

ISSN 2616-7948 (print)

ISSN 2617-1244 (online)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

2026 #1 (17)

UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Науковий журнал

Виходить двічі на рік

Видається з 2018 року

Scientific journal

Issued two times per year

Published since 2018

Київ | 2026 | Київський національний
університет культури і мистецтв
Kyiv | 2026 | Kyiv National University
of Culture and Arts

*Друкується за ухвалою Вченої ради
Київського національного університету
культури і мистецтв
(протокол № 13 від 21.04.2026)*

*Published by the decision
of the Academic Council of Kyiv
National University of Culture and Arts
(Protocol No. 13 of 21.04.2026)*

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:

Київ, м. Київ, 01133
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, 2026

ЗМІСТ

CONTENT

Від головного редактора	7	Address from the Editor-in-Chief
Address from the Editor-in-Chief	12	Від головного редактора

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

Геннадій ГРЕБНЬОВ Журналістика в умовах воєнного стану: законодавчі норми та професійні стандарти	18	Hennadii HREBNOV Journalism in the Martial Law Context: Legislative Norms and Professional Standards
Людмила ФИЛИПОВИЧ Релігія в інформаційному просторі України: оцінка стану, проблеми і пропозиції	36	Liudmyla FYLYPOVYCH Religion in the Information Space of Ukraine: Assessment of its State, Problems and Offers

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

Любов ВАСИЛИК Віртуальна реальність як інструмент інновацій у журналістиці: український досвід медіапроектів	54	Liubov VASYLYK Virtual Reality as a Tool of Innovations in Journalism: Ukrainian Experience of Media Projects
---	----	--

Зоряна ГОДУНОК
Олексій КОСТЮЧЕНКО
Стратегії репортажу про
відновлення деокупованих
територій України

67

Zoriana HODUNOK
Oleksii KOSTIUCHENKO
Reportage Strategies on the
Reconstruction of Ukrainian
Deoccupied Territories

Андрій ЯНЦЬКИЙ
Зміни в роботі новинних
медіа України під час війни:
теоретичний аспект

79

Andrii IANITSKYI
Changes in Ukrainian News
Media Activities during the War:
Theoretical Aspect

Олександра ЯРОШЕНКО
Уникання ескалаційного тону
в новинах про повітряні
інциденти в Європі

92

Oleksandra IAROSHENKO
Avoiding Escalatory Tone
in News Coverage
of Aerial Incidents in Europe

МЕРЕЖЕВІ ВИДАННЯ ONLINE PUBLICATIONS

Максим ЛИВАДА
Алла ТЕРНОВА
Штучний інтелект в українських
аудіовізуальних медіа:
практики застосування,
можливості та виклики

106

Maksym LYVADA
Alla TERNOVA
Artificial Intelligence
in Ukrainian Audiovisual Media:
Application Practices,
Opportunities and Challenges

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ PUBLISHING AND EDITING

Артур БОНДАРЕНКО
Читання як державний
пріоритет: міжнародний досвід
та українські перспективи

128

Artur BONDARENKO
Reading as a State Priority:
International Experience
and Ukrainian Prospects

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ HISTORY OF JOURNALISM AND BOOK PUBLISHING

- | | | |
|--|-----|--|
| Юрій КОЛІСНИК
Журнал «Народна творчість та етнографія» в системі радянської журналістики (1957–1991) | 148 | Yurii KOLISNYK
The “Folk Creativity and Ethnography” Journal in the Soviet Journalism System (1957–1991) |
| Надія ПОДОЛЯКА
Харківське видавництво «Західня Україна» та доля його очільника Василя Атаманюка | 171 | Nadia PODOLYAKA
Kharkiv Publishing House “Western Ukraine” and the Fate of its Head Vasyl Atamaniuk |

РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

- | | | |
|--|-----|---|
| Grażyna FILIP
Justyna MAJCHROWSKA
Phraseological Analysis of Advertising Slogans using the Example of Artificial Intelligence | 184 | Гражина ФІЛІП
Юстина МАЙХРОВСЬКА
Фразеологічний аналіз рекламних слоганів на прикладі штучного інтелекту |
| Юрій МЕЛЬНИК
Троянська стратегія в зовнішній комунікації Росії (на прикладі публічних коментарів Володимира Путіна про Дональда Трампа) | 195 | Iurii MELNYK
Trojan Strategy in Russia’s External Communication (using the Example of Vladimir Putin’s Public Comments on Donald Trump) |
| Tetiana IVANIUKHA
Krystyna PYROGOVA
Transformation of Business Communications in Ukraine during the Martial Law: Main Directions and Digital Tools | 209 | Тетяна ІВАНЮХА
Кристина ПИРОГОВА
Трансформація бізнес-комунікацій в Україні під час воєнного стану: основні напрямки та цифрові інструменти |

ЖУРНАЛІСТСЬКА ПЕДАГОГІКА
JOURNALISTIC PEDAGOGY

Василь ЛИЗАНЧУК
Володимир НЕЖИВЕЛО
Українська правда проти
російської інформаційно-
психологічної інвазії:
на матеріалах нового
підручника М. Тимошика
«Основи журналістики»

224

Vasyl LYZANCHUK
Volodymyr NEZHIVVELO
Ukrainian Truth against Russian
Informational and Psychological
Invasion: based on Materials
from M. Tymoshyk's New Manual
"Fundamentals of Journalism"

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

Юрій СТАДНИК
Електронні видання Державного
архіву Львівської області
як складник інформаційного
простору України

236

Yuriy STADNYK
Electronic Publications
of the State Archive of the Lviv
Region as a Component of the
Ukrainian Information Space

Від головного редактора

Шановний читачу!

Перед вами – останнє число «Українського Інформаційного Простору». Таке зізнання від головного редактора, як ініціатора заснування та незмінного творця часопису, для багатьох читачів, авторів та симпатиків журналу із числа фахівців, певне, буде несподіваним. А для автора цих рядків – багатолітнього журналіста-практика і викладача-професора журналістики – сповнене присмаком гіркоти й жалю, ніби як викликане втратою чогось особнього, що так близько трималося душі й серця.

Цьому науковому журналу історія відміряла трохи більше восьми років буття. Для сповненого на зламі тисячоліть суспільно-політичними потрясіннями періоду розвитку Українського державотворення це не так уже й мало.

Загальновідомо, що українська наука в цілому, і гуманітарна зокрема, нині перебуває в стані затяжної кризи. Але немає сумніву, що вона вийде колись на обшири оновлення й очищення.

Від чого?

Передусім від ракових пухлин плагіату й наукової недоброчесности, компілятивности й поверховости, кон'юктурности й бізнесовости. Це те загрозливе й невластиве для науки класичної, як омела на дереві, роз'їдає, знесилює та знеславлює тіло української науки, демотивує дослідників порядних, чесних, одержимих, залюблених у предмети своїх досліджень.

Є переконаність у тому, що лише після припинення процесів деградації української науки й освіти, про що впродовж років ідеться в низці гострих публікацій у відкритій пресі, ті цінности, які сповідувала редакція «УІП», будуть витребувані, а наші спроби і набутки будуть належно вивчені й оцінені.

Саме для майбутніх дослідників історії української гуманітарної науки й пропоную викладені в тезах кілька характеристик, які виокремлюють і уви-

разнюють слід «УІП» і на журналістикознавчому та книгознавчому полі цієї науки, і в історії української журналістики.

Але перед цим – кілька цінних для аналізу цифрових даних.

За роки існування вийшло в світ 17 випусків «Українського інформаційного простору», обсяг кожного з яких коливався в межах 300 сторінок. Загалом їх 3430. Увесь обсяг наукової продукції, яка вміщена на цих сторінках, – 326 обліково-видавничих аркушів, загальна кількість статей – 312. Їхніми авторами є понад 360 дослідників.

Дещо про географічний зріз у контексті України і світу. Редакція налагодила тісні творчі контакти й залучила до співпраці дослідників-журналістикознавців, які мешкають у різних куточках світу, зокрема у США, Великій Британії, Польщі, Литві, Болгарії, Німеччині.

Щодо українських теренів, то, окрім Києва, наші автори працюють в університетах Львова, Запоріжжя, Чернівців, Черкас, Рівного, Тернополя, Вінниці, Івано-Франківська, Сум та інших крайових наукових центрів.

Серед знакових авторів – академік Іван Дзюба, професори-українознавці Ярослав Калакура, Василь Яременко, Марина Палієнко, Людмила Филипович, міністри та керівники галузі.

Мовний статус журналу – українсько-англійський. У штаті редакції числився англомовний редактор. Тому ми ніколи не покладалися на переклади, здійснювані деякими авторами посередництвом автоматизованих програм із Гуглу.

Неухильне дотримання редакційної політики та проголошеної в першому числі редакційної програми, також високоякісних статей авторитетних авторів дало змогу вивести часопис на 14 мережевих наукових платформ, індексованих у міжнародних і національних науково-метричних базах даних і каталогах. Журнал має Сертифікат авторитетної в західному світі бази даних Index Copernicus. А від сьомого числа, відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 15.04.2021 р. № 420 (додаток 3), УІП уведено до переліку наукових фахових видань України за двома спеціальностями: 061 – «Журналістика» та 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

А тепер – короткі відповіді на запитання:

– чим саме «Український Інформаційний Простір» вирізнявся від інших наукових журналів?

– що особного було в редакційній політиці і які змістові домінанти визначають його змістове наповнення та увиразнюють проблемно-тематичну палітру?

Тут кілька принципових посилів.

1. УІП – це чи не єдине в Україні видання із статусом науково-практичного, у якому пульсує, як живий нерв, історія, сьогодення і завтрашне української національної журналістики та книги. Одно-

значно, у суголоссі зі світовою. У кожному випуску сповідувалися декларовані від початку цілі: стати захисником і промоутером науки про журналістику, видавничу справу та книгознавство з людським і національним обличчям, але в європейському контексті. Отож, із дотриманням стандартів, вироблених для цього важливого державотворчого фаху не одним поколінням попередників у себе вдома та в цивілізованому світі.

2. Небайдужі до долі фаху автори неодноразово робили відчайдушні спроби вивільнити національну журналістику із пут соціальних комунікацій, у яких вона опинилася на початку 2000-х років після переведення непрофесіоналами – керівниками освітньої програми – із філологічного в штучно створений напрям соціальних комунікацій.

3. Публікації журналу послідовно стверджували тези про конечну необхідність повернення в наукових дослідженнях та у викладанні фахових дисциплін на спеціальности «Журналістика» того, що з неї було витравлено: текст у різних його літературних формах або жанрах, міжнародні й національні стандарти фаху, самодостатність, осібність, перервану традицію місійности у формуванні, поряд із літературою, зрілої нації. Вершиною цієї боротьби була гостропроблемна аналітична стаття «Як звільнити журналістику з пут теорій масової комунікації: до проблеми викладання фахових дисциплін на факультетах журналістики українських університетів» (число 7 від 2021 р.).

4. Засадничими в редакційній політиці часопису були спроби відновити зневажені в останні десятиліття класичні підходи до наукової діяльності в галузі журналістики та інформації: дух професіоналізму, дослідницької порядности, повнота і всебічність в опрацюванні емпіричного матеріалу, переконливість, логічність, україноцентричність викладу думок та самостійність висновків.

5. Журнал оголосив бій лженауковим і схоластичним теоріям, що не мають стосунку до практики ЗМІ, став в обороні питомо національної фахової термінології, на захист її від засилля модної натепер іноземщини.

6. На сторінках часопису вміщено низку статей, які спричинили в середовищі українських дослідників журналістики наукові дискусії. Такою була, зокрема, стаття «Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ» (число 10 від 2022 р.). Дискусію про так звану гібридизацію жанрів, про термінологічну й сутнісну плутанину у викладанні головних фахових дисциплін продовжили творці журналістикознавчого журналу Львівського національного університету ім. І. Франка.

7. Журнал відзначився й публікаціями сенсаційного характеру. Такою була, для прикладу, стаття «Перший український друкар Степан Дропан, а не Іван Федорович» (число 4 за 2019 р.). Додатком до

неї став першодрук у перекладі із старої латини архівних документів, що сотні літ зберігалися у Львові. У них йшлося про першу тамтешню друкарню Степана Дропана від 1460 р. – за 112 років до приходу туди з Москви російського першодрукаря Івана Федоровича. Цією публікацією остаточно зруйновано ще один міф «русского міра» про другорядність українського друкарства, його залежність і підпорядкованість московському.

8. Від початку заснування часопису історія журналістики, зокрема й на найменш відомому материкі української діаспори, була визначена одним із пріоритетів редакційної політики. У відповідних розділах уміщували не завжди те, що надходило до редакції «самопливом». Здебільшого замовляли маститим авторам теми маловивчені, з обов'язковим архівним компонентом і рідкісними, малодоступними для дослідників, ілюстраціями.

9. УІП став першою платформою для оприлюднення окремих, найбільш принципових, розділів нового підручника автора цих рядків «Основи журналістики», побудованого, уперше в Україні, за кращими зразками навчальної лектури з журналістського фаху, що толеруються на Заході.

Це – місткі й переконливі характеристики особливостей змісту часопису, його головних проблемно-тематичних маркерів. Водночас не можна не помітити й тих особностей, які торкаються організаційного аспекту діяльності реакції наукового журналу, його редакційної політики. У цьому аспекті слід виділити таке.

1. Це чи не єдине в Україні видання, вхід на сторінки якого не є складним. До того ж, без грошових «поборів», що стало ганебним явищем новочасної української наукової періодики. Натепер фактично вся наукова періодика в Україні, як відомо, перейшла на бізнесовий шлях розвитку: хочеш бачити свою статтю опублікованою – плати гроші. Або замовляй за добрі гроші у фірмах, які стали працювати відкрито – мають сайти з детальними цінниками: скільки коштує замовити не лише наукову статтю, а й... монографію, підручник, навіть дисертацію...

2. Журнал, засновником і видавцем якого був КНУКІМ, давав для публікацій «зелене» світло всім: від магістрів до професорів; від своїх (які в штаті університету) до чужих (з інших ЗВО). Критерії для всіх незмінні й прозорі: а) наукова добросовісність; б) оригінальність, тобто першодрук; в) проукраїнськість (у конкретиці світової) проблематики. Перші дві вимоги обов'язково перевіряються по отриманні статті через «круту» програму «Антиплаг» (копає глибоко й безпристрасно). Третя вимога – у сфері компетенції головного редактора.

3. Упродовж усіх років УІП виходив у світ ілюстрованим, ілюстрації подавалися в кольорі. Це особливо цінне для відтворення оригіна-

лів архівних документів, де зафіксований дух епохи і трепет душ їхніх творців.

Припинення випуску «Українського Інформаційного Простору» означатиме, що доброчесної, професійної, патріотичної української гуманітарної науки, яка наперекір, здавалося б, непереборним викликам принесеного відвічним ворогом українців на наші землі підлого воєнного часу, живе й розвивається, стане менше.

Гадаю, тема ця потребує розважливого осмислення. У мемуарах.

Насамкінець хочу сердечно подякувати авторам часопису, друзям і однодумцям, які йшли поруч.

Саме такі своїми добротними статтями живили нерв, що відповідає за стале прагнення одержимих, сміливих і талановитих до нових знань, до пошуку істини, відкриття, осмислення, узагальнення й прагнення зробити цей світ кращим, цікавішим, справедливим, комфортнішим для всього живого.

Саме такі тримали і тримають стрій – у захисті і ствердженні Української Національної Журналістики з незмінними моїми «Чотирма П»: Порядности, Професіоналізму, Патріотизму, Пряmostояння.

Микола Тимошик,
головний редактор
«Українського Інформаційного
Простору»

Address from the Editor-in-Chief

Dear Reader!

Before you is the last issue of the "Ukrainian Information Space". Such a confession from the Editor-in-Chief, as an initiator of the foundation and an unchanging creator of this journal, will certainly be unexpected for many readers, authors and sympathisers of this journal from among the specialists. For the author of these lines, a long-time journalist-practitioner and lecturer-professor of journalism, it is filled with a taste of bitterness and regret, as if caused by a loss of something special that was so close to the soul and heart.

History has measured this scientific journal a little more than 8 years of existence. For the period of the Ukrainian state formation in development, which was full of social and political upheavals at the turn of the millennium, this is not so little.

It is well known that Ukrainian science in general and the humanities in particular, which is currently in a state of protracted crisis. But there is no doubt that it will someday emerge into the expanses of renewal and purification.

From what, if to ask?

First of all, from the cancerous tumors of plagiarism and scientific dishonesty, compilativity and superficiality, opportunism and business-likeness. This is what is threatening and uncharacteristic of classical science, like mistletoe on a tree, corrodes, weakens and discredits a body of the Ukrainian science, demotivates decent, honest, obsessed researchers, in love with the subjects of their studies.

There is a conviction that only after processes of degradation of the Ukrainian science and education are stopped, which has been discussed for many years in a number of sharp publications in the open press, will values that the editorial board of the "UIS" professed be reclaimed, and our attempts and achievements will be properly studied and evaluated.

It is for future researchers of the history of Ukrainian humanities that I offer to present in theses a few characteristics that distinguish and emphasise the trace of

the "UIS" both in the sphere of journalism and bibliography of this science, and in the history of the Ukrainian journalism.

But before that, here are some valuable digital data for analysis.

Over the years of its existence, 17 issues of the "UIS" have been published, the volume of each of which fluctuated within 300 pages. In total, there are 3430 of them. The entire scope of scientific production contained on these pages is 326 accounting and publishing sheets. The total number of articles is 312. Their authors are more than 360 scientists.

A few words about the geographical section in the context of Ukraine and the world in total. The editorial board has established close creative contacts and has engaged journalism researchers from different parts of the world, including the USA, Great Britain, Poland, Lithuania, Bulgaria, Germany.

Over the years of its existence, 17 issues of the "UIS" have been published. The volume of each of which has fluctuated within 300 pages. In total, there have been 3430 of them. The entire scope of scientific production has contained on these pages is 326 accounting and publishing sheets. The total number of articles has been 312. Their authors have been more than 360 researchers.

Something about the geographical section in the context of Ukraine and the entire world. The editorial staff has established close creative contacts and involved in cooperation researchers-journalists who are from different parts of the world, in particular the USA, Great Britain, Poland, Lithuania, Bulgaria, Germany.

As for the Ukrainian geographical places, in addition to Kyiv, our authors work at the universities of Lviv, Zaporizhia, Chernivtsi, Cherkasy, Rivne, Ternopil, Vinnytsia, Ivano-Frankivsk, Sumy and other regional scientific centres.

Among the notable authors are the following ones: an academician Ivan Dzyuba, professors of Ukrainian studies Yaroslav Kalakura, Vasyl Yaremenko, Maryna Palienko, Lyudmila Filipovych, ministers and heads of the industry.

The language status of the journal was Ukrainian-English. The editorial staff included an English-speaking editor. Therefore, we never relied on translations carried out by some authors through automated programmes from Google.

Strict adherence to the editorial policy and the editorial programme announced in the first issue, as well as high-quality articles by authoritative authors, as well as made it possible to display the journal on 14 network scientific platforms, indexed in international and national scientific-metric databases and catalogues. The journal has a Certificate of the authoritative database Index Copernicus in the Western world. And from the seventh, in accordance with the order of the Ministry of Education and Science of

Ukraine dated by April 15, 2021 No. 420 (Appendix 3), the "UIS" has been included in the list of scientific professional publications of Ukraine in 2 specialties: 061 – "Journalism" and 029 "Information, Library, Archive Studies".

And now, here are short answers to the questions:

- How exactly did the "UIS" stand out from other scientific journals?
- What was special about the editorial policy and what content dominants determine its content and express the problem-thematic palette?

Here are a few fundamental messages.

1. The "UIS" is perhaps the only publication in Ukraine with the status of a scientific and practical one, in which the history, present and future of the Ukrainian national journalism and books pulsate like a living nerve. Definitely in tune with the world. Each issue professed the goals declared from the beginning: to become a defender and promoter of the science of journalism, publishing and book studies with a human and national look, but in the European context. It was formed in compliance with the standards, developed for this important state-building profession by more than one generation of predecessors at home and in the civilised world.

2. Authors who are not indifferent to the fate of this profession have repeatedly made desperate attempts to free national journalism from the shackles of social communications, in which it found itself in the early 2000s after the transfer by non-professionals, heads of the educational programmes – from philological to an artificially created direction of social communications.

3. The journal's publications consistently asserted theses about an urgent need to return in scientific research and in the teaching of professional disciplines in the speciality of "Journalism" what had been erased from it: the text in its various literary forms or genres, international and national standards of the profession, self-sufficiency, individuality, interrupted tradition of missionary work in the creation, along with literature of a mature nation. The highlights of such a struggle was an acutely problematic analytical article "How to free journalism from the shackles of mass communication theories: on the problem of teaching professional disciplines at journalism faculties of Ukrainian universities" (Issue 7, 2021).

4. Fundamental elements of the journal's editorial policy were attempts to restore the classical approaches to scientific activity in the area of journalism and information that had been discredited in recent decades: the spirit of professionalism, research integrity, completeness and comprehensiveness in the processing of empirical material, persuasiveness, logic, Ukrainian-centricity of the presentation of opinions, independence of conclusions.

5. The journal declared war on pseudoscientific and scholastic theories that have no relation to media practice. They stood in defense of specifically

national professional terminology, in defense of it from the dominance of the currently fashionable foreign language.

6. Pages of this journal contain a number of articles that have caused scientific discussions among Ukrainian journalism researchers. This was, in particular, an article “Genres of Journalism as a Scientific and Practical Problem: to Provoke Professional Polemics of Media Theorists and Practitioners” (Issue 10, 2022). The discussion about the so-called hybridisation of genres, about the terminological and substantive confusion in the teaching of main professional disciplines was continued by the creators of the Journalistic Journal of Ivan Franko National University of Lviv.

7. The journal was also marked by sensational publications. Such was, for example, an article “The First Ukrainian Printer Stepan Dropan, not Ivan Fedorovych” (Issue 4, 2019). It was supplemented by the first edition in translation from the old Latin language of archival documents that had been stored in Lviv for hundreds of years. They were about the first local printing house, Stepna Dropana, from 1460 (112 years before the arrival of the first Russian printer Ivan Fedorovych there from Moscow). This publication finally destroyed another myth of the “Russian world” about the secondary status of Ukrainian printing, as well as its dependence and subordination to Moscow.

8. From the very beginning of the journal's founding, the history of journalism, including on the least known mainland of the Ukrainian diaspora, was identified as one of the priorities of editorial policy. The relevant sections did not always include what came to the editorial office “by chance”. In most cases, venerable authors were ordered to write little-studied themes, with a mandatory archival component and rare, poorly accessible to researchers, illustrations.

9. UIS became the first platform for publishing individual, most fundamental, sections of the author's new textbook “Fundamentals of Journalism”, built, for the first time in Ukraine, according to the best examples of educational lectures on the journalistic profession tolerated in the West.

These are capacious and convincing characteristics of the features of this journal's content and its main problem-thematic markers. At the same time, one cannot fail to notice those peculiarities that concern the organisational aspect of the scientific journal's reaction activities and its editorial policy. In such a view, the following should be highlighted.

1. This is almost the only publication in Ukraine, the entrance to which is not difficult. Moreover, without monetary “extortions”, which has become a shameful phenomenon of the modern Ukrainian scientific periodicals. Currently, virtually all scientific periodicals in Ukraine have switched to a business path of development: if you want to see your article published, you need to pay money. Order for good money from companies that have started working openly, they have websites with detailed price lists: how

much it costs to order not only a scientific article, but also... a monograph, a textbook, and even a thesis...

2. The journal, founded and published by KNUCA, gave "green" light for publications to everyone: from masters to professors; from their own (who are on the university staff) to strangers (from other universities). The criteria for everyone are unchanged and transparent: a) scientific integrity; b) originality; c) pro-Ukrainianness (in the specifics of the world) of the problem. The first two requirements are necessarily checked upon receipt of the article via the "cool" programme "Anti-plagiarism" (it digs deeply and dispassionately). The third requirement is in the sphere of competence of the editor-in-chief.

3. Throughout all these years, the "UIS" was published illustrated, and illustrations were submitted in colour. This is especially valuable for reproducing the original archival documents, which capture the spirit of the epoch and the trepidation of the souls of their creators.

The cessation of the "UIS" publication will mean that there will be fewer virtuous, professional, patriotic Ukrainian humanitarian science, which, in spite of the seemingly insurmountable challenges of the vile wartime brought to our lands by the eternal enemy of Ukrainians, lives and develops.

I think this issue requires thoughtful reflection as in memoirs.

Finally, I want to sincerely thank the authors of the journal, friends and like-minded people who all this time walked alongside.

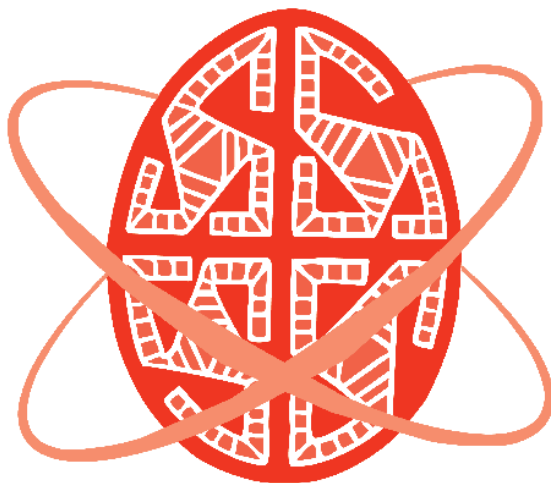
It was they who, with their good articles, fed a nerve that is responsible for the constant desire of the obsessed, brave and talented for new knowledge, as well as for the search for truth, discovery, comprehension, generalisation and desire to make this world kinder, more interesting, more comfortable for all living things.

It is these who have held and continue to hold the line – in defense and affirmation of the Ukrainian National Journalism with my unchanging "Four Ps" (in Ukrainian): Decency, Professionalism, Patriotism, Uprightness.

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

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
УКРАЇНСЬКОГО
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

ACTUAL ISSUES
OF UKRAINIAN INFORMATION SPACE



DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359164

УДК 070:[340:179.1](477)"364"

Журналістика в умовах воєнного стану: законодавчі норми та професійні стандарти

Геннадій ГРЕБНЬОВ

Засл. журналіст України, доц.

Київський національний
університет культури
і мистецтввул. Євгена Коновальця, 36,
01133, Київ, Україна

g.grebnov@gmail.com

ORCID 0000-0002-8395-797X

© Гребньов Г., 2026

У статті узагальнено новації законодавства, що регулюють діяльність медіа та журналістів в умовах правового режиму воєнного стану, а також досліджено можливість дотримання стандартів журналістики під час війни з огляду на безпекові виклики. У цьому контексті проаналізовано Закон України «Про медіа», зміни до Кримінального кодексу України, рішення Ради національної безпеки і оборони України, а також наказ Головнокомандувача Збройних Сил України. У роботі розглянуто особливості застосування таких стандартів журналістики, як оперативність, достовірність, точність, баланс думок, повнота інформації та відокремлення фактів від коментарів, у реаліях воєнного стану. Обґрунтовано, що в умовах війни ці стандарти зазнають адаптації з урахуванням безпекових, правових та етичних чинників. Відтак дотримання професійних стандартів журналістики під час воєнного стану є можливим за умови високого рівня професійної відповідальності, правової обізнаності й етичної саморегуляції медійників. Стаття акцентує увагу на потребі балансування між правом суспільства на інформацію та обов'язком держави захищати життя громадян й забезпечувати обороноздатність в умовах збройного конфлікту.

Ключові слова: медіа, воєнний стан, повномасштабне вторгнення, журналісти, стандарти журналістики, законодавство.

JOURNALISM IN THE MARTIAL LAW CONTEXT: LEGISLATIVE NORMS AND PROFESSIONAL STANDARDS

Hennadii HREBNOV

Honored Journalist of Ukraine, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
36, Yevhen Konovalets Str., 01133, Kyiv, Ukraine
g.grebnoy@gmail.com
ORCID 0000-0002-8395-797X

The article summarises innovations in legislation regulating activities of media and journalists under martial law conditions, as well as studies a possibility of complying with journalism standards during wartime, given the security challenges. In such a context, this research analyses the Law of Ukraine "On Media", amendments to the Criminal Code of Ukraine, decisions of the National Security and Defense Council of Ukraine, and an order of the Commander-in-Chief of the Armed Forces of Ukraine. The paper examines peculiarities of applying such journalism standards as timeliness, reliability, accuracy, balance of opinions, completeness of information and separation of facts from nowadays in certain realities of martial law. It is argued that in wartime, these standards are adapted to take into account security, legal and ethical factors. Therefore, compliance with professional journalism standards in the martial law context is possible if only media professionals demonstrate a high level of professional responsibility, legal awareness and ethical self-regulation. This article emphasises a necessity to balance the society's right to information with the state's duty to protect the lives of its citizens and ensure defense capabilities in conditions of the existing armed conflict.

Keywords: media, martial law, full-scale invasion, journalists, journalism standards, legislation.

Актуальність теми

Відразу після повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію нашої держави 24 лютого 2022 року в Україні було запроваджено правовий режим воєнного стану. Безумовно, це вплинуло на діяльність медіа, журналістів, перед якими постали завдання інформування суспільства з урахуванням безпекових чинників, протидії ворожій пропаганді та верифікації зібраних матеріалів в умовах інформаційної війни.

Також після повномасштабного вторгнення Верховна Рада України ухвалила низку змін до законодавчих актів, що стосуються посилення й запровадження відповідальності за оприлюднення інформації, яка може спричинити шкоду Силам оборони України. З цією метою було ухвалено й відповідні підзаконні нормативні акти, зокрема в Збройних Силах України.

13 грудня 2022 року було ухвалено Закон України «Про медіа» — своєрідний кодекс діяльності медіаорганізацій та журналістів, який урахував і особливості роботи суб'єктів медіа в умовах повномасштабного вторгнення.

Ухвалені законодавчі новації впливають на роботу медійників та обмежують її, що викликає певні дискусії в суспільстві в контексті забезпечення свободи слова й можливості дотримання стандартів журналістської діяльності.

Стан розроблення проблеми

Питанню дотримання журналістських стандартів присвятили свої праці П. Дворянин, І. Земляна, С. Квіт, С. Кость, М. Тимошик, С. Штрухецький та інші науковці.

Зокрема, П. Дворянин (2024) вважає, що «російська війна в Україні знецінила стандарти та правила, що ними світові медіа послуговувалися роками... Питання безпеки людини та безпеки держави одразу стали пріоритетними, а визначальними — особиста та юридична відповідальність, самоусвідомлення та етика». На думку П. Дворянин (2024), «війна показала, що медіа, і не лише українські, не готові до роботи в її умовах».

Роботу журналістів з погляду дотримання чинного законодавства, етичних та безпекових норм досліджувала І. Земляна у своїй праці «Журналістика і (не) безпека». Так, авторка акцентує увагу на тому, що «при висвітленні конфліктів журналіст зобов'язаний більш ретельно перевіряти інформацію, розповсюджувати лише точну інформацію, недопустимо оприлюднювати матеріали, що основані на чутках або ж постають у соціальних мережах» (Земляна, 2016, с. 166).

