Miasnianskina, L. (2016). Kryterii efektyvnosti reklamnoho tekstu [Criteria of efficiency of the advertising text]. *TV and Radio Journalism*, 15, 189–194 [in Ukrainian].
- Orokhovska, L. A. (2015). Reklama v konteksti virtualizatsii sotsiumu [Advertising in the context of virtualization society]. *Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Cultural Studies*, 1(21), 58–63. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.21.10673> [in Ukrainian].
- Puzanov, V. M. (2018). Suchasnyi reklamnyi diskurs kriz pryzmu naukovykh rozvidok iz sotsialnykh komunikatsii (2008–2017 rr.) [The current advertising discourse of through the prism of scientific researches on social communications (2008–2017)]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii*, 1(33), 151–160 [in Ukrainian].
- Romanova, A. O. (2014). Suchasni tendentsii ta perspektyvy rozvytku rynku reklamy v Ukraini [The basic principles and perspectives of further development of the advtrtising market in Ukraine]. *Ekonomika i menedzhment kultury*, 1, 110–114 [in Ukrainian].
- Sands, S., Campbell, C., Ferraro, C., Demsar V., Rosengren, S., & Farrell, J. (2024). Principles for advertising responsibly using generative AI *Organizational Dynamics*, 53(2), 101042. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2024.101042> [in English].
- Sriram, K. V., Namitha, K. P., & Kamath, G. B. (2021). Social media advertisements and their influence on consumer purchase intention. *Cogent Business & Management*, 8(1), 2000697. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2000697> [in English].
- Stallone, V., Wetzels, M., Mahr, D., & Klaas, M. (2024). Enhancing Digital Advertising with Blockchain Technology. *Journal of Interactive Marketing*, 59(1), 76–98. <https://doi.org/10.1177/10949968231185543> [in English].
- Tur, O. (2024, November 7). Formuvannia systemy obraziv-stereotypiv v internet-reklami [Formation of a system of stereotype images in Internet advertising]. In *Kultura i mystetstvo: suchasnyi naukovyi vymir* [Culture and art: Modern scientific dimension] [Conference proceedings] (pp. 403–404). National Academy of Culture and Arts Management [in Ukrainian].
- Tur, O. M., Shabunina, V. V., & Prykhodko, P. M. (2025). Stereotypizatsiia shtuchnoho intelektu yak stratehiia reklamnoho vplyvu [Stereotyping of artificial intelligence as a strategy of advertising influence]. In *AOHOΣ: Theoretical and practical aspects of modern scientific research* [Conference proceedings] (pp. 167–171). European Scientific Platform. <https://doi.org/10.36074/logos-01.08.2025.026> [in Ukrainian].

- UMITY. (2023, June 20). *STEAM-osvita z ShI: 3D-otsyfovuvannia obiektiv realnoho svitu* [STEAM education with AI: 3D digitization of real-world objects] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sfdfpn4TcGE> [in Ukrainian].
- Voorveld, H. A. M., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising*, 47(1), 38–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754> [in English].
- Ye, G., Guan, X., Hudders, L., Xiao, Y., & Li, J. (2025). A Meta-Analysis of the Antecedents and Consequences of Advertising Value. *Journal of Advertising*, 54(1), 117–138. <https://doi.org/10.1080/00913367.2024.2309923> [in English].

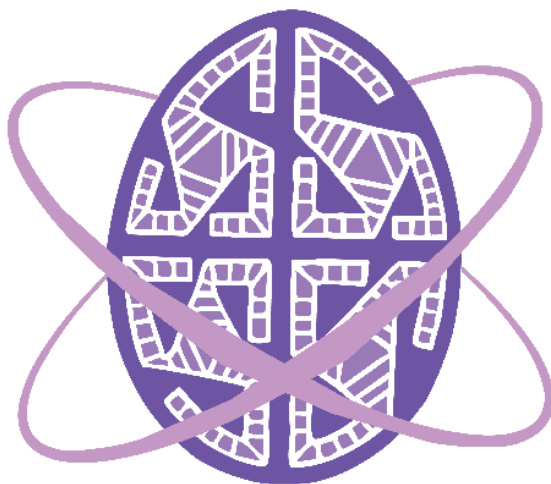
Надійшла: 04.08.2025; Прийнято: 09.10.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА І АРХІВНА СПРАВА

INFORMATION, LIBRARY
AND ARCHIVAL AFFAIRS



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345631

УДК 021:930.25]:316.422:[002.1:004

Впровадження електронного документообігу: проблеми та перспективи

Сучасна цифрова трансформація охоплює всі сфери суспільного життя, істотно змінюючи підходи до зберігання, обробки та управління інформацією. В умовах зростання обсягів цифрових даних особливої ваги набуває електронний документообіг (ЕДО), як ключовий інструмент забезпечення ефективності, прозорості й доступності інформаційних процесів. Архівна справа та бібліотечна діяльність – одні з найбільш чутливих до таких змін галузей, адже вони оперують не лише сучасною інформацією, а й національною культурною спадщиною. У зв'язку з цим виникає нагальна потреба в інтеграції ЕДО до цих сфер для забезпечення довготривалого зберігання, автентичності й доступності цифрових документів.

Метою статті є комплексне вивчення процесів впровадження електронного документообігу в системах управління інформаційними ресурсами, архівах і бібліотеках, виявлення актуальних проблем, пов'язаних із цифровізацією документальних масивів, та визначення стратегічних напрямів розвитку ЕДО в Україні. Для досягнення поставленої мети використано міждисциплінарний підхід, який включає аналіз наукових джерел, порівняння міжнародного та національного досвіду, нормативно-правову експертизу, а також системний і проблемно-орієнтований аналіз чинників, що впливають на ефективність впровадження ЕДО.

У статті обґрунтовано, що попри очевидні переваги – такі як оперативність, автоматизація процесів, підвищення прозорості, економія ресурсів – впровадження ЕДО супроводжується низкою суттєвих бар'єрів. Серед них: відсутність єдиної законодавчої бази щодо зберігання електронних архівних документів; технічна несумісність цифрових платформ; брак кваліфікованих фахівців; недостатній рівень цифрової культури в установах.

Ігор САЛАМАХА

канд. іст. н., доцент,

Національний лісотехнічний
університет Українивул. Генерала Чупринки, 103,
Львів, 79057, Україна

ig.sal@ukr.net

ORCID 0000-0002-4191-5800

Ірина ДЕНИС

канд. іст. н., доц.,

Національний лісотехнічний
університет Українивул. Генерала Чупринки, 103,
Львів, 79057, Україна

idenys15@gmail.com

ORCID 0000-0001-9646-2100

Оксана ГРИДЖУК

д-р пед. н., проф.,

Національний лісотехнічний
університет Українивул. Генерала Чупринки, 103,
Львів, 79057, Україна

oxana.hrydzjuk@gmail.com

ORCID 0000-0003-2199-1977

Наталія ДУДА

канд. іст. н., доц.,

Національний лісотехнічний
університет Українивул. Генерала Чупринки, 103,
Львів, 79057, Україна

nataduda@nltu.edu.ua

ORCID 0009-0009-8329-9629

© Саламаха І., Денис І.,

Гриджук О., Дуда Н., 2025

Висвітлено проблему автентичності цифрових копій, складність довготривалого зберігання інформації, потребу уніфікації метаданих, інтеграції інформаційних систем та розвитку національних стандартів у галузі цифрового архівування. Розглянуто роль міжнародних практик (ISO 15489, MoReq, records continuum) як взірців для адаптації в українському контексті.

Електронний документообіг є не лише технологічним рішенням, а й стратегічним напрямом розвитку цифрової інформаційної інфраструктури. Його ефективне впровадження дасть змогу підвищити якість управлінських рішень, забезпечити надійне збереження цифрових ресурсів, сприяти формуванню відкритих цифрових бібліотек та архівів, доступних широкому загалу. Реалізація цих перспектив вимагає цілеспрямованої державної політики, удосконалення нормативної бази, інвестування в цифрову інфраструктуру, впровадження інновацій (AI, блокчейн, хмари) і системної підготовки фахівців.

Запропоновано стратегічні напрями подальших наукових досліджень, серед яких – розроблення моделей інтеграції ЕДО з інтелектуальними системами управління, використання технологій цифрової ідентифікації та підвищення інформаційної безпеки в умовах кіберзагроз.

Ключові слова: документ, архівний та бібліотечний документ, електронний документообіг, електронне документознавство, інформаційні ресурси, цифрова бібліотека, електронне зберігання, цифрова трансформація бібліотек.

IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC DOCUMENT MANAGEMENT: PROBLEMS AND PERSPECTIVES

Ihor SALAMAKHA

PhD in History, Associate Professor,
National Forestry University of Ukraine
General Chuprynka Str., 103, Lviv, 79057, Ukraine
ig.sal@ukr.net
ORCID 0000-0002-4191-5800

Iryna DENYS

PhD in History, Associate Professor,
National Forestry University of Ukraine
General Chuprynka Str., 103, Lviv, 79057, Ukraine
idenys15@gmail.com
ORCID 0000-0001-9646-2100

Oksana HRYDZHUK

Doctor of Education, Professor,
National Forestry University of Ukraine
General Chuprynka Str., 103, Lviv, 79057, Ukraine
oxana.hrydzhuk@gmail.com
ORCID 0000-0003-2199-1977

Nataliia DUDA

PhD in History, Associate Professor,
National Forestry University of Ukraine
General Chuprynka Str., 103, Lviv, 79057, Ukraine
nataduda@nltu.edu.
ORCID 0009-0009-8329-9629

Modern digital transformation encompasses all spheres of social life, significantly changing approaches to the information storage, processing and management. In conditions of the growing volume of digital data, electronic document management (EDM) is becoming increasingly important as a key tool for ensuring the efficiency, transparency and accessibility of information processes. Archival science and library activities are among the most sensitive to such changes, as they deal not only with current information but also with national cultural heritage. Thus, there is an urgent necessity in integrating EDM into these areas in order to ensure long-term preservation, authenticity and accessibility of digital documents.

The aim of this article is to conduct a comprehensive study of the implementation processes of electronic document management within information resource management systems, archives and libraries; to identify key issues related to the digitalisation of document collections; to outline strategic directions for the development of EDM in Ukraine. To achieve this goal, an interdisciplinary approach is applied, including the analysis of academic sources, the comparison of international and national practices, the regulatory and legal examination, as well as the systemic and problem-oriented analysis of the factors influencing the effectiveness of the EDM implementation.

The article grounds that in spite of its clear advantages, such as promptness, process automation, enhanced transparency and resource savings, the implementation of EDM faces certain barriers. These include the absence of a unified legal framework for the preservation of

electronic archival documents; technical incompatibility between digital platforms; shortage of qualified professionals; generally low level of digital culture within institutions.

The study also highlights the challenges of ensuring the authenticity of digital copies, the complexity of long-term information preservation, the need for metadata standardisation and system integration, the development of national standards for digital archiving. The role of international practices (such as ISO 15489, MoReq, records continuum) is studied as benchmarks for adaptation in the Ukrainian context.

Electronic document management is not merely a technological solution but also a strategic direction in the digital information infrastructure's development. Its effective implementation can improve the quality of decision-making, ensure reliable preservation of digital resources, promote the creation of open-access digital libraries and archives. Realising these prospects requires targeted public policy, improvements in the regulatory framework, investments in digital infrastructure, introduction of innovations (AI, blockchain, cloud technologies), systematic training of professionals.

The article offers strategic directions for further scientific studies, including the development of integration models for EDM and intelligent management systems, the use of digital identification technologies and the enhancement of the information security in the face of cyber threats.

Keywords: *document, archival and library document, electronic document management, electronic document studies, information resources, digital library, electronic storage, digital transformation of libraries.*

Актуальність проблеми

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімким поширенням цифрових технологій у всіх сферах життєдіяльності, зокрема в управлінні інформаційними ресурсами, архівній справі та бібліотечній діяльності. Впровадження електронного документообігу (далі ЕДО) є невід'ємним складником цифрової трансформації установ, що працюють із документальною інформацією. Особливої актуальності набуває питання переходу від традиційного паперового документообігу до електронного в архівній і бібліотечній сферах, де зберігаються великі обсяги архівних документів і створюються цифрові бібліотеки як відкриті інформаційні ресурси.

Електронне зберігання документів забезпечує доступність, збереженість, структурованість і швидкість обробки інформації, що особливо важливо в умовах зростаючих обсягів даних та вимог до оперативності прийняття рішень. Водночас упровадження ЕДО супроводжується низкою проблем: техніко-технологічними (сумісність форматів, стандартизація, довготривале зберігання), правовими (юридична сила електронного документа, авторське право), організаційними (інтеграція в існуючі процеси, підготовка кадрів) та безпековими (захист персональних даних, кібербезпека).

У цьому контексті дослідження проблем і перспектив впровадження електронного документообігу, зокрема в діяльності архівів і бібліотек, має важливе наукове та практичне значення. Актуальність теми обумовлюється потребою у формуванні ефективної системи електронного зберігання та управління архівними документами й бібліотечними ресурсами, що відповідатиме викликам часу та сприятиме підвищенню рівня інформаційної безпеки, доступності знань і збереження культурної спадщини в цифровому форматі.

Стан вивчення проблеми

Проблематика впровадження електронного документообігу (ЕДО) розглядається в численних наукових працях українських і зарубіжних дослідників, що свідчить про її актуальність у контексті цифровізації управлінських, архівних та бібліотечних процесів.

Значну увагу приділено правовим, технічним та організаційним аспектам електронного документообігу. Зокрема, у працях О. Благодир та О. Лемішовської (2025), Н. Капітаненко (2024), О. Орлова, Є. Живилю та В. Нестеренко (2025) акцент зроблено на потребі формування єдиного нормативно-правового середовища, що забезпечує юридичну силу електронних документів, захист персональних даних та відповідність вимогам електронного зберігання. Дослідники підкреслюють важливість прийняття міжнародних стандартів (ISO 15489, MoReq), що регла-

ментують управління електронними документами та архівними інформаційними ресурсами.

У працях Н. Бачинської та В. Касяна (2024) і Т. Павленко (2024) детально проаналізовано процеси цифрової трансформації бібліотек, зокрема створення цифрових бібліотек, інтеграцію інформаційних систем, використання ЕДО для забезпечення збереження й доступу до оцифрованих документів. Автори наголошують на актуальності розробки сучасних інструментів метаданих, систем автентифікації й цифрової ідентифікації документів.

У зарубіжній науковій літературі (наприклад, у працях Л. Дуранті та Дж.-Ф. Бланчет (Duranti & Blanchette, 2004), В. Гришина (Hryshyn, 2024), П. Сворда (Svärd, 2013) домінує підхід до ЕДО як до частини концепції *records continuum*, у якій документи розглядаються не лише як джерела інформації, але і як елементи безперервного життєвого циклу інформаційних ресурсів. Ці дослідження підкреслюють значення стратегічного планування цифрової інфраструктури та формування політик управління електронними записами.

Отже, огляд сучасних наукових праць свідчить про високу актуальність теми впровадження електронного документообігу і у вітчизняному, і в зарубіжному науковому середовищі. Дослідники наголошують на важливості цілісного підходу, що включає правове забезпечення, технічне оновлення, уніфікацію процесів та адаптацію міжнародних стандартів. Значна увага приділяється питанням юридичної легітимності електронних документів, розвитку цифрових архівів і бібліотек, а також інтеграції ЕДО в єдину інформаційну інфраструктуру. У світовому контексті електронний документообіг розглядається не лише як інструмент автоматизації, а і як ключовий елемент стратегічного управління інформаційними ресурсами, що потребує довгострокового планування та міжгалузевої координації.

Невирішені питання

Отже, аналіз останніх досліджень і публікацій дає підстави визначити кілька ключових напрямів, що потребують сучасного наукового осмислення:

- удосконалення правового регулювання ЕДО;
- стандартизація процесів електронного зберігання документів;
- інтеграція ЕДО в інфраструктуру цифрових бібліотек і архівів;
- забезпечення безпеки й довготривалої автентичності цифрових ресурсів;
- підготовка фахівців нової генерації, здатних працювати з цифровими документами в умовах інформаційного суспільства.

Ці проблемні аспекти і визначають вектор подальших досліджень, що робить тему надзвичайно перспективною в науковому й прикладному вимірах.

Завдання статті

Метою статті є комплексне дослідження процесу впровадження електронного документообігу (ЕДО) в системах управління інформаційними ресурсами, архівній справі та бібліотечній діяльності в контексті цифрової трансформації, а також у плані визначення ключових проблем, викликів і перспектив розвитку ЕДО в Україні.

Для досягнення мети доцільно вирішити такі завдання:

1. Проаналізувати сучасний стан упровадження ЕДО в архівних і бібліотечних установах.
2. Визначити основні правові, технічні, організаційні й кадрові бар'єри, що ускладнюють ефективне функціонування ЕДО.
3. Узагальнити вітчизняний та міжнародний досвід упровадження електронного документообігу.
4. Оцінити роль ЕДО у формуванні цифрової інформаційної інфраструктури та збереженні культурної спадщини.
5. Сформулювати перспективні напрями подальших досліджень і розвитку ЕДО в Україні.