Дослідниця вважає, що

при висвітленні конфлікту необхідно використовувати коментарі експертів та очевидців, проте мають бути чітко відокремлені коментарі

експертів з обов'язковим озвучуванням їхніх імен та компетенцій, коментарі очевидців та самого журналіста. При необхідності можна зауважити, що точка зору експерта може не співпадати з позицією ЗМІ. (Земляна, 2016, с. 167)

Як зазначає С. Квіт (2023), «ми бачимо значний перелік порушень етичних стандартів в обставинах російсько-української війни XXI століття». На думку науковця, «під час війни на порядок денний виходить необхідність певних самообмежень у діяльності журналістів. Вони не можуть сприяти перемозі тих, хто представляє «темну сторону» на цій війні» (Квіт, 2023).

У підручнику «Вступ до журналістики» С. Кость (2022) порівнює кодекси журналістської етики і стандарти журналістики. Науковець доходить висновку, що «стандарти не лише чіткіше, але й однозначно регламентують журналістську діяльність, хоча кодекси етики — це ширше поняття, що до певної міри охоплює і журналістські стандарти» (Кость, 2022).

М. Тимошик (2022) розглядає стандарти журналістики як «каскадний набір адресованих професійним журналістам та причетних до діяльності ЗМІ критеріїв, принципів, правил, які містяться у загальноприйнятих міжнародних, національних, крайових та редакційних кодексах (посібниках, вказівках, рекомендаціях), інших правових чи етичних документах» (с. 38). Витоки стандартів для працівників пера професор убачає ще на початку рукописного ремесла. Так, науковець віднайшов під час стажування в Ізраїлі, у Єрусалимському музеї «Книжкове святилище», «Заповіді стародавніх талмудистів для творців рукописних книг» (Тимошик, 2022).

У статті «Особливості сучасних воєн: що потрібно знати журналістам» С. Штурхецький (2016) допускає, що «журналістам можуть «згодувати» інформацію з метою обману громадської думки, із журналістів можуть «зняти» розвідувальні дані, життя журналістів перетворюється на розмінну монету — від банального викупу до показової страти з метою терору».

Будьте готовими до того, що в зоні військового протистояння не діятимуть звичайні для цивілізованої людини норми і правила. Не діє або тимчасово призупинена дія національного законодавства та міжнародного права. Це не означає, що ці норми не потрібно знати. Рано чи пізно війни закінчується і військові злочини розслідуються, винні притягаються до відповідальності. Тож нагадувати іноді про це варто. Але не думайте, що ці норми будуть виконуватися вже і зараз. (Штурхецький, 2016, с. 123)

У посібнику «Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації» за авторством М. Буроменьського, С. Штурхецького, Е. Білза,

М. Бетца, К. Шюппа, З. Казанжи (2016) охоплено таку тему, як міжнародні стандарти і практики конфліктно-чутливої журналістики, зокрема подано поради щодо дотримання медіаетики в роботі з групами, постраждалими внаслідок воєнних конфліктів. У роботі також здійснено ґрунтовний аналіз міжнародного законодавства, що регламентує журналістську діяльність і захищає працівників медіа в умовах воєнних дій. Автори посібника звертають увагу на дискусійність певних норм щодо захисту журналістів. Скажімо, у той час, як Комітет Червоного Хреста вважає, що

журналісти повністю захищені Женевськими конвенціями та їхніми Додатковими протоколами, низка правозахисних медіаорганізацій, зокрема таких, як Комітет із захисту журналістів, Міжнародна федерація журналістів, Репортери без кордонів, Міжнародний інститут преси, ведуть мову про потребу деяких положень, що могли б посилити захист працівників медіа в умовах воєнних конфліктів. (Буроменський та ін., 2016, с. 20)

Дотримання стандартів журналістики в умовах повномасштабної війни стало предметом досліджень та дискусій багатьох громадських організацій. Зокрема, до цієї тематики постійно звертається Інститут масової інформації, видання «Детектор медіа», що надає медійникам практичні поради в цій царині.

Завдання статті:

– проаналізувати нормативну базу, що визначає та регулює роботу медіаорганізацій і журналістів в умовах правового режиму воєнного стану на предмет можливості дотримання професійних стандартів журналістики;

– деталізувати обмеження в роботі медійників в умовах правового режиму воєнного стану;

– визначити особливості застосування базових стандартів журналістики (оперативності, достовірності, точності, балансу думок, повноти інформації, відокремлення фактів від коментарів) в умовах обмеженого доступу до інформації та підвищених ризиків.

Виклад основного матеріалу

Міжнародні та національні стандарти журналістики

Головним міжнародним нормативним джерелом, де відображено стандарти журналістики, є Декларація принципів поведінки журналістів Міжнародної федерації журналістів (ухвалена на II Всесвітньому конгресі МФЖ в м. Бордо 25–28 квітня 1954 року, зі змінами на XVIII Всесвітньому конгресі МФЖ в м. Хельсингьор 02–06 червня 1986 року) (Харківська обласна організація Національної спілки журналістів України, б.д.).

«Повага до істини та права громадськості на правду» в Декларації принципів поведінки журналістів визначено як перший обов'язок журналіста (Європейська медійна спілка, б.д.).

Також 1983 року на IV консультативній зустрічі міжнародних і регіональних професійних журналістських організацій у Празі було ухвалено Міжнародні принципи журналістської етики. «Право людей на отримання правдивої інформації» в цьому документі визначено теж як перший принцип журналістської етики (Європейська медійна спілка, б.д.).

Британська телерадіомовна компанія BBC розробила власні стандарти, які вважаються світовим еталоном журналістики. Ці правила для журналістів BBC закріплено в Редакційних настановах 2025 року, що систематично оновлюються, відповідно до сучасних викликів.

Основними стандартами BBC є:

1. Точність:

– прагнення до істини: BBC зобов'язується встановлювати факти та надавати перевірену інформацію;

– перевірка джерел: кожен факт має базуватися на надійних доказах. В умовах 2026 року особлива увага приділяється верифікації контенту, створеного за допомогою ШІ, для запобігання дезінформації;

– визнання помилок: якщо допущено неточність, її слід негайно та відкрито виправити.

2. Безсторонність і неупередженість:

– відображення спектру думок: висвітлення має враховувати широту й різноманітність поглядів аудиторії, не ігноруючи значущі думки;

– належна неупередженість: це не означає абсолютну нейтральність у всьому. BBC дотримується демократичних принципів, але залишається об'єктивною в суперечливих питаннях публічної політики;

– відмова від особистих поглядів: журналісти не повинні просувати власну позицію, особливо в соцмережах.

3. Редакційна цілісність і незалежність:

– відсутність тиску: рішення редакції не залежать від політичних чи комерційних інтересів, уряду чи рекламодавців;

– конфлікт інтересів: журналісти повинні уникати будь-яких зовнішніх зв'язків, що можуть поставити під сумнів їхню об'єктивність.

4. Справедливість:

– чесне ставлення: учасники програм (контриб'ютори) мають право на шанобливе й відкрите ставлення;

– право на відповідь: особам чи організаціям, яких критикують, зазвичай надається можливість висловити свою позицію.

5. Суспільний інтерес:

– BBC повідомляє про суспільно значущі події, ставлячи інтереси аудиторії вище за сенсаційність;

– підзвітність: корпорація прозора в своїх стандартах і відкрита до скарг аудиторії.

б. Захист від шкоди та повага до приватного життя:

– мінімізація шкоди: уникнення невинуватених образ, захист вразливих груп та дітей;

– приватність: втручання в приватне життя дозволене лише тоді, коли суспільна зацікавленість переважає очікування індивіда на конфіденційність (BBC, n.d.).

В Україні ці норми адаптовані Інститутом масової інформації, який визначає такі основні стандарти професійної журналістської діяльності: «баланс думок і точок зору, оперативність, достовірність (посилання на джерела), відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота представлення фактів та інформації з проблеми» (Чоповський, 2019).

Так сталося, що вітчизняна журналістика отримала відразу два етичні кодекси. 2002 року на X з'їзді Національної спілки журналістів України було ухвалено Кодекс професійної етики українського журналіста. А вже 2004 року Комісія із журналістської етики, яка є органом саморегуляції діяльності журналістської спільноти й медіаорганізацій в Україні, ухвалює Етичний кодекс українського журналіста.

Зрештою, здоровий глузд узяв гору, і 12 грудня 2013 року на пленумі НСЖУ затвердили об'єднаний Кодекс етики українського журналіста. Цей документ є єдиним стандартом роботи журналістів, на якому базується діяльність Комісії із журналістської етики — органу саморегуляції роботи журналістів та медіа.

Кодекс складається із 19 статей, які написані «на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів, Конституції України та чинного законодавства» (Комісія з журналістської етики, б.д.).

Потреба в дотриманні стандартів журналістики визначена і в нормативно-правових документах, а отже, це вже не просто рекомендації, а норми, що мають юридичну силу. В цьому контексті йдеться, зокрема, про Закон України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста» в редакції № 540/97-ВР від 23.09.1997. Так, стаття 11 цього Закону визначає, що журналіст зобов'язаний «подавати для поширення достовірну інформацію та дотримуватися вимог Кодексу етики українського журналіста» (Верховна Рада України, 1997).

Еволюція національного законодавства у сфері медіа після 24 лютого 2022 року

24 лютого 2022 року діяльність українських медіа та журналістів розділилася на «до» та «після» повномасштабного вторгнення. Уже в перший день великої війни Указом Президента України № 64/2022

в нашій державі, з 05:30 було запроваджено воєнний стан строком на 30 діб (Президент України, 2022). Цей Указ затвердила Верховна Рада України 300 голосами. Воєнний стан було запроваджено відповідно до Закону України «Про правовий режим воєнного стану» (Верховна Рада України, 2015).

Отже, в новітній історії незалежної України воєнний стан було запроваджено вразі. Уперше до такого кроку Президент України вдався 26 листопада 2018 року після конфлікту в Керченській протоці, коли російські прикордонники атакували та захопили разом з екіпажами три українські кораблі — «Яну Капу», «Бердянськ» і «Нікополь». Щоправда, 28 листопада 2018 року Верховна Рада України затвердила Указ про введення воєнного стану лише в десяти областях України в Азово-Керченській акваторії, а обмеження прав та свобод людини, що закріплені статтями 30–34, 38, 39, 4–44, 53 Конституції України, передбачалося запровадити лише в разі наземної агресії російської федерації.

В Указі Президента України про запровадження воєнного стану від 24 лютого 2022 року теж зазначається про можливі обмеження прав та свобод людини, що закріплені статтями 30–34, 38, 39, 4–44, 53 Конституції України. Зокрема, йдеться й про статтю 34 Конституції України, яка проголошує:

Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб — на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя. (Верховна Рада України, 1996)

Варто зазначити, що обмеження і свободи слова, і діяльності медіа та журналістів передбачено нормами Закону України «Про правовий режим воєнного стану». Цей закон передбачає

регулювати у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України, роботу постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг, поліграфічних підприємств, видавництва, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів та інших підприємств, установ, організацій і закладів культури та медіа, а також використовувати місцеві радіостанції, телевізійні центри та друкарні для військових потреб і проведення роз'яснювальної роботи серед військ і населення; забороняти роботу приймально-передавальних

радіостанцій особистого і колективного користування та передачу інформації через комп'ютерні мережі. (Верховна Рада України, 2015)

А вже 18 березня 2022 року Президент України ввів у дію рішення РНБО «Про нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави» та «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану».

Згідно з першим рішенням, компанія «Зеонбуд» — оператор цифрового ефірного телебачення Т2 — працюватиме в особливому режимі «у складі Концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення». Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, концерн РРТ та «Зеонбуд» мають забезпечити «стале функціонування об'єктів цифрового ефірного мовлення та безперебійну трансляцію телевізійних каналів в МХ-1, -2, -3, -5» (РНБО підпорядкувала, 2022).

Згідно з другим рішенням визначено, що

в умовах воєнного стану реалізація єдиної інформаційної політики є пріоритетним питанням національної безпеки, забезпечення якої реалізується шляхом об'єднання всіх загальнонаціональних телеканалів, наповнення яких складається переважно з інформаційних та/або інформаційно-аналітичних програм, на єдиній інформаційній платформі стратегічної комунікації — цілодобовому інформаційному марафону "Єдині новини #UАразом". (РНБО підпорядкувала, 2022)

І якщо на початку повномасштабного вторгнення робота інформаційного марафону «Єдині новини» була виправдана під кутом зору висвітлення оперативної та перевіреної інформації, протидії ворожій пропаганді, то нині в суспільстві виникає чимало дискусій щодо доцільності функціонування такого формату мовлення.

Діяльність «Єдиного марафону» в своєму звіті за 2024 рік розкритикував і Державний департамент США, який зазначив, що така форма мовлення забезпечує владі «безпрецедентний рівень контролю за теленовинами у праймтайм» (U.S. Department of State, n.d.).

24 березня 2022 року Верховна Рада України доповнила Кримінальний кодекс статтею 114-2, що передбачає відповідальність за «несанкціоноване поширення інформації про направлення, переміщення зброї, озброєння та бойових припасів в Україну, рух, переміщення або розміщення Збройних сил України чи інших утворених відповідно до законів України військових формувань, вчинене в умовах воєнного або надзвичайного стану» у вигляді позбавлення волі від трьох до восьми років (Верховна Рада України, 2022а).

А в Законі «Про медіа», ухваленому 13 грудня 2022 року, було напрацьовано розділ IX «Особливості правового діяльності медіа в умовах збройної агресії», в якому йдеться й про обмеження змісту інформації,

що пов'язана зі збройною агресією. Так, стаття 119 цього закону забороняє поширювати інформацію, яка:

1) висвітлює збройну агресію проти України як внутрішній конфлікт, громадянський конфлікт чи громадянську війну, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності;

2) недостовірні матеріали щодо збройної агресії та діянь держави-агресора (держави-окупанта), її посадових осіб, осіб та організацій, що контролюються державою-агресором (державою-окупантом), у разі, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності;

3) програми та матеріали (крім інформаційних та інформаційно-аналітичних програм), одним із учасників яких є особа, внесена до Переліку осіб, які створюють загрозу національній безпеці. (Верховна Рада України, 2022b)

З метою гарантування безпеки, протидії ворожій пропаганді уже в перші місяці повномасштабного вторгнення виникла потреба в удосконаленні чинної нормативно-правової бази, що регулює діяльність представників медіа в розташуванні підрозділів Сил оборони, роботу журналістів поблизу лінії зіткнення, висвітлення наслідків ворожих обстрілів тощо. Тому 03 березня 2022 року було підписано наказ № 73 Головнокомандувача Збройних Сил України. Згодом до документа внесено деякі зміни, проте цей нормативний акт є основним, що регламентує взаємодію медіа із ЗСУ, роботу журналістів під час перебування в розташуванні військових підрозділів поблизу лінії бойового зіткнення. Цей наказ затверджує алгоритм роботи акредитованих представників медіа в червоній, жовтій та зеленій зонах відповідальності (Міністерство оборони України, 2022).

Деякі представники медіа помилково вважають, що червона зона відповідальності ЗСУ — це територія, наближена до лінії бойового зіткнення. Проте до червоної зони належать пункти управління військ (від батальйону і вище), райони зосередження загальновійськових резервів, розгортання сил та засобів протиповітряної оборони, ракетних військ, військові аеродроми, склади зберігання зброї та військової техніки тощо. До жовтої зони входять пункти постійної дислокації та зосередження підрозділів ЗСУ, райони, де військові частини відновлюють свою боєздатність, території, де розташовані підприємства військової промисловості та навчальні центри Сил оборони. Зелена зона — це всі інші об'єкти в районі відповідальності ЗСУ, що не входять до червоної та жовтої зон.

Особливості та обмеження в роботі журналістів

Відповідно до наказу № 73 від 03.03.2022 року, робота медійників у червоній зоні заборонена. Однак винятки становлять випадки, коли є відповідне погодження Міністерства оборони України або Генерального штабу ЗСУ. Під час роботи в червоній зоні журналісти зобов'язані надати зібрані фото- й відеоматеріали для перевірки, мета якої — запобігти оприлюдненню інформації, що має обмежений доступ, та погодити відповідні матеріали з уповноваженою особою військового командування.

У жовтій зоні роботу представників медіа дозволено лише в супроводі офіцерів зі зв'язків із громадськістю або інших військовослужбовців ЗСУ, яких визначить командир підрозділу. Якщо до деяких місць жовтої зони є доступ цивільного населення, то на таких територіях дозволено роботу акредитованих журналістів без супроводу військових. Але ця діяльність медійників має відбуватися в межах погодженого з командуванням маршруту та на підставі заяви акредитованого журналіста. Таку заяву командування розглядає протягом трьох календарних днів від її подання. Для прикладу візьмемо прифронтову Харківщину, де є цивільні мешканці та зони безпосередньої дислокації підрозділів Збройних Сил України.

У зеленій зоні дозволено роботу акредитованих медійників без супроводу військовослужбовців.

Як бачимо, у будь-якому випадку журналістам та представникам творчих груп, які працюють із військовослужбовцями ЗСУ, перед початком роботи обов'язково потрібно акредитуватися при Збройних Силах України. У цьому також полягає обмеження прав представників медіа, спричинене режимом воєнного стану. Адже в мирний час акредитація журналістів при органах державної влади чи місцевого самоврядування не є обов'язковою. Так, стаття 26 Закону України «Про інформацію» зазначає, що «з метою створення сприятливих умов для здійснення журналістами професійної діяльності суб'єкт владних повноважень може здійснювати їх акредитацію» (саме може здійснювати акредитацію, а не зобов'язаний) (Верховна Рада України, 1992).

Низка рекомендацій та обмежень щодо роботи представників медіа в умовах правового режиму воєнного стану викладена у формі різноманітних пам'яток, що розробили військові адміністрації, ЗСУ, СБУ, МВС України, інші силові та державні структури. Акцентуємо увагу на Спільній заяві Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та представників ЗМІ, у якій зазначається,

що задля дотримання всіх необхідних безпекових умов журналісти можуть збирати інформацію на місцях відразу після обстрілів. При цьому дозволяється оприлюднення зроблених фото та відео представ-

никами ЗМІ та журналістами щодо подій на місці ведення бойових дій по завершенню 12 годин для військових об'єктів, через 3 години — для цивільних об'єктів. (*Спільна заява, 2022*)

Однією із причин скасування акредитації при ЗСУ може бути розголошення журналістом інформації з обмеженими доступом. Перелік такої інформації визначено Додатком 2 до наказу Головнокомандувача ЗСУ від 03.03.2022 року (в редакції від 03.02.2024 року).

Так, до інформації, розголошення якої може зашкодити обороноздатності та виконанню бойових завдань, належить найменування військових частин, персональні дані військовослужбовців, місця їхнього розташування. Не можна також висвітлювати дані щодо чисельності підрозділів ЗСУ, наявності і стану бойової техніки. Спричинити шкоду обороноздатності може розголошена інформація про виконання бойових завдань підрозділами ЗСУ, розташування позицій ППО, результати проведення операцій підрозділами Сил спеціальних операцій. До офіційного повідомлення Генерального штабу ЗСУ медійникам рекомендують не розголошувати інформацію про втрати бойової техніки та особового складу Сил оборони.

До відомостей, які не варто висвітлювати, належать і ті, що стосуються проведених або запланованих ЗСУ інформаційних та психологічних операцій тощо. (Міністерство оборони України, 2022). Військові також радять не знімати аеропорти, залізничні вокзали, блокпости, нафтобази, нафтогазогони та інші стратегічні об'єкти. І хоча чинне законодавство не забороняє, приміром, проведення фото- та відеозйомки на вокзалах, у період воєнного стану таки варто дослухатися до рекомендацій військових заради безпеки таких об'єктів і людей, які там перебувають.

Дотримання професійних стандартів

Отже, як бачимо, правовий режим воєнного стану на законодавчому рівні, а також на рівні підзаконних нормативних актів створює чимало заборон для діяльності медіа. Безумовно, такі табу, насамперед, викликані безпековими чинниками. Тому в умовах війни журналістам доводиться балансувати між самоцензурою та можливістю висвітлення чутливої з огляду на безпеку інформації. Зважаючи на такі обмеження, у багатьох випадках під час висвітлення подій в умовах війни, звісно, буде складно дотриматися стандарту оперативності. Навіть, якщо журналісти працюють далеко від лінії зіткнення, і події, що висвітлюються, не пов'язані з бойовими діями, не завжди доцільними будуть прямі включення.

Так само неможливо повною мірою дотриматися балансу думок та аспектів зору, коли йдеться про воєнні злочини загарбників. Українські журналісти не можуть надавати слово представникам країни-агресора, мета яких знищити нашу державу. Висвітлення аспекта зору ворога —

це не про дотримання балансу думок, а про інструмент маніпуляцій та кремлівської пропаганди.

Стандарт повноти інформації в мирний час передбачає висвітлення події в усіх її аспектах. Однак під час воєнного стану значна частина відомостей підпадає під режим обмеженого доступу. Скажімо, журналісти не можуть повідомляти про реальні масштаби наших втрат, технічні деталі озброєння, стан оборонних споруд або об'єктів енергозабезпечення, подробиці проведення спеціальних військових операцій тощо. Неповнота інформації в цьому плані є не проявом професійної недбалості, а результатом правових та етичних обмежень, спрямованих на захист життя цивільних і військових.

Точність є одним із базових стандартів журналістики, однак у воєнних умовах її дотримання ускладнюється швидкою зміною обставин, фрагментарністю даних та обмеженим доступом до першоджерел. Офіційна інформація може з часом коригуватися, а первинні зведення уточнюватися або спростовуватися. Крім того, активне використання дезінформації та інформаційно-психологічних операцій з боку агресора створює додаткові ризики поширення неточних відомостей навіть за умови професійної перевірки фактів.

Особливого значення в умовах правового режиму воєнного стану набуває **стандарт достовірності**, що передбачає поширення лише перевіреної, точної та підтверженої інформації. В умовах війни дотримання цього стандарту істотно ускладнюється через обмежений доступ журналістів до першоджерел, неможливість безпосередньої перевірки фактів на місці подій, а також необхідність, насамперед, покладатися на офіційні зведення органів державної влади та військового командування.

Проте воєнний стан зумовлює ситуацію, за якої навіть офіційна інформація може бути фрагментарною або оприлюднюватися із часовою затримкою з міркувань безпеки. У таких умовах достовірність не завжди означає повноту або остаточність даних. Швидше за все, це — коректне відтворення наявної на момент публікації інформації з обов'язковим зазначенням її джерела, статусу (попередня, уточнена, офіційно підтверджена) та можливості подальших змін. Отже, стандарт достовірності трансформується з фіксації «остаточної істини» на чесне інформування аудиторії про поточний рівень обізнаності.

Додатковим викликом для дотримання стандарту достовірності є активне застосування державою-агресором дезінформації, фейків і маніпулятивних повідомлень у межах інформаційно-психологічних операцій. Це вимагає від журналістів підвищеної уваги до верифікації джерел, відмови від використання неперевіраних повідомлень із соціальних мереж, а також критичного ставлення до візуального контенту, зокрема фото- й відеоматеріалів, які можуть бути інсценованими або вирваними з контексту.

В умовах воєнного стану особливого значення набуває принцип так званої відповідальної обережності: журналіст має право утриматися від публікації інформації, достовірність якої неможливо перевірити без ризику для безпеки або яка може зашкодити обороноздатності держави. Така відмова не є порушенням професійних стандартів, а навпаки — свідчить про дотримання стандарту достовірності в його етичному та правовому вимірі.

Отже, стандарт достовірності в умовах правового режиму воєнного стану набуває комплексного характеру, поєднуючи вимоги професійної журналістики, норми чинного законодавства та безпекові обмеження. Його дотримання є одним із ключових чинників збереження довіри до медіа, протидії ворожій пропаганді й забезпечення інформаційної стійкості українського суспільства в умовах збройної агресії.

Окремої уваги в умовах правового режиму воєнного стану потребує **стандарт відокремлення фактів від коментарів**. Адже війна значно підвищує емоційне навантаження на інформаційний простір, що ускладнює чітке розмежування між фактичним повідомленням і суб'єктивною оцінкою подій. Журналісти, працюючи в ситуації небезпеки, суспільного запиту на швидкі пояснення та моральну підтримку, часто постають перед спокусою поєднувати інформаційні повідомлення із власними судженнями або емоційно забарвленими формулюваннями.

Водночас відокремлення фактів від коментарів у воєнний час не втрачає своєї нормативної значущості, а навпаки — стає одним із ключових інструментів протидії дезінформації та інформаційно-психологічним спеціальним операціям противника. Чітке маркування оціночних суджень, пояснень, прогнозів і припущень дає змогу аудиторії усвідомлено сприймати інформацію та відрізнити підтверджені відомості від інтерпретацій, що ґрунтуються на експертних оцінках або редакційній позиції.

Отже, в умовах воєнного стану стандарт відокремлення фактів від коментарів стає також не лише професійною вимогою, а й безпековим запобіжником.

Висновки

Унаслідок проведеного дослідження встановлено, що запровадження правового режиму воєнного стану в Україні зумовило суттєву трансформацію умов діяльності медіа та журналістів, яка проявляється в поєднанні правових, безпекових і етичних обмежень. Ухвалені після 24 лютого 2022 року законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти, зокрема Закон України «Про медіа», зміни до Кримінального кодексу України, рішення РНБО та накази Головнокомандувача ЗСУ, сформували спеціальний режим функціонування інформаційної сфери в умовах збройної агресії.

Запроваджені обмеження в діяльності медіа спрямовані, насамперед, на захист національної безпеки, життя військовослужбовців

і цивільного населення, протидію ворожій пропаганді та недопущення витоку інформації з обмеженим доступом. Водночас такі обмеження в роботі медійників об'єктивно звужують простір реалізації свободи слова та професійної автономії журналістів, що стає підґрунтям для суспільних і наукових дискусій.

Аналіз нормативної бази засвідчує, що дотримання стандартів журналістики в умовах воєнного стану є можливим, але має специфічний, адаптований характер. Такі базові стандарти, як оперативність, баланс думок, повнота інформації й точність, у воєнних реаліях не можуть реалізовуватися в їхньому класичному, «мирному» розумінні.

Неможливість забезпечення балансу думок у матеріалах про війну та воєнні злочини ворога не є порушенням стандарту журналістики, оскільки надання слова представникам держави-агресора суперечить суспільним настроям та може слугувати інструментом дезінформації. Так само неповнота інформації або відсутність оперативності в окремих випадках є не професійними вадами, а наслідком правових і безпекових обмежень.

Водночас ключові стандарти — достовірність, точність, відокремлення фактів від коментарів у поєднанні з відповідальністю за наслідки оприлюдненої інформації — не лише зберігають актуальність, а й набувають підвищеного значення в умовах інформаційної війни. Війна актуалізує роль журналістської етики, самообмежень та особистої відповідальності медійників як складників професійної культури та безпекової ситуації.