Виклад основного матеріалу

У сучасних умовах цифрової трансформації суспільства електронний документообіг (ЕДО) посідає ключове місце в організації управлінських, архівних та бібліотечних процесів. Упровадження ЕДО дає змогу оптимізувати роботу з інформаційними ресурсами, скоротити витрати на обробку документів, забезпечити швидкий доступ до даних, підвищити прозорість і підзвітність діяльності установ.

З огляду на зростаючу потребу в ефективному управлінні інформаційними потоками та забезпеченні надійного зберігання документів, особливої уваги набуває уточнення змісту самого поняття «електронний документообіг». У законодавчому полі України ЕДО визначається як «сукупність процесів створення, оброблення, надсилання, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та, в разі необхідності, з підтвердженням факту одержання таких документів» (Верховна Рада України, 2003)

У сучасному цифровому суспільстві впровадження електронного документообігу (ЕДО) стало одним із основних завдань для установ, які працюють з великими масивами інформації – зокрема в сфері управ-

ління інформаційними ресурсами, архівній справі та бібліотечній діяльності. ЕДО відкриває широкі можливості для оптимізації внутрішніх процесів, підвищення ефективності зберігання та обміну даними, розширення доступу до документів і створення прозорого, безперервного інформаційного середовища. Втім, попри очевидні переваги, його впровадження супроводжується низкою складних проблем, які потребують системного осмислення.

Однією з першочергових проблем є недосконалість нормативно-правового забезпечення, яке має забезпечувати юридичну силу, достовірність і довготривале збереження електронних документів. У багатьох випадках чинне законодавство не містить чітких регламентів щодо обов'язковості збереження архівних електронних документів, їхнього відбору, класифікації та передачі до архівів, що створює ризики правової невизначеності та ускладнює процес інтеграції ЕДО у формалізовані управлінські процедури.

Не менш значущими є технічні виклики, серед яких – несумісність між різними програмними платформами, нестача універсальних форматів обміну документами, відсутність уніфікованих метаданих і механізмів довготривалого зберігання. Особливо актуальною є проблема швидкого морального старіння носіїв та форматів електронної інформації, що ускладнює гарантування збереженості документів протягом десятиліть.

У сфері архівної справи особливу проблему становить необхідність забезпечення автентичності та цілісності електронних документів упродовж усього життєвого циклу. Відсутність єдиних стандартів і підходів до електронного архівування ускладнює роботу з цифровими копіями, які часто не визнаються рівноцінними оригіналам у юридичному сенсі. До того ж більшість архівних установ не мають достатньої технічної інфраструктури чи кадрового забезпечення для повноцінного переходу до цифрових технологій.

У бібліотечній діяльності впровадження ЕДО тісно пов'язане з процесами цифровізації фондів та створення цифрових бібліотек. Однак і тут наявні проблеми – зокрема, обмежені ресурси для сканування й обробки великих обсягів матеріалів, відсутність доступу до сучасних систем електронного зберігання, складність підтримки інформаційної безпеки та захисту авторських прав. Крім того, потребує розвитку система пошуку, ідентифікації та доступу до цифрових документів для користувачів.

На нашу думку, не слід ігнорувати організаційно-управлінські бар'єри, а саме: недостатню підготовку персоналу, відсутність чіткої стратегії впровадження ЕДО, низький рівень цифрової культури в уста-

новах, опір працівників змінам. Упровадження електронного документообігу часто обмежується окремими підрозділами або здійснюється без належного аналізу бізнес-процесів, що призводить до фрагментарності та низької ефективності нововведень.

Варто наголосити, що проблеми впровадження електронного документообігу в управлінні інформаційними ресурсами, архівній і бібліотечній сферах є комплексними, а відтак – вони потребують цілісного, міждисциплінарного підходу. Потрібно поєднувати нормативне вдосконалення, інвестиції в цифрову інфраструктуру, кадрову підготовку та розробку національних стандартів, що відповідатимуть викликам цифрової епохи. Лише в такий спосіб ЕДО зможе стати ефективним інструментом забезпечення надійного, безпечного й доступного управління документною спадщиною у XXI ст.

Що стосується перспектив упровадження електронного документообігу в управлінні інформаційними ресурсами, архівній справі та бібліотечній діяльності, то тут цікавою є думка С. Прогонюк (2025), який вважає, що «впровадження системи електронної обробки документів у владних органах має ключове значення для підвищення ефективності та забезпечення прозорості діяльності як окремих установ, так і системи державного та муніципального управління в цілому». Визначено можливості ЕДО, а саме:

- зменшення часу, потрібного для створення і реалізації документів;
- впорядкування та автоматичне оновлення бази нормативно-розпорядчої документації;
- мінімізація кількості стандартних, повторюваних операцій під час опрацювання документів;
- концентрація уваги на реалізації стратегічних управлінських цілей і підвищення ефективності прийняття рішень;
- зниження ризику втрати документів;
- забезпечення відкритості та контролюваності всіх етапів створення і проходження документів (Прогонюк, 2025).

Вважаємо, що впровадження ЕДО відкриває широкі перспективи для модернізації управління інформаційними ресурсами, підвищення ефективності архівної справи та цифрової трансформації бібліотечної діяльності. В умовах інтенсивного розвитку цифрових технологій та глобальної інформатизації ЕДО стає не лише інструментом оперативної роботи з документами, а й основою для формування нової культури керування знаннями, яка відповідає вимогам XXI ст.

У сфері управління інформаційними ресурсами електронний документообіг сприяє створенню цілісних цифрових екосистем, які за-

безпечать інтеграцію даних, уніфікацію процесів обробки інформації та підвищення якості управлінських рішень. Завдяки автоматизації документообігу можна оперативно відстежувати статус будь-якого документа, контролювати виконання доручень, оптимізувати інформаційні потоки та зменшити навантаження на працівників завдяки усуненню рутинних операцій.

Що стосується архівної справи, варто зазначити, що в ній доречною є розробка сучасних систем електронного архівування, які сприяють забезпеченню надійного зберігання, ідентифікації й автентичності цифрових документів. Створення електронних архівів, що відповідають міжнародним стандартам (таким як ISO 16175, MoReq), дає змогу розширити доступ до архівних ресурсів, спростити процеси передачі документів на зберігання та значно підвищити прозорість архівної діяльності. Крім того, це сприятиме збереженню культурної спадщини в цифровій формі та забезпеченню міжвідомчого обміну інформацією.

У сфері бібліотечної діяльності електронний документообіг відкриває широкі можливості для створення сучасних цифрових бібліотек – відкритих, інтерактивних платформ, що поєднують зберігання, структурування та зручний доступ до інформаційних ресурсів. Завдяки використанню ЕДО бібліотеки отримують змогу пришвидшити процеси оцифрування фондів, оптимізувати внутрішні робочі процедури та впроваджувати персоналізовані сервіси для користувачів на основі інтегрованих цифрових рішень.

Одним із ключових напрямів розвитку є зміцнення цифрової інфраструктури та людського потенціалу. Зокрема, актуальними стають підготовка кваліфікованих кадрів, розвиток цифрових навичок, створення уніфікованих інформаційних платформ, а також застосування сучасних технологій – таких як штучний інтелект, блокчейн і хмарні сервіси. Усе це формує основу для переходу до цілісного цифрового середовища.

Відтак, перспективи впровадження ЕДО виходять за межі звичайної автоматизації процесів – вони передбачають трансформацію принципів взаємодії з інформацією, підвищення рівня прозорості, збереження культурної спадщини та забезпечення доступу до знань у цифрову добу.

Висновки

Проведений аналіз свідчить, що електронний документообіг є ключовим інструментом цифрової модернізації в управлінні документною інформацією, архівами й бібліотеками. Його ефективне

впровадження сприяє підвищенню продуктивності роботи з документами, забезпечує прозорість, оперативність і керованість інформаційних потоків, а також дає змогу формувати єдине цифрове середовище, здатне відповідати сучасним викликам.

Низка нерозв'язаних проблем – зокрема правова неврегульованість, технічна неузгодженість, кадровий дефіцит і фрагментарність впровадження – залишаються значними перешкодами на шляху до формування сталої цифрової екосистеми.

Перспективи розвитку ЕДО охоплюють не лише технічну модернізацію, а й перегляд базових принципів збереження, обробки та обміну інформацією. У сфері управління інформаційними ресурсами це означає створення інтегрованих цифрових платформ; в архівній – забезпечення достовірності цифрових копій; у бібліотечній – перехід до відкритих інтелектуальних середовищ нового покоління.