Отже, дотримання стандартів журналістики в умовах правового режиму воєнного стану варто розглядати не як механічне виконання усталених норм, а як динамічний процес балансування між правом суспільства на інформацію та обов'язком держави гарантувати безпеку.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Буроменський, М., Штурхецький, С., Білз, Е., Бетц, М., Шюпп, К., & Казанжи, З. (2016). *Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації* (Д. Даниленко, Г. Іванченко, О. Івкіна, О. Рихло, & О. Простак, пер.). Компанія ВАІТЕ <https://www.osce.org/sites/default/files/f/documents/9/3/254531.pdf>
- Верховна Рада України. (1992, 2 жовтня). *Про інформацію* (Закон № 2657-XII). <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12>
- Верховна Рада України. (1996, 28 червня). *Конституція України* (Закон № 254к/96-ВР). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
- Верховна Рада України. (1997, 23 вересня). *Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста* (Закон № 540/97-ВР). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
- Верховна Рада України. (2015, 12 травня). *Про правовий режим воєнного стану* (Закон № 389-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
- Верховна Рада України. (2022а, 1 квітня). *Про внесення змін до статті 114-2 Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії*

- Російської Федерації (Закон № 2178-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2178-20#Text>
- Верховна Рада України. (2022b, 13 грудня). *Про медіа* (Закон № 2849-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
- Дворянин, П. (2024). Розуміння стандарту: пошук нових правил у журналістиці війни. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 54–55, 43–57. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2024.54-55.12146>
- Європейська медійна спілка. (б.д.). *Професійна етика журналіста. Зasadничі принципи*. Взято 28 січня 2026 з <https://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/>
- Земляна, І. (2016). *Журналіст і (НЕ) безпека*. Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Zhurnalist-i-nebezpeka.pdf>
- Квіт, С. (2023). Етика та журналістські стандарти — діючі норми та самообмеження медіа в *Українське медіа в обличчі війни: Regulacje prawne i doświadczenia* (с. 159–173). Akademii Sztuki Wojennej. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/06ad6f0e-aae3-4295-b625-682178d9f08e>
- Комісія з журналістської етики. (б.д.). *Кодекс етики*. Взято 28 січня 2026 з <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
- Кость, С. (2022). *Вступ до журналістики*. Львівський національний університет імені Івана Франка.
- Міністерство оборони України. (2022, 3 березня). *Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану* (Наказ № 73). <https://mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami>
- Президент України. (2022, 24 лютого). *Про введення воєнного стану в Україні* (Указ № 64/2022). <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>
- РНБО підпорядкувала цифрове телебачення державі та зобов'язала телеканали транслювати спільний марафон. (2022, 20 березня). Детектор медіа. <https://detector.media/infospace/article/197677/2022-03-20-rnbo-pidporuyadkuvala-tsyfrove-telebachennya-derzhavi-ta-zobov'yazala-telekanaly-translyuvaty-spilnyu-marafon/>
- Спільна заява Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та представників ЗМІ. (2022, 27 квітня). Детектор медіа. <https://detector.media/community/article/198736/2022-04-27-spilna-zayava-ministerstva-kultury-ta-informatsiynoi-polityky-ukrainy-ministerstva-oborony-ukrainy-ta-predstavnykiv-zmi/>
- Тимошик, М. (2022). Стандарти журналістики: поняття, генеза, зміст, практика. *Український інформаційний простір*, 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)
- Харківська обласна організація Національної спілки журналістів України. (б.д.). *Декларація принципів поведінки*. Взято 28 січня 2026 з <https://nsju.org.ua/povedinka/>
- Чоповський, Д. (2019, 2 серпня). *Журналістські стандарти: нормативна довідка*. Institute of Mass Information. <https://imi.org.ua/en/advice/journalistski-standarti-normativna-dovidka-i2400>
- Штурхецький, С. В. (2016). Особливості сучасних воєн: що потрібно знати журналістам. *Global World*, 2(2), 122–124.
- BBC. (n.d.). *BBC editorial guidelines 2025*. Retrieved January 28, 2026, from <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines>
- U.S. Department of State. (n.d.). *2024 country reports on human rights practices: Ukraine*. Retrieved January 28, 2026, from <https://www.state.gov/reports/2024-country-reports-on-human-rights-practices/ukraine>

REFERENCES

- BBC. (n.d.). *BBC editorial guidelines 2025*. Retrieved January 28, 2026, from <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines> [in English].
- Buromenskyi, M., Shturkhetskyi, S., Bilz, E., Betts, M., Shiupp, K., & Kazanzhy, Z. (2016). *Zhurnalistyka v umovakh konfliktu: peredovy dosvid ta rekomendatsii* [Journalism in conflict: Best practices and recommendations] (D. Danylenko, H. Ivanchenko, O. Ivkina, O. Rykhlo, & O. Prostack, Trans.). Kompaniia VAITE <https://www.osce.org/sites/default/files/f/documents/9/3/254531.pdf> [in Ukrainian].
- Chopovskiy, D. (2019, August 2). *Zhurnalistski standarty: normatyvna dovidka* [Journalistic standards: A normative reference]. Institute of Mass Information. <https://imi.org.ua/en/advice/journalistski-standarti-normativna-dovidka-i2400> [in Ukrainian].
- Dvorianyn, P. (2024). Rozuminnia standartu: poshuk novykh pravyl u zhurnalistyty viiny [Understanding the standard: Searching for new rules in war journalism]. *Visnyk of the Lviv University. Journalism Series*, 54–55, 43–57. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2024.54-55.12146> [in Ukrainian].
- European Media Union. (n.d.). *Profesiina etyka zhurnalista. Zasadnychi pryntsyypy* [Professional ethics of a journalist. Fundamental principles]. Retrieved January 28, 2026, from <https://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/> [in Ukrainian].
- Kharkiv Regional Organization of the National Union of Journalists of Ukraine. (n.d.). *Deklaratsiia pryntsyypiv povedinky* [Declaration of principles of conduct]. Retrieved January 28, 2026, from <https://nsju.org.ua/povedinka/> [in Ukrainian].
- Kost, S. (2022). *Vstup do zhurnalistyky* [Introduction to journalism]. Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].
- Kvit, S. (2023). Etyka ta zhurnalistski standarty — diiuchi normy ta samoobmezhenia media [Ethics and journalistic standards — current norms and self-restraints of the media] In *Ukraińskie media w obliczu wojny: Regulacje prawne i doświadczenia* [Ukrainian media in the face of war: Legal regulations and experiences] (pp. 159–173). Akademii Sztuki Wojennej. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/06ad6f0e-aae3-4295-b625-682178d9f08e> [in Ukrainian].
- Ministry of Defense of Ukraine. (2022, March 3). *Pro orhanizatsiiu vzaiemodii mizh Zbroinymy Sylamy Ukrainy, inshymy skladovymy syl oborony ta predstavnykamy media na chas dii pravovoho rezhymu voiennoho stanu* [On the organization 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] (Order No. 73). <https://mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami> [in Ukrainian].
- President of Ukraine. (2022, February 24). *Pro vvedennia voiennoho stanu v Ukraini* [On the introduction of martial law in Ukraine] (Decree No. 64/2022). <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> [in Ukrainian].
- RNBO pidporiadkuvala tsyfrove telebachennia derzhavi ta zoboviazala telekanaly transliuvaty spilnyi marafon [The National Security and Defense Council subordinated digital television to the state and obliged TV channels to broadcast a joint marathon]. (2022, March 20). Detektor Media. <https://detector.media/infospace/article/197677/2022-03-20-rnbo-pidporyadkuvala-tsyfrove-telebachennya-derzhavi-ta-zoboviazala-telekanaly-translyuvaty-spilnyy-marafon/> [in Ukrainian].
- Shturkhetskyi, S. V. (2016). Osoblyvosti suchasnykh voien: shcho potribno znaty zhurnalistam [The features of modern war: What need to know for journalists]. *Global World*, 2(2), 122–124 [in Ukrainian].
- Spilna zaiava Ministerstva kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy, Ministerstva oborony Ukrainy ta predstavnykiv ZMI [Joint statement of the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine, the Ministry of Defense of Ukraine and representatives of the media]. (2022, April 27). Detektor Media. <https://detector.media/community/>

- article/198736/2022-04-27-spilna-zayava-ministerstva-kultury-ta-informatsiynoi-polityky-ukrainy-ministerstva-oborony-ukrainy-ta-predstavnykiv-zmi/ [in Ukrainian].
- The Commission on Journalistic Ethics. (n.d.). *Kodeks etyky* [Code of ethics]. Retrieved January 28, 2026, from <https://cje.org.ua/ethics-codex/> [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].
- U.S. Department of State. (n.d.). *2024 country reports on human rights practices: Ukraine*. Retrieved January 28, 2026, from <https://www.state.gov/reports/2024-country-reports-on-human-rights-practices/ukraine> [in English].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (1992, October 2). *Pro informatsiiu* [On information] (Law No. 2657-XII). <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (1996, June 28). *Konstytutsiia Ukrainy* [The Constitution of Ukraine] (Law No. 254k/96-VR). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (1997, September 23). *Pro derzhavnu pidtrymku media, harantii profesiinoi diialnosti ta sotsialnyi zakhyst zhurnalista* [On state support of mass media and social protection of journalists] (Law No. 540/97-VR). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2015, May 12). *Pro pravovyi rezhym voiennoho stanu* [On the legal regime of martial law] (Law No. 389-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2022a, April 1). *Pro vnesennia zmin do statti 114-2 Kryminalnoho kodeksu Ukrainy shchodo udoskonalennia vidpovidalnosti za nesanktsionovane rozpovsiudzhennia informatsii pro zasoby protydii zbroinii ahresii Rosiiskoi Federatsii* [On amendments to article 114-2 of the Criminal Code of Ukraine on improving responsibility for unauthorized dissemination of information on means of counteracting armed aggression of the Russian Federation] (Law No. 2178-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2178-20#Text> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2022b, December 13). *Pro media* [On media] (Law No. 2849-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> [in Ukrainian].
- Zemliana, I. (2016). *Zhurnalist i (NE) bezpeka* [Journalist and (NOT) security]. Institute of Mass Information. <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Zhurnalist-i-nebezpeka.pdf> [in Ukrainian].

Надійшла: 07.02.2026; Прийнято: 27.03.2026;

Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359178

УДК 2:070:316.774](477)

Релігія в інформаційному просторі України: оцінка стану, проблеми і пропозиції

Людмила ФИЛИПОВИЧ
д-р філос. н., проф.
Інститут філософії ім.
Г. С. Сковороди НАН України
вул. Трьохсвятительська, 4,
01001, Київ, Україна
lfilip56@gmail.com
ORCID 0000-0002-0886-3965
© Филипович Л., 2026

Стаття висвітлює проблему представленості релігії в українському інформаційному просторі не так із комунікаційного, скільки з релігієзнавчого погляду. Дається оцінка сучасного стану релігійного інформаційного простору, виділяються проблеми, які існують у процесі презентації релігій, пропонуються шляхи їхнього вирішення. Автор вважає, що релігійні організації не повною мірою використовують можливості інформаційної доби для своєї присутності в інформаційному просторі — релігійному, світському. Це пов'язано з об'єктивними (стан війни і транзитність українського суспільства до справжнього демократичного устрою, що передбачає свободу слова, світогляду, совісті й віросповідання) та суб'єктивними (брак ресурсів і досвіду релігійних організацій в комунікаційній сфері) причинами. Історія формування українського релігійного інформаційного простору доволі драматична, яка ще не завершена, бо продовжує формуватися, незважаючи на безліч викликів, поглиблених війною. Українське суспільство, незважаючи на декларації стосовно своєї релігійності, загалом байдуже до релігійних питань, бо не включає релігію в перелік обов'язкових маркерів української ідентичності. Релігія як структурний елемент українського світу, який нині захищається на різних фронтах російсько-української війни, усе ще розглядається як вторинне і похідне від матеріальних важелів розвитку країни. Виключно завдяки своїм ініціативам та обмеженим ресурсам релігійні організації таки присутні, хоч і мінімально, в інформаційному полі. Інформаційних приводів, якими можна скористатися для привернення уваги громадян України до релігійних справ, насправді не так і багато. Покращуючи якість релігійної інформації, яку надають релігійні організації, підвищуючи ступінь розуміння суспільством і державою важливості релігії в житті нації, можна покращити і статус церков в суспільстві, і місце віруючих людей в житті України.

Ключові слова: релігія, інформаційний простір, релігійний інформаційний простір, інформаційні ресурси, медіа.

RELIGION IN THE INFORMATION SPACE OF UKRAINE: ASSESSMENT OF ITS STATE, PROBLEMS AND OFFERS

Liudmyla FYLYPOVYCH

Doctor of Philosophy, Professor

H. S. Skovoroda Institute of Philosophy, NASU

4, Tryohsvyatyetska Str., 01001, Kyiv, Ukraine

lfilip56@gmail.com

ORCID 0000-0002-0886-3965

This article highlights the problem of the representation of religion in the Ukrainian information space not so much from a communication point of view as from a religious studies optics. An assessment of the current state of the religious information space is given, problems that exist in the process of presenting religions are analysed, ways to solve them are offered. The author believes that religious organisations do not fully use the opportunities of the information epoch for their presence in the information space, both religious and secular. This is due to objective (the state of war and the transitivity of Ukrainian society to a truly democratic system, which provides for freedom of speech, worldview, conscience and religion) and subjective (the lack of resources and experience of religious organisations in the communication sphere) reasons. The history of the formation of the Ukrainian religious information space is quite dramatic. It is not yet complete, because it continues to be formed, despite the many challenges deepened by this war. Ukrainian society, in spite of declarations about its religiosity, is generally indifferent to religious issues, because it does not include religion in the list of mandatory markers of Ukrainian identity. As a structural element of the Ukrainian world, religion (which is currently being defended on various fronts of the Russian-Ukrainian war) is still considered secondary and derivative of the material levers of the country's development. Thanks to their initiatives and limited resources, religious organisations are still present, albeit minimally, in the information space. There are actually not so many informational occasions that can be used to attract the attention of Ukrainian citizens to religious matters. By improving the quality of religious information provided by religious organisations, by increasing the level of understanding by society and the state of the importance of religion in the life of the nation, it is possible to improve both the status of churches in society and the place of believers in the life of Ukraine.

Keywords: religion, information space, religious information space, information resources, media.

Актуальність проблеми

Тривале перебування в релігійному інформаційному просторі переконує, що потреба в об'єктивному знанні про процеси, які відбуваються сьогодні в релігіях і з релігіями доволі висока. Цей висновок підтвердили і багаторічні виклади спецкурсу «Релігія в інформаційному просторі» студентам різних навчальних закладів, в ході яких стало зрозуміло, що проблематика є надзвичайно запитуваною, особливо для майбутніх богословів. Якщо б в Україні існувала підготовка спеціалістів в світських університетах із релігійної чи релігієзнавчої журналістики, цей курс мав би стати базовим і нормативним. Але треба зазначити: незважаючи на потребу в знаннях у цій царині (як релігії представлені в релігійному просторі, як вони на нього впливають чи активні у створенні власних інформаційних платформ), в Україні бракує відповідних досліджень, які б виявляли увагу до цієї сфери релігійного й інформаційного життя. Ініціатива проф. Алли Бойко започаткувати підготовку релігійних журналістів в Інституті журналістики КНУ, на жаль, завершилася лише одним набором студентів на спеціальну магістерську програму і сьогодні не має розвитку (хоча, варто відзначити, бажаючих учитись на такій магістерській програмі було і є чимало). Нам відомо про намагання УКУ покращити ситуацію в цій сфері через створення тимчасових і короткострокових курсів для релігійних журналістів. Є окремі успішні проекти і церков, і медійників щодо інформування суспільства про релігійне життя (РІСУ, ТБ «Надія», радіо «Марія», Новий християнський канал, «Живе ТБ», сайт Православна Церква України, інтернет-ресурс Духовний фронт України тощо). Але загалом тема «релігія і комунікація, релігія й інформаційний простір, релігійна журналістика» знаходяться на периферії як наукового і публічного інтересу, так й інформаційної практики. Про це свідчить обмежений список вітчизняної літератури з теми.

На відміну від західного світу, де релігія здавна вплетена в політичне, а особливо повсякденне життя (everyday life) людини, а крім того не зазнавала таких знищувальних експериментів, як масові антирелігійні кампанії в СРСР, Україна поступово починає формувати свій релігійний інформаційний простір, але досі відчуває брак ресурсів — людських, фінансових, концептуальних, технічних. На нашу ситуацію впливає й те, що секулярному суспільству загалом не вдалося відправити релігію в своєрідне гетто. Релігія в світі з кінця 70-х рр. ХХ ст. повертається в публічне поле, зацікавлюючи і політиків, і держави, і самі церкви скористатися можливостями нової інформаційної доби, щоб підвищити свій вплив на суспільне життя.

В Україні з 1991 р. релігія і церкви також стають об'єктами зацікавлення суспільства. Саме відродження релігійного життя в 90-х, вихід з підпілля великих релігійних анклавів (православних автокефалів,

греко-католиків, протестантів, навіть юдеїв і мусульман) стимулювало збільшення присутності релігії в нашому житті і в нашій свідомості. Її стали помічати. Навіть для науковців, зокрема релігієзнавців і політологів, цей сплеск уваги до релігії став дещо несподіваним. Фіксовані соціологією дані про зростання кількості віруючих в Україні в перші роки незалежності переорієнтували наукові дослідження з класичних для філософії релігії чи історії релігії тем на потребу експертного оцінювання процесів, які з'явилися в духовному просторі України, та інформування про них.

Сьогодні наш український інформаційний простір загалом утримує різну інформацію про релігійне життя в Україні. Є довідкова й аналітична література, історичного, соціологічного, психологічного, філософського та богословського характеру, яка стосується різних релігій. Маємо результати соціологічних опитувань щодо рівня та якості релігійності українського суспільства. Нарешті з'явилися експерти-релігієзнавці, які здатні оперативно реагувати на релігійні процеси — від отримання Томосу до виборів нового Папи. Активізувалися представники релігійних організацій, які усвідомлюють важливість позитивної презентації себе в інформаційному полі.

Разом з тим, незважаючи на високий відсоток релігійної самоідентифікації громадян України (70 відсотків*) вражає їхня масова неознаність у справах навіть свого віросповідання, не те що в знаннях чи оцінках інших релігій. Тому постає потреба поширювати правдиві знання про релігію в цілому та окремі її форми зокрема, вказавши на достовірні джерела, і попередити споживачів цього роду інформації про неякісні, а інколи й шкідливі/ворожі інформаційні ресурси. Перед суспільством постає безліч викликів і щодо інформаційного контенту, і щодо каналів його просування, і щодо учасників процесу інформування, до якого потрібно залучити релігійні організації, державу, науковців, освітян, громадські організації.

Завдання статті

Проаналізувати стан українського релігійного інформаційного простору, означити проблеми його становлення та функціонування, сформулювати рекомендації, спрямовані на покращення рівня презентації релігії та релігійних організацій в інформаційному полі України.

Виклад основного матеріалу

Не занурюючись у теоретизування з приводу визначення інформаційного простору, що вже доволі повно зроблено у світовій й україн-

* Українське суспільство, держава і церква під час війни. Церковн-релігійна ситуація в Україні-2025. К.: Razumkov cenbter. С.31.

ській науці^{*}, яка розуміє його як простір розгортання інформаційних процесів, візьмомо до уваги, що він не має чітких географічних та фізичних вимірів; він є неоднорідним, але структурованим за різними параметрами. Крім того, у зв'язку з постійними змінами, які відбуваються в різних сферах життя окремих країн, регіонів та світу загалом, а також нових акцентів в інформаційній політиці, цей простір є дуже динамічним. Інформаційний простір кожної країни формується з урахуванням її національно-культурних і психологічних особливостей. Тому він локально дуже специфічний і потребує захисту від впливу інших держав, особливо агресивних дій ворожих структур. Сьогодні інформація має універсальний вплив на всі сфери життя суспільства та окремих індивідів, часто більший, ніж самі події.

Новий інформаційний релігійний простір почав формуватися в Україні з 1991 р., бо до того Україна знаходилася в полі впливу чужих інформаційних наративів. Усе українське (мова, культура, історія, релігія) оголошувалося вторинним щодо великої російської культури, похідним і незначним у порівнянні з великою імперською історією, а часто і хибним. Дозволяючи мінімальну присутність релігії в інформаційному просторі України, радянська влада чітко вказувала, яка саме релігія є бажаною для презентації. Звісно, тільки російське православ'я (Російська православна церква). Рівень, якість, масштаб, контент цієї присутності визначалися в московських партійних кабінетах, а за традицією після 1991 р. частково перейшли до ФСБ, РПЦ, Російської Академії наук і Міністерства освіти Росії.

За радянських часів громадський інформаційний простір був наповнений антирелігійною інформацією. Видавалося багато атеїстичної літератури, проводилися систематичні антирелігійні інформаційні кампанії серед віруючих і невіруючих громадян. Радянські люди майже нічого не знали про релігію. Тобто, у рік розпаду СРСР та виникнення незалежної України як держави інформаційний простір був суцільно атеїзований.

У 1991 році релігія в Україні стрімко ввійшла в суспільне життя. Відбулася її фактична та формальна реабілітація. Швидко зростала релігійна мережа. У зв'язку з цим виникло кілька важливих питань щодо присутності релігії і церкви в інформаційному полі, яке раніше жорстко контролювалося. Релігійні організації, держава, суспільство з різною

^{*} Дубас О.П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26693/22-Dubas.pdf>; Матвієнків С.М., Шмаленко Ю.І., Кольцов В.М. Національний інформаційний простір України: проблеми та перспективи розвитку. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9ef-fa974-9a73-4b97-a671-5706d8c93bdb/content>; Чічановський А. Національна держава та її засоби масової комунікації у глобалізованому світі. Україна на шляху до Європи / упоряд. В.І. Шкляр, А.В. Юричко. Київ : Етнос, 2006. С. 213–225.

швидкістю і відмінним усвідомленням необхідності присутності релігії в інформаційному просторі України почали створювати різні інформаційні платформи — газети, новинні агентства, радіо і телепрограми, студії, відео, з часом ютьюб-канали тощо. Сьогодні важко підрахувати кількість джерел релігійної інформації в Україні, бо вони не обмежуються лише медіа. Важливою постала проблема не тільки кількості, а головно — якості наявної інформації.

Незважаючи на відкриті з 1991 р. інформаційні шлюзи, внутрішня цензура, вироблена в радянські часи, досі спрацьовує і тисне на свідомість тих, хто долучений до створення інформаційного продукту. Історична пам'ять про заборону й переслідування за одні тільки згадки імені Ісуса Христа, за посилання на Біблію чи інший священний текст, позитивна оцінка релігійних подій і релігійних лідерів жива навіть у тих, хто не жив в ту епоху, але чув про неї від своїх батьків. Внутрішній страх, у якому жило кілька поколінь, впливає на те, що в Україні відсутній цілісний, рівномірно наповнений і добре структурований релігійний інформаційний простір, який би відповідав потребам часу. Як наслідок, українське суспільство загалом погано поінформоване в релігійних питаннях, а його малоосвіченість впливає на оцінки ролі релігії і церкви в житті України. Загалом український соціум поляризований щодо релігії, церкви, священників, віруючих: є сегмент, який позитивно ставиться до ролі церкви в існуванні нації, демонструє високий рівень довіри до священників; а є радикальна, навіть агресивна частина громадян, які бачать в релігії зло, а в священниках — зайву соціальну верству. Така негативна позиція породжена поганим розумінням природи релігії, основ віри й самої релігійної людини та її середовища. Противники релігії живляться давніми, сформованими ще в радянські часи стереотипами щодо віри в Бога. Звичайні люди не прагнуть, а інколи свідомо не хочуть знати правду про історію тієї чи тієї церкви, засуджують інші віросповідання, у край нетерпимо ставляться до іновірних людей. Релігійні організації, а особливо освітяни й науковці досі відчують брак правдивої інформації про релігію.

Релігійні організації майже одночасно усвідомили потребу в створенні власних ЗМІ, масштабуванні інформаційних джерел про себе, подоланні існуючих негативних стереотипів щодо релігії взагалі і конкретної релігійної течії зокрема. Бум на релігійні ЗМІ припав на середину 90-х, коли темпи зростання кількості релігійних видань був найвищим за всю історію незалежної України.

Тривалий час релігійні ЗМІ висвітлювали суто внутрішні інформаційні потреби релігійних громад. Тематику релігійних медіа докладно дослідила проф. А. Бойко*, яка в своєму курсі для релігійних журналіст-

* Бойко А. Релігійна журналістика. К., 2014.

тів виділила основні інформаційні зацікавлення вірян. Найпопулярнішими виявилися проблеми морального характеру, питання виховання й освіти, родинних стосунків. Поступово в коло повідомлень релігійних медіа ввійшли теми взаємин церков із владою, політикою, взаємин з іншими конфесіями тощо. Війна стала своєрідним каталізатором тематизації релігійних медіа, бо тема «релігія і війна», «де Бог в часі війни», «як можлива віра після Бучі» тощо сьогодні складають тематичну спрямованість релігійного інформаційного простору. Почате А. Бойко дослідження потребує продовження, щоб визначитися, як змінюється контент інформаційних повідомлень, чим живе релігійне середовище, на які питання вірян доводиться найчастіше відповідати. І хоча релігійні організації є частиною соціальної структури українського суспільства, де віддзеркалюються загальноукраїнські тривоги, релігійний простір має свою специфічну реакцію на різні події, оскільки сприймає їх не через призму геополітичних стратегій, а через есхатологічну перспективу людства.

На відміну від релігійного, світський інформаційний простір виявляв мало інтересу до релігійних тем. Однак політизація сучасного життя, особливо російсько-українська війна, актуалізувала релігійну тему, яка стає затребуваною українським суспільством. Навіть пересічних українців цікавлять чисто церковні теми, напр. поява незалежної церкви та надання Вселенським Патріархатом Томосу про автокефалію Православній Церкві України. Серед тем для публічного обговорення — реакція різних релігійних організацій на російську агресію, співпраця деяких священників Української Православної Церкви в окупованих Донецькій та Луганській областях, пропаганда «руського міра» через Російську Православну Церкву серед українських вірян, східна політика Ватикану, зміна пап на Апостольському престолі та наслідки цих подій для України тощо. Українське суспільство жваво реагує на деякі суто релігійні новини або пов'язані з релігією активності держави. Так, предметом публічних обговорень стають різні релігійні та білярелігійні теми, серед яких найгучнішими виявилися рішучі дії влади, спрямовані на припинення антидержавної діяльності окремих релігійних організацій, зокрема Української православної церкви; прийняття Закону України «Про захист конституційного ладу у сфері діяльності релігійних організацій» (2024)*; виявлення фактів афіліації деяких структур УПЦ з Москвою в результаті операцій СБУ та поліції**; корупція всередині церков, педофільські скандали; промови колишнього Папи

* <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3894-20#Text>

** Наказ ДЕСС «Про виявлення ознак афілійованості Київської митрополії Української Православної Церкви». https://dess.gov.ua/wp-content/uploads/2025/07/2025.07.08_Nakaz_Zatverdzhennia-Doslidzhennia-KM-UPTS_-1.pdf

Римського Франциска, у яких він толерує Росію і закликає до миру між агресором та його жертвою; міра участі окремих релігійних організацій у російсько-українській війні на фронті й у волонтерському русі тощо.

Свою чергою, релігійні організації почали активно реагувати на суспільно значущі події. Колективний голос Церкви в інформаційному просторі забезпечують Всеукраїнська рада церков і релігійних організацій та інші міжконфесійні об'єднання, які виступають із заявами протесту або підтримки тих чи тих подій. Але конфесійні розбіжності ускладнюють висловлення єдиної позиції. Саме тому українське суспільство неоднорідне в оцінках ситуації з Українською православною церквою та Папою Римським. Одна частина беззастережно підтримує церкву та її лідерів, інша виступає за швидшу заборону УПЦ в Україні, розрив відносин не лише з Москвою, а й із Ватиканом. Про це свідчать результати крайнього опитування, проведеного Центром Разумкова в 2025 р.^{*}

На думку релігієзнавчої спільноти, релігія недостатньо повно й об'єктивно представлена в світських та релігійних інформаційних ресурсах України. Перші страждають на традиційно радянську безбожну критику, коли заперечується потреба в релігії, культивується вульгарний антиклерикалізм, не визнається право на свободу світогляду, совісті й віросповідання. Релігійні ресурси свою конфесійну заангажованість доводять до релігійної нетерпимості. Ми є свідками становлення українського інформаційного релігійного простору, який у процесі доформування набуває українських рис. Якщо порівняти його із глобальним релігійним простором, який фактично вже конституювався, хоча з появою якихось нових релігій або процесів він може зазнавати корекцій, то в Україні ще треба працювати в цій царині. Неможливо назвати жодного всеукраїнського конфесійного медійного джерела, яке би було авторитетним для всієї України.

Аналізуючи український інфопростір, зокрема його релігійний сегмент, солідарність із тими науковцями, які вважають його багаторівневою системою створення, циркуляції, зберігання та споживання релігійної інформації в суспільстві. Він складається, як і будь-який інформаційний простір, з таких елементів: **суб'єкти + контент + канали + правила + цінності + аудиторії + безпековий вимір**. Не зупиняючись на описі кожного з названих елементів, що професійно зроблено спеціалістами з релігійної комунікації^{**}, важко не погодитися з тим, що представленість тієї чи тієї релігії залежить від активності самих ре-

* <https://razumkov.org.ua/images/2026/03/01/2025-Religion-UKR.pdf>

** Петрушкевич М. Можливості модернування релігійної комунікації у мас-медійному середовищі. *Українське християнство в цифровому світі: виклики та перспективи* / за ред. А. Смирнова. Острозька : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2022. 286 с.С.9-38.

лігійних організацій, їхніх членів, тобто вірян різних конфесій. Виходячи з того, що більше половини вірян вважають себе православними, логічно було б очікувати домінування в релігійному просторі України саме православних інформаційних ресурсів, однак це не так. Надто помітними є католики й протестанти, незважаючи на їхню значно меншу представленість в релігійному полі України. Голос інших релігій чути мало: якщо б вони час від часу не повідомляли про свої активності, як, наприклад равин Моше Асман чи муфтії Мурат Сулейманов, то ми б і не знали про наявність в Україні юдеїв і мусульман, про їхню адвокацію українських інтересів за кордоном, які допомагають Україні гуманітарно через свої зв'язки й авторитет в Америці, Ізраїлі, мусульманських країнах.

Серед авторитетних суб'єктів релігійного інформаційного простору — держава, зокрема ДЕСС як головний виконавчий державний орган в сфері релігійних і національних відносин. ДЕСС формулює державну стратегію і тактику з релігійних питань і впроваджує в життя*. Радниками для держорганів виступають науковці, найбільш знані з яких уходять до експертної ради з питань свободи совісті ДЕСС**.

Профільні медіа інституції (телебачення, радіо, преса, онлайн-ЗМІ) жваво цікавляться релігійними новинами, тим більше, що постійно виникають інформаційні приводи, які творяться самим релігійним середовищем, але які набувають загально суспільного значення (напр., зміна юрисдикції православних громад, календарна реформа, обрання нового папи римського тощо). Є медіа, що постійно звертаються за коментарями до фахових експертів у сфері релігії (напр., Прямий канал, 5й канал, 24 ТБ, українське радіо, радіо культура, радіо НВ, Апостроф, ТБ «1+1», ТБ «Freedom» та ін.).

Активними суб'єктами інфопростору також є різні **соціальні платформи** та їхні спільноти, котрі спеціалізуються на духовно-релігійних питаннях, серед яких РІСУ, Духовний фронт, Православна Україна, «Живе ТБ» та багато інших.

Не мовчать і громадські організації, реагуючи на релігійні події. Не маючи можливості прямо впливати на прийняття рішень, вони впливають на громадську думку, формуючи її в напрямку збереження безпеки, протидії російській пропаганді тощо. Виокремилися НГО, що мають особливу вагу в релігійному полі при формуванні його інформаційного сегменту. ВРЦРО, Нарада християнських церков, УХР, Інститут релігійної свободи, УАР тощо, які виступають сьогодні висококваліфікованими експертами в релігійних питаннях, особливо в сфері ДЦВ і МКВ, оскільки є учасниками цього міжконфесійного і державно-церковного діалогу.

* Про державну службу з етнополітики і свободи совісті. <https://dess.gov.ua/about/>

** <https://dess.gov.ua/expert-council-on-freedom-of-conscience/>

Аналіз релігійного інформаційного простору свідчить, що найважливішим постає його сутнісне (контентне) наповнення. Як постійні споживачі і навіть творці текстів з релігійної тематики, релігієзнавці визначальним для себе обирають аксіологічний момент — які власне цінності утверджуються в інформаційному просторі. Одна й та ж інформація звучить по-різному залежно від світоглядних орієнтирів суспільства, панівних у ньому моральних норм, як собі суспільство уявляє, що таке істина, який устрій є найсправедливішим — демократичний чи авторитарний тощо. Ці виклики особливо яскраво демонструють базовані на «русском міре» чи Українському світі підходи, що є світоглядно непримиренними, життєво несумісними, стратегічно немислимими поруч.

Інформаційний простір утримує купу ризиків і загроз. Тому стоїть завдання захищати його від дезінформації і пропаганди з боку ворожих джерел інформації. Релігійна тематика належить до дуже чутливих сфер, отже, нею легко маніпулювати, викликаючи в споживачів викривлену реакцію. У нинішній російсько-українській війні, де інформаційна війна є вагомою частиною протистояння двох цивілізацій, релігійний простір використовується для спеціальних військових операцій. І не тільки як ідеологічний, світоглядний фронт, а і як боротьба за свідомість й ідентичність українців.

Постання і функціонування українського релігійного простору супроводжується різними **проблемами**, серед яких виділяють питання технічного й гуманітарного характеру. Над проблемами першого порядку розмірковують спеціалісти з комунікацій, які мають забезпечити відповідну інформаційну інфраструктуру, тобто середовища, що забезпечує можливість збору, зберігання, передачі, автоматизованої обробки й поширення інформації в суспільстві. Оминаючи ці технологічні виклики, до професійного виробництва високоякісної інформаційної продукції, ефективності поширення цієї інформації, її дозування, контролю обсягів та врахування інтенсивності її споживання, зосередимося на проблемах гуманітарного характеру. Експерти в цій галузі перш за все називають нездатність суспільства сформулювати відповідну релігійно об'єктивну інформацію та слабкість самого суспільства, зокрема релігійного сектору, дати адекватну відповідь на потреби, навіть мінімальні, споживачів. Спостерігається катастрофічний дефіцит фахівців з інформації та комунікацій. І донині в Україні не готують журналістів, здатних гідно подавати інформацію про релігійне життя. В Інституті журналістики КНУ було відкрито магістерську програму, яка тривала один рік (про що ми вже згадували). На жаль, магістерська програма закрита. Спорадично відкриваються профільні курси з релігійної журналістики в УКУ. Окремі релігійні організації, духовні навчальні заклади проводять спецкурси, майстер класи, але

цих зусиль явно не достатньо. Загалом український релігійний інформаційний простір твориться світськими журналістами, які погано обізнані в релігії, або релігійними людьми, які не володіють журналістським ремеслом.

В середині 2000-х років Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні була розроблена як Державна програма. Був прийнятий і частково впроваджується Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки».

Стратегічні цілі державної політики в цій інформаційній сфері визначені, але жодним чином не передбачена участь релігійних організацій у формуванні інформаційного простору. Церкви ніяк не задіяні у цих процесах, місце і роль релігійних організацій в цій стратегії не визначена. Це свідчить тільки про те, що держава не використовує ресурси церкви, не довіряє цьому інституту, який має 1000-літній досвід впливу на свідомість народу, розвинуту інфраструктуру, унікальний механізм взаємодії з людьми. В Інституті журналістики КНУ було відкрито магістерську програму, яка тривала один рік (про що ми вже згадували). На жаль, магістерська програма закрыта. Спорадично відкриваються профільні курси з релігійної журналістики в УКУ. Окремі релігійні організації, духовні навчальні заклади проводять спецкурси, майстер класи, але цих зусиль явно недостатньо. Загалом український релігійний інформаційний простір твориться світськими журналістами, які погано обізнані в релігії, або релігійними людьми, які не володіють журналістським ремеслом.