Подальші наукові розвідки у сфері впровадження електронного документообігу (ЕДО) доцільно спрямувати на аналіз можливостей використання інтелектуальних інформаційних систем, штучного інтелекту, блокчейн-технологій, хмарних сховищ для підвищення безпеки, автентичності й довготривалого зберігання електронних документів.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бачинська, Н., & Касьян, В. (2024). Маркетингові комунікації в умовах цифрової трансформації публічних бібліотек України. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 14, 10–19. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.14.2024.318283>
- Благодир, О. Я., & Лемішовська, О. С. (2025). Правове регулювання впровадження інформаційних систем і технологій обліку в Україні. *Економіка та суспільство*, 71. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-44>
- Верховна Рада України. (2003, 22 травня). *Про електронні документи та електронний документообіг* (Закон № 851-IV). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>
- Капітаненко, Н. П. (2024). Правове забезпечення електронного документообігу. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: Право*, 84(3), 130–138. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.84.3.20>
- Орлов, О., Живило, Є., & Нестеренко, В. (2025). Нормативно-правові аспекти електронного документообігу в системі державного управління сектору оборони держави. *Аспекти публічного управління*, 13(1), 106–113. <https://doi.org/10.15421/152512>
- Павленко, Т. (2024). Упровадження цифрових ресурсів у роботу освітянських бібліотек: виклики та можливості. *Вісник Книжкової палати*, 11, 34–41. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.11\(340\).34-41](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.11(340).34-41)
- Прогонюк, С. (2025, 18 лютого). Проблеми та переваги системи електронного документообігу. В *Публічне управління в Україні: історичний досвід та перспективи розвитку* [Матеріали конференції] (с. 466–468). ННІПУДС

- KHY імені Тараса Шевченка. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/am/123456789/21073/1/466-468.pdf>
- Duranti, L., & Blanchette, J.-F. (2004). *The authenticity of electronic records: The InterPARES approach*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/228612249_The_authenticity_of_electronic_records_the_InterPARES_approach
- Hryshyn, V. (2024). Features of modern development of electronic document management in digital governance system. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 20(4), 79–88. <https://doi.org/10.63009/lrsi/4.2024.79>
- Svård, P. (2013). Enterprise Content Management and the Records Continuum Model as strategies for long-term preservation of digital information. *Records Management Journal*, 23(3), 159–176. <https://doi.org/10.1108/RMJ-12-2012-0035>

REFERENCES

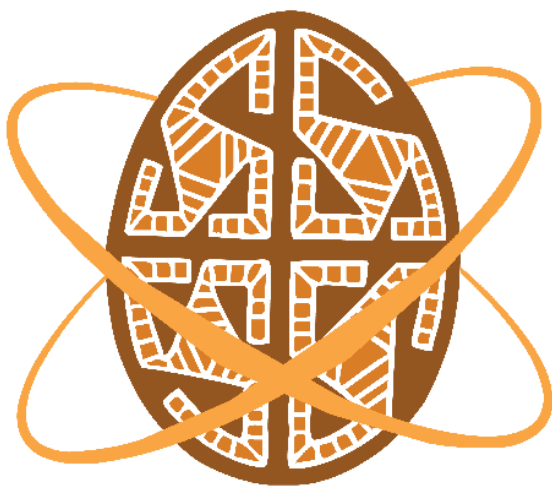
- Bachynska, N., & Kasian, V. (2024). Marketynhovi komunikatsii v umovakh tsyfrovoi transformatsii publichnykh bibliotek Ukrainy [Marketing communications in conditions of digital transformation of Ukrainian public libraries]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 14, 10–19. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.14.2024.318283> [in Ukrainian].
- Blahodyr, O. Ya., & Lemishovska, O. S. (2025). Pravove rehuliuвання vprovadzhennia informatsiinykh system i tekhnolohii obliku v Ukraini [Legal regulation of information systems and accounting technology implementation in Ukraine]. *Economy and Society*, 71. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-44> [in Ukrainian].
- Duranti, L., & Blanchette, J.-F. (2004). *The authenticity of electronic records: The InterPARES approach*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/228612249_The_authenticity_of_electronic_records_the_InterPARES_approach [in English].
- Hryshyn, V. (2024). Features of modern development of electronic document management in digital governance system. *Library Science. Record Studies. Informology*, 20(4), 79–88. <https://doi.org/10.63009/lrsi/4.2024.79> [in English].
- Kapitanenko, N. P. (2024). Pravove zabezpechennia elektronnoho dokumentoobihu [Legal support for electronic document management]. *Uzhhorod National University Herald. Series: Law*, 84(3), 130–138. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.84.3.20> [in Ukrainian].
- Orlov, O., Zhyvylo, Ye., & Nesterenko, V. (2025). Normatyvno-pravovi aspekty elektronnoho dokumentoobihu v systemi derzhavnoho upravlinnia sektoru oborony derzhavy [Regulatory and legal aspects of electronic document management in the state defense sector governance system]. *Public Administration Aspects*, 13(1), 106–113. <https://doi.org/10.15421/152512> [in Ukrainian].
- Pavlenko, T. (2024). Uprovadzhennia tsyfrovyykh resursiv u robotu osvitianskykh bibliotek: vyklyky ta mozhlyvosti [Integration of digital resources into the work of educational libraries: Challenges and opportunities]. *Bulletin of the Book Chamber*, 11, 34–41. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.11\(340\).34-41](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.11(340).34-41) [in Ukrainian].
- Prohoniuk, S. (2025, February 18). Problemy ta perevahy systemy elektronnoho dokumentoobihu [Problems and advantages of the electronic document management system]. In *Publichne upravlinnia v Ukraini: istorychnyi dosvid ta perspektyvy rozvytku* [Public administration in Ukraine: Historical experience and development prospects] [Conference proceedings] (pp. 466–468). ESIPACS Taras

- Shevchenko National University of Kyiv. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/21073/1/466-468.pdf> [in Ukrainian].
- Svärd, P. (2013). Enterprise Content Management and the Records Continuum Model as strategies for long-term preservation of digital information. *Records Management Journal*, 23(3), 159–176. <https://doi.org/10.1108/RMJ-12-2012-0035> [in English].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2003, May 22). *Pro elektronni dokumenty ta elektronnyi dokumentoobih* [On electronic documents and electronic documents circulation] (Law No. 851-IV). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> [in Ukrainian].

Надійшла: 05.08.2025; Прийнято: 14.10.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025

ПЕДАГОГІКА ЖУРНАЛІСТИКИ

PEDAGOGY OF JOURNALISM



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345636

УДК 070:82-92]:004.946.5:[725.945:17.023.31

Розмова з пам'ятником як жанр журналістики: діалог двох побратимів з пам'ятних дошок, що поруч

Валентина ГАЛИЧ

д-р філол. н., проф.

Приватний вищий
навчальний заклад
«Міжнародний економіко-
гуманітарний університет
імені академіка Степана
Дем'янчука»вул. Степана Дем'янчука, 4,
33000, Рівне, Україна

bella.lnu@gmail.com

ORCID 0000-0002-4492-8922

© Галич В., 2025

Стаття професора Миколи Тимошика «Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ» в «Українському інформаційному просторі» (число 10 за 2022 рік) спонукала до поглиблення цієї теми в пресознавчих дослідженнях. Так, започатковану УІП дискусію продовжили львівські дослідники на сторінках «Вісника Львівського університету. Серія журналістики» (стаття Ігоря Скленера), а професорка з Рівного Валентина Галич вже запровадила у своєму курсі з основ фаху популярний (зокрема у шведських медіа) підвид діалогу журналіста зі співбесідником – «Інтерв'ю з пам'ятником», – описаний у статті професора Миколи Тимошика.

Ідеться про нерозкриті можливості інтерв'ю як жанру, коли досвідчений журналіст звертається до унікальної творчої форми текстотворення – у незвичний спосіб «розговорити»... пам'ятник у конкретиці животрепетних проблем краю, де встановлений цей пам'ятник, або справи, якою жила увічнена в постаменті особистість.

Темою оригінального жанру – інтерв'ю з пам'ятником або імерсивного інтерв'ю – авторка обрала діалог двох сучасників, імена яких нещодавно увічнені в меморіальних дошках на одному з будинків, де вони донедавна мешкали в Рівному: переселенця з Донбасу, професора філології і журналістики Олександра Галича та солдата-гранатометника 57 окремої мотопіхотної бригади ім. отамана Костя Гордієнка, корінного рівнянина Дмитра Ткачука, який загинув від кулі російського окупанта на луганському фронті.

Цей підвид жанру інтерв'ю авторка називає імерсивним (від англ. “immersive”, що означає занурюючий, який забезпечує повне занурення, охоплюючий). Це різновид публіцистичного твору діалогічної форми, що сприяє зануренню реципієнтів у віртуальну/доповнену реальність, своєрідний нереальний, штучно створений світ, з яким вони можуть взаємодіяти в реальному часі з метою осмислення актуальних проблем сьогодення.

Імерсивний спосіб формування сюжету в цьому публіцистичному інтерв'ю реалізується через модальність ствердження духовних цінностей – потужної сили прогресивного розвитку українського суспільства.

Ключові слова: інтерв'ю з пам'ятником, імерсивне інтерв'ю, жанри журналістики, російсько-українська війна, Олександр Галич, Дмитро Ткачук.

CONVERSATION WITH A MONUMENT AS A GENRE OF JOURNALISM: DIALOGUE BETWEEN TWO BROTHERS FROM NEARBY MEMORIAL PLAQUES

Valentyna HALYCH

Doctor of Philology, Professor,

Private Higher Educational Institution

“International University of Economics and Humanities
named after Academician Stepan Demianchuk”

Stepan Demianchuk Str., 4, 33000, Rivne, Ukraine

bella.lnu@gmail.com

ORCID 0000-0002-4492-8922

The article “Journalism Genres as a Scientific and Practical Problem: toward Provocation of the Professional Polemics of Media Theorists and Practitioners” in “Ukrainian Information Space” (Issue 10, 2022) prompted the revival of this topic in press studies. Thus, the discussion initiated by the UIS was continued by Lviv researchers on the pages of “Visnyk of Lviv University. Journalism Series” (an article by Igor Sklener), and a professor from Rivne, Valentyna Halych, has already introduced into her course on the basics of the profession a subtype of a dialogue between a journalist and an interlocutor (popular in particular in Swedish media) – “Interview with a Monument”, described in Professor Mykola Tymoshyk’s article.

This study is about undiscovered possibilities of the interview as a genre, when an experienced journalist turns to an unusual creative form of text creation, just in an unusual way to “talk”... a monument in the specifics of the vital problems of a certain region where this monument is installed or the affairs that a personality immortalised in the pedestal lived.

The author chooses the theme of the original genre – an interview with a monument or an immersive interview – as the dialogue between two contemporaries, whose names were recently immortalised in memorial plaques on one of the residential buildings where they lived side by side in Rivne until recently: an immigrant from Donbas, Professor of Philology and Journalism Oleksandr Halych, and a soldier, grenade launcher of the 57th separate motorised infantry brigade named after Ataman Kostia Hordienko, a native citizen of Rivne Dmytro Tkachuk, who died from a bullet from the Russian occupier on the Luhansk front.

The author views this subspecies of the interview genre as an immersive one (from the English “immersive”, which means immersing, providing complete immersion, encompassing). This is a type of a journalistic work in a dialogic form that helps immerse recipients in the virtual/augmented reality, a kind of unreal, artificially created world with which they can interact in real time in order to understand current problems of the nowadays.

The immersive way of the plot forming in this journalistic interview is realised via the modality of affirming spiritual values as a powerful force for the progressive development of the Ukrainian society.

Keywords: interview with a monument, immersive interview, genres of journalism, Russian-Ukrainian war, Oleksandr Halych, Dmytro Tkachuk

Біля скверу, у мальовничому куточку подвір'я будинку 5-а по вулиці Буковинській міста Рівного, перехожі уповільнюють ходу. Їхню увагу привертають меморіальні дошки, установлені на розі будинку як знак вшанування двох його мешканців – Олександра Галича та Дмитра Ткачука. Хто вони? Чому увічнена вдячними містянами пам'ять про них? На портретах із каменю й скла зображені світлі одухотворені обличчя, які нікого не залишають байдужими. Спонукають до роздумів і тексти, що подаються нижче й означають віхи їхнього сподвижницького життя в ім'я України. Ось вони:

«У цьому будинку з 2015 по 2023 рр. проживав ГАЛИЧ ОЛЕКСАНДР АНДРІЙОВИЧ (26.03.1948 – 10.03.2023). Визначний учений, педагог, письменник, Заслужений діяч науки і техніки України, Відмінник освіти, доктор філологічних наук, професор».

«ДМИТРО ТКАЧУК (30. 11. 85 – 15. 04. 22). Солдат-гранатометник 57 окремої мотопіхотної бригади ім. отамана Костя Гордієнка. Здобув освіту економіста в МЕНУ. Працював митним брокером, у будівельно-му маркеті «Епіцентр». Без військового досвіду пішов добровольцем до лав ЗСУ. Загинув під час виконання бойового завдання на Луганському напрямку, захищаючи суверенітет і територіальну цілісність України».



Увечері, коли стихає на вулиці гомін, а на небі з'являються зорі, здається, що в теплому світлі ліхтаря портрети оживають, і можна почути тиху розмову двох прекрасних чоловіків. Вони різного віку, соціального статусу, один – родом зі сходу України, що нині палає в огні війни, ін-

ший – із заходу, але... такі близькі за долею, життєвими дорогами, баченням подій воєнного часу настільки, що їх можна вважати побратимами. «Побратимами? – скажете ви. Хіба вони обидва військові?». Так, побратими, до того ж тричі, бо побратими – це люди, об'єднані спільними поглядами на життя, метою, спрямованою на перемогу, захист один одного, знищення ворога, долання перешкод у важких умовах.

Але... прислухаймося до розмови наших героїв. Вона багато чого розкриє з їхнього буття й водночас багато чого «розкаже» про нас самих.

О. Г. (Олександр Галич). Вітаю вас, Дмитре! Пропоную познайомитися ближче. Я прочитав вашу коротку біографію на меморіальній дошці. Шкода, що ваше життя обірвалося в такому молодому віці. Я пишаюся тим, що саме ви поряд зі мною, адже увічнюють пам'ять тільки гідних людей. Споглядаю за життям мешканців будинку, що відтінює життя рідного міста, буття нашої держави, і скільки думок народжується, скільки почуттів вирує, що хочеться висловитися, поспілкуватися з вами.

Д. Т. (Дмитро Ткачук). Мені теж шкода, що з вами, Олександрє Андрійовичу, доводиться ближче знайомитися за таких обставин. Я вас пам'ятаю, часто бачив у нашому дворі з дружиною, чув, що ви переселенці, з Донбасу. Зворушувало те, що ви виростили сквер біля будинку, опікувалися клумбами. Спостерігав, як ви, неодмінно разом із дружиною, з портфелями в руках, ішли на роботу. Подумалось: «Мабуть, учителі. Не здаються під тягарем проблем, які випали на їхню долю. Почати життя з нуля, втративши все – дім, роботу – здатні лише сильні люди». А чому саме в Рівне ви приїхали в 2014 році?

О. Г. Рівне – це місто моєї молодості, тут народилися мої сини, тут міцніли крила моєї особистості. Корінний донбасівець, після закінчення аспірантури в ДонДУ у 1978 р. зі своєї ініціативи одержав призначення на роботу в Західну Україну, у Рівненський педагогічний інститут, де працював до 1998 року, пройшовши шлях від асистента до професора, був першим деканом факультету української філології, завідував кафедрою української літератури, згодом – теорії літератури та славістики.

Д. Т. Але чому ж повернулися на Донбас?

О. Г. Кажуть, Донбас важко полюбити, але ще важче його розлюбити, надто ж коли народився там. Туга за ковильним степом, запахом полину, теплим берегом Дінця спонукали до переїзду. Ностальгійні мотиви з'явилися й у поезіях:

Кущик полину – дарунок із світу дитинства.

З ним радісні, світлі, прекрасні новини,

Немов на Поліссі суцвіття калини.

Я хочу туди, звідки запах полину.

Тож прийняв запрошення ректора Луганського університету й переїхав на Донбас. Працюючи у виші в місті на крайньому Сході України, зважаючи на російськомовний регіон, у якому уже відчутні були щупальці ідеології «русского міра», активно займався громадською роботою, спрямованою на зміцнення авторитету України у світі, на виховання в молодого покоління національної гідності: був частим гостем на обласному луганському радіо й телебаченні, публікувався в місцевій періодиці, очолював обласну організацію товариства «Україна і світ», представляв наукову та освітянську інтелігенцію на Всесвітніх форумах українців та міжнародних наукових конференціях. Я часто порівнював свою долю із крилами птаха: одне з них змужніло на Заході України, а друге – гартувалося на Сході. Проте незмінними завжди залишалися велика любов до України, усвідомлення її цілісності.

Д. Т. Тепер зрозуміло, чому ви повернулися до Рівного, бо тут залишилися ваші друзі, численні учні, які могли протягнути руку допомоги.

О. Г. Саме так, у цьому місті, оспіваному в моїх віршах, і вирішив пережити воєнне лихоліття. Так я став вашим сусідом. Мені пригадалося, як на початку повномасштабної війни я з мешканцями свого будинку під час тривоги перебував у підвалі, і раптом до нас забіг молодий чоловік у військовому одязі, сів на кінчик ящика, по-хазяйськи окинув оком непристосоване під бомбосховище приміщення, де на стільчиках сиділи люди. А незабаром там з'явилися пластикові плити, на яких можна було лежати, сидіти. Мені здається, що це був результат вашої турботи про сусідів. А через деякий час ми взнали, що житель нашого будинку загинув на фронті. І серце моє обпеклося болем, адже мій старший син Андрій пішов добровольцем у ЗСУ. І в моїй уяві постав високий юнак з рішучим поглядом променистих очей, я зрозумів, що це були ви.