У середині 2000-х років Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні була розроблена як Державна програма. Був прийнятий і частково впроваджується Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки».

Стратегічні цілі державної політики в цій інформаційній сфері визначені, але жодним чином не передбачена участь релігійних організацій у формуванні інформаційного простору. Церкви ніяк не задіяні у цих процесах, місце і роль релігійних організацій в цій стратегії не визначена. Це свідчить тільки про те, що держава не використовує ресурси церкви, не довіряє цьому інституту, який має 1000-літній досвід впливу на свідомість народу, розвинуту інфраструктуру, унікальний механізм взаємодії з людьми.

У зв'язку з війною акцент у формуванні інформаційного простору України змінився. Тепер акцент робиться на його безпеці. В умовах війни необхідно думати про інформаційну безпеку. Указ Президента України № 685/2021 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної

безпеки»*, відповідно до якого стратегія інформаційної безпеки визначає актуальні виклики та загрози національній безпеці України в інформаційній сфері, стратегічні цілі та завдання, спрямовані на протидію таким загрозам, захист прав осіб на інформацію та захист персональних даних.

У такій актуальній безпековій справі не передбачені ні місце, ні роль церкви, яка тисячоліттями захищає інтереси віруючих, володіє механізмами, що нейтралізують негативний вплив ідеології «руського міра», лжехристиянського пацифізму, протистоїть закликам з боку окремих церков не йти на війну, не захищати свою батьківщину від агресора. Разом з тим, є релігійні організації, які безпосередньо сприяли незаконній міграції чоловіків призовного віку за кордон, про що медіа фактично не повідомляють.

Отже, український інформаційно-релігійний простір має багато викликів. Через свою недоформованість він дещо хаотичний та дуже політизований. Україні потрібна СТРАТЕГІЯ подолання недоліків інформування, розвитку інформаційного простору України в сфері релігії.

Висновки

Виходячи з аналізу сучасного стану релігійного інформаційного простору України, усвідомлюючи проблеми, які супроводжують його функціонування, пропонуємо певні рекомендації як висновок, які спрямовані на розбудову релігійного інформаційного простору, покращення його якості. Тут ми бачимо різнобічні активності, які формулюють завдання для різних суб'єктів цього інформаційного поля:

1) Держава створює правові та адміністративно-організаційні умови для існування демократичного, плюралістичного, вільного інфопростору (допрацювати відповідні закони, документи, якими регулюється ця сфера життя суспільства).

2) Наука і освіта за підтримки держави мають забезпечити високу якість підготовки фахівців для інформаційно-комунікативної сфери (відновити спеціалізацію релігійна журналістика, релігійне редакторство тощо), сприяти відкриттю і ліцензування відповідних спеціальностей в ВНЗ України, і державних, і приватних /релігійних. Інформаційна сфера, у т.ч. релігійна, має бути у фокусі уваги держави, оскільки стали безпековою справою.

3) Суспільство має постійно тримати на контролі потоки ворожої інформації проти України, українських релігійних організацій та їхніх лідерів, звичайних вірян.

* Указ Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки"
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>

СПИСОК ВІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Антошевський, Т. (б.д.). Релігійні мас-медіа в Україні. RISU. https://risu.ua/religiyni-mas-media-v-ukrajini_n9799
- Бабінська, С., Завадська, Ю., Карапінка, М., & Кулігіна, О. (2012). *Церква і медіа: 7 кроків до розуміння*. Езга..
- Балаклицький, М. (2009). Медіатизація релігійного життя: Термінологічний аспект. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики, 1*, 369–382.
- Балаклицький, М. (2010). Конфесійна преса України про причини виникнення й шляхи розв'язання соціальних конфліктів. *Діалог: Медіастудії, 26–31*.
- Балаклицький, М. (2010). Феномен комунікації: Релігійний контекст. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики, 309–319*.
- Балаклицький, М. (2011). *Медіатизація протестантизму в Україні 1991–2010 років*. Харківське історико-філологічне товариство.
- Балаклицький, М. (2015). Толерантизація релігійної тематики українських ЗМІ після Євромайдану. *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства, 5*, 295–304.
- Балаклицький, М. (2017). Реформація-500 як мегапроект українських протестантів: Медійний аспект. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації», 10*, 75–80. <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/9815>
- Бойко, А. А. (2016). *Релігійна журналістика*. Київський університет.
- Бурдейна, М. В. (2018). Використання нових медіа в релігійній комунікації. *Обрії друкарства, 1(6)*, 49–57.
- Гадьо, Н. (2014). Католицька церква і комунікація: Від слова до онлайн. *Теле- та радіожурналістика, 13*, 182–191.
- Добродум, О. (2010). Інтернет-ресурси та Католицька церква. *Спеціальні історичні дисципліни, 16*, 126–132.
- Добродум, О., Мартинюк, Е., & Никитченко, О. (2024). Комунікаційні трансформації культури та релігії у віртуальному середовищі. *Academic Studies: Серія «Гуманітарні науки», 4*, 77–86. <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.4.11>
- Журба, М. (Ред.). (2017). *Релігія, релігійність, філософія та гуманітаристика в сучасному інформаційному просторі: Національний та міжнародний аспекти*. СРМ «ASF».
- Журба, М. (Ред.). (2018). *Релігія, релігійність, філософія та гуманітаристика в сучасному інформаційному просторі: Національний та міжнародний аспекти*. СРМ «ASF».
- Журба, М. (Ред.). (2019). *Релігія, релігійність, філософія та гуманітаристика в сучасному інформаційному просторі: Національний та міжнародний аспекти*. СРМ «ASF».
- Журба, М. (Ред.). (2020). *Релігія, релігійність, філософія та гуманітаристика в сучасному інформаційному просторі: Національний та міжнародний аспекти*. СРМ «ASF».
- Журба, М. (Ред.). (2021). *Релігія, релігійність, філософія та гуманітаристика в сучасному інформаційному просторі: Національний та міжнародний аспекти*. СРМ «ASF».
- Козиряцька, С. А. (2012). Місце та функції конфесійних інтернет-ресурсів у медійному мейнстрімі. *Вісник Харківської державної академії культури, (38)*, 172–180.
- Козиряцька, С. А. (2017). *Мережеві християнські видання українського медіапростору*. Просвіта.
- Ломачинська, І., & Гришина, Ю. (2024). Інтернет-генерація в релігійному кіберпросторі: Світоглядні виклики цифрової епохи. *Схід, 6(2)*, 20–27. <https://doi.org/10.21847/2411-3093.623>

- Ломачинська, І., & Ломачинський, Б. (2022). Роль медіакультури у сучасних інформаційних війнах. *Схід*, 3(3), 66–73. [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3-\(3\).268297](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3-(3).268297)
- Ломачинська, С. В. (б.д.). *Релігійна інтернет-комунікація у місійній діяльності християнських церков в Україні*. <https://files01.core.ac.uk/download/pdf/200251353.pdf>
- Недавня, О. (2022). Протестантські церкви в сучасній Україні: Проблеми цифровізації під час пандемії COVID-19. *Історія релігій в Україні: Актуальні питання*, 4.
- Незалежна медіа рада. (2020, Жовтень 8). *Як писати про релігії, конфесії та/або релігійні організації*. <https://detector.media/community/article/181373/2020-10-08-yak-pysaty-pro-religii-konfesii-ta-abo-religiyini-organizatsii-rekomendatsiya-nezalezhnoi-mediynoi-rad>
- Петрушкевич, М. С. (2009). Інтернет та християнська комунікація. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Культура і соціальні комунікації»*, 1, 144–151.
- Петрушкевич, М. С. (2011). *Релігійні комунікації: Християнський контекст*. Видавництво Національного університету «Острозька академія».
- Петрушкевич, М. С. (2014). Релігійна комунікація у контексті медіакультури. *Антропологічні виміри філософських досліджень*, 5, 56–68.
- Пристай, Г. (б.д.). Релігійна журналістика у цифрову епоху. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*, 21, 280–285.
- Севастьянів, У. П. (2016). Католицька церква й новітні цифрові технології. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 11, 102–105.
- Севастьянів, У. П. (2016). Соціальна доктрина православ'я і цифрові технології сучасності. *Науковий вісник «Гілея». Серія «Філософські науки»*, 113(10), 210–212.
- Скленар, І. (2018). Специфіка новин у релігійних інтернет-виданнях України. *Український інформаційний простір*, 1, 133–140.
- Слюсар, В., Предко, О., & Слюсар, М. (2023). PR-діяльність мусульманських організацій України (2010–2023). *Софія. Гуманітарно-релігієзнавчий вісник*. <https://doi.org/10.17721/sophia.2023.21.16>
- Смирнов, А. (Ed.). (2022). *Українське християнство в цифровому світі: Виклики та перспективи*. Видавництво Національного університету «Острозька академія».
- Соколовський? О., & Гарашук, Д. (2025). Релігійна комунікація у медіапросторі України як фактор формування конфесійної ідентичності. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, 45(10). <https://doi.org/10.55221/2693-2229.2690>
- Филипчук, С. (2018). Трансформації нових медіа християнських конфесій України. *Схід*, 5, 92–98.
- Balaklytskyi, M. (2015). Religious issues in the Ukrainian media after Euromaidan. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, 35(1), Article 1. <https://digitalcommons.georgefox.edu/ree/vol35/iss1/1>
- Zekrist, R. I. (2023). Religion, informatization of society and power: Socio-philosophical analysis. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 164, Article 00136). <https://doi.org/10.1051/shsconf/202316400136>

REFERECNCES

- Antoshevskiy, T. (n.d.). *Relihiini mas-media v Ukraini* [Religious mass media in Ukraine]. RISU. https://risu.ua/religiyni-mas-media-v-ukrajini_n9799 [in Ukrainian].
- Babinska, S., Zavadaska, Yu., Karapinka, M., & Kulihina, O. (2012). *Tserkva i media: 7 krokiv do rozuminnia* [Church and media: 7 steps to understanding]. Ezra [in Ukrainian].
- Balaklytskyi, M. (2009). *Mediatyzatsiia relihiinoho zhyttia: Terminolohichni aspekt* [Mediatization of religious life: Terminological aspect]. *Zbirnyk prats Naukovodoslidnoho tsentru periodyky*, 1, 369–382 [in Ukrainian].

- Balaklytskyi, M. (2010). Fenomen komunikatsii: Relihiinyi kontekst [The phenomenon of communication: Religious context]. *Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho tsentru periodyky*, 309–319 [in Ukrainian].
- Balaklytskyi, M. (2010). Konfesiina presa Ukrainy pro prychyny vynyknennia y shliakhy rozviazannia sotsialnykh konfliktiv [Confessional press of Ukraine on the causes and ways of resolving social conflicts]. *Dialoh: Mediastudii*, 26–31 [in Ukrainian].
- Balaklytskyi, M. (2011). *Mediatyzatsiia protestantyzmu v Ukraini 1991–2010 rokiv* [Mediatization of Protestantism in Ukraine 1991–2010]. Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo [in Ukrainian].
- Balaklytskyi, M. (2015). Religious issues in the Ukrainian media after Euromaidan. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, 35(1), Article 1. <https://digitalcommons.georgefox.edu/ree/vol35/iss1/1> [in English].
- Balaklytskyi, M. (2015). Tolerantyzatsiia relihiinoi tematyky ukrainskykh ZMI pislia Yevromaidanu [Tolerantization of religious topics in Ukrainian media after Euromaidan]. *Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva*, 5, 295–304 [in Ukrainian].
- Balaklytskyi, M. (2017). Reformatsiia-500 yak mehaproiekt ukrainskykh protestantiv: Mediinyi aspekt [Reformation 500 as a megaproject of Ukrainian Protestants: Media aspect]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia "Sotsialni komunikatsii"*, 10, 75–80. <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/9815> [in Ukrainian].
- Boiko, A. A. (2016). *Relihiina zhurnalistyka* [Religious journalism]. Kyivskiy universytet [in Ukrainian].
- Burdeina, M. V. (2018). Vykorystannia novykh media v relihiinii komunikatsii [Use of new media in religious communication]. *Obrii drukarstva*, 1(6), 49–57 [in Ukrainian].
- Dobrodum, O. (2010). Internet-resursy ta Katolytska tserkva [Internet resources and the Catholic Church]. *Spetsialni istorychni dystypliny*, 16, 126–132 [in Ukrainian].
- Dobrodum, O., Martyniuk, E., & Nykytchenko, O. (2024). Komunikatsiini transformatsii kultury ta relihii u virtualnomu seredovyschi [Communication transformations of culture and religion in the virtual environment]. *Academic Studies: Seriiia "Humanitarni nauky"*, 4, 77–86. <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.4.11> [in Ukrainian].
- Fylypchuk, S. (2018). Transformatsii novykh media khrystyianskykh konfesii Ukrainy [Transformations of new media of Christian denominations in Ukraine]. *Skhid*, 5, 92–98 [in Ukrainian].
- Hadyo, N. (2014). Katolytska tserkva i komunikatsiia: Vid slova do onlainu [The Catholic Church and communication: From word to online]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, 13, 182–191 [in Ukrainian].
- Kozyriatska, S. A. (2012). *Mistse ta funktsii konfesiinykh internet-resursiv u mediinomu meinstrimi* [The place and functions of confessional Internet resources in the media mainstream]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*, (38), 172–180 [in Ukrainian].
- Kozyriatska, S. A. (2017). *Merezhevi khrystyianski vydannia ukrainskoho mediaprostoru* [Network Christian publications of the Ukrainian media space]. Prosvita [in Ukrainian].
- Lomachynska, I., & Hryshyna, Yu. (2024). Internet-heneratsiia v relihiinomu kiberprostorii: Svitohliadni vyklyky tsyfrovoyi epokhy [Internet generation in religious cyberspace: Worldview challenges of the digital age]. *Skhid*, 6(2), 20–27. <https://doi.org/10.21847/2411-3093.623> [in Ukrainian].
- Lomachynska, I., & Lomachynskiy, B. (2022). Rol mediakultury u suchasnykh informatsiinykh viinakh [The role of media culture in modern information wars]. *Skhid*, 3(3), 66–73. [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3-\(3\).268297](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3-(3).268297) [in Ukrainian].
- Lomachynska, S. V. (n.d.). *Relihiina internet-komunikatsiia u misiinii diialnosti khrystyianskykh tserkov v Ukraini* [Religious Internet communication in the missionary activities of Christian churches in Ukraine]. <https://files01.core.ac.uk/download/pdf/200251353.pdf> [in Ukrainian].

- Nedavnia, O. (2022). Protestantski tserkvy v suchasni Ukraini: Problemy tsyfrovizatsii pid chas pandemii COVID-19 [Protestant churches in modern Ukraine: Problems of digitalization during the COVID-19 pandemic]. *Istoriia religii v Ukraini: Aktualni pytannia*, 4 [in Ukrainian].
- Nezalezhna mediina rada. (2020, October 8). *Yak pysaty pro religii, konfesii ta/abo relihiini orhanizatsii* [How to write about religions, denominations and/or religious organizations]. <https://detector.media/community/article/181373/2020-10-08-yak-pysaty-pro-religii-konfesii-ta-abo-religiyni-organizatsii-rekomendatsiya-nezalezhnoi-mediynoi-rad> [in Ukrainian].
- Petrushkevych, M. S. (2009). Internet ta khrystyianska komunikatsiia [Internet and Christian communication]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii "Kultura i sotsialni komunikatsii"*, 1, 144–151 [in Ukrainian].
- Petrushkevych, M. S. (2011). *Relihiini komunikatsii: Khrystyianskyi kontekst* [Religious communications: Christian context]. Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia" [in Ukrainian].
- Petrushkevych, M. S. (2014). Relihiina komunikatsiia u konteksti mediakultury [Religious communication in the context of media culture]. *Antropolohichni vymiry filosofskykh doslidzhen*, 5, 56–68 [in Ukrainian].
- Prystai, H. (n.d.). Relihiina zhurnalistyka u tsyfrovu epokhu [Religious journalism in the digital age]. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Serii: Politolohiia*, 21, 280–285 [in Ukrainian].
- Sevastianiv, U. P. (2016). Katolytska tserkva y novitni tsyfrovi tekhnolohii [The Catholic Church and the latest digital technologies]. *Aktualni problemy filosofii ta sotsiolohii*, 11, 102–105 [in Ukrainian].
- Sevastianiv, U. P. (2016). Sotsialna doktryna pravoslavia i tsyfrovi tekhnolohii suchasnosti [Social doctrine of Orthodoxy and modern digital technologies]. *Naukovyi visnyk "Hileia". Serii "Filosofski nauky"*, 115(10), 210–212 [in Ukrainian].
- Sklenar, I. (2018). Spetsyfika novyn u relihiinykh internet-vydanniakh Ukrainy [Specifics of news in religious online publications of Ukraine]. *Ukrainskyi informatsiinyi prostir*, 1, 133–140 [in Ukrainian].
- Sliusar, V., Predko, O., & Sliusar, M. (2023). PR-diiialnist musulmanskykh orhanizatsii Ukrainy (2010–2023) [PR activities of Muslim organizations in Ukraine (2010–2023)]. *SOFIA: Humanitarian and Religious Studies Bulletin*, 1(21), 62–67. <https://doi.org/10.17721/sophia.2023.21.16> [in Ukrainian].
- Smyrnov, A. (Ed.). (2022). *Ukrainske khrystyianstvo v tsyfrovomu sviti: Vyklyky ta perspektyvy* [Ukrainian Christianity in the digital world: Challenges and prospects]. Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia" [in Ukrainian].
- Sokolovskyi, O., & Harashchuk, D. (2025). Relihiina komunikatsiia u mediaprostori Ukrainy yak faktor formuvannia konfesiinoi identychnosti [Religious communication in the media space of Ukraine as a factor in shaping confessional identity]. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, 45(10). <https://doi.org/10.55221/2693-2229.2690> [in Ukrainian].
- Zekrist, R. I. (2023). Religion, informatization of society and power: Socio-philosophical analysis. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 164, Article 00136). <https://doi.org/10.1051/shsconf/202316400136> [in English].
- Zhurba, M. (Ed.). (2017). *Relihiia, relihiinist, filofosfiia ta humanitarystyka v suchasnomu informatsiinomu prostori: Natsionalnyi ta mizhnarodnyi aspekty* [Religion, religiosity, philosophy and humanities in the modern information space: National and international aspects]. CPM "ASF" [in Ukrainian].
- Zhurba, M. (Ed.). (2018). *Relihiia, relihiinist, filofosfiia ta humanitarystyka v suchasnomu informatsiinomu prostori: Natsionalnyi ta mizhnarodnyi aspekty* [Religion, religiosity, philosophy and humanities in the modern information space: National and international aspects]. CPM "ASF" [in Ukrainian].

- Zhurba, M. (Ed.). (2019). *Relihiia, relihiinist, filozofia ta humanitarystyka v suchasnomu informatsiinomu prostori: Natsionalnyi ta mizhnarodnyi aspekty* [Religion, religiosity, philosophy and humanities in the modern information space: National and international aspects]. CPM "ASF" [in Ukrainian].
- Zhurba, M. (Ed.). (2020). *Relihiia, relihiinist, filozofia ta humanitarystyka v suchasnomu informatsiinomu prostori: Natsionalnyi ta mizhnarodnyi aspekty* [Religion, religiosity, philosophy and humanities in the modern information space: National and international aspects]. CPM "ASF" [in Ukrainian].
- Zhurba, M. (Ed.). (2021). *Relihiia, relihiinist, filozofia ta humanitarystyka v suchasnomu informatsiinomu prostori: Natsionalnyi ta mizhnarodnyi aspekty* [Religion, religiosity, philosophy and humanities in the modern information space: National and international aspects]. CPM "ASF" [in Ukrainian].

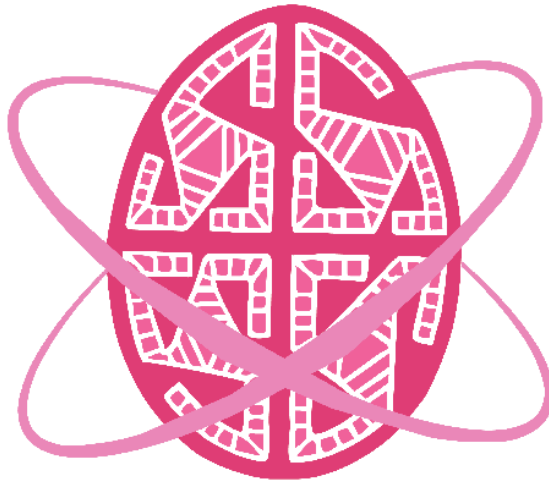
Надійшла: 03.03.2026; Прийнято: 01.04.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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).2025.359186

УДК 070(477):[004.946:316.422

Віртуальна реальність як інструмент інновацій у журналістиці: український досвід медіапроектів

Любов ВАСИЛИК

д-р н. із соц. комунік., доц.

Чернівецький
національний університет
ім. Ю. Федьковичавул. М. Коцюбинського, 2,
29012, Чернівці, Україна

l.vasylyk@chnu.edu.ua

ORCID 0000-0001-9947-9389

© Василик Л., 2026

Одним з інноваційних інструментів в умовах цифровізації в журналістиці стала віртуальна реальність. Імерсивні технології істотно розширюють традиційні уявлення про медіа, функціональні можливості та межі журналістики. На сучасному етапі теоретичні уявлення про VR не можна вважати остаточно сформованими, що зумовлено динамічністю цифрових трансформацій і технологічних інновацій. У зв'язку з цим перед журналістами та дослідниками медіа постає завдання розробити й осмислити інструменти візуального та інтерактивного дизайну імерсивного середовища з метою формування ефективних механізмів занурення масової аудиторії. Оскільки українські видання також активно інтегруються в ці процеси, актуально систематизувати й розглянути український досвід створення медіапроектів за допомогою VR. У статті проаналізовано погляди зарубіжних та українських дослідників на ефект імерсії. На основі матеріалів українських медіа простежено суть «медіального повороту», який змістив акцент журналістської практики від традиційного написання текстів та підбору зображень і звуку до виробництва складної графіки, зокрема тривимірної (3D). Концепція «технологічної симуляції свідомості», що відкриває нові горизонти для інтерактивної взаємодії з аудиторією, простежена в ключових українських VR-проєктах, зокрема особливості дизайну імерсивного середовища, мультимодальність контенту та його вплив на рівень залучення аудиторії. Проаналізовано, як VR входить в українську журналістику, розширюючи кордони інформаційного поля. Як кейсі-стаді охоплено матеріали «New Cave Media», «Ukrainer», «Аутентична Україна», «Aftermath VR: Euromaidan», «Hromadske», «Війна впритул», «360° war», «Радіо Свобода», «Тексти». Підсумовано, що імерсивна журналістика в Україні перебуває на етапі становлення, демонструючи поступову інтеграцію технологій VR у медіапрактику. Ці інструменти використовуються для висвітлення суспільно значущих тем, зокрема війни, її наслідків і людських історій, що сприяє поглибленню ефекту присутності та формуванню емпатійного сприйняття аудиторією. Імерсивні формати не лише розширюють виражальні можливості журналістики, але й трансформують характер взаємодії аудиторії з контентом — від пасивного споживання до активного досвіду, дослідження та, подекуди, участі. Це відкриває нові перспективи для аналітичного пояснення складних явищ і реконструкції подій, однак водночас підвищує ризики інтерпретаційності й потенційного емоційного впливу. Ключового значення набуває дотримання професійних стандартів і вироблення етичних принципів застосування VR. Отже, імерсивна журналістика в Україні постає як перспективний, але водночас такий, що супроводжується низкою викликів, напрямів розвитку медіа, що потребує подальшого теоретичного осмислення, етичного регулювання та інституційного закріплення в межах сучасної медійної практики.

Ключові слова: імерсивні технології, віртуальна реальність, медійні інновації, медіальний поворот, технологічна симуляція свідомості.

VIRTUAL REALITY AS A TOOL OF INNOVATIONS IN JOURNALISM: UKRAINIAN EXPERIENCE OF MEDIA PROJECTS

Liubov VASYLYK

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

Virtual reality (VR) has become one of innovative tools in the context of digitalisation in journalism. Immersive technologies significantly expand traditional notions of media, its functional capabilities and boundaries of journalism. At the current stage, theoretical understandings of VR cannot be considered fully established due to the dynamic nature of digital transformations and technological innovations. Consequently, journalists and media researchers face tasks of developing and conceptualising tools for visual and interactive design of immersive environments to create effective mechanisms for the audience engagement. Since Ukrainian media are also actively integrating into these processes, it is relevant to systematise and study the Ukrainian experience in creating media projects using VR. The article analyses perspectives of both foreign and Ukrainian researchers on the immersion effect. Based on materials from Ukrainian media, the essence of the “media turn” is traced, which has shifted the focus of journalistic practice from the traditional text writing, the selection of images and sound to the production of complex graphics, including three-dimensional (3D) visuals. The concept of “technological simulation of consciousness”, which opens new horizons for interactive audience engagement, is traced in key Ukrainian VR projects, including aspects of immersive environment design, multimodal content and its influence on the audience engagement. This study examines how VR enters Ukrainian journalism, expanding the boundaries of the information field. Case studies include materials from “New Cave Media”, “Ukraïner”, “Authentic Ukraine”, “Aftermath VR: Euromaidan, Hromadske, War Up Close”, “360° War”, “Radio Svoboda”, “Texts”. It is concluded that immersive journalism in Ukraine is at the formative stage, demonstrating gradual integration of VR technologies into practice. These tools are applied to cover socially significant topics, including war and its consequences, human stories, contributing to a heightened sense of presence and empathetic reception by audiences. Immersive formats not only expand the expressive capabilities of journalism but also transform the nature of the audience interaction with content — from passive consumption to active experience, exploration and sometimes even participation. All this opens new perspectives for analytical explanation of complex phenomena and event reconstruction, while simultaneously increasing the risks of interpretive bias and potential emotional impact. Adherence to professional standards and the development of ethical principles for VR application are therefore of crucial importance. Thus, immersive journalism in Ukraine emerges as a promising yet challenging area of media development, requiring further theoretical reflection, ethical regulation and institutional consolidation within modern media practice.

Keywords: *immersive technologies, virtual reality, media innovations, media turn, technological simulation of consciousness.*

Актуальність теми

Одним з інноваційних інструментів в умовах цифровізації та розвитку новітніх технологій стала віртуальна реальність (VR), інтегрована в журналістику. Вона реалізована в медіапроектах багатьох світових видань, звертаються до неї й українські медіа. На сучасному етапі розвитку медіасередовища теоретичні уявлення про медіареальність не можна вважати остаточно сформованими, що зумовлено динамічністю цифрових трансформацій і технологічних інновацій. Імерсивні технології істотно розширюють традиційні уявлення про медіареальність, зокрема її функціональні можливості й межі. У зв'язку з цим перед журналістами та дослідниками медій постає завдання розробити й осмислити інструменти візуального та інтерактивного дизайну імерсивного середовища з метою формування ефективних механізмів занурення масової аудиторії. Актуально також систематизувати й розглянути український досвід створення медіапроектів за допомогою VR.

Стан розроблення питання

Сучасні тенденції розвитку імерсивних технологій подання інформації стимулюють журналістику до створення контенту нового типу — не лише мультимедійного, але й мультимодального. Мультимодальний контент — це форма представлення інформації в медіа, що передбачає інтеграцію кількох знакових систем (текстуальна, візуальна, аудіальна, інтерактивна) в межах одного медіапродукту для комплексного впливу на аудиторію. Такий контент передбачає репрезентацію подій з максимально можливою деталізацією та рівнем реалізму, що забезпечує глибше залучення аудиторії та підсилює ефект присутності. У цьому контексті доповнена реальність набуває особливого значення як інструмент інтерактивного подавання інформації, що сприяє активному включенню користувача в медіасценарій (Балук та ін., 2021). Зарубіжні науковці оцінюють провідні світові кейси (документальні VR-проекти, новинні формати), вивчають основні тренди VR: імерсивний сторітелінг, 360°-відео, інтерактивність, вплив VR на журналістські стандарти й етику (Witmer & Singer, 1998); Д. Шін та Ф. Біокка (Shin & Biocca, 2018), намагаються спрогнозувати, як віртуальна реальність позначиться на майбутньому журналістики (Marconi & Nakagawa, 2017). Зокрема, редактор «Associated Press» та викладач Columbia Journalism School Том Кент спрогнозував, що технологія віртуальної реальності почне активно застосовуватися в медіа (Kent, 2015). Основною причиною цього, на його думку, є здатність VR забезпечувати максимальне занурення аудиторії в подію. Зарубіжні дослідники переконані, що досягнення ефекту імерсії є технологічним продовженням традиційного процесу відтворення журналістами реального світу, але імерсивна журналістика йде далі — вона дає змогу досягти створення новин у спосіб, коли аудиторія може

брати безпосередню участь у подіях або ситуаціях, що висвітлюються в повідомленнях. Донхі Шін та Френк Біокка (Shin, & Biocca, 2018) у роботі «Вивчення імерсивного досвіду в журналістиці» виокремлюють головні фактори VR, які впливають на читача. Б. Г. Вітмер та М. Дж. Сінгер спрогнозували успіх таких матеріалів (Witmer & Singer, 1998). Агентство «Associated Press» підготувало дослідження, у якому за допомогою залучених експертів з нейрофізіології було простежено ступінь занурення споживачів VR-проектів в історії, які ці проекти розповідали (AP, 2017). Засновниця VR в журналістиці Нона де Ла Пена назвала її найсильнішим типом медіа на сьогодні (de la Peña, 2012), стверджуючи, що така технологія приведе читача та глядача «ближче до правди». Попри певні напрацювання в цій темі, явище VR є новим для теорії журналістики, адже «єдиної теорії імерсивної журналістики на сьогодні не існує, як не існує одноставного розуміння природи, сутності та функцій цієї технології», «не існує ані її сталої методології вивчення, ані чіткого понятійного апарату, ані типологічних моделей» (Кирилова, 2019). Тож віртуальна реальність як інструмент інновацій у журналістиці потребує уваги дослідників.

Досвід використання VR у журналістиці простежили й українські дослідники Н. Балук, Н. Басій, Л. Бук та О. Вовчанська (2021), В. Каленич (2024), О. Кирилова (2017; 2019; 2020). Вони розглянули, як VR розширила можливості журналістики: «Мета будь-якого журналістського репортажу — максимально точно й об'єктивно донести до реципієнтів інформацію, спонукаючи їх до співпереживання й емоційної співпричетності. Так званий імерсивний ефект із використанням VR / AR-технологій передбачає повне занурення, заглиблення зацікавленої аудиторії в суть події, що ретранслюється. Такої взаємодії можливо досягнути за допомогою різних типів інтерактивності VR-відео» (Балук та ін., 2021). О. Кирилова (2019) підкреслила важливість для користувачів «впливати на те, як розгортається історія, чим і як вона закінчується, досліджувати середовище на рівні часово-просторової імерсивності, взаємодіяти з віртуальним світом, отримувати власний досвід, виходячи на рівень емоційного занурення через максимальне залучення».

Науковці вважають, що VR розширює традиційну журналістику, відкриває нові виміри медіапростору, дає медійникам нові інструменти для інноваційного освоєння дійсності. Ці зміни ще називають «медіальним поворотом», який змістив акцент журналістської практики від традиційного написання текстів та підбору зображень і звуку до виробництва складної графіки, зокрема тривимірної (3D), що потребує застосування нових методів дизайну візуального сторітелінгу. Дослідники вважають, що VR наближає нас до концепції «технологічної симуляції свідомості», що відкриває нові горизонти для інтерактивної взаємодії з аудиторією. Разом із цим, на їхню думку, виникає низка моральних

і етичних дилем, пов'язаних із потенційною маніпуляцією глибинними рівнями свідомості споживача, тож перед журналістикою постане важливе завдання знайти баланс між створенням ефектного візуального контенту та дотриманням принципів об'єктивного викладення фактів, котрі залишаються фундаментальними для професії.

Завдання статті

На цьому тлі спробуємо систематизувати український досвід використання VR у журналістиці: дати огляд ключових VR-проектів, окреслити їхні тематичні напрями (воєнна тематика, соціальні проблеми, історична пам'ять), схарактеризувати формати реалізації (360°-репортажі, VR-документалістика, інтерактивні реконструкції) та способи подавання інформації. Мета статті полягає в комплексному аналізі віртуальної реальності як інноваційного інструменту журналістської діяльності, зокрема в дослідженні особливостей застосування імерсивних технологій у практиці українських медій, визначенні їхнього впливу на трансформацію медіаконтенту та рівень залучення аудиторії, а також окресленні потенціалу й обмежень використання VR у сучасному медіасередовищі.

Об'єкт дослідження — процеси створення й поширення медіаконтенту з використанням імерсивних технологій у сучасних українських медіа. Предмет дослідження — практики застосування віртуальної реальності в журналістських проєктах, зокрема особливості дизайну імерсивного середовища, мультимодальність контенту та його вплив на рівень залучення аудиторії. Завдання дослідження — окреслити основні тенденції розвитку віртуальної реальності в українській медіапрактиці; вивчити специфіку застосування VR-технологій в українських медіапроєктах, зокрема в мультимодальних форматах контенту; дослідити роль імерсивного контенту в досягненні залученості аудиторії та ефекту присутності; визначити потенціал та обмеження використання віртуальної реальності в журналістській діяльності й перспективи її розвитку в Україні. Дослідження побудоване на комплексному застосуванні теоретичних та емпіричних методів аналізу, що дозволяє всебічно вивчити використання віртуальної реальності в журналістських практиках України. Основні методи дослідження — контент-аналіз українських VR-проектів; кейс-стаді як вивчення успішних практик VR-технологій; систематизація сучасних уявлень про ефект імерсії та мультимодальність у медійній практиці.

Виклад основного матеріалу

Сучасна медіареальність формується на стику традиційних журналістських практик і цифрових інновацій, зокрема імерсивних технологій. Поняття «медіареальність» описує спосіб, у який масова аудиторія сприймає інформацію через взаємодію різних сенсорних каналів, ін-

тегрованих у єдиний когнітивний досвід. У контексті VR і AR цей досвід посилюється ефектом імерсії, тобто відчуттям присутності та занурення користувача у створений медіапростір. Імерсивні технології в журналістиці включають 360°-відео, віртуальні реконструкції подій, інтерактивні мультимодальні платформи, що поєднують зображення, звук, текст і графічні ефекти. Завдяки цьому контент набуває високої деталізації та реалізму, що дає змогу максимально залучити аудиторію і сприяє глибшому розумінню нею подій, які висвітлюються. У науковій літературі підкреслюється, що мультимодальний контент виходить за межі традиційного мультимедіа, оскільки інтегрує різні сенсорні канали, створюючи єдиний ефект присутності (*immersive experience*) (Балук та ін., 2021). Це вимагає від журналістів і медіадослідників переосмислення візуального й інтерактивного дизайну, а також розроблення системи ефектів занурення, що забезпечують високу залученість аудиторії.

Імерсивні технології відкривають нові перспективи для сучасної української журналістики, зокрема у створенні контенту на воєнну та соціально значущу тематику, де емоційна залученість і візуальна деталізація є важливими для ефективної комунікації. Проте, поряд із можливостями, вони ставлять перед медійниками й виклики: технічні обмеження, потребу в нових компетенціях, а також етичні й правові питання використання VR у медіасередовищі. Тож імерсивні технології не лише розширюють горизонти традиційної медіареальності, але й стимулюють розвиток контенту, формують нові стандарти взаємодії з аудиторією, а також потребують системного підходу до дослідження їхнього потенціалу та обмежень у журналістиці. Провідні міжнародні медіа, такі як «The New York Times», BBC, «Al Jazeera», «Associated Press» та ін., активно експериментують із 360°-відео, VR-документалістикою й інтерактивними репортажами, що дає підстави аудиторії відчувати себе присутньою на подіях, які відбуваються в різних частинах світу. Яскравими прикладами проектів VR є матеріали «Голод у Штатах» Нони Де ла Пени, Al Jazeera «Hacked» та «Pirate fishing», VR-матеріали «Guardian», «La Tercera», «Des Moines Register», проект Kroo bay, матеріали компанії «Garnett».

Проаналізуємо, як VR входить в українську журналістику, як розширює кордони інформаційного поля, які виклики несе для медій. В Україні жанр імерсивного проекту, що поєднує елементи гри й інтерактивності, лише починає формуватися. Ігрові формати, які створюють українські журналісти, наразі не завжди відповідають повноцінним критеріям імерсивності в технічному плані. Однією з причин обмеженого поширення таких проектів є значні ресурсні витрати, які наразі непідйомні для більшості українських редакцій. Водночас створення 360° панорамних матеріалів редакціями та продакшен-компаніями вже здійснюється. Першою українською компанією, яка спеціалізується на виробництві тривимірних відеороликів, стала студія «New

Cave Media», яка реалізувала низку проєктів, зокрема про Романа Кисляка — таксиста-переселенця з ДЦП з Макіївки, про буддистів у Карпатах та про табір «Азовець» у Києві. Останній з цих матеріалів було опубліковано в рамках платформи «The New York Times» Daily 360°. Найбільший проєкт студії, «Норвезька Арктика», включив зйомки на території від Полярного кола до «крайньої точки» Європи, а також на острові Шпіцберген, демонструючи масштабність і технічну складність імерсивного контенту. Компанія «Київстар» відзняла значну кількість 360° панорам у мальовничих куточках України. Формат 360° відео або кінематографічної VR дозволяє глядачеві відчувати присутність у центрі події, створюючи ефект занурення. Проєкт «Україна 360» платформи «Ukrainer» надає можливість перегляду різних локацій у VR-окулярах, зокрема музею гончарства в Опішному, Хортиці, Криму та ін., демонструючи потенціал VR-технологій для культурної презентації країни українською журналістикою. Аналогічно VR-тур «Аутентична Україна» поєднав VR-тури та 360° документальні відео для популяризації культурної спадщини, створюючи інтерактивні сенсорні середовища, доступні на різних пристроях. Ці VR-формати є зразками успішних практик досягнення медійниками мультимодальності через застосування імерсивних технологій.

Додамо, що за останні чотири роки в українському медійному просторі сформувався окремий тематичний напрям імерсивної журналістики, зосереджений на висвітленні війни та пов'язаних із нею суспільно значущих подій. Зокрема, серед реалізованих проєктів із вираженим ефектом присутності варто виокремити «Aftermath VR: Euromaidan», у якому за допомогою технологій віртуальної реальності відтворено події Революції гідності 2014 року. До новітніх імерсивних ініціатив належить також проєкт «Рани», створений редакцією Hromadske у співпраці з американським документалістом Йосипом Сивеньким. Концептуальною основою проєкту є персоналізоване документування наслідків бойових дій через призму індивідуального досвіду військово-вслужбовців, поранених на Донбасі. Наративна структура проєкту побудована навколо трьох історій: Романа Кубишкіна, який проходить тривалий процес реабілітації після тяжкої черепно-мозкової травми; Сергія Романовського, що адаптується до життя після ампутації кінцівок; Вадима Ушакова, який відновлює базові фізіологічні та мовленнєві функції. Такий підхід дає змогу не лише зафіксувати наслідки війни на індивідуальному рівні, але й посилити емпатійний вимір сприйняття аудиторією через використання імерсивних технологій.

Одним із прикладів використання VR у журналістських матеріалах є репортаж про львівське бомбосховище, створений Бенджаміном Суомелою за допомогою LiDAR-сканера мобільного телефону, який допоміг відтворити тривимірну модель об'єкта в його реальному ви-

гляді. Ще один значущий проєкт — «Війна впритул», заснований на фотоматеріалах журналіста Миколи Омельченка. Для його реалізації використано кругові 360° панорами, відео з дронів та детальне 3D-моделювання. Мета проєкту — демонстрація світовій спільноті масштабів руйнувань і злочинів проти українського народу під час російської агресії. Як зазначає засновник проєкту Юрій Зозуля (2022), він прагне «показати світовій спільноті масштаби катастрофи та геноциду української нації та зафіксувати дії агресора для їхньої подальшої юридичної відповідальності». Фіксація зруйнованих будинків та об'єктів інфраструктури здійснюється за допомогою квадрокоптерів із камерами для зйомки під кутом 360°, а керування літальними апаратами доповнено використанням VR-окулярів, що забезпечує ефект присутності на місцях руйнувань. Локації охоплюють Київ, знищений літак «Мрія» на аеродромі в Гостомелі, Ірпінь, Бучу, Макарів, Бородянку та інші локації, причому нові панорами додаються регулярно. На офіційному сайті «Війна впритул» користувачі можуть переглянути результати руйнувань із високою деталізацією у форматі 360° відео: кругові панорами дають змогу відчувати себе на місцях руйнувань, а окуляри віртуальної реальності глибоко занурюють в епіцентри трагедій. Проєкт був висвітлений у німецькому виданні «Blick», румунських «Libertatea» та «Stiripesurse.directorylib». Тож відзначимо, що сучасні імерсивні матеріали дають змогу світовій аудиторії наочно оцінити наслідки вторгнення Росії та зафіксувати її злочини проти України.

Тематично схожий проєкт «360° War» — мультиплатформна інтерактивна ініціатива, що документує наслідки повномасштабної російської агресії в Україні через панорамні фото й віртуальні тури зруйнованих міст і сіл. Цей проєкт включає цифрову «Мапу руйнувань» та імерсивні виставкові рішення з VR-зонами для глибошого занурення. Для прикладу: «Зруйнований аграрний коледж у Слов'янську», «Зруйнований Лиманський ліцей №1».

Імерсивні технології у форматах об'ємної VR, 3D-моделювання, фотogramметрії та 360° відео застосовують також редакції «Радіо Свобода», «Тексти». Вони надають аудиторії можливість безпосередньо опинитися в центрі новинної події або отримати інтерактивний, насичений новими даними й відчуттями досвід. Такий підхід сприяє підвищенню емпатії та глибшому розумінню інформації, оскільки споживачі можуть набагато краще відчувати та візуально сприйняти середовища, пов'язані з конкретною історією. Матеріали забезпечують ефект безпосередньої присутності та розширюють межі традиційної журналістики аспектами максимального наближення до локацій, переживання подій із середини, сприяють поглибленню емоційного сприйняття новин особистою інтегрованістю в події. VR-технологія забезпечує ефект зануреності й дає змогу аудиторії взаємодіяти з подіями в інтерактивний спосіб.

Імерсивний підхід сприяє підвищенню емпатії та глибшому розумінню новин, що особливо актуально для висвітлення воєнних дій, соціально важливих історій та життєвих досвідів окремих людей.

Питання етики й моральної відповідальності посідає центральне місце в застосуванні технологій віртуальної реальності в журналістських матеріалах імерсивного типу. Високий рівень реалістичності, досягнутий завдяки ефекту присутності, сприяє натуралізації зображуваних подій і локацій, що, своєю чергою, може зумовлювати потужний емоційний та шоківий вплив на аудиторію. Особливо це стосується висвітлення воєнної тематики, зокрема чутливих сюжетів, пов'язаних із пораненнями, фізичними втратами і травматичним досвідом учасників бойових дій. У цьому контексті актуалізується потреба у формуванні чітких етичних стандартів використання VR-технологій у діяльності журналістів. Пріоритетом має залишатися достовірне інформування про факти, а не цілеспрямоване конструювання або провокування емоційної реакції аудиторії: психологічного шоку, стресу, тривожності. Використання імерсивних технологій може зумовлювати в аудиторії емоційне виснаження та спровокувати посттравматичні психоемоційні реакції, що актуалізує питання відповідальності редакцій медіа за характер і способи подання такого контенту.

Щодо технологічних аспектів створення імерсивних проєктів, то в українській журналістиці вони представлені переважно у форматі 360° панорам, коли користувач може оглядатися навколо, але не може змінювати позицію; матеріал не надає йому глибокої інтерактивності. Очевидно, медійникам важче освоювати такі формати, як 3D-моделювання — створення цифрового простору за допомогою комп'ютерної графіки. У такому реконструйованому середовищі (наприклад, бойових дій) користувач може переміщатися в просторі; тут можливі інтерактивні елементи (об'єкти, сценарії), але реалізація задуму вимагає більшої уваги. Рідше журналісти застосовують інтерактивну графіку як інструмент цифрової журналістики, яка забезпечує не стільки ефект фізичної присутності, скільки когнітивне занурення через активну взаємодію користувача з даними та орієнтована на аналітичне осмислення фактів, візуалізацію причинно-наслідкових зв'язків, часову динаміку і просторові характеристики явищ. У контексті висвітлення війни інтерактивна графіка дає змогу наприклад, моделювати хронологію бойових дій, відображати географію руйнувань або аналізувати втрати, зберігаючи баланс між наочністю, доказовістю й дотриманням професійних стандартів. Поки що не освоєні журналістикою й ігрові простори — найбільш інтерактивна форма імерсивної журналістики, у якій відбувається перехід від репрезентації подій до їхнього симулятивного відтворення. На відміну від 360°-панорам, що забезпечують ефект присутності через документальну фіксацію, та 3D-моделювання, орієнтованого на реконструкцію,

ігрові середовища дозволяють користувачеві пережити змодельовані ситуації через прийняття власних рішень. У контексті висвітлення війни такі підходи могли б застосовуватися для моделювання досвіду цивільного населення, військових подій або розв'язання гуманітарних криз. Водночас саме цей формат найбільше актуалізує питання етичної відповідальності журналістів, оскільки поєднання ігрової логіки з реальними трагічними подіями війни створює ризики спрощення, драматизації або навіть тривіалізації травматичного досвіду.

Загалом підсумуємо, що українські видання в переважній більшості наразі добре освоїли перший, початковий етап VR — формат 360° панорам через обробку відеоматеріалів, відзнятих безпосередньо на місці подій. Багато українських матеріалів і 360° панорам публікуються на YouTube, інтегруються у сайти редакцій або доступні через віртуальні тури, проте їхня класифікація як повноцінної VR-журналістики інколи є предметом наукової дискусії (Кирилова, 2020). Відео у форматі 360° дозволяє глядачу обирати ракурс огляду й отримувати просторовий досвід подій, але без повного інтерактивного управління — що відрізняє їх від повноцінних VR-середовищ.

Більшість редакцій українських медіа поки що не часто застосовують журналістику занурення. Основними причинами цього є обмежені фінансові ресурси, потрібні для реалізації таких проєктів, а також потреба журналістів опанувати нові, нетипові для них технічні навички. У більшості редакцій відсутні системні підходи до створення захопливих імерсивних історій на регулярній основі, а аудиторія поки що проявляє обмежену зацікавленість, сприймаючи такі формати як новий експеримент. Для створення ігор або матеріалів з ефектом занурення потрібна комплексна команда, до складу якої входять програміст, дизайнер, оператор та журналіст. Утримання такої великої команди для проєктів, які поки що є експериментальними, становить значне навантаження для редакцій. Крім того, ефективна розробка VR-проєктів передбачає вміння журналіста обирати історії, які можна адаптувати для перенесення у віртуальне середовище, та взаємодіяти з різними платформами, оскільки перегляд тривимірних відеоматеріалів потребує встановлення спеціалізованих застосунків на смартфонах чи інших пристроях. Технічні складнощі, витрати на навчання персоналу та інвестиції в обладнання хоча й поступово зменшуються, однак залишаються суттєвим бар'єром. Не всі медіа готові вкладати в такі технології, а імерсивні проєкти в Україні частіше сприймаються як іміджеві, аніж як оптимальний засіб донесення інформації.

Водночас засновники «New Cave Media» висловлюють сподівання, що українські редакції з часом будуть рухатися в ногу зі світовими тенденціями у сфері імерсивної журналістики. О. Кирилова (2017) вважає: «На сьогодні імерсивна журналістика має достатньо можливостей для

творення в аудиторії системи емоцій, які, своєю чергою, вибудовують ефект присутності. Оптимальним варіантом функціонування технології можна вважати формат «відео 360°», що є доступним і для виробників продукту, і для споживачів, який уже перестав бути технологічною новинкою для залучення здебільшого молодіжної аудиторії, а перейшов у розряд ще одного сервісу, який розширює функціонал крос-медійної діяльності. Компонування складників VR-ефекту залежно від основи сюжету — занурення чи залученість — суттєво підвищує ефективність повідомлення» (Кирилова, 2017).

Наразі лише два провідні світові медіа — «The New York Times» та «Euronews» — офіційно заявили про намір регулярно створювати імерсивні матеріали в майбутньому. Більшість інших поки що розглядають імерсивний сторітелінг як додатковий, необов'язковий формат і застосовують його епізодично. Водночас редакції активно конкурують за нові аудиторні сегменти. Так, «The New York Times» повідомляє про щомісячне зростання аудиторії міленіалів у цифровому сегменті та планує залучати її через VR-контент, для чого створено спеціальний розділ «Immersive». Орієнтацію на міленіалів також підкреслює британське видання «The Economist», подібну позицію займає «The Wall Street Journal», зазначаючи, що більшість молодих користувачів мобільної версії видання варто залучати до споживання контенту за допомогою сучасних цифрових та імерсивних форматів.

Висновки

Імерсивна журналістика в Україні перебуває на етапі становлення, демонструючи поступову інтеграцію технологій віртуальної реальності в медіапрактику. Український досвід засвідчує, що ці інструменти сьогодні використовуються передусім для висвітлення суспільно значущих тем, зокрема війни, її наслідків і людських історій, що сприяє поглибленню ефекту присутності та формуванню емпатійного сприйняття аудиторією. Українські проекти відображають історичні реконструкції, репортажі про наслідки війни, демонструючи потенціал і межі імерсії в українському медіаландшафті.

Імерсивні формати не лише розширюють виражальні можливості журналістики, але й трансформують сам характер взаємодії аудиторії з контентом — від пасивного споживання до активного досвіду, дослідження й, подекуди, участі. Це відкриває нові перспективи для аналітичного пояснення складних явищ і реконструкції подій, однак водночас підвищує ризики інтерпретаційності та потенційного емоційного впливу. У цьому контексті ключового значення набуває дотримання професійних стандартів і вироблення чітких етичних принципів застосування імерсивних технологій. Для української журналістики важливе забезпечення балансу між інноваційністю подавання та достовірністю, недо-

пущення маніпулятивного впливу на аудиторію, а також чутливе й відповідальне висвітлення травматичного досвіду війни. Отже, імерсивна журналістика в Україні постає як перспективний, але водночас такий, що супроводжується низкою викликів, напрям розвитку медіа, що потребує подальшого теоретичного осмислення, етичного регулювання та інституційного закріплення в межах сучасної медійної практики.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Балук, Н., Басій, Н., Бук, Л., & Вовчанська, О. (2021). VR/AR-технології — новий контент нових медіа. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 49, 196–206.
- «Війна впритул» — проєкт для оцифрування наслідків війни. (2022, 13 квітня). *Вечірній Київ*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/64829/>
- Віртуально-документальна реальність. (2012). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6892/2012-06-22-virtualno-dokumentalna-realist/>
- Журналістика занурення. Як віртуальна реальність стає частиною професійної освіти*. (2021). <https://www.jta.com.ua/trends/vr-journalism-education/>
- Каленич, В. (2024). Імерсивні технології журналістики в українському та світовому медіапросторі. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 54–55, 212–221.
- Кирилова, О. (2017). Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів. *Вісник Дніпропетровського університету. Соціальні комунікації*, 17, 51–57.
- Кирилова, О. (2019). Імерсивна журналістика: чинники ефективного функціонування. *Communications and Communicative Technologies*, 19, 48–55.
- Кирилова, О. (2020). Українські перспективи імерсивної журналістики. *Communications and Communicative Technologies*, 20, 49–55.
- Редактор Associated Press: віртуальна реальність може стати інструментом для журналістів*. (2015, 1 жовтня). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/14315/2015-10-01-redaktor-associated-press-virtualna-realist-mozhe-staty-instrumentom-dlya-zhurnalistiv/>
- Седих, А. (2022). *Розповідати імерсивні історії*. <https://medialab.online/news/211steps/>
- Як віртуальна реальність вплине на журналістику — дослідження Associated Press*. (2017). <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/19989/2017-11-09-yak-virtualna-realist-vplyne-na-zhurnalistyku-doslidzhennya-associated-press/>
- Witmer, B. G., & Singer, M. J. (1998). Measuring Presence in Virtual Environments: A Presence Questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 7, 225–240. DOI: 10.1162/105474698565686
- Exploring 'The suite life' of virtual reality*. (2015). <https://www.ap.org/press-releases/2015/exploring-the-suite-life-of-virtual-reality>
- Shin, D., & Biocca, F. (2018). Exploring immersive experience in journalism. *New Media & Society*, 20(8), 2800–2823. DOI:10.1177/1461444817733133

REFERENCES

- Baluk, N., Basii, N., Buk, L., & Vovchanska, O. (2021). VR/AR-tekhnologii — novyi kontent novykh media [VR/AR technologies — new content of new media]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 49, 196–206 [in Ukrainian].
- Exploring 'The suite life' of virtual reality*. (2015). <https://www.ap.org/press-releases/2015/exploring-the-suite-life-of-virtual-reality> [in English].
- Kalenysh, V. (2024). Imersyivni tekhnologii zhurnalistyky v ukrainskomu ta svitovomu mediaprostori [Immersive Journalism Technologies in the Ukrainian and Global

- Media Space]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya Zhurnalistyka*, 54–55, 212–221 [in Ukrainian].
- Kyrylova, O. (2017). Imersyivna zhurnalistyka: dosvid svitovykh novynykh resursiv [Immersive journalism: experience of world news resources]. *Communications and Communicative Technologies*, 17, 51–57 [in Ukrainian].
- Kyrylova, O. (2019). Imersyivna zhurnalistyka: chynnyky efektyvnoho funktsionuvannya [Immersive journalism: factors of effective functioning]. *Communications and Communicative Technologies*, 19, 48–55 [in Ukrainian].
- Kyrylova, O. (2020). Ukrainski perspektyvy imersyvnoi zhurnalistyky [Ukrainian perspectives of immersive journalism]. *Communications and Communicative Technologies*, 20, 49–55 [in Ukrainian].
- Redaktor Associated Press: virtualna realnist mozhe staty instrumentom dlia zhurnalistiv [Associated Press editor: virtual reality can become a tool for journalists]. (2015, October 1). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/14315/2015-10-01-redaktor-associated-press-virtualna-realnist-mozhe-staty-instrumentom-dlya-zhurnalistiv/> [in Ukrainian].
- Shin, D., & Biocca, F. (2018). Exploring immersive experience in journalism. *New Media & Society*, 20(8), 2800–2823. DOI:10.1177/1461444817733133 [in English].
- Siedykh, A. (2022). *Rozpovidaty imersyvni istorii* [Telling immersive stories]. <https://medialab.online/news/211steps/> [in Ukrainian].
- "Viina vpryut" — proiekt dlia otsyfruvannya naslidkiv viiny ["War Up Close" — a project to digitize the consequences of war]. (2022, April 13). *Vechirniy Kyiv*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/64829/> [in Ukrainian].
- Virtualno-dokumentalna realnist* [Virtual Documentary Reality]. (2012). <https://ms.detector.media/onlain-media/post/6892/2012-06-22-virtualno-dokumentalna-realnist/> [in Ukrainian].
- Witmer, B. G., & Singer, M. J. (1998). Measuring Presence in Virtual Environments: A Presence Questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 7, 225–240. DOI: 10.1162/105474698565686 [in English].
- Yak virtualna realnist vplyne na zhurnalistyku — doslidzhennia Associated Press* [How virtual reality will impact journalism — Associated Press study]. (2017). <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/19989/2017-11-09-yak-virtualna-realnist-vplyne-na-zhurnalistyku-doslidzhennya-associated-press/> [in Ukrainian].
- Zhurnalistyka zanurennia. Yak virtualna realnist staie chastynoiu profesiinoi osvity* [Immersive Journalism. How Virtual Reality Becomes Part of Professional Education]. (2021). <https://www.jta.com.ua/trends/vr-journalism-education/> [in Ukrainian].

Надійшла: 03.03.2026; Прийнято: 07.04.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359188
УДК 070:[005.21:82=92]:316.4:338.264.8(477-07)

Стратегії репортажу про відновлення деокупованих територій України

Автори статті досліджують репортажі всеукраїнських та крайових і місцевих медіа про відновлення деокупованих територій України в аспекті дотримання принципів журналістики рішень і наголошують на їхніх зображальних стратегіях, серед яких: демонстрування прикладів ініціативи знизу та синергії дій місцевої влади і громадян; показ алгоритму дій із розв'язання певної проблеми з акцентом, що її розв'язують такі ж непрофесіонали; відтак демонстрований алгоритм стає вказівником дій для інших, надихає й мотивує. Жанр репортажу в статті представлено як один із найбільш ефективних для реалізації журналістики рішень, а репортажі в крайових і місцевих та всеукраїнських ЗМІ можуть різнитися в доборі засобів емоційного впливу, що зумовлюється двома ключовими чинниками: всеукраїнські медіа здебільшого потребують додаткових засобів залучення аудиторії, оскільки висвітлюють проблеми, які не завжди стосуються безпосередньо аудиторії; крайові й місцеві медіа повинні дотримуватися етичних принципів та не ретравматизувати аудиторію, яка сама пережила руйнування, у такому разі вони фокусують чи не всю свою увагу на стратегіях відновлення.

Ключові слова: репортаж, журналістика рішень, всеукраїнські медіа, крайові та місцеві медіа, текстові стратегії, візуальні стратегії.

Зоряна ГОДУНОК

канд. філол. н., доц.

Національний університет
«Острозька академія»

вул. Академічна, 1, 35800,
Острог, Україна

zorianahodunok@oa.edu.ua

ORCID 0000-0001-8300-432X

Олексій КОСТЮЧЕНКО

канд. психол. н., доц.

Національний університет
«Острозька академія»

вул. Академічна, 1, 35800,
Острог, Україна

oleksii.kostiuchenko@oa.edu.ua

ORCID: 0000-0001-7640-8406

© Годунок З.,

Костюченко О., 2026

REPORTAGE STRATEGIES ON THE RECONSTRUCTION OF UKRAINIAN DEOCCUPIED TERRITORIES

Zoriana HODUNOK

PhD in Philology, Associate Professor
National University of Ostroh Academy
1, Akademichna Str., 35800, Ostroh, Ukraine
zoriana.hodunok@oa.edu.ua
ORCID 0000-0001-8300-432X

Oleksii KOSTIUCHENKO

PhD in Psychology, Associate Professor,
National University of Ostroh Academy
1, Akademichna Str., 35800, Ostroh, Ukraine
oleksii.kostiuchenko@oa.edu.ua
ORCID: 0000-0001-7640-8406

The authors of this article study reportages from national, land-based and local media on the reconstruction of deoccupied territories of Ukraine through the lens of solutions journalism principles, emphasising the following representational strategies: demonstrating examples of grassroots initiative and synergy between local authorities and citizens; showing an algorithm of actions to solve a certain problem with an emphasis that it is solved by similar non-professionals; therefore, the demonstrated algorithm becomes a guide for others, in such a way inspiring and motivating them. In this article, the genre of reportage is presented as one of the most effective for implementing solutions journalism, while reportages in land-based, local and national media may differ in the choice of means of emotional influence, which can be caused by two key factors, such as: national media mostly need additional means of engaging an audience, as they show problems that may not directly concern this audience; land-based and local media have to adhere to ethical principles and not re-traumatise an audience that has just experienced destruction, in this case they focus almost all their attention on reconstruction strategies.

Keywords: *reportage, solutions journalism, national media, land-based and local media, text strategies, visual strategies.*

Актуальність проблеми

В умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну українська журналістика не лише виконує функцію інформування, а й стає важливим інструментом консолідації суспільства стосовно подолання наслідків війни. На тлі безпрецедентних руйнувань, особливо на деокупованих територіях, традиційна проблемно-орієнтована журналістика, що фокусується винятково на втратах і викликах, може поглиблювати відчуття безпорадності. Як стверджує директор Європейського регіонального бюро ВООЗ д-р В. Клюге, «майже 10 млн людей в Україні мають ризик психічних розладів, від легких до важких. З наближенням третьої річниці війни такі виклики лише зростають» (*В Україні*, 2024). Медіаматеріали (наприклад, про руйнування) можуть стати додатковим чинником стресу, ретравматизувати аудиторію. У такому разі журналістика рішень є альтернативним, конструктивним підходом: вона зосереджується не лише на проблемі (наприклад, руйнуванні інфраструктури), а, насамперед, дає відповідь на питання, як її розв'язати (що і як потрібно робити для її відновлення). Більше того, працюючи із соціальною проблематикою, вона пропонує такі способи розв'язання проблем, що доступні різним суспільним групам, зокрема тим, які не володіють владними повноваженнями, капіталом тощо (наприклад, активістам). Такі акценти можуть не лише сприяти активній участі у відбудові пересічних громадян через створення зразкових поведінкових моделей та алгоритмів їхніх дій, а й протидіяти почуттю безсилля та формувати відчуття причетності й спільності.

Медіаматеріали журналістики рішень у період після повномасштабного вторгнення Росії в Україну активно публікують не лише вже знані медіа журналістики рішень на зразок Рубрики, а й багато інших (і всеукраїнських, і крайових чи й місцевих, громадсько-політичних насамперед) — це спричинено, очевидно, їхньою затребуваністю, зокрема й щодо висвітлення проблематики, пов'язаної з відбудовою деокупованих українських територій. Питома частина таких матеріалів реалізована в жанрі репортажу (текстового та відео- передусім), що зумовлено його жанровою специфікою.

Постановка проблеми

Репортажі українських ЗМІ, які висвітлюють проблематику відбудови деокупованих територій і які є зразками журналістики рішень, сьогодні залишаються поза увагою українських дослідників. Це створює певну прогалину в розумінні того, як журналістика може не лише інформувати про проблему, а й сприяти її розв'язанню, зокрема й у такій складній сфері, як відбудова. Недостатньо вивченими є й специфічні текстові та візуальні стратегії, які дають змогу цим матеріалам надихати аудиторію та формувати бажані поведінкові моделі, а також спільні й відмінні ознаки репортажів журналістики рішень залежно від типу медіа.