Д. Т. Так. Це був я. З перших днів великої війни, у лютому 2022 року я хотів записатися в тероборону м. Рівного. Дивувався, що мене, зростом 186 см, який займався карате, мав 1-й розряд з боксу, туди не взяли. Проте, озброєний лозунгом «Усе буде Україна», дуже прагнув бути корисним своїй державі. Сказав собі: «Я не буду лежати на дивані, коли мою Україну вбивають!». Маючи економічну освіту, організаторський досвід роботи митним брокером у будівельному маркеті «Епіцентр», я налаштував діяльність патруля свого будинку, активно займався волонтерством: організовував закупівлю ліків, військового спорядження для ЗСУ, а друзі із Польщі допомогли придбати легковий автомобіль та «бус» для військових. Мої батьки – тато Микола Дмитрович і мама Наталія Степанівна – у всьому мене підтримували, з розумінням поставилися до мого рішення йти на фронт. 2 березня я вже прийняв присягу. Вітаючи нас, генерал сказав, що добровольці краще мотивовані, ніж професійні військові. Я це запам'ятав, завжди усвідомлював, що саме прагнення відвоювати свободу і незалежність України мотивувало мо-

їми вчинками. Це допомагало мені переносити неймовірні труднощі фронтового життя, мобілізувати життєві сили.

О. Г. Як педагог і дослідник документальної літератури, розумію, що героями не народжуються, ними стають за певних обставин, геройство формується, прививається... Звідки у вас таке гостре відчуття правди і справедливості, готовність на самопожертву заради високої мети – незалежності української держави, звідки такі сильні патріотичні почуття?

Д. Т. Складно сказати однозначно. Вочевидь, у середовищі родини та школи формувався мій «український дух», як кажуть науковці, – україноцентричний світогляд. У дитинстві любив слухати розповіді свого дідуся про Другу світову війну, учасником якої він був. Улюбленими предметами в школі були математика та історія. Мій герой – Степан Бандера – український політичний діяч, провідник національно-визвольного руху ХХ ст., борець за незалежність України. На мій погляд, любов до України повинна проявлятися в усіх вчинках справжнього патріота, навіть у найінтимніших почуттях. Любити Україну – це означає й потребу ходити до Української церкви. Я свою донечку Діну хрестив в Українській церкві.

О. Г. А що любили читати?

Д. Т. Мені подобалися книги сучасного українського письменника Мирослава Дочинця.

О. Г. Він не просто письменник, а письменник-філософ, журналіст, видавець.

Д. Т. Так, це відчутно. Твори Мирослава Дочинця саме й привабили мене філософсько-психологічною спрямованістю, щирістю, добротою, життєвою мудрістю. Мене захоплювала також політична й громадська діяльність Михайла Гориня, дисидента й політв'язня. Читав його книжку «Запалити свічку» – збірку спогадів, нарисів, інтерв'ю. «Краще засвітити одну свічку, ніж усе життя проклинати пільму» – цей девіз Михайла Гориня скеровував мої вчинки, мою поведінку, зміцнював мужність у боях з російськими загарбниками.

О. Г. Ваш короткий, але звияжний військовий шлях пролягав дорогами Донбасу. Які населені пункти захищали?

Д. Т. Лисичанськ, Северодонецьк, Кременна, с. Нижнє – на Луганщині, де разом зі своїм земляком Сергієм Поліщуком 15 квітня 2022 року загинув, виконуючи бойове завдання.

О. Г. Моє рідне село Серебрянка, де минули дитячі та юнацькі роки, знаходиться поблизу Лисичанська, часто бував у Кременному й Северодонецьку. Із тривогою і хвилюванням стежив за подіями початку повномасштабного вторгнення російських військ на нашу територію. Скупі повідомлення про запеклі бої на Донеччині та Луганщині в моїй душі

знаходили відгук у віршованих рядках. Вони про те, що бачили й пережили ви:

Стікає кров'ю Серебрянка
В степу донецьким, де полин
І ковила, й маслина дика,
Що зветься лох, а ще
В посадці абрикос.
А поруч Сіверськ,
Це колишня Яма.
Мій рідний край,
Моя земля, окреслена Дінцем,
Рікою юності й дитинства,
Що зараз кров'ю вся сплива,
В війні, розв'язаній не нами...
(Стікає кров'ю Серебрянка)

Війна кривавими слідами
Помітила і південь, й схід.
Її невиситими плодами
Криваво простягнувся хід.
Бахмут і Сіверськ, Серебрянка,
Ще й Краматорськ, Слов'янськ, Дружківка.
Удари з неба спозаранку.
Не кольорова. Чорно-біла плівка.
На ній війна, бої безперестанку...
(Криваві сліди війни)

Д. Т. Ваші вірші, Олександр Андрійовичу, відтворили в моїй пам'яті ландшафти Луганщини, картини природи, що пробуджується від зими, перші квіти в лісі понад Дінцем – підсніжники, проліски, які завжди навіювали спомини про мамин квітник. А в степу під весняним сонцем розливалися пахощі тогорічного сухого полину. Як хотілося жити! Думалось про те, скільки руйнувань і знищень красивого й добротного принесла війна в цей край! Якщо моє життя подарувало мирний день, спокійну ніч дітям і нашим матерям, зберегло від знищення пам'ятки історії і культури, сприяло наближенню жаданої Перемоги, то я не шкодую, що мені в 36 років довелося розпрощатися з ним.

О. Г. Дмитре, тільки люди чистої душі й такого гарячого серця здатні на подібні думки і вчинки. Ви згадали полин – улюблену, оспівану

в моїх поезіях рослину, котра, як і ковила, соняшник, абрикос, символізує Донбас. До речі, там багато різновидів духмяного й цілющого полину. Я 19 років прожив у Рівному, й ностальгійний спогад про свою малу батьківщину, донбаський край завжди пов'язувався з образом полину. Для мене запах полину – це і «привіт із ковильного степу», і «пам'ять безкраїх віків», і «дарунок зі світу дитинства». Пейзажні образи загалом яскраво відтінюють внутрішній світ мовця, здатні в лаконічній формі лірично й неповторно описати подію, відтворити портрет людини. Так, у документальному фільмі, присвяченому вам, підготовленому рівненськими телевізійниками, є фрагмент ваших похоронів, де ваша мама сказала: «Нема життя... Пустота в душі... Немає дуба, бо Дмитро був дубом. Немає справжнього героя...». А у вірші Лариси Лукашук образ дощу підсилює біль великої втрати – вашої загибелі та інших молодих рівнян на фронті:

Плачуть місто дощем,
Люди гіркими сльозами.
Боже, прости нам гріхи,
Ворога знищ разом з нами.
Люди стоять на колінах,
Хлопців несуть з прапорами.
Просимо миру живим,
Тим, хто в молитвах із нами.
Діма загинув в бою,
Сильна людина, рівнянин.
Молимо царство йому...
В Бога на небі, в раю.
Плачуть небо дощем,
Люди гіркими сльозами...

Д. Т. Ви професійно як літературознавець помітили, що пейзажні образи в словах моєї мами та у вірші вражаюче відтворюють не лише непомірне горе рідних загиблих, а й здатність українців щиро співпереживати, закладати в глибини пам'яті ось такі трагічні моменти військового часу. А Ви себе, шановний професоре, більше відчували вчепним, педагогом чи поетом?

О. Г. Непросте питання. У своєму житті поступово через навчання в Донецькому державному університеті, захист кандидатської та докторської дисертацій з теорії літератури викристалізувалися свідомість і поведінка науковця. Мій науковий здобуток складають понад 500 наукових і науково-методичних праць, опублікованих і в нашій державі,

і за кордоном, серед яких 13 монографій, 20 підручників, під моїм керівництвом захищено 37 кандидатських та 8 докторських дисертацій, був директором Східного філіалу Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України. Наукові успіхи викликали бажання поділитися своїми знаннями з молоддю. Проте вірші писав ще з юності, але вони для мене завжди були схованкою й розрадою для душі, ніколи не були самоціллю. У дорослому віці ця сфера мого життя стала супровідною для наукової та освітньої діяльності. Поступово віршування стало моїм поетичним щоденником, у якому занотовував свої роздуми про події в суспільстві й родині, враження від поїздок по Україні й за кордон, своє відчуття сьогодення й передбачення майбутнього. Моя дружина Валентина Миколаївна ініціювала видання першої збірки «Мнемозіна», а у 2025 році, уже після мого відходу у вічність, об'єднала весь мій поетичний здобуток й опублікувала книжку «На хвилях пам'яті».