Стан вивчення проблеми

Жанр репортажу традиційно перебуває у фокусі наукових студій, що зумовлено його багатофункційністю й динамікою розвитку. Теоретичні засади жанрової специфіки репортажу обґрунтовано в працях Ж.-Д. Буше (2003), М. Галлера (2011), В. Здоровеги та ін. Окремий внесок у дослідження національної традиції зробила й дослідниця О. Бикова (2020), яка простежила історичні етапи становлення репортажу в Україні. Проблематика художньої природи цього жанру стала предметом аналізу Л. Белея, О. Карпінської, А. Ютченко, З. Годунок та ін., що дало змогу окреслити його виражальні можливості в сучасному медіапросторі.

У наукових студіях останніх років зростає увага і до журналістики рішень як відносно нової практики в межах глобального медіадискурсу. Дослідження означеної проблематики здійснювали Я. Бакаєвич (2024), О. Панькевич, Т. Лобанок, Т. Басс (Bass, 2019), Д. Венн та ін., однак в українському контексті вона й досі перебуває на етапі первинного наукового осмислення.

Невирішені питання

Наявні спорадичні публікації здебільшого орієнтовані на текстоцентричний аналіз, що актуалізує потребу комплексного підходу до вивчення журналістики рішень із залученням соціальних, комунікативних та культурологічних аспектів. Так, ми можемо вести мову про формування нової структури репортажної оповіді; про спільні й відмінні ознаки репортажів крайових і всеукраїнських ЗМІ та причини, які їх зумовлюють; про зображальні стратегії репортажів, які виконують не лише функцію інформування, але й певною мірою формують поведінкові моделі, корисні й бажані в ситуації, у якій сьогодні перебуває Україна.

Завдання статті

Метою нашого дослідження є визначити й проаналізувати основні зображальні стратегії, використовувані журналістами в репортажах про відновлення деокупованих територій України в межах журналістики рішень.

У процесі дослідження було проведено моніторинг інформаційного простору, що дав змогу дібрати корпус репортажів журналістики рішень означеної тематики: матеріалом дослідження є текстові, відео- й мультимедійні репортажі, опубліковані в період листопада 2022 року — серпня 2025 року у всеукраїнських та крайових громадсько-політичних медіа (наприклад, в Українській правді.Життя, Суспільному, Рубриці, Накипіло та ін.). Усього було проаналізовано 28 матеріалів.

Методологічною основою дослідження стало поєднання елементів функціонального та семіотико-структурального підходів, що сприяло комплексному осмисленню специфіки репортажів у межах журналісти-

ки рішень. Функціональний підхід забезпечив можливість розгляду репортажу як соціально значущої комунікативної практики, що виконує інформативну, просвітницьку й мобілізаційну функції. Семіотико-структуральний підхід дав змогу інтерпретувати журналістський текст як систему знаків і символів, у межах якої формується образ відновлення декупованих територій та конструюється відповідний наратив.

Подальший контент-аналіз цих матеріалів сприяв систематизації ключових тем та визначенню домінантних смислових акцентів. Додатково було застосовано транзакційний аналіз, спрямований на вивчення комунікативних стратегій взаємодії журналіста з аудиторією, що дало змогу простежити діалогічність й ефективність риторики журналістики рішень у контексті суспільного відновлення.

Виклад основного матеріалу

Відповідно до О. Бикової (2020),

репортаж — це оперативний жанр, у якому динамічно, документально точно, мальовничо й емоційно відтворюється конкретна дійсність, правдиві факти через безпосереднє сприйняття автора — очевидця чи учасника події. Репортаж дає можливість читачеві відчути себе на місці події, нібито власними очима побачити предмет зображення. (с. 299)

На думку французького дослідника І. Аньеса (2013), «репортаж розповідає», тобто є оповіддю (незалежно від формату), яка «має показати живу реальність або змусити пережити її». І далі: «... журналістика — це життя, а отже, і люди, які живуть у цій дійсності — учасники, спостерігачі, свідки. Те, що вони знають, думають, бачать — ще важливіше, ніж сама подія або ситуація, в якій вони опинилися» (Аньес, 2013). З огляду на вищезазначене, ключовими структурними елементами репортажу є 1) історія (від *storytelling*), її може оповідати і репортер, який спостерігає дію чи подію, і інша людина, яка її спостерігає або виконує; 2) позиція та голос щодо дії чи події тих людей, які до неї долучені / її виконують; 3) сама дія чи подія, порядок її розгортання: як вона реалізується, хто її реалізує, у якій послідовності, де її початок та результат тощо. Варто, на нашу думку, додати ще один структурний елемент, який демонструє значущість дії чи події для широкої аудиторії. Таким елементом є контекст, який уводить дію чи подію в ширше коло зв'язків. Він стає особливо важливим, коли ведемо мову, наприклад, про війну Росії проти України, яка суттєво впливає на всі сфери життя українців.

Журналістика рішень (від англ.: *solutions journalism*) — «це підхід до створення журналістських матеріалів, який базується на висвітленні наявних та об'єктивно досяжних способів подолання проблемної ситуації, а не на проблемі в ролі інформаційного приво́ду» (Фенько & Чере-

пова, 2021). Отже, метою журналістики рішень є не лише інформування, а й надання аудиторії знань про те, як можна розв'язувати соціальні проблеми: «... розповідь має зосереджуватися на рішенні чітко описувати, як розв'язували певну проблему» (Нановська, 2023) (виділення наше — Авт.). Саме питання «як» демонструє питому співприродність жанру репортажу журналістиці рішень: воно є ключовим для реалізації репортажної оповіді про певну подію / тему — і водночас дозволяє не просто констатувати успіх (або — ні, якщо дія не спрацювала належно), а й передати весь процес досягнення результату, його складності та людський вимір.

Відповідно до Solutions Journalism Network, журналістика рішень характеризується такими ознаками:

- вона фокусується на відповіді на соціальну проблему — і на тому, як ця відповідь спрацювала або чому не спрацювала;
- вказує на те, що можна дізнатися з відповіді, і пояснює, чому це важливо для аудиторії;
- подає дані чи якісні результати, які свідчать про ефективність (чи її відсутність);
- висловлює відповіді в контексті, не боїться виявляти недоліки (Solutions Journalism Network, n.d.).

Репортаж від Суспільного.Херсон «Працівники сільради із Закарпаття поїхали відбудовувати Херсонщину» (Суспільне Херсон, 2025) від 14 серпня 2025 року (на час написання статті отримав 12,146 переглядів та 302 вподобайки) починається з коментаря активіста голови Великолучівської територіальної громади Василя Коштура. Він описує результат, який отримують робітники, — будинок для сім'ї місцевих жителів. Варто звернути увагу, що цей результат потенційний: паралельно демонструють кадри виконання будівельних робіт, тобто всі ті дії, які в найближчому майбутньому приведуть до готового будинку.

Цей репортаж містить коментар із мотивацією дій будівельної бригади («вирішили допомогти чим можемо»); професійну історію ключового мовця: він *не* є професійним будівельником, отож, такі дії, як виконують він і його колеги, може виконати будь-хто; історія, своєю чергою, містить емоційну деталь (образ олівця за вухом, який, з одного боку, акцентує звичність виконуваних робіт, а з іншого реалізує відсилання на щасливе дитинство й дідуся), що є додатковим чинником емоційного залучення аудиторії.

Водночас через коментар будівельника актуалізується й контекст. Слід звернути увагу на його специфіку: він не стільки про воєнні дії на території Херсонщини чи війну проти України загалом, скільки про єдність українців: «Була така приказка: схід і захід разом. А ми ... перекроїли ...: захід і південь разом» (Суспільне Херсон, 2025). Так створюється потрібне емоційне підґрунтя для залучення ширшої аудиторії,

що підтверджує, наприклад, і Я. Бакаєвич (2024) і формується наратив єдності й спільнотності.

За територіальним критерієм для порівняння візьмемо матеріал Української правди.Життя «20 новонароджених щотижня і 20–30 прильотів щодня. Як зараз живе деокупований Херсон та околиці» від 7 листопада 2023 року. Автор Павло Коробчук (2023) зазначає: «Розбиті й спалені хатки при дорозі контрастують з новеньким тротуаром, який саме кладуть будівельники біля такої ж новенької зупинки. Відрізок траси М-14 із Миколаєва до Херсона майже відновили, дорожнє покриття аж блищить під промінням» (виділення наше. — Авт.), — і навіть додає фото нового тротуару. Варто наголосити на кількох суттєвих відмінностях. По-перше, у тексті йдеться про дію як ініціативу місцевої влади, яка зрештою стає єдиним суб'єктом. По-друге, насправді тут не представлений процес: від закупівлі матеріалів владою (можливо, за нижчими цінами, за грантові кошти чи в будь-який інший спосіб) — і до власне готового тротуару, який кладуть будівельники. Тобто, попри добір мовних засобів, які акцентують на процесуальності, сам процес не реалізований. Так само не представлені є й будівельники, які виконували будівельні роботи: ні текст, ні фото їх не візуалізують; вони є не більше, ніж функція. Натомість репортаж від Суспільного.Херсон усе ж наголошував на певних моментах, які створювали портрет виконавців дії: не лише візуалізував їх кадрами, але й надавав слово: воно акцентувало історію й містило емоційну деталь.

Контекст, який подає матеріал Української правди.Життя теж відрізняється: він є виразно проблемно орієнтованим. Так, репортер наголошує:

Ми — у центрі Херсона, в Корабельному районі, за 200 метрів від берега Дніпра. Після підриву Каховської ГЕС будівлі в цій прибережній зоні були затоплені до другого поверху. У Херсоні було затоплено близько тисячі будинків. Більшість з них не підлягають відновленню. Ні держава, ні донори наразі не готові відновлювати прибережну зону, оскільки тут тривають активні бойові дії. (Коробчук, 2023)

Попри те, що він намагається продемонструвати загалом позитивні настрої херсонців, попри акценти відносної нормалізації життя, певні виклики, з якими зіткнулися місцеві жителі, на сьогодні виявляються нездоланими.

Репортажі ІРС-Південь «Як живе деокупований Херсон» (2022) від 16 листопада 2022 року та Накипіло «Книги проти обстрілів: Як Харків рятує українську культуру під час війни» (Авалішвілі, 2025) від 1 вересня 2025 року мають звітно-тематичний характер і демонструють синергію місцевої влади й громадських ініціатив з відновлення певних просто-

рів. Важливо наголосити, що зображальна стратегія, яка виключає протистояння між двома суб'єктами (наприклад, владою та громадянами), є не просто конструктивною, а й позитивно впливає на імідж влади та загальні суспільні настрої.

Текстовий тематичний репортаж Української правди. Життя «Агенти змін. Як діти, що пережили окупацію Київщини, відроджують шкільне мистецтво і друкують деталі для дронів» оповідає як про успішні практики, так і про ті, які не спрацювали, принаймні з першого разу. «Розробивши детальний план відродження давньої шкільної традиції і розрахувавши кошторис, у травні команда МАК поїхала на пітчінг (pitch, що фактично означає «виставляти на продаж», у конкретному випадку — ідею) проекту до Києва», — зазначає репортерка Діана Кречетова (2023). А далі подає коментар безпосередньо суб'єктів дії — одинадцятикласників, які «розпочали ремонтні роботи в актовій залі ліцею: знесли так звану «коробку» зі сцени, пофарбували стіни, батарею, сцену Придбали: проектор, куліси, римські штори, арлекін, звукову апаратуру, мікрофони, додаткове освітлення на сцену, арку...» (Кречетова, 2023), — тобто вказує на дії, які може виконати кожен охочий за належної мотивації, наголошує на шляхові, який здолали одинадцятикласники для досягнення відповідного результату.

Контекст, який подає репортерка, значно більш травматичний, аніж у попередньо аналізованих репортажах. Так, Діана Кречетова (2023) вказує: «Опорному ліцею у Катюжанці неабияк дісталось під час окупації Київщини навесні 2022 року. Школа слугувала штабом для понад 500 російських солдатів, які понівечили всі навчальні приміщення та розграбували техніку. Територія школи була розкопана і заповнена бронетехнікою», — і при цьому використовує низку дієслів і дієслівних форм, які мають відверто негативну конотацію, як-от: *дісталось, понівечили, розграбували*. Частина з них акцентують агресивні наступальні дії ворога. На нашу думку, добір саме таких засобів спричинений потребою зацікавити — зачепити більше коло читачів, які не були безпосередніми учасниками певних травматичних подій. У той самий час крайові й місцеві медіа, для яких ключовим чинником виявляється саме правило географічного наближення, можуть уникати подібних травматичних акцентів: аудиторія, яка їх читає, сама була свідком та учасником подій (наприклад, руйнувань), бачила й проживала їх наслідки, тож наразі немає потреби додатково акцентувати їх у текстах чи відео, принаймні з використанням аналізованих вище засобів.

На основі аналізованих репортажів, можемо визначити низку зображальних стратегій, які використовують журналісти, що працюють на деокупованих територіях, для транслявання наративу відновлення:

1. «Від проблеми до її розв'язання». Репортаж повинен включати певну соціальну проблему та детальний розбір конкретного рішення,

яке застосували для її розв'язання. Наприклад: репортаж починається з опису зруйнованої школи, а потім транслює, як діти спільними зусиллями спрацювали на відновлення її окремих структур.

2. «Голос громади». Журналісти транслюють ініціативу «знизу», фокусуючись на діях активістів (і місцевих, і прибулих). Завдання журналіста полягає в тому, щоб показати, як конкретні люди чи волонтерські групи ідентифікують проблеми (наприклад, відсутність житла) і пропонують способи їх розв'язання (наприклад, будівництво будинка). Їхній наратив часто сповнений емоційної сили та наочно демонструє людську стійкість, тож здатен надихати до подібних дій інших.

3. Фокус не лише на результаті, а й на шляху до розв'язання певної проблеми, для чого жанр репортажу видається найбільш придатним: журналіст зосереджується на самому процесі відновлення (при цьому варто наголосити, що аналізовані нами репортажі демонструють відновлення конкретних локусів (будинку чи школи), а не міста чи іншого населеного пункту загалом), що є доволі конструктивним підходом, оскільки задіює практики, доступні у виконанні чи не кожному громадянину.

4. Репортаж може реалізувати практики емоційного впливу, спонукання аудиторії до дії або принаймні до обговорення певної проблеми. Це може стимулювати аудиторію долучатися до подібних проєктів чи й ініціювати їх (наприклад, у своєму населеному пункті), надавати допомогу.

5. Місцева влада не єдиний суб'єкт. Значна частина репортажів журналістики рішень демонструє дії, виконувані громадянами, які можуть не мати належного фінансування для своєї ініціативи, владних повноважень тощо. При цьому вони знаходять способи реалізувати бажаний і потрібний проєкт. Водночас конструктивними є й репортажі, які демонструють синергію таких ініціатив з місцевими органами влади. Це може підвищувати довіру до владних структур і сприяти кооперації в подальшому.

Висновки

1. Журналістика рішень — це важливий інструмент сучасної журналістики, який у контексті відновлення деокупованих територій України набуває особливої значущості, оскільки дозволяє перейти від фіксації травми, що робить традиційна проблемно орієнтована журналістика, до побудови майбутнього. Важливу роль у реалізації такого підходу відіграє жанр репортажу, чия структура виявляється співприродною журналістичці рішень: 1) він подає контекст, який сприяє ідентифікуванню проблеми; 2) вводить агентів змін, тих, хто ідентифікував проблему, й демонструє готовність виконувати певні дії, щоб її розв'язати; 3) подає історію самих дійових осіб, але здебільшого таку, яка акцентує на їхньому непрофесіоналізмі у відповідній сфері; 4) надає слово дійовим особам, які розповідають про свою мотивацію до дій; 5) транслює результат.

2. Репортажі про відновлення в межах журналістики рішень реалізують низку зображальних стратегій, які їх сутнісно вирізняють з-поміж інших. Серед них виділяємо такі: 1) транслявання ініціативи знизу (часто агентами змін стають пересічні громадяни; показ їхніх дій як певного алгоритму досягнення цілі виконує кілька функцій: подає спосіб розв'язання проблеми, який можна екстраполювати, створює моделі поведінки, які легко засвоювати, надихає й стимулює до певних дій); 2) ініціативи, які демонструють у репортажах, по-перше, досяжні, по-друге, стосуються проєктів здебільшого менш масштабних, достатньо легко повторюваних і відтворюваних; часто виконуваних тими, хто не є професіоналами в галузі; 3) репортаж реалізує практики емоційного впливу, тому що для нього важливим є мотивувати долучитися до подібних ініціатив як конструктивних, потрібних, бажаних; 4) синергія місцевої влади та громадян є важливим чинником журналістики рішень.

3. Крайові та місцеві медіа, на відміну від загальнодержавних, менше схильні до емоційного транслявання воєнного контексту (руйнувань об'єктів). Так, вони можуть уникати використання мовних засобів, які створюють травматичну картину, або суттєво зменшувати їхню кількість у тексті / відео, натомість фокусуючись на зображенні позитивних практик відновлення. Це може бути зумовлене тим, що аудиторія сама прожила травматичний досвід руйнувань, тож повинна бути захищена від ретравмуючих чинників. Отже, журналістика рішень у такий спосіб діє етично й екологічно.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Авалішвілі, Н. (2025, 1 вересня). *Книги проти обстрілів: Як Харків рятує українську культуру під час війни*. Накипіло. <https://nakypilo.ua/teksty/knyhy-proty-obstriliv-yak-kharkiv-riatuie-ukrainsku-kulturu-pid-chas-viiny>
- Аньєс, І. (2013). *Підручник із журналістики* (А. Андрусак, пер.). Києво-Могилянська академія.
- Бакаєвич, Я. (2024). Журналістика рішень: особливості створення матеріалів та їх просування. *Інтегровані комунікації*, 1(17), 145–151. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1719>
- Бикова, О. (2020). Історичні особливості функціонування репортажу в українській пресі. В *Două decenii de la înființarea specializării Limba și literatura ucraineană la Facultatea de Litere* (с. 299–312). RCR Editorial.
- Буше, Ж.-Д. (2003). *Репортаж у друкованій пресі*. Софія-прес.
- В Україні близько 10 мільйонів людей мають ризик психічних розладів — ВООЗ. (2024, 12 вересня). Укрінформ. <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3904969-v-ukraini-blizko-10-miljoniv-ludej-maut-rizik-psihicnih-rozladiv-vooz.html>
- Галлер, М. (2011). *Репортаж* (В. Климченко & В. Олійник, пер.). Академія Української Преси; Центр Вільної Преси.
- Коробчук, П. (2023, 7 листопада). 20 новонароджених щотижня і 20-30 прильотів щодня. Як зараз живе деокупований Херсон та околиці. *Українська правда*. <https://life.prawda.com.ua/society/2023/11/6/257461>

- Кречетова, Д. (2023, 14 вересня). Агенти змін. Як діти, що пережили окупацію Київщини, відроджують шкільне мистецтво і друкують деталі для дронів. *Українська правда*. <https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/14/256526>
- Нановська, В. (2023, 5 липня). *Не тільки про проблеми. Як журналістам шукати рішення й розповідати про них – гайд Solution Journalism Network*. Медіамейкер. <https://mediamaker.me/ne-tilky-pro-problemy-yak-zhurnalistam-shukaty-rishennya-j-rozpozivady-pro-nyh-gajd-solutions-journalism-network-3635>
- Суспільне Херсон. (2025, 14 серпня). *Працівники сільради із Закарпаття поїхали відбудувати Херсонщину* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fkNMD1CPkK0>
- Фенько, Н. М., & Черепова, Н. В. (2021). Особливості моделі журналістики рішень: регіональний вимір. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 32(6), 3, 182–186. https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/32.pdf
- Як живе деокупований Херсон*. (2022, 16 листопада). ІРС-Південь. <https://ipc.org.ua/uk/2022/11/1yak-zhyve-deokupovanyj-herson>
- Bass, T. (2019, December 3). *The Evolution of Solutions Journalism*. Medium. <https://medium.com/solutionsjournalism/the-evolution-of-solutions-journalism-f7a917eba5df>
- Solutions Journalism Network. (n.d.). *Home*. Retrieved September 6, 2025, from <https://www.solutionsjournalism.org>

REFERENCES

- Anies, I. (2013). *Pidruchnyk iz zhurnalistyky* [Journalism textbook] (A. Andrusiak, Trans.). Kyiv-Mohyla Academy [in Ukrainian].
- Avalishvili, N. (2025, September 1). *Knyhy proty obstriliv: Yak Kharkiv riatsuie ukrainsku kulturu pid chas viiny* [Books against shelling: How Kharkiv saves Ukrainian culture during the war]. Nakypilo. <https://nakypilo.ua/teksty/knyhy-proty-obstriliv-yak-kharkiv-riatsuie-ukrainsku-kulturu-pid-chas-viiny> [in Ukrainian].
- Bakaievych, Ya. (2024). Zhurnalistyka rishen: osoblyvosti stvorennia materialiv ta yikh prosvannia [Solutions journalism: Features of material creation and promotion]. *Integrated communications*, 1(17), 145–151. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1719> [in Ukrainian].
- Bass, T. (2019, December 3). *The Evolution of Solutions Journalism*. Medium. <https://medium.com/solutionsjournalism/the-evolution-of-solutions-journalism-f7a917eba5df> [in English].
- Bushe, Zh.-D. (2003). *Reportazh u drukovani presy* [Report in the printed press]. Sofia-pres [in Ukrainian].
- Bykova, O. (2020). Istorychni osoblyvosti funktsionuvannia reportazhu v ukrainskii presy [Historical features of the functioning of reporting in the Ukrainian press]. In *Două decenii de la înființarea specializării Limba și literatura ucraineană la Facultatea de Litere* [Two decades since the establishment of the Ukrainian language and literature specialization at the faculty of letters] (pp. 299–312). RCR Editorial [in Ukrainian].
- Fenko, N. M., & Cherepova, N. V. (2021). Osoblyvosti modeli zhurnalistyky rishen: rehionalnyi vymir [Features of the solution journalism model: Regional dimension]. *Scientific notes of V. I. Vernadskyi Taurida National University, Series: Philology. Journalism*, 32(6), 3, 182–186. https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/6_2021/part_3/32.pdf [in Ukrainian].
- Haller, M. (2011). *Reportazh* [Reporting] (V. Klymchenko & V. Oliinyk, Trans.). Akademiia Ukrainskoi Presy; Tsentr Vilnoi Presy [in Ukrainian].
- Korobchuk, P. (2023, November 7). 20 novonarodzhenykh shchotyzhnia i 20-30 prylyotiv shchodnia. Yak zaraz zhyve deokupovanyi Kherson ta okoltysi [20 newborns every week and 20-30 arrivals every day. How deoccupied Kherson and its environs live now]. *Ukrainska Pravda*. <https://life.pravda.com.ua/society/2023/11/6/257461> [in Ukrainian].

- Krechetova, D. (2023, September 14). Ahenty zmin. Yak dity, shcho perezhyly okupatsiiu Kyivshchyny, vidrozhuiut shkilne mystetstvo i drukuiut detali dlia droniv [Agents of change. How children who survived the occupation of the Kyiv region are reviving school art and printing parts for drones]. *Ukrainska Pravda*. <https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/14/256526> [in Ukrainian].
- Nanovska, V. (2023, July 5). *Ne tilky pro problemy. Yak zhurnalistam shukaty rishennia y rozpovidaty pro nykh — haid Solution Journalism Network* [Not only about problems. How journalists can look for solutions and talk about them — a guide from the Solution Journalism Network]. Mediamaker. <https://mediamaker.me/ne-tilky-pro-problemy-yak-zhurnalistam-shukaty-rishennya-j-rozpovidaty-pro-nyh-gajd-solutions-journalism-network-3635> [in Ukrainian].
- Solutions Journalism Network. (n.d.). *Home*. Retrieved September 6, 2025, from <https://www.solutionsjournalism.org> [in English].
- Suspilne Kherson. (2025, August 14). *Pratsivnyky silrady iz Zakarpattia poikhaly vidbudovuvaty Khersonshchynu* [Village council workers from Zakarpattia went to rebuild Kherson region] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fkNMD1CPkK0> [in Ukrainian].
- V Ukraini blyzko 10 milioniv liudei maiut ryzyk psykhychnykh rozladiv — VOOZ [In Ukraine, about 10 million people are at risk of mental disorders — WHO]. (2024, September 12). Ukrinform. <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3904969-v-ukraini-blizko-10-miljoniv-ludej-maut-rizik-psihicnih-rozladiv-vooz.html> [in Ukrainian].
- Yak zhyve deokupovanyi Kherson* [How deoccupied Kherson lives]. (2022, November 16). IPC-Pivden. <https://ipc.org.ua/uk/2022/11/1yak-zhyve-deokupovanyj-herson> [in Ukrainian].

Надійшла: 08.01.2026; Прийнято: 19.02.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359190
УДК 070(477):316.77]:355.01(477-651.2:470-651.1)

Зміни в роботі новинних медіа України під час війни: теоретичний аспект

Андрій ЯНЦЬКИЙ

асист., асп.

Національний університет
«Києво-Могилянська
академія»

вул. Григорія Сковороди, 2,
04070, Київ, Україна

a.ianitskyi@ukma.edu.ua

ORCID 0009-0002-3770-4282

© Яніцький А., 2026

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну у 2022 році вплинуло на всі сфери життя, зокрема й на медіа. До глобальних технологічних, економічних та політичних викликів додалися нові безпекові та адміністративні. Українські медіа вже були послаблені через російське вторгнення 2014 року та пандемію COVID-2019. У цих умовах вони звернули увагу на журналістику залучення, зокрема на членську модель фінансування. Після вторгнення 2022 року ситуація погіршилася. Протягом перших 1000 днів закрилися 329 українських видань. Попри це, українські медіа наростили довіру аудиторії після вторгнення, про що свідчить дослідження медіаспоживання в Україні. Однією із причин стійкості українських медіа під час війни може бути розвиток спільнот навколо медіа, журналістика залучення (engaged journalism), у чому й полягає актуальність статті. Метою роботи є систематизація теоретичної бази та підходів до феномена журналістики залучення, щоб визначити місце українських медіа в цьому контексті та сформувані надійну теоретичну основу для подальших емпіричних досліджень. Стаття має теоретико-оглядовий характер з ілюстративними емпіричними прикладами. Для реалізації її мети визначено такі завдання: уточнити термінологічні межі поняття «журналістика залучення»; узагальнити ключові теоретичні підходи до залучення аудиторії та формування медійних спільнот; виділити параметри, придатні для опису спільнот у воєнному контексті; запропонувати концептуальну модель аналізу спільнот і намітити подальшу емпіричну програму дослідження. У роботі використані теоретичні методи, зокрема аналіз, синтез, формалізація, узагальнення, порівняння. Результатом дослідження є 7-компонентна концептуальна модель спільноти медіа як найбільш активної частини аудиторії, що дасть змогу порівнювати спільноти медіа не тільки за кількісними, але й за якісними ознаками. У розділі висновки та обговорення звернена увага на важливість журналістики залучення як інструменту демократичної стійкості. Взаємодія між громадянами та владою здійснюється через медійні спільноти. Водночас український приклад розглядається в контексті війни, тому поширення висновків на мирні контексти потребує окремої перевірки.

Ключові слова: журналістика залучення, журналістика участі, медіаспоживання, довіра до медіа, інформаційна стійкість, трансформація медіаландшафту.

CHANGES IN UKRAINIAN NEWS MEDIA ACTIVITIES DURING THE WAR: THEORETICAL ASPECT

Andrii IANITSKYI

Assistant Lecturer, PhD Student,
National University of “Kyiv-Mohyla Academy”,
2, Hryhorii Skovoroda Str., Kyiv, 04070, Ukraine
a.ianitskyi@ukma.edu.ua
ORCID 0009-0002-3770-4282

Russia's full-scale invasion of Ukraine in 2022 has affected all spheres of life, including the media. New security-related and administrative constraints have been added to the global technological, economic and political challenges. Ukrainian media had already been weakened by the 2014 Russian aggression and the COVID-19 pandemic. Under such conditions, many outlets turned to engaged journalism, notably membership-based revenue models. Following the 2022 invasion, the situation further deteriorated. During the first 1.000 days, 329 Ukrainian outlets were closed. In spite of this, media consumption research indicates that the audience's trust in Ukrainian media increased after the invasion. One possible driver of resilience is the development of communities around media organisations, such as engaged journalism. The aim of this article is to systematise theoretical foundations and approaches to engaged journalism, situating Ukrainian media within this aspect and providing a robust theoretical base for subsequent empirical studies. This article is a theory-driven review supplemented by illustrative empirical examples. To achieve the aim of this study, the following objectives are set: to clarify terminological boundaries of the “engaged journalism” concept; to synthesise key theoretical approaches to the audience's engagement and the media communities' formation; to identify parameters suitable for describing communities in the wartime context; to offer a conceptual model for analysing communities; to outline further empirical research agenda. Methodologically, this study employs analysis, synthesis, formalisation, generalisation and comparison. The main output is a seven-component conceptual model of a media community as the most active audience's segment. Such a framework enables comparison of media communities not only by quantitative but also by qualitative characteristics. In the conclusions and discussion section, the engaged journalism is emphasised as an instrument of democratic resilience. Citizens–state interaction is mediated via media communities. At the same time, the Ukrainian example is studied in the context of war, so the transferability of the research findings to peacetime contexts requires separate validation.

Keywords: engaged journalism, participatory journalism, media consumption, trust in media, information resilience, media landscape transformation.

Актуальність проблеми

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року стало каталізатором змін у всіх сферах суспільного життя, зокрема у відносинах між новинними медіа та їхньою аудиторією. Українські медіа стикнулися одразу з цілою низкою викликів (глобальні та унікальні), що стали прямим наслідком ескалації війни Росії проти України у 2022 році.

До виключно українських викликів часів війни можна віднести різке погіршення безпекової ситуації. Протягом перших 1000 днів після повномасштабного вторгнення закрилися 329 українських видань (Institute of Mass Information, 2024). Суто українським викликом також було примусове об'єднання провідних соціально-політичних телеканалів у телеканал «Єдині Новини», що транслюється одразу на кількох частотах (див. рішення Ради національної безпеки та оборони України (2022) «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану» від 18 березня 2022 року). Ще одним викликом була велика кількість переміщених редакцій та журналістів з окупованих росіянами територій.

До глобальних викликів відносяться технологічні, економічні й політичні, що репрезентують взаємопов'язані проблеми, які в Україні відчувалися особливо гостро на фоні війни.

Під впливом технологічних викликів професійна ідентичність журналістів переосмислюється, кордони між професійною та непрофесійною діяльністю розмиваються (Deuze & Witschge, 2018).

У цифровому середовищі журналісти стикаються з новими етичними викликами (Singer, 2006). Новинні організації конкурують за увагу й довіру аудиторії із соцмережами, що призводить до стирання меж між професійними та непрофесійними виробниками контенту. Війна додає нові етичні виклики. Українським журналістам складно зберігати відстороненість і нейтральність під час війни за незалежність держави. Об'єктиви фото- й відеокамер регулярно фіксують жахи війни, що ставить питання про межу між інформуванням та естетизацією смерті.

Політичні виклики також є глобальними. Злет політиків-популістів у багатьох демократіях супроводжується зміною традиційних каналів поширення інформації. Гегемонія медіа як «wartovих» інформації під загрозою (Singer et al., 2011). У новій екосистемі журналіст традиційних медіа вже не лише автор чи редактор, а й куратор, ретранслятор та аналітик, який працює в багатоджерельному середовищі (Hermida, 2010).

Після обрання Дональда Трампа президентом США у 2016 році журналістика зіткнулася із кризою релевантності (Carlson et al., 2021). Політики дедалі частіше спираються на побудову власних платформ у соцмережах і «пряме спілкування» з виборцями, намагаються делегітимізувати традиційну журналістику та замінити її альтернативними й контрольованими каналами поширення інформації. Ця тенденція

проявляється і в Україні після обрання Володимира Зеленського президентом у 2019 році, оскільки для регулярної комунікації із громадянами він обирає саме соціальні мережі, а не класичні медіа (Dyczok & Chung, 2022).

Кумулятивний ефект цих процесів призвів і до *фінансових викликів*. Ескалація війни, посилення цифрової конкуренції та глобальні і внутрішньополітичні зсуви негативно вплинули на економічну стійкість українських новинних медіа. Скорочення рекламного ринку, зменшення або повне згортання донорського фінансування (зокрема USAID) та відсутність системної державної підтримки медіа в Україні поставили багато редакцій на межу виживання. Додалася кадрова криза через мобілізацію, внутрішню міграцію та еміграцію, а також відтік журналістів із професії.

Постановка проблеми

Усі перелічені вище виклики змушують українські редакції шукати нові формати роботи, які дадуть змогу конкурувати із глобальними цифровими платформами, залишатися незалежними від політиків, привертати увагу аудиторії, зберігати й підвищувати рівень довіри до своєї роботи та наповнювати редакційний бюджет (Вдовиченко, 2024).

Частково це вдається. Дослідження медіаспоживання в Україні (Internews Ukraine, 2025) засвідчують, що, попри всі виклики, українські медіа наростили довіру аудиторії після повномасштабного вторгнення Росії. Варто зазначити, що нині тільки з'ясовуються причини, які сприяли зростанню довіри. Однією з них може бути поширення журналістики залучення, зокрема запуск читацьких спільнот із членськими моделями фінансування (*membership models*). Але наразі це лише припущення. Щоб стверджувати впевнено про існування такого зв'язку, потрібно провести окреме дослідження.

У 2021 році платні спільноти читачів були експериментами окремих редакцій. У 2025 році розвиток спільнот перетворився на тренд. Міжнародна організація Institute for War and Peace Reporting провела в Україні серію навчальних подій для понад 30 регіональних медіа, які вже мають або створюють спільноти. Автор цієї роботи безпосередньо залучений до організації навчання та може з короткої дистанції спостерігати цей бум спільнот в українських медіа. Нормою стали благодійні збори, проведення заходів із читачами, створення читацьких клубів, залучення аудиторії в запис подкастів, проведення розслідувань або навіть у доведення раду (LIGA.net, Українська правда, The Ukrainian).

Найуспішніші видання — назвемо їх *community-first media* — формують понад половину свого бюджету завдяки добровільній підтримці читачів (такі дані під час згаданого навчання для регіональних видань

у жовтні 2025 року озвучили представники The Ukrainians Media та The Kyiv Independent).

Попри активний розвиток журналістики залучення, в Україні академічних досліджень у цій сфері бракує, тож ця стаття покликана заповнити означену прогалину та запропонувати концептуальну рамку для подальших досліджень.

Під *журналістикою залучення* ми розуміємо таку форму систематичної взаємодії медіа зі своєю аудиторією, коли найактивніша її частина бере участь у роботі редакції (Wenzel & Nelson, 2020).

Одним із проявів журналістики залучення (*engaged journalism*) може бути журналістика участі (*participatory journalism*), коли аудиторія безпосередньо долучається до створення контенту: пише колонки, дає коментарі, допомагає у розслідуваннях (Singer et al., 2011). Громадянська журналістика також є одним із таких проявів. Але поняття «журналістика залучення» ширше, оскільки включає різні рівні взаємодії аудиторії та редакції. У цій статті ми досліджуємо саме журналістику залучення, а не її окремий прояв у плані журналістики участі.

Найменш інтенсивним проявом журналістики залучення можна вважати рефлексивну взаємодію, коли аудиторія коментує матеріали, пише листи в редакцію, бере участь у вікторинах або відправляє пожертви на заклик редакції. Найбільш інтенсивним — коли аудиторія водночас є співкерівником медіа, а відтак — може приймати стратегічні та кадрові рішення.

У статті фокус зосереджений на такій формі журналістики залучення, як *читацькі спільноти навколо медіа*. Спільноти можуть мати різний ступінь формалізації, передбачати різний внесок учасників, різну форму винагороди та різну глибину взаємодії.

При цьому слід наголосити, що платна модель доступу до контенту не є журналістикою залучення. Водночас медіа із платною моделлю доступу можуть практикувати журналістику залучення з метою підвищення довіри до медіа, зміцнення зв'язку з аудиторією та з інших причин.

Стан вивчення проблеми

У плані розуміння ролі медіа в демократичному суспільстві ми ґрунтуємося на теорії публічної сфери Юргена Габермаса (Habermas, 1989), який визначав публічну сферу як простір раціонально-критичної дискусії між громадянами. Цей простір є джерелом легітимності влади та обов'язковою умовою функціонування демократії. Медіа були посередником між державою та суспільством і формували порядок денний для публічних дебатів (Habermas, 1989; Lasswell, 1948; McCombs & Shaw, 1972).

Технологічні зміни зруйнували цю модель. На зміну ієрархічним, лінійним, вертикальним моделям комунікації прийшли децентралізовані горизонтальні мережі (Castells, 2010), що призвело до розмиття меж між медіа й аудиторією і створило передумови для поширення партисипативних практик, коли кожна людина є водночас і споживачем, і виробником контенту.

Ця система мережевого поширення інформації має свої переваги, але й має ризики. Алгоритми соціальних мереж призводять до утворення інформаційних бульбашок та фрагментації інформаційного простору (Sunstein, 2018). У відповідь на цю та інші загрози професійні виробники контенту розвинули журналістику залучення.

Феномен активного залучення аудиторії до співтворчості описала група американських науковців на чолі з Генрі Дженкінсом (Jenkins et al., 2009). Фан-спільноти, блоги, краудсорсингові проекти є проявами цієї культури взаємодії медіа з аудиторією. У такий спосіб глобальні технологічні зміни створили і ризики інформаційної фрагментації, і потенціал для розвитку журналістики залучення та створення читачьких спільнот навколо медіа як нових майданчиків для демократичного діалогу. Під час війни такі спільноти в Україні можуть бути ще й необхідністю для виживання медіа, оскільки сприяють залученню прямого читачького фінансування.

Будь-яка — не тільки медійна — спільнота є проявом демократичної практики. Кооператив, професійна спілка, творчий союз чи об'єднання співвласників багатоквартирного будинку — усе це базові елементи демократичного суспільства. Такі спільноти необхідні для напрацювання навичок колективного прийняття рішень (Pateman, 1970).

Спільноти можуть мати різний вплив на прийняття рішень у країні від імітації участі до реальної влади (Arnstein, 1969). Ніко Карпентье розрізняє різні рівні медійної партисипації від простої можливості надати зворотній зв'язок до участі в прийнятті рішень (Carpentier, 2011). Ці теоретичні рамки дають підстави класифікувати спільноти українських медіа за рівнем залучення аудиторії.

Класична теорія використання і задоволення (Katz et al., 1973) також дає змогу характеризувати спільноти за потребами, які вона задовольняє. З огляду на цілі цієї статті ми визначаємо лише два види потреб: практично-когнітивні (інформація, знання, інша практична вигода) та ціннісно-емоційні (афективні, екзистенційні, психологічні, естетичні, інтегративні).

Цей аспект дослідження пов'язаний з теорією соціального капіталу як життєво важливого ресурсу для функціонування здорового суспільства (Putnam, 2000). В умовах війни, коли довіра до державних інституцій може коливатися, а традиційні соціальні зв'язки руйнуються через міграцію, медіаспільноти стають осередками соціального

капіталу. Підтримка медіа стає не просто актом споживання, а громадянським вчинком.

Спільноти можуть утворюватися спонтанно в умовах кризи. Концепція афективних спільнот Зізі Папачаріссі (Papacharissi, 2015) зазначає, що в цифрову епоху люди мобілізуються не стільки через раціональні аргументи, скільки через спільний емоційний резонанс або «афект». Твіти, мему, хештеги, емоційні історії — усе це форми афективного вираження, що здатні об'єднувати людей у тимчасові, але потужні спільноти. Такі спільноти здатні на реальну політичну дію, але не існують довго.

Щоб перетворити афективну спільноту на стійке об'єднання, потрібна регулярна взаємодія. Дослідник Етьєн Венгер (Wenger, 1998) вивчав спільноти практики — групи людей, які поділяють спільний інтерес або професію та регулярно взаємодіють, аби вчитися один в одного. За аналогією спільноти навколо медіа мають регулярно взаємодіяти, мати власні ритуали і традиції для формування стійкості. Учасники спільнот не просто разом споживають контент, а навчаються один в одного, знайомляться, разом проводять час, виробляють спільні норми і в такий спосіб напручують довіру та формують колективну ідентичність.

Журналістика залучення також впливає і на зміну ролі журналіста. Класична теорія гейткіпінгу передбачає, що журналісти визначають, які новини побачить аудиторія (White, 1950). Наявність спільноти читачів передбачає, що журналіст не тільки фільтрує інформацію, але й допомагає аудиторії орієнтуватися в інформаційному потоці, надає контекст та модерує дискусію. З цієї перспективи цінність журналістики полягає не стільки в інформуванні, скільки в модерації розмови для спільного формування нових сенсів (Peters & Broersma, 2013; Broersma, 2019). Водночас в рамках спільноти зберігається можливість формування порядку денного (McCombs & Shaw, 1972) та фреймінгу (Entman, 1993), оскільки редакція може встановлювати правила спільноти й визначати межі впливу її учасників на роботу медіа.

Якщо розглядати інформацію як спільний ресурс спільноти, то в новому світлі постають ідеї лауреатки Нобелівської премії з економіки Елінор Остром (Ostrom, 1990) про управління спільними ресурсами. Колективне управління медіа може бути таким же стійким, як і колективне управління матеріальними ресурсами. Наприклад, The Kyiv Independent має міжнародну спільноту в розмірі понад 22 тисячі учасників станом на жовтень 2025 року. Читацькі перекази формують понад 70 відсотків бюджету редакції (Scire, 2025). Спільноту видання можна тлумачити як афективну, що емоційно переймається долею України. Завдяки чіткій формалізації менеджерам видання вдалося створити глобальну спільноту практики зі своїми правилами, традиціями й повторюваними ритуалами.

Спільнота The Ukrainians Media об'єднує понад 3500 людей станом на жовтень 2025 року. Її можна розглядати як спробу побудови глибокого соціального капіталу з національною активною аудиторією.

Волонтерська модель видання Ukraïner є унікальним прикладом поєднання співтворення контенту з розбудовою спільноти відповідальних громадян.

Невирішені питання

Подібний опис спільнот, хоча й базується на теоретичних роботах та дає загальне уявлення про особливості роботи того чи того медіа, але не дає підстави порівнювати їх між собою. Невирішеним залишається питання комплексного методологічного підходу для опису, аналізу та порівняння створених медійними організаціями спільнот.

Завдання статті

Завданням статті є розроблення оригінальної концептуальної та заснованої на теоретичних роботах моделі аналізу спільнот медіа для подальших коректних емпіричних досліджень цього явища.

Виклад основного матеріалу

Систематизація наведених теоретичних підходів дає підстави запропонувати концептуальну модель для аналізу та порівняння спільнот навколо медіа. Ця модель є основним результатом проведеної теоретичної роботи та слугує інструментом для майбутніх емпіричних досліджень.

Виходячи із проаналізованих теорій та концепцій, можна виокремити сім ключових параметрів для опису спільнот, які можна застосувати, зокрема, й для опису спільнот медіа.

Ця модель дає змогу характеризувати будь-яку медійну спільноту не лише за кількісними показниками (кількість учасників, середня тривалість «життя» члена спільноти, розмір середнього внеску тощо), а і за якісними характеристиками.

Таблиця 1

7-компонентна модель аналізу медійних спільнот

Параметр	Опис	Теоретичне підґрунтя
1. Ціннісна пропозиція	Навіщо ця спільнота існує? Спільна ідея, що об'єднує учасників.	Поняття «домену» з концепції спільнот практики Етьєна Венгера.
2. Рівень формалізації	Наявність чітких правил, процедур, розподіл ролей, наприклад, наявність менеджера.	Дизайн стійких інституцій за Елінор Остром.

3. Внесок учасників	Які ресурси члени спільноти інвестують. Це можуть бути гроші, час, контент або експертиза.	Практичний вимір партисипативної культури за Генрі Дженкінсом.
4. Рівень взаємодії	Наскільки учасники залучені в роботу медіа. Це може бути рефлексивна взаємодія (коментування), консультації (вплив на теми), співтворення (участь у створенні контенту) та співуправління (участь у прийнятті ключових рішень).	«Драбина громадянської участі» Шеррі Арнстайн та моделі партисипації Ніко Карпентье.
5. Спільні практики	Повторювані ритуали, події, процедури, символи та традиції, що формують унікальну культуру спільноти.	Концепції спільнот практики Етьєна Венгера.
6. Ціннісно-емоційні фактори залучення	Афективні причини залучення, почуття приналежності, солідарності й ін.	Концепція «афективних публік» Зізі Папачаріссі, теорія використання та задоволення Елвіна Каца, Джея Блумлера та Майкла Гуревича.
7. Практично-когнітивні переваги	Раціональні вигоди від членства в спільноті. Нові знання, знайомства, ексклюзивна інформація, знижки та ін.	Теорія використання та задоволення Елвіна Каца, Джея Блумлера та Майкла Гуревича.

Джерело: авторська розробка

Використання цієї матриці дасть змогу дослідникам проводити порівняльний аналіз різних медійних спільнот, виявляти сильні та слабкі сторони їхньої організації, а також оцінювати потенціал спільнот для фінансової стійкості медіа та зміцнення демократичних практик.

Висновки

У цій теоретико-оглядовій статті систематизовано ключові підходи до вивчення журналістики залучення та запропоновано концептуальну модель для аналізу медійних спільнот.

Проведений аналіз свідчить, що поширення практик журналістики залучення в Україні під час війни є не просто ситуативною відповіддю на економічні та безпекові виклики, а логічним наслідком глобальних змін у медіаландшафті.

Український досвід демонструє, що в умовах кризи довіри до традиційних інституцій та фрагментації інформаційного простору медійні спільноти можуть бути майданчиками для продовження суспільної дискусії та зміцнення громадянської солідарності. Запропонована

7-компонентна модель аналізу медійних спільнот є інструментом якісного опису цього феномена, що відкриває шлях для подальших емпіричних досліджень у цій сфері.

Важливо наголосити на обмеженнях цього дослідження через специфіку українського контексту. Зростання уваги до журналістики залучення відбувається в умовах війни України за свою незалежність проти зовнішнього агресора, що супроводжується сплеском громадянської солідарності, патріотизму та волонтерської активності. Емоційна мобілізація суспільства може бути важливою передумовою для формування медійних спільнот. Тому висновки щодо успішності й стійкості цих моделей не можна автоматично поширювати на інші країни в мирних умовах. Подальші дослідження мають перевірити, наскільки ці практики будуть ефективними в післявоєнний період.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Вдовиченко, А. М. (2024). Моделі трансформації бізнесу друкованих медіа в епоху діджиталізації. *Бізнес-навігатор*, 3(76), 163–167. https://business-navigator.ks.ua/journals/2024/76_2024/29.pdf
- Рада національної безпеки і оборони України. (2022, 18 березня). *Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану* (Рішення п0004525-22). Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0004525-22#Text>
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Broersma, M. (2019). Audience engagement. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0060>
- Carlson, M., Robinson, S., & Lewis, S. C. (2021). *News after Trump: Journalism's crisis of relevance in a changed media culture*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197550342.001.0001>
- Carpentier, N. (2011). *Media and Participation: A site of ideological-democratic struggle*. Intellect. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/32743>
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Dyczok, M., & Chung, J. (2022). Zelenskyy deploys his communication skills as a weapon of war. *Canadian Slavonic Papers*, 64(2–3), 146–161. <https://doi.org/10.1080/00085006.2022.2106699>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. The MIT Press.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Institute of Mass Information. (2024, November 18). *329 Ukrainian media outlets closed down since the start of Russia's full-scale invasion — IMI study*. <https://imi.org.ua/en/monitorings/329-ukrainian-media-outlets-closed-down-since-the-start-of-russia-s-full-scale-invasion-imi-study-i64971>

- Internews Ukraine. (2025). *Ukrainian media. News consumption and trust in 2025*. https://internews.ua/themes/internews/assets/img/media-research/UPD_ENG_Ukrainian_Media_News_Consumption_and_Trust_in_2025.pdf
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Brothers.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807763>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>
- Pateman, C. (1970). *Participation and democratic theory*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511720444>
- Peters, C., & Broersma, M. J. (Eds.). (2013). *Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203102688>
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. In *CSCW '00: Proceedings of the 2000 ACM conference on Computer supported cooperative work* (p. 357). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Scire, S. (2025, July 28). *How the Kyiv Independent reached 20,000 paying members – with no paywall*. Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2025/07/how-kyiv-independent-reached-20000-paying-members-with-no-paywall/>
- Singer, J. B. (2006). The socially responsible existentialist: A normative emphasis for journalists in a new media environment. *Journalism Studies*, 7(1), 2–18. <https://doi.org/10.1080/14616700500450277>
- Singer, J. B., Heinonen, A., Domingo, D., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., & Vujnovic, M. (2011). *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444340747>
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd>
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511803932>
- Wenzel, A., & Nelson, J. L. (2020). Introduction "Engaged" journalism: Studying the news industry's changing relationship with the public. *Journalism Practice*, 14(5), 515–517. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759126>
- White, D. M. (1950). The 'Gate Keeper': A case study in the selection of news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 27(4), 383–390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>

REFERENCES

- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225> [in English].
- Broersma, M. (2019). Audience engagement. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iej0060> [in English].

- Carlson, M., Robinson, S., & Lewis, S. C. (2021). *News after Trump: Journalism's crisis of relevance in a changed media culture*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197550342.001.0001> [in English].
- Carpentier, N. (2011). *Media and Participation: A site of ideological-democratic struggle*. Intellect. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/32743> [in English].
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444319514> [in English].
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550> [in English].
- Dyczok, M., & Chung, J. (2022). Zelenskyy deploys his communication skills as a weapon of war. *Canadian Slavonic Papers*, 64(2–3), 146–161. <https://doi.org/10.1080/00085006.2022.2106699> [in English].
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x> [in English].
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. The MIT Press [in English].
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703> [in English].
- Institute of Mass Information. (2024, November 18). *329 Ukrainian media outlets closed down since the start of Russia's full-scale invasion — IMI study*. <https://imi.org.ua/en/monitorings/329-ukrainian-media-outlets-closed-down-since-the-start-of-russia-s-full-scale-invasion-imi-study-i64971> [in English].
- Internews Ukraine. (2025). *Ukrainian media. News consumption and trust in 2025*. https://internews.ua/themes/internews/assets/img/media-research/UPD_ENG_Ukrainian_Media_News_Consumption_and_Trust_in_2025.pdf [in English].
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001> [in English].
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109> [in English].
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Brothers [in English].
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990> [in English].
- National Security and Defense Council of Ukraine. (2022, March 18). *Shchodo realizatsii yedynoi informatsinnoi polityky v umovakh voiennoho stanu* [On the implementation of a unified information policy under martial law] (Decision n0004525-22). Verkhovna Rada of Ukraine. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0004525-22#Text> [in Ukrainian].
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807763> [in English].
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001> [in English].
- Pateman, C. (1970). *Participation and democratic theory*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511720444> [in English].
- Peters, C., & Broersma, M. J. (Eds.). (2013). *Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203102688> [in English].
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. In *CSCW '00: Proceedings of the 2000 ACM conference on Computer supported cooperative work* (p. 357). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/358916.361990> [in English].

- Scire, S. (2025, July 28). *How the Kyiv Independent reached 20,000 paying members – with no paywall*. Nieman Lab. <https://www.niemanlab.org/2025/07/how-kyiv-independent-reached-20000-paying-members-with-no-paywall/> [in English].
- Singer, J. B. (2006). The socially responsible existentialist: A normative emphasis for journalists in a new media environment. *Journalism Studies*, 7(1), 2–18. <https://doi.org/10.1080/14616700500450277> [in English].
- Singer, J. B., Heinonen, A., Domingo, D., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., & Vujnovic, M. (2011). *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444340747> [in English].
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd> [in English].
- Vdovychenko, A. M. (2024). Modeli transformatsii biznesu drukovanykh media v epokhu didzhytalizatsii [Transformation of business models of printed media in times of digitalization]. *Biznes-navihator*, 3(76), 163–167. https://business-navigator.ks.ua/journals/2024/76_2024/29.pdf [in Ukrainian].
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511803932> [in English].
- Wenzel, A., & Nelson, J. L. (2020). Introduction "Engaged" journalism: Studying the news industry's changing relationship with the public. *Journalism Practice*, 14(5), 515–517. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759126> [in English].
- White, D. M. (1950). The 'Gate Keeper': A case study in the selection of news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 27(4), 383–390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403> [in English].

Надійшла: 26.01.2026; Прийнято: 16.03.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359192

УДК 070.14:81'42:341.226.2]:355.01(4)

Уникання ескалаційного тону в новинах про повітряні інциденти в Європі

Стаття присвячена виявленню ескалаційного тону і стратегій медійного представлення, які застосовуються англомовними медіа євроатлантичного простору для репрезентації дронівих інцидентів на території країн Європейського Союзу та НАТО протягом вересня–жовтня 2025 року. У фокусі дослідження перебувають мовні та риторичні механізми, за допомогою яких медіа конструюють уявлення про рівень безпекової загрози, агентність залучених акторів і питання відповідальності за інциденти в умовах гібридної війни та зростаючої геополітичної напруженості між Росією та євроатлантичними державами. Методологічною основою дослідження є критичний аналіз новинних текстів у поєднанні з елементами якісного контент-аналізу. Емпіричну базу формують 150 публікацій із 72 англомовних газет євроатлантичного простору, опублікованих з 1 вересня по 10 жовтня 2025 року. Аналіз зосереджено на виявленні стратегій атрибуції та деатрибуції відповідальності, пом'якшення повідомлень, евфемізації, використання пасивних конструкцій, а також модальних маркерів невизначеності, що впливають на формування ескалаційного або деескалаційного тону медійних повідомлень. Результати дослідження засвідчують домінування стратегій пом'якшення: у 59 відсотках проаналізованих матеріалів походження дронів залишається невизначеним, відповідальність за інциденти розмивається, а потенційні актори згадуються опосередковано або без прямої номінації. Навіть у випадках прямої атрибуції (41 відсоток текстів) риторика медіа характеризується стриманістю, обережністю та мінімізацією ескалаційних формулювань. Такий вибір комунікаційних стратегій відображає політичне прагнення уникнути прямої конфронтації та не легітимізувати російський наратив про «війну НАТО проти Росії». Дослідження виявляє структурну подвійність медійного наративу: з одного боку, медіа визнають серйозність і потенційну небезпеку дронівих інцидентів для національної та регіональної безпеки, з іншого — систематично уникають мовних конструкцій, які могли б бути інтерпретовані як заклик до прямого військового протистояння. Стаття демонструє, як мовні практики англомовних медіа не лише віддзеркалюють офіційні геополітичні стратегії обережності, але й активно беруть участь у формуванні публічних рамок сприйняття гібридних загроз та меж допустимої ескалації в сучасному міжнародному медійному середовищі.

Ключові слова: медіа, журналістика, Україна, висвітлення конфліктів, війна, Росія, безпека, ЄС, журналістська правда, сторітелінг.

Олександра ЯРОШЕНКО

асп.,

Могилянська Школа

Журналістики

Національний університет

«Києво-Могилянська

академія»

вул. Григорія Сковороди 2,

04655, Київ, Україна

yaroshenkooi@ukma.edu.ua

ORCID 0000-0002-4716-5705

© Ярошенко О., 2026

AVOIDING ESCALATORY TONE IN NEWS COVERAGE OF AERIAL INCIDENTS IN EUROPE

Oleksandra IAROSHENKO

PhD Student,
Mohyla School of Journalism
National University “Kyiv-Mohyla Academy”
2, Hryhorii Skovoroda Str., 04655, Kyiv, Ukraine
yaroshenkooi@ukma.edu.ua
ORCID 0000-0002-4716-5705

The article studies the escalatory tone and media representation strategies employed by English-language outlets in the Euro-Atlantic space to report on drone-related incidents occurring within the territory of the European Union and NATO during September–October 2025. This study focuses on the linguistic and rhetorical mechanisms via which media narratives shape perceptions of security threats, attribute agency to involved actors, negotiate responsibility for incidents in the context of hybrid warfare and rising geopolitical tensions between Russia and Euro-Atlantic states. The research is grounded on critical text analysis combined with elements of qualitative content analysis. The empirical corpus consists of 150 publications from 72 English-language newspapers in the Euro-Atlantic space published between September, 1 and October, 10 in 2025. The analysis systematically identifies strategies of attribution and de-attribution of responsibility, message mitigation, euphemisation, use of passive constructions and modal markers of uncertainty that influence the formation of escalatory or de-escalatory tones in media reporting. The findings indicate a predominance of mitigation strategies: in 59 percent of the analysed texts, the origin of the drones remains unspecified, responsibility for incidents is blurred and potential actors are referenced indirectly or without direct nomination. Even in cases of direct attribution (41 percent of texts), media rhetoric remains restrained and cautious, as well as avoids escalation-prone formulations. Such communication choices reflect a political effort to prevent direct confrontation and refrain from legitimising the Russian narrative of the “NATO war against Russia”. This study reveals a structural duality in media narratives: on one hand, outlets acknowledge the seriousness and potential threat posed by drone incidents to national and regional security; on the other hand, they consistently avoid linguistic constructions that could be interpreted as calls for direct military engagement. The article demonstrates how English-language media practices not only mirror official geopolitical strategies of caution, but also actively contribute to shaping public frameworks for understanding hybrid threats and defining limits of permissible escalation within modern international media environments.

Keywords: media, journalism, Ukraine, conflict coverage, war, Russia, security, EU, journalistic truth, storytelling.

Актуальність теми

Упродовж усіх років російського вторгнення в Україну реакція європейських країн і країн-членів НАТО залишається помітно стриманою. Попри безпрецедентний масштаб агресії, держави Альянсу послідовно уникають прямих дій, які могли б бути інтерпретовані як втручання у війну. Водночас російська влада наполегливо просуває протилежну інтерпретацію: у своїх офіційних заявах Путін і російські державні медіа систематично стверджують, що Росія воює не лише з Україною, а з усім блоком НАТО (*Путін пригрозив відповіддю*, 2025). Будь-яка форма військової чи технічної допомоги Україні в такому контексті подається як «пряма участь» Заходу в конфлікті. Саме на цьому тлі обережна риторика західних медіа набуває особливого значення: у публікаціях англomовних видань країн-членів НАТО спостерігається тенденція до пом'якшення описів дронних атак і мінімізації їхньої загрозовості. Через стратегії номінації, аргументації та пом'якшення ці тексти формують уявлення про ситуацію як контрольовану, без ознак ескалації, що віддзеркалює політичне прагнення Заходу не допустити конструювання образу прямого конфлікту між Росією та НАТО. Нещодавні вторгнення російських безпілотників у європейські країни (Польща, Естонія, Німеччина та ін.) значно посилили занепокоєння щодо безпеки, спонукаючи їх не лише посилити протиповітряну оборону та розглянути колективні заходи, а й переглянути майбутню європейську військову доктрину в цілому (Kirichenko, 2025; Matlack et al., 2025; Testoni, 2025).

Стан вивчення проблеми

Критичний дискурс-аналіз (КДА) як методологія дослідження медіатекстів розвивається в працях Теуна ван Дейка (van Dijk, 2002), який обґрунтовує, що новинні повідомлення активно конструюють соціальну реальність через вибір риторичних стратегій. Норман Ферклаф (Fairclough, 2010) розширює цей підхід, демонструючи, як медіа відтворюють владні відносини через текстуальні практики. У контексті військових конфліктів особливу увагу приділено тому, як мова легітимізує або делегітимізує дії воюючих сторін (Reisigl & Wodak, 2001). Дослідження воєнної риторики свідчать, що медіа систематично використовують евфемізми для пом'якшення опису насильства. Джордж Лакофф (Lakoff, 1992) у дослідженні про Війну в Перській затоці виявив, що військові операції описуються технічною мовою («хірургічні удари»), що знеособлює жертви та мінімізує сприйняття жорстокості. Аналогічні стратегії виявлено у висвітленні конфліктів на Близькому Сході (Hodges, 2011) та в Афганістані (Jackson, 2005).

Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну в 2022 році з'явився значний корпус досліджень медійних репрезентацій цієї війни. Йоганна Шостек (Szostek, 2018) проаналізувала, як

російські та західні медіа конструювали діаметрально протилежні наративи про події 2014 року, створюючи паралельні інформаційні реальності. Після 2022 року дослідники фокусуються на глобальному вимірі інформаційної війни. Вера Толз і Стівен Хатчінгс (Tolz & Hutchings, 2023) виявили, що російські канали активно використовували стратегію «захисту» та «возз'єднання», тоді як західні медіа наголошували на порушенні міжнародного права. Микола Махортых (Makhortykh, 2023) з'ясував, як алгоритми пошукових систем впливають на доступність різних наративів про війну. Особливу увагу дослідники приділяють використанню безпілотників у сучасних конфліктах. Сара Крепс і Жаклін Шнайдер (Kreps & Schneider, 2019) висвітлювали етичні й стратегічні аспекти застосування дронів, підкреслюючи їхню роль у зміні характеру війни. Олександр Ланоска (Lanoszka, 2023) аналізував реакцію НАТО на гібридні виклики, відзначаючи обережність Альянсу у формулюванні відповідей з метою уникнення ескалації. Значно менше означена тема висвітлена в публікаціях українських авторів. Серед найважливіших слід відзначити праці О. Мельникової-Курганової та ін. (2023), О. Гудошник та І. Бучарської (2024), Н. Зражевської (2025).

Невирішені питання

Попри значний корпус досліджень медіарепрезентації російсько-українського конфлікту, залишаються важливі прогалини. Більшість досліджень фокусується на початковому періоді повномасштабного вторгнення (2022 р.), тоді як трансформації у 2024–2025 роках залишаються недослідженими. Зокрема, відсутні роботи про те, як медіа адаптували риторику в умовах пролонгованої війни. Спостерігається брак порівняльних досліджень англomовних медіа у висвітленні конкретних типів загроз. Більшість робіт подає загальну воєнну риторику медіа, але не специфічні події, що безпосередньо стосуються безпеки країн Альянсу. Недостатньо вивчено феномен «обережної риторики» — як саме медіа західних країн балансують між визнанням загрози та уникненням формулювань, що могли б прискорити ескалацію. Як журналісти інтерналізують політичні обмеження і трансформують їх у текстуальні стратегії — питання, що потребує системного дослідження.