Д. Т. А про що ви, Олександрє Андрійовичу, писали у своїх віршах?

О. Г. Розділи збірки «На хвилях пам'яті» – «Мнемозіна», «Далечінь пам'яті», «Белла», «В душі палає Україна» – указують на тематичне розмаїття моїх творів: філософські роздуми про сенс людського життя, природу та призначення пам'яті, минуле й майбутнє, війну і мир; у них бринить любов до рідної землі, прекрасної в будь-яку пору року, оспівуються високі громадянські та патріотичні почуття. Поезії ілюструють становлення моєї мультикультурної свідомості, сформованої в соціальному часі й просторі України другої половини ХХ – початку ХХІ ст., заснованої на загальнолюдських цінностях і шанобливому ставленні до національної літературної спадщини, уособлюють непросте, проте, як зазначають дослідники моєї творчості, «одухотворене ствердження вченого-інтелігента».

Д. Т. Кілька разів ви згадали слово «Мнемозіна». А що воно означає?

О. Г. Це концептуально вагоме слово в означенні не лише моєї поетичної творчості, а й наукової та педагогічної й громадської діяльності. Слово «Мнемозіна» запозичене з давньогрецької міфології, це ім'я богині пам'яті. У переносному значенні «Мнемозіна» – це Пам'ять. Мої наукові дослідження, зосереджені у сфері документалістики, збагатилися поетичним тлумаченням філософської категорії пам'яті як знака історії, спадкоємності поколінь, єдності людства, про що свідчать назви віршів («Мнемозіна», «Моя пам'ять свіжіша озона», «Пам'ять», «Криниця пам'яті», «На хвилях пам'яті», «Далечінь пам'яті», «А пам'ять рветься на перо, до волі», «Міст пам'яті» та ін.). Як університетський викладач, я прищеплював своїм учням стійкість у протистоянні безпам'ятству. У 90-х рр. на рівненському телебаченні вів авторську програму «Мнемозіна», присвячену репресованим у сталінську добу діячам української культури, завданням якої було відновлення історичної пам'яті

українців та формування поваги до їхньої культурної спадщини представників інших національностей та етнічних груп Рівненщини.

Д. Т. А чи знайшов у вашій творчості відгук про віроломний напад росії на Україну?

О. Г. Це дуже болюча для мене тема як для людини, що перебувала під обстрілами «Градом», втратила житло в Луганську, престижну роботу, залишила все дороге своєму серцю в окупованому місті й за трагічних обставин виїхала до Рівного – берега своєї молодості. Із самого початку російської анексії, свідком якої я був, вторгнення російських військ на українські землі сприймав не як антитерористичну операцію (АТО), не як операцію об'єднаних сил (ООС), а як страшну криваву війну, яка не завершиться окупацією Криму та Донбасу, а пошириться й на інші території України. Свої переживання та роздуми про згубну, руйнівну силу війни, героїчний супротив українських військ російським оркам я втілював у віршах «В душі моїй палає Україна», «Мій народ», «І знов війна, і знову лихо», «Щоб бути урівень з добою», «Апокаліпсис липня 2014», «Війна навкруг, не до погоди», «Покидаю я рідний край», «Спогад про майбутнє», «А до щастя ще треба дожити», «Мертві лежать у могилах», «Шлю прокляття війні», «В огні палає Лисичанськ», «Бахмут» та ін. Особливо боляче я сприймав загибель молодих людей, таких, як ви, Дмитре. Про це теж писав:

Я серце роздам по шматочках
Всім тим, кого нищить війна,
Донькам України й синочкам –
І це невелика ціна.

Д. Т. Послухав я вашу сповідь, пане Олександр, і серце моє сповнилося вдячністю за вашу невтомну працю на ниві духовності України, людини, чиє ім'я вписане до сторінок української історії та культури.

О. Г. Як і ваше ім'я, Дмитре. Миті самовідданого життя справжніх особистостей, до яких належите й ви, живлять національну історію, закладаються в глибини пам'яті сучасників і нащадків. Ваша мужність високо поцінована: ви одержали посмертно церковну нагороду Православної Церкви України – медаль «За жертвовність і любов до України», пам'ять про вас увічнена в трьох меморіальних дошках, установлених у місцях, де ви вчилися, працювали й проживали в рідному місті, ви удостоєні звання почесного громадянина Рівного.

Д. Т. У наших долях, як я зрозумів, багато чого спорідненого.

О. Г. Так, виходить, що у нас міцне побратимство. Ми мешкали в одному будинку, на Рівненщині сформувалися наші особистості, ми ходили одними дорогами Луганщини, були свідками пробудження природи

степоного краю, захищали його: ви – зброєю, я – словом. Наше життя в обох обірвалося навесні – ваше 15 квітня 2022 року, моє – 10 березня 2023 року, ви загинули, обороняючи Донбас від російського загарбника, а я віддав життя на духовному й освітньому фронті, обороняючи душі молодих українців науковим і публіцистичним словом від безпам'ятства, почуття меншовартісності, нігілізму в ставленні до рідної культури – мови, літератури, наснажуючи їхні серця гордістю за багату й легендарну історію українського народу, сповнюючи їх мужністю, бажанням боротися за свободу України. Вірю, що нам вдалося засвітити Свічу свого життя, наснажуючи цей вогник великою любов'ю до Батьківщини, силою волі, здатністю на самопожертву. І хоча наше земне життя перервалося, полум'я нашої Свічі не згасло, воно підтримується світлою пам'яттю рідних людей, наших земляків, усіх, хто називає себе «українцем», наснажує їх світлоносною енергією, спрямованою на добрі справи в ім'я України.

Тиха, розважлива розмова продовжувалася, а місяць уже передавав естафету ранковому світлу, що пробивалося зі сходу. Кожен з наших героїв побував у ролі того, хто ставив запитання і відповідав на них. Це був діалог двох однопумців, двох патріотів. Свідками їхніх перемовин були різнокольорові мальви на клумбі біля меморіальних дошок – квіти, які споконвіку прикрашають будинки українців, оспівані у фольклорі та художній літературі, стали уособленням миру й щастя, спадкоємності поколінь, символом немеркнучої пам'яті про легендарну українську історію, яка сьогодні пишеться кров'ю, мужністю й відвагою захисників Вітчизни.

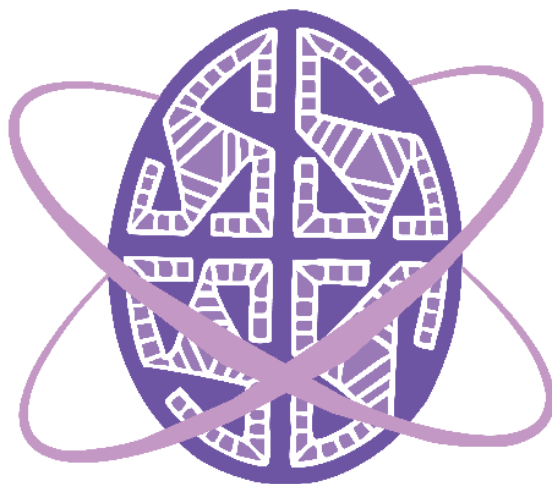
Надійшла: 07.08.2025; Прийнято: 30.09.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

РЕЦЕНЗІЇ, ПРЕЗЕНТАЦІЇ, ПОВІДОМЛЕННЯ

REVIEWS, PRESENTATIONS,
MESSAGES



DOI: 10.31866/2616-7948.2(16).2025.345640

УДК 82-4(477)"364":654.19:070-051Дацюк(049.32)

Слова та голос Галини Дацюк

Любов ГОЛОТА

письменниця

лауреатка Національної
премії України імені Тараса
Шевченка

© Голота Л., 2025

Відома журналістка, письменниця, громадська діячка Галина Дацюк порадувала своїх численних прихильників новою книгою – «Світло повертається». Промовистий підзаголовок: «Есеї, замальовки, нариси про події та людей, які в часи повітряних тривог, вибухів і темряви виводили нас на бік життя».

У новій книжці – добірна, рідкісно шляхетна й переконлива публіцистика, де сконцентровано біль і любов. Тут густе, як гречаний мед, слово, що плодоносить мудрість. Що сідає під мури Софії і молиться за кожне життя. Що з чорним крилом війни і просвітленим обличчям ранку, що повертає надію. Що про наш рід і звичай. Що про народження книжок, картин, пісень, кохання і дітей. Що від першого дня великої війни дає нам сили радіти, любити, вірити, аби, зрештою, перемагти.

Під 85 іменами текстів – код нашого часу і нас самих. Тут незламна Україна – як Світло Бога.

WORDS AND VOICE OF HALYNA DATSYUK

Lyubov HOLOTA

Writer,

Laureate of the Taras Shevchenko National Prize

A famous journalist, writer and public figure Halyna Datsyuk has pleased her numerous admirers with a new book – “The Light Returns”. The eloquent subtitle: “Essays, sketches, outlines about events and people who led us to the side of life in times of air alerts, explosions and darkness”.

The new book contains selected, rarely noble and convincing journalism, where pain and love are concentrated. Here, a thick, as buckwheat honey, word bears fruit of wisdom. WHAT sits under the walls of Sofia and prays for every life. WHAT is with the black wing of war and the enlightened face of the morning, which returns hope. WHAT about our ancestry and customs. WHAT about the birth of books, paintings, songs, love and children. WHAT from the first day of the great war gives us the strength to feel happiness, love, believe and ultimately win.

Under 85 names of texts, here is a code of our time and ourselves. Here is unbreakable Ukraine, like the Light of God.



Спочатку запам'ятала слово, друковане від Галини Дацюк. Було це в останній чверті ХХ століття, в часи, які прийнято називати перебудовними, а насправді – пробуджувальні, бо мільйони з нас нарешті зрозуміли, що інформація – рушійна сила в суспільстві, що головне – знайти правдиву інформацію, бажану, нову, таку, яка не тільки об'єднує минуле із сьогоденням, а й проєктує майбутнє.

Україна задихалася під звалищами газет і журналів – чорно-білих, кольорових, на сірому папері і на глянці, та все російською мовою. Такого шквалу зросійщення українці ще не знали, їхнє національне пробудження зацитькували, укоськували, засипали піском і попелом «комсомольці в Україні» – правда, московські івзестія, журнал «Огоньок», безліч усілякої містики й ізотерики, множили ту московську макулатуру начебто українські «Наталі», «Карававан історій», «Ліза», «Отдохні», політичні тижневики та газети різних блоків і партій, але бінго! – всі російськомовні, всі з бульварною ностальгією за «страной, которую ми потеряли». В цьому різноамплітудному звалищі важко було знайти видання та імена, яких прагнули люди, охочі знати справжнє – в історії, літературі, науці, доколуپуватися істини в тих неймовірних сюжетах, які переживало українське суспільство, оскільки всі орієнтири, штучно збиті, вказували на чуже, штучно красиве і значуще. Читачам, які не пливли за течією, належало знайти серед журналістів і газетярів своїх людей. Зацікавитися і повірити. Так у моєму читацькому списку з'явилося ім'я Галина Дацюк.

Тематика, за яку взялась кореспондентка республіканської преси, була мені близькою: культура, мова, віра. Опорні речі в національному інформаційному просторі подавалися нею свіжо, щиро, без лжепатетики, вона не грала в українськість – відчувалося, що це давно виховалося і визріло на генному родинному рівні. Мова і стилістика її письма несли виразну самість натури, схильної до пізнання, а дар оповідачки, для якої головними були герої, а не амбітне «я» авторки, викликали симпатію й довіру.

Постать Софії Русової, різнобічну діяльність якої варто й сьогодні досліджувати та поповнювати культурно-науковий простір новою інформацією, я пізнала завдяки публікаціям Галини Дацюк, зокрема в журналі «Україна». Мабуть, саме тоді відзначила, що ця журналістка знає більше, ніж пише. Обставини життя, культурне середовище, духовні обрії особистості, яку осмислювала Г. Дацюк, завжди орієнтували на глибші розвідки, спонукали й собі ставати дослідником тих обставин, в яких діяли її герої. А таки справді – не персонажі, а герої, часто – першопрохідці. Жертовні люди, іноді – жертви, але це була жертовність і жертвенність справжніх християн, апостолів і воїнів українства. Не вдаватимуся до переліку всіх публікацій, які мені запам'яталися (а це – сотні українських дописів в українських виданнях), але спадає на думку, що, коли б авторка забагла пересіяти їх на решеті часу, то могла б вийти надзвичайно характерна та інформаційно безцінна книжка заборонених за радянщини та в часи свавілля 90-х років тем.

Виокремлю ті статті-відкриття Галини Дацюк, які сьогодні можемо сміливо назвати «Курсом історії від Галини» – депортація волинських сіл і цілих родин за зв'язки з УПА. Перші з нарисів датуються 1990 роком, і, на щастя, письменниця не «закрила» цю тему й сьогодні, про що свідчать її глибокі статті-дослідження на шпальтах тижневика «Слово Просвіти» протягом 2021–2025 років. Це дуже добросовісне письмо. Це той випадок, «коли три персти пишуть, а болить усе тіло» (Нестор Літописець). Бо пропущене крізь власне життя. А коли таких публікацій не одна-дві, а десятки, з яких склалися книги, то, скажу вам, дорогі мої, правду: це письмо (читай: життя) під посвятою. Свідома жертовність Галини Дацюк і в ім'я України. Можна розшифрувати: во славу земляків з Кордишева, Армії УПА. І, головне, тисяч українців, життями яких засіяне поле буття нашого народу. Читати ці книги – перевіряти свою душу на українськість.

...Голос Галини Дацюк в ефірі українського радіо «Культура» я знала разом із відданими слухачами, чула багато років. Очікуючи цей багатобарвний голос вранці і ввечері, бо ті передачі унікальні вже тим, що їх треба слухати і **чути** – надто багато, аж до биття серця, ніс голос Галини. Чи то від недалекого розуму, чи від заздрощів керівники Суспільного мовлення не запропонували пані Галині продовжити спілкування з радіослухачами, натомість чуємо монотонні голоси, які, демонструючи себе в ефірі, наче молоточками, б'ють у тім'я. Галина Дацюк вплітала у свій голос усні жіночі історії, історії надзвичайних доль у надзвичайні часи (а коли в Україні вони були звичайними?) – учасниці національно-визвольних змагань, зв'язкові УПА, жінки-героїні, видатні творчі особистості, яких було засуджено на неволю і які збулися як постаті, а завдяки Галині Дацюк про них дізнався світ. Ці голоси звучать зі сторінок її книжок, видрукованих у 1998, 2003, 2016, 2021 роках.

Усі книжки, написані Галиною Дацюк, особливі. Назву найновіші: «Янголи Небесної Чоти» (2016), «Одна з нас. Незагублені історії» (2020), «Жіноча справа» (2021). Особливість цих видань у тому, що вони осяяні голосами персонажів, що кожна деталь розповіді складається в полотно, в пазли вже теперішнього випробування, яке переживає Україна в кризовому протистоянні рашистам з 2014 року.

У читача, який ще не відкрив для себе творчість письменниці Галини Дацюк, може скластися враження, що її письмо – суцільна кривава трагедія. Ні, це справжні драми життя (бо життя – велика господня драма) з його світлом, любов'ю, радістю, з усмішкою і безкрайністю відчуттів. Це ті слова і той голос, від яких «серце б'ється, ожива». Голос і слова, які кожному з нас тче велика Пряля – Доля.... Наче ниточки збігаються в умілі руки Галини Дацюк – невтомної, талановитої, унікальної письменниці, яка день за днем описує українську історію і стверджує любов.

Надійшла: 11.08.2025; Прийнято: 02.10.2025;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 09.12.2025

Наукове видання

УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Науковий журнал
Число 2 (16) за рік 2025

Засновник і видавець —
**Київський національний університет
культури і мистецтв**

Виходить із 2018 р.

Бібліографічний редактор	<i>Інга Стригун</i>
Редагування та коректура	<i>Антоніна Гурбанська</i>
Редакторка англomовних текстів	<i>Світлана Гурбанська</i>
Редакторка з комунікацій	<i>Алла Мальшакова</i>
Художнє редагування та комп'ютерна верстка	<i>Оксана Бережна</i>

Підписано до друку 08.12.25. Формат видання 70×100/16
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура PT Serif.
Ум-друк. арк. 19,34. Обл.-вид. арк. 16,29
Наклад 300 прим.
Зам. № 5413

Віддруковано з оригінал-макету на видавничо-поліграфічній базі КНУКіМ
м. Київ, вул. Д. Дорошенка, 14.

Свідectво про внесення суб'єкта до державного реєстру видавців,
виготовників, розповсюджувачів видавничої
продукції серія ДК № 4776 від 09.10.2014

Запрошуємо авторів до співпраці!

Науковий журнал «Український Інформаційний Простір» включено до Переліку наукових фахових видань України за спеціальностями:

061 – «Журналістика»

029 – «Інформаційна, бібліотечна, архівна справа»

Журнал індексується в науково-метричних базах даних:

Index Copernicus, Academic Resource Index, PKP Index, BASE, Crossref, GoogleScholar, Academia, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchGate, ResearchBib, Journal Factor, Worldcat, Каталоги НБУВ (IRBIS-NBUV), Наукова періодика України (УРАН)



ukrinfoprostir@gmail.com