Завдання статті

Це дослідження покликане частково заповнити названі прогалини шляхом аналізу конкретних дронівих інцидентів вересня–жовтня 2025 року та виявлення механізмів, через які англomовні медіа конструюють «контрольовану загрозу» без ескалаційної риторики. *Мета статті* — з'ясувати, як англomовні медіа країн Заходу репрезентують інциденти з безпілотниками на території ЄС і яким чином стратегії впливають на формування уявлень про рівень загрози, відповідаль-

ність держав та баланс між засудженням та уникненням ескалації. Дослідження має якісний дизайн і базується на методології критичного дискурс-аналізу (КДА) задля виявлення та інтерпретації способів, якими англomовні медіа різних країн тлумачать дроніві атаки Росії проти України та їхні можливі наслідки для безпеки країн НАТО. Аналіз фокусується на лінгвістичних і риторичних стратегіях, зокрема на номінації, предикації, аргументації, перспективізації, інтенсифікації та пом'якшенні. Такий підхід дає змогу простежити, як через мову виражаються певні уявлення про війну, агентність, відповідальність і загрозу.

Виклад основного матеріалу

Для дослідження було відібрано 72 англomовні газетні видання з різних країн, що сприяло охопленню широкого спектра медіа в межах євроатлантичного простору. До вибірки ввійшли 26 видань з Великої Британії та Ірландії (зокрема *The Daily Telegraph*, *The Guardian*, *The Herald (Ireland)* та ін.), 20 видань зі США (серед них *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *The Philadelphia Inquirer*), 13 канадських видань (зокрема *Toronto Sun*, *Montreal Gazette*, *Ottawa Citizen*), а також 3 видання з Європейського Союзу (*Deutsche Welle (English edition)*, *EuroNews (English)*, *Malta Independent*). Для порівняння до аналізу також залучено англomовну пресу країн, що не є членами ані НАТО, ані ЄС — 4 австралійські видання (*The Australian*, *The Daily Telegraph (Sydney)* та ін.) та 5 новозеландських (*Waikato Times*, *Weekend Herald* та ін.). Така вибірка дала змогу дослідити, як риторика щодо дронівих атак на країни ЄС варіюється між країнами, безпосередньо залученими до євроатлантичного безпекового контексту, і тими, що залишаються поза ним.

Для проведення дослідження було використано архів міжнародної та національної преси *PressReader*. Пошук здійснювався за ключовими словами «дрони», «безпілотники» та «винищувачі» («*drones*», «*unmanned aerial vehicles*», «*fighter jets*»). Період збору даних охоплював часовий проміжок з 1 вересня 2025 року до 10 жовтня 2025 року. Унаслідок пошуку сформовано вибірку із 150 новинних публікацій, які склали емпіричну базу дослідження. Всі тексти аналізувалися в англomовному оригіналі, що забезпечує порівнянність матеріалу та виключає інтерпретаційні спотворення, які могли б виникнути внаслідок перекладу. Така вибірка дозволяє простежити, як англomовні медіа в різних регіонах світу репрезентують дроніві атаки, поєднуючи глобальні рамки висвітлення з локальними акцентами.

Аналіз матеріалу відбувався в два етапи. На першому етапі застосовано контент-аналіз із метою виокремлення ключових тем та їхніх інтерпретацій. На другому етапі було проведено дискурс-аналіз з акцентом на інтерпретацію семантичних і риторичних стратегій у текстах, а також на виявлення способів конструювання смислів у медій-

них повідомленнях. Основними одиницями аналізу були: 1) номінації дронів (лексеми, що описують дрони та атаки); 2) стратегії репрезентації агентності (чи наділяються актори активною або пасивною роллю); 3) евфемістичні та дисфемістичні формулювання, що пом'якшують або підсилюють сприйняття загрози.

Аналіз кількісного розподілу новинних публікацій свідчить про чітку кореляцію між піковими днями інформаційної активності та появою безпілотників у небі Європи. Зокрема, різке зростання кількості матеріалів 26 вересня (117 публікацій) припадає на нічний інцидент біля авіабази Каруп, що є стратегічним об'єктом Королівських ВПС Данії. Подібне співпадіння вказує на високу медійну чутливість до інцидентів, пов'язаних із загрозою безпеці військових об'єктів, що, своєю чергою, стимулювало хвилю публікацій у міжнародних і національних медіа. Помітне збільшення кількості новин також спостерігається 24 вересня (34 публікації) та 1 жовтня (31 публікація), що може свідчити про пролонговану увагу до теми у зв'язку з розвитком ситуації та накопиченням повідомлень про інциденти. У більш загальній перспективі період з 22 по 28 вересня виявився ключовим у формуванні інформаційного порядку денного: саме в ці дні відбулися найбільш резонансні епізоди появи дронів (зокрема, 22, 25, 26 та 28 вересня).

У структурі згадок провідне місце посідають данські політичні актори: прем'єрка Метте Фредеріксен (48 згадок) та в.о. міністра оборони Троельс Лунд Поульсен (27). Така концентрація уваги на національних лідерах відображає характер медійного порядку денного, що формується навколо питань внутрішньої безпеки. Саме вони постають головними коментаторами й інтерпретаторами інцидентів з безпілотниками, що вказує на важливість персоналізованих політичних заяв у кризових ситуаціях. Наявність у топі згадок європейських лідерів, зокрема Урсули фон дер Ляєн (15) та нідерландського прем'єра Марка Рютте (26), демонструє вихід проблеми за межі національного контексту та її інтеграцію в ширший європейський контекст. Це може свідчити про сприйняття дронівих інцидентів у Данії не лише як локальної події, а і як елемента дискусії про безпеку Європи в умовах гібридних загроз. Отже, найчастіші згадки віддзеркалюють подвійний вимір: внутрішньонаціональну кризу та її міжнародну інтерпретацію. Окрім локальних політичних акторів, значну частку згадок становлять світові лідери, пов'язані із глобальними контекстами війни та безпеки. У вибірці однаково кількість разів фігурують Володимир Зеленський (22), Володимир Путін (22) та речник Кремля Дмитро Песков (22). Це вказує на те, що інциденти з дронами в ЄС інтерпретуються у світлі триваючої війни в Україні та ширшого російсько-західного протистояння. Включення українських і російських політичних фігур у медійний порядок денний свідчить про переорієнтацію локальної події в глобальний конфліктний контекст.

Найбільш згадуваними є Данія (97) як країна і Європа як регіон (94). Висока частота згадувань Польщі (89 разів) пов'язана з подіями 10 вересня, коли 19 російських безпілотників вторглися в польський повітряний простір. Ключовою країною є Польща, через яку інтерпретується загроза російських дронів у європейському небі. Це також пояснює, чому польський кейс активно інтегрується в повідомлення про інші країни, адже він увиразнює ризик перетворення дронів на новий інструмент тиску Росії в межах і східноєвропейського простору, і всієї системи НАТО. Частота згадок України (86) свідчить про інтеграцію цих держав у ширший безпековий діалог, адже саме вони перебувають у зоні підвищеної геополітичної чутливості, що безпосередньо межує з російським фактором. Аналіз текстів медіа засвідчив, що у 41 відсотку текстів (62 із 150) припускалося, що дрони мають російське походження. Таке лексичне маркування виконує кілька функцій: по-перше, воно чітко конструює агентність і відповідальність, підкреслюючи, що атаки є діями державного суб'єкта, а не випадковими чи автономними інцидентами. Водночас у 59 відсотків текстів походження дронів залишалося невизначеним, що може свідчити про уникнення прямої конфронтації в контексті небажання ескалації конфлікту з Росією.

1. Номінація

У медіапублікаціях переважно використовується стратегія номінації, через яку дроніві атаки позначаються терміном «спостереження дронів» (*«drone sightings»*). Така номінація робить акцент на факті виявлення безпілотних літальних апаратів, одночасно пом'якшуючи або евфемізуючи потенційну загрозу, яку вони створюють: «...головний транспортний вузол країни був закритий у відповідь на спостереження [дронів]». (тут і далі пер. з англ. — О. Я.) — *The Independent*, 26 вересня 2025 р. Використання номінації «спостереження дронів» у західних медіа є також показовим прикладом стратегії деагентизації. Пасивна граматична форма приховує суб'єкта дії: замість того, щоб прямо назвати того, хто запустив дрони, журналісти фокусуються на самій події спостереження. Такий вибір не лише нейтралізує відповідальність, але й переміщує увагу з дії на сприйняття, ніби йдеться не про атаку, а про спокійне фіксування певного феномена. На противагу цьому, активні конструкції на кшталт *«Russian drones attacked»*, *«violated airspace»* чи *«crossed NATO borders»* чітко виражали б агентність і причинно-наслідковий зв'язок, безпосередньо вказуючи на джерело загрози. Пасивна форма ж виконує зворотну функцію: дистанціює, згладжує конфліктність і перетворює війну на інформаційну подію, а не на безпосередню загрозу. Дрони часто описувалися як «невідомі» та «загадкові» (*«unidentified»* та *«mysterious»*), що надає атакам характеристику невизначеності, підкреслюючи емоційний аспект події. Ця стратегія також включає елемент перспективізації, оскільки передає наратив спостерігача, формуючи сприйняття інцидентів як тривожних і важливих для безпеки.

Водночас у текстах ці «спостереження» часто інтерпретуються як «гібридні атаки» та «глибоко тривожні інциденти», що допомагає медіа конструювати певний рівень загрози і політичної ваги події.

Представлення дронівих операцій суттєво варіюється залежно від географічного контексту. Одні й ті самі технології (дрони) можуть бути подані як буденний інструмент війни або як екстраординарна загроза залежно від контексту. Такий підхід впливає на конструювання політичних і безпекових оцінок подій, формуючи уявлення про «звичайну» та «ненормативну» загрозу: «Польський солдат був на своєму посту ... спостерігаючи за бомбардуванням сусідньої України ..., коли він помітив незвичайний сигнал. Його траєкторія відрізнялася від траєкторій сотень інших російських дронів Він прямував до Польщі, до його дому.» (пер. — О. Я.) — *Boston Sunday Globe*, 21 вересня 2025 р. Зокрема, дрони, що літали над Україною, описуються як буденне явище військових дій, представлене через нейтральні номінації «сотень інших російських дронів» (*hundreds of other Russian drones*). На протигагу цьому, інцидент із проникненням дронів до польського повітряного простору конструюється як незвичайна, загрозна подія: «Польські та союзні літаки ... були розгорнуті для забезпечення безпеки польського повітряного простору після авіаударів поблизу кордону з Польщею.» (пер. — О. Я.) — *Sunday Independent (Ireland)*, 21 вересня 2025 р. У наведеній цитаті спостерігається виразна ієрархізація загроз: авіаудари по Україні («поблизу кордону з Польщею») подаються як фоновий, майже буденний контекст, тоді як розгортання польських та союзних літаків описується як нагальна потреба безпеки.

2. Агентність

У висвітленні інцидентів із дронами домінує інтерпретація цих подій як частини ширшої проблеми безпеки Європи. Тексти репрезентують атаки як «систематичні операції», здійснені «професійними» або «державними акторами». У такий спосіб формується уявлення про дрони не лише як технічну чи військову загрозу, а і як інструмент залякування. У низці публікацій дрони інтерпретуються як технічно примітивні «відволікальні» пристрої: «Насправді це були дрони “Гербера” — дешеві та німецькі екземпляри, виготовлені з фанери та матеріалу, схожого на пінопласт, які використовуються для відволікання уваги радіолокаційних систем...» (пер. — О. Я.) — *Nelson Mail*, 20 вересня 2025 р. Важливим елементом у комунікативному оформленні є акцентування на «невизначеності» та «неідентифікованих виконавцях», що залишає простір для припущень щодо російської причетності, попри офіційні заперечення Москви. Згадування закриття аеропортів, затримок і скасування рейсів, а також появи дронів над військовими об'єктами в Данії та Норвегії підсилює рамку «системної загрози». Таке представлення конструє дрони як засіб демонстрації технологічних можливостей «досвідчених операторів» і водночас виводить проблему в ширший європейський контекст. В інформаційному

полі це посилює риторичну потребу в «дроновому мурі» («*the drone wall*») та розбудові колективної оборони, де інциденти розглядаються не ізольовано, а як елемент ескалації безпеки на східних кордонах Європи.

3. Пом'якшення та інтексифікація

Медіатексти демонструють широкий спектр термінів для позначення дронів. Найчастіше використовуються терміни «безпілотні літальні апарати» (БПЛА) («*unmanned aerial vehicles*» (UAVs)) та «безпілотні транспортні засоби» («*unmanned vehicles*»), що акцентують на технічному і військовому характері апаратів, підкреслюючи їхню автономність і потенційну загрозу без участі людини. Водночас у деяких публікаціях трапляються менш технічні або більш нейтральні формулювання «квадрокоптери», «літальні апарати», «безпілотні системи» («*quadcopters*», «*flying machines*», «*uncrewed systems*»), які надають образу дрона більш абстрактного чи навіть цивільного, «ігрового» характеру. Така варіативність лексики дає змогу медіа гнучко конструювати інтерпретацію дронів: від серйозної військової загрози до об'єкта, що потребує контролю або обмеження.

Що стосується атак, медіатексти демонструють подібну стратегічну вибірковість мови: вони вибірково використовують евфемізми та дисфемізми, щоб модулювати сприйняття атак аудиторією, від нейтрального повідомлення до підкреслення серйозності загрози й потенційної агресії. Використання евфемізмів «вторгнення», «прольоти», «порушення» або «інциденти» («*incursions*», «*flyovers*», «*disruptions*» або «*incidents*») створює нейтральне або легше контрольоване враження події, тоді як дисфемізми «удари», «безрозсудні вторгнення», «бомбардування» та «провокації» («*strikes*», «*reckless incursions*», «*bombardments*» та «*provocations*») формують більш драматичну та загрозову інтерпретацію.

Ще одним прикладом пом'якшення у висвітленні атак є евфемізм «пролітання дронів» («*drone overflights*»), що передає нейтральне або навіть мирне значення як звичайний технічний факт переміщення у повітрі. У такій номінації відсутня семантика порушення або загрози: дрони не атакують і не вторгаються, вони просто «пролітають». У деяких публікаціях атаки на критичну інфраструктуру та повітряний простір європейських країн позначаються як «незаконне використання дронів» («*illegal drone use*»). Замість міжнародного безпекового інциденту або акту гібридної агресії перед читачем постає адміністративне правопорушення, порівняне з недотриманням технічних правил. Цей вислів деактивує політичний і воєнний вимір ситуації, підмінюючи його юридичною, побутовою або навіть бюрократичною категорією. У більшості новинних повідомленнях дроніві інциденти описуються у спосіб, який зменшує сприйняття загрози та потенційної шкоди, наприклад:

– «За словами поліції, не було жодних ознак того, що оператори двох дронів мали намір заподіяти комусь шкоду, і дрони зникли через кілька годин». (пер. — О. Я.) — *The Punxsutawney Spirit*, 24 вересня 2025 р.

Ця конструкція є прикладом стратегії пом'якшення (mitigation), яка мінімізує сприйняття небезпеки. Через предикативні конструкції «[не] мали намір заподіяти комусь шкоду» («no indication... intended to cause harm») дрони представляються як об'єкти без наміру шкодити, а факт їх зникнення після кількох годин додатково знижує напруженість. Водночас використання оцінки поліцейських як авторитетного джерела формує в читача відчуття контролю та безпечності ситуації.

– «Кілька великих дронів... зрештою полетіли самі» (пер. — О. Я.) — *Daily Tribune*, 24 вересня 2025 р.

У цій цитаті використовується пасивна конструкція «зрештою, полетіли самі», яка знімає суб'єктивну відповідальність з операторів дронів і зменшує драматичність події. Такий підхід представляє інцидент як контрольований і не надто загрозливий, що відповідає стратегії пом'якшення. Аудиторія отримує сигнал, що дрони не створюють серйозної небезпеки.

– «Влада заявила, що небезпеки для населення немає...» (пер. — О. Я.) — *The Scotsman*, 26 вересня 2025 р.

Тут пом'якшення реалізується через авторитетний вислів офіційного джерела. Заявлення влади про відсутність загрози знижує рівень тривожності, одночасно формуючи уявлення, що дрони не становлять безпосередньої небезпеки для цивільного населення. Стратегія в цьому разі спрямована на контроль сприйняття ризику.

– «...злочинець [який керував дронами], здавалося, мав намір продемонструвати свої навички і, можливо, відпрацювати свої техніки». (пер. — О. Я.) — *The Free Press Journal*, 24 вересня 2025 р.

У цій цитаті присутні модальні слова «здавалося» та «можливо», які створюють невизначеність щодо намірів оператора дронів. Це зменшує відчуття загрози та відповідальності, формуючи перспективу, де інцидент виглядає більше як демонстрація навичок, ніж серйозний напад.

– «Влада вважає, що дрони були запуснені місцево і не пролетіли велику відстань». (пер. — О. Я.) — *Kingston Whig-Standard*, 26 вересня 2025 р.

Ця цитата зменшує масштаби події, акцентуючи на локальному походженні дронів та обмеженому радіусі польоту. Стратегія пом'якшення обмежує уявлення про небезпеку і створює змістовну рамку, де подія сприймається як контрольована та неекстраординарна.

– «Дрони полетіли геть, перш ніж їх встигли ідентифікувати». (пер. — О. Я.) — *Ottawa Sun*, 5 жовтня 2025 р.

Подане речення знижує рівень конфліктності події й водночас формує образ пасивного спостерігача. Пасивна граматична конструкція («перш ніж їх встигли ідентифікувати») позбавляє вислів чіткого суб'єкта: не зрозуміло, хто саме не зміг ідентифікувати дрони, що розмиває відповідальність і знімає напруження. Активність приписується самій технології («дрони полетіли геть»), що підсилює ефект автоном-

ності об'єктів і мінімізує уявлення про зовнішню загрозу. Отже, замість оповіді про агресію чи напад формується інтерпретація інциденту як технічного або випадкового епізоду, у якому спостерігачі дронів не виступають дієвими акторами, а лише реагують постфактум.

Висновки

Вибір медіа щодо стратегії пом'якшення новинних повідомлень мож- на розглядати в ширшому політичному контексті як відображення стриманої позиції країн НАТО, що прагнуть уникнути ескалації. Використання риторики «спостереження дронів» дає змогу медіа зберігати тон нейтральності, уникаючи лексики, що могла б бути інтерпретована як ознака прямого залучення в конфлікт. Пасивні конструкції тут виконують функцію риторичної безпеки, через яку відтворюється політична обережність і підтримується змістовна рамка «контрольованої ситуації», а не «загрози вторгнення». Така стратегія є частиною ширшої тенденції риторичної стриманості західних медіа, які, замість ескалаційних означень, формують наратив «обережного спостереження». У цьому контексті вибір слів стає проявом редакційної політики — спробою уникнути прямої атрибуції відповідальності державним або військовим акторам, насамперед Росії. Як наслідок, агресивні дії переозначаються як «незаконне використання» дронів, а питання безпеки переводиться у сферу цивільного регулювання, віддаляючись від логіки міжнародної безпеки та відповідальності.

Подальші дослідження могли б розширити цю перспективу, залучивши національні медіа не лише англomовного простору, а і європейські видання іншими мовами (наприклад, німецькою, польською чи естонською), що дасть підстави простежити, наскільки риторика пом'якшення або, навпаки, ескалаційні маркери варіюються залежно від політичного контексту, мовної культури та рівня безпосередньої загрози, яку відчують країни в межах свого місцезнаходження.

СПИСОК БІБЛІОГРАФЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Гудошник, О., & Бучарська, І. (2024). Медіатизація війни у фокусі наукових теорій та аналітичних практик. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 78–90. <https://doi.org/10.15421/292409>
- Зражевська, Н. (2025). Міф «Про змову» в міжнародних медіанаративах в контексті війни Росії проти України. В Ю. Бондар, А. Волобуєва, & Б. Носова (Упоряд.), *Актуальні проблеми медіапростору* [Матеріали конференції] (с. 50–53). Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
- Мельникова-Курганова, О. С., Васильченко, В. М., & Лашкіна, М. Г. (2023). Висвітлення теми безпілотників в онлайн-медіа під час війни в контексті авіації. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 3(55), 64–71. [http://dx.doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.3\(55\).8](http://dx.doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.3(55).8)
- Путін пригрозив відповіддю в разі військової загрози з Європи і відкинув заяву Трампа про «паперового тигра». (2025, 2 жовтня). Радіо Свобода. <https://www.radiosvoboda.org/a/news-putin-evropa-pohrozy-tramp/33547377.html>

- Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315834368>
- Hodges, A. (2011). *The "War on terror" narrative: Discourse and intertextuality in the construction and contestation of sociopolitical reality*. Oxford University Press.
- Jackson, R. (2005). *Writing the war on terrorism: Language, politics and counter-terrorism*. Manchester University Press.
- Kirichenko, D. (2025, October 2). *Drones superpower Ukraine is teaching NATO how to defend against Russia*. Atlantic Council. <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/drone-superpower-ukraine-is-teaching-nato-how-to-defend-against-russia/>
- Kreps, S., & Schneider, J. (2019). Escalation firebreaks in the cyber, conventional, and nuclear domains: moving beyond effects-based logics. *Journal of Cybersecurity*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.1093/cybsec/tyz007>
- Lakoff, G. (1992). Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the Gulf. In M. Pütz (Ed.), *Thirty Years of Linguistic Evolution* (pp. 463–482). John Benjamins Publishing Company.
- Lanoszka, A. (2023). Thank Goodness for NATO Enlargement. In J. Goldgeier & J. R. I. Shiffrin (Eds.), *Evaluating NATO Enlargement* (pp 307–339). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23364-7_10
- Makhortykh, M. (2023). Unreliable narrators or untimely archivists? Challenges of using digital platforms for documenting and remembering Russia's war in Ukraine. *Georgetown Journal of International Affairs*, 24(2), 165–173. <https://doi.org/10.1353/gia.2023.a913642>
- Matlack, J.-W., Schwartz, S., & Gill, O. (2025). *Ukraine's drone ecosystem and the defence of Europe: Lessons lost*. LSE IDEAS. <https://www.lse.ac.uk/ideas/Assets/Documents/Research-Reports/2025-04-05-DRONES-MatlackSchwartzGill-FINAL-WEB.pdf>
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203993712>
- Szostek, J. (2018). Nothing is true? The credibility of news and conflicting narratives during "Information War" in Ukraine. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 116–135. <https://doi.org/10.1177/1940161217743258>
- Testoni, M. (2025, October 7). *Europe isn't prepared for the unmanned aircraft threat: Will its 'drone wall' be enough?* The Conversation. <https://theconversation.com/europe-isnt-prepared-for-the-unmanned-aircraft-threat-will-its-drone-wall-be-enough-266761>
- Tolz, V., & Hutchings, S. (2023). Truth with a Z: Disinformation, war in Ukraine, and Russia's contradictory discourse of imperial identity. *Post-Soviet Affairs*, 39(5), 347–365. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2202581>
- van Dijk, T. A. (2002). Political discourse and political cognition. In P. A. Chilton & C. Schäffner (Eds.), *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (pp. 203–237). John Benjamins Publishing Company.

REFERENCES

- Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315834368> [in English].
- Hodges, A. (2011). *The "War on terror" narrative: Discourse and intertextuality in the construction and contestation of sociopolitical reality*. Oxford University Press [in English].
- Hudoshnyk, O., & Bucharska, I. (2024). Mediatyzatsiia viiny u fokusi naukovykh teorii ta analitychnykh praktyk [Mediatization of war in the focus of scientific theories and analytical practices]. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 78–90. <https://doi.org/10.15421/292409> [in Ukrainian].
- Jackson, R. (2005). *Writing the war on terrorism: Language, politics and counter-terrorism*. Manchester University Press [in English].

- Kirichenko, D. (2025, October 2). *Drones superpower Ukraine is teaching NATO how to defend against Russia*. Atlantic Council. <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/drone-superpower-ukraine-is-teaching-nato-how-to-defend-against-russia/> [in English].
- Kreps, S., & Schneider, J. (2019). Escalation firebreaks in the cyber, conventional, and nuclear domains: moving beyond effects-based logics. *Journal of Cybersecurity*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.1093/cybsec/tyz007> [in English].
- Lakoff, G. (1992). Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the Gulf. In M. Pütz (Ed.), *Thirty Years of Linguistic Evolution* (pp. 463–482). John Benjamins Publishing Company [in English].
- Lanoszka, A. (2023). Thank Goodness for NATO Enlargement. In J. Goldgeier & J. R. I. Shiffrin (Eds.), *Evaluating NATO Enlargement* (pp. 307–339). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23364-7_10 [in English].
- Makhortykh, M. (2023). Unreliable narrators or untimely archivists? Challenges of using digital platforms for documenting and remembering Russia's war in Ukraine. *Georgetown Journal of International Affairs*, 24(2), 165–173. <https://doi.org/10.1353/gia.2023.a913642> [in English].
- Matlack, J.-W., Schwartz, S., & Gill, O. (2025). *Ukraine's drone ecosystem and the defence of Europe: Lessons lost*. LSE IDEAS. <https://www.lse.ac.uk/ideas/Assets/Documents/Research-Reports/2025-04-05-DRONES-MatlackSchwartzGill-FINAL-WEB.pdf> [in English].
- Melnykova-Kurhanova, O. S., Vasylenko, V. M., & Lashkina, M. H. (2023). Vysvitlennia temy bezpilotnykh v onlain-media pid chas viiny v konteksti aviatsii [Online media coverage of the topic of drones during the war in the context of aviation]. *State and Regions. Series: Social Communications*, 3(55), 64–71. [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3\(55\).8](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3(55).8) [in Ukrainian].
- Putin pryhrozyv vidpoviddiu v razi viiskovoi zahrozy z Yevropy i vidkynuv zaiavu Trampa pro "paperovoho tyhra"* [Putin threatened to respond in the event of a military threat from Europe and rejected Trump's statement about a "paper tiger"]. (2025, October 2). Radio Svoboda. <https://www.radiosvoboda.org/a/news-putin-evropa-pohrozy-tramp/33547377.html> [in Ukrainian].
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203993712> [in English].
- Szostek, J. (2018). Nothing is true? The credibility of news and conflicting narratives during "Information War" in Ukraine. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 116–135. <https://doi.org/10.1177/1940161217743258> [in English].
- Testoni, M. (2025, October 7). *Europe isn't prepared for the unmanned aircraft threat: Will its 'drone wall' be enough?* The Conversation. <https://theconversation.com/europe-isnt-prepared-for-the-unmanned-aircraft-threat-will-its-drone-wall-be-enough-266761> [in English].
- Tolz, V., & Hutchings, S. (2023). Truth with a Z: Disinformation, war in Ukraine, and Russia's contradictory discourse of imperial identity. *Post-Soviet Affairs*, 39(5), 347–365. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2202581> [in English].
- van Dijk, T. A. (2002). Political discourse and political cognition. In P. A. Chilton & C. Schäffner (Eds.), *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (pp. 203–237). John Benjamins Publishing Company [in English].
- Zrazhevska, N. (2025). Mif "Pro zmovu" v mizhnarodnykh medianaratyvakh v konteksti viiny Rosii proty Ukrainy [The myth of "Conspiracy" in international media narratives in the context of Russia's war against Ukraine]. In Yu. Bondar, A. Volobueva, & B. Nosova (Comps.), *Akualni problemy mediaprostoru* [Current issues of media space] [Conference proceedings] (pp. 50–53). Taras Shevchenko National University of Kyiv [in Ukrainian].

Надійшла: 15.12.2025; Прийнято: 09.02.2026;

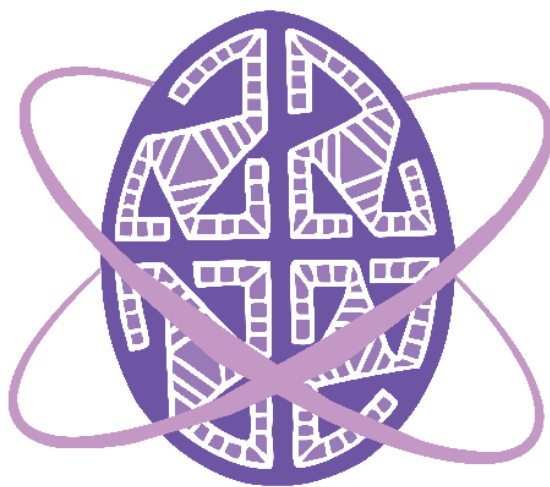
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

МЕРЕЖЕВІ ВИДАННЯ

ONLINE PUBLICATIONS



DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359269

УДК 004.8:[070:316.774:7-028.26](477)

Штучний інтелект в українських аудіовізуальних медіа: практики застосування, можливості та виклики

У статті проаналізовано практики використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у професійній діяльності працівників українських аудіовізуальних медіа. Теоретичну основу дослідження становить аналіз сучасних зарубіжних і вітчизняних наукових публікацій, присвячених трансформації медіавиробництва в умовах запровадження генеративних алгоритмів, а також етичним, правовим і соціальним викликам, пов'язаним із застосуванням інструментів ШІ. Емпіричну частину дослідження становлять результати анкетного опитування чинних співробітників українських аудіовізуальних медіа, що дозволило виявити рівень обізнаності респондентів із технологіями штучного інтелекту, основні напрями їхнього використання, сприйняття переваг і ризиків, а також ставлення до потенційного впливу ШІ на професійну зайнятість. Окрему увагу приділено питанню вибору між хмарними та локальними моделями штучного інтелекту в контексті автономності роботи, контролю виробничих процесів і захисту персональних даних. Результати дослідження засвідчують, що ШІ здебільшого сприймається як інструмент підтримки та оптимізації робочих процесів, а не як безпосередня загроза втрати професії. Водночас виявлено низку стримувальних чинників упровадження ШІ, зокрема етичні застереження, юридичну невизначеність і низький рівень довіри аудиторії до автоматизованого контенту. Порівняння отриманих емпіричних даних із результатами міжнародних досліджень дає змогу окреслити специфіку українського медіаконтексту і визначити перспективи подальшого розвитку технологій ШІ в аудіовізуальних медіа.

Ключові слова: штучний інтелект, аудіовізуальні медіа, медіавиробництво, журналістська практика.

Максим ЛИВАДА

асп.,

Запорізький національний
університет,вул. Університетська, 66,
69600, Запоріжжя, Україна

m.lyvada@gmail.com

ORCID 0009-0002-6549-9044

Алла ТЕРНОВА

канд. філол. н., доц.,

Запорізький національний
університет,вул. Університетська, 66,
69600, Запоріжжя, Україна

alla.ternova2008@gmail.com

ORCID 0000-0002-7084-0553

© Ливада, М., Тернова А., 2026

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN UKRAINIAN AUDIOVISUAL MEDIA: APPLICATION PRACTICES, OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Maksym LYVADA

PhD Student,
Zaporizhzhia National University,
66 Universytetska Str., 69600, Zaporizhzhia, Ukraine
m.lyvada@gmail.com
ORCID 0009-0002-6549-9044

Alla TERNOVA

PhD in Philology, Associate Professor,
Zaporizhzhia National University,
66 Universytetska Str., 69600, Zaporizhzhia, Ukraine
alla.ternova2008@gmail.com
ORCID 0000-0002-7084-0553

The article studies practices of using artificial intelligence technologies in the professional activities of employees in Ukrainian audiovisual media. The theoretical framework grounds on the analysis of modern international and Ukrainian scientific publications addressing the transformation of media production under the influence of generative algorithms, as well as the ethical, legal and social challenges associated with the adoption of AI tools. The empirical component of this research draws on the results of a questionnaire survey conducted among current employees of Ukrainian audiovisual media. This study makes it possible to identify the respondents' levels of awareness of AI technologies, the main areas of their application, perceptions of benefits and risks, attitudes toward the potential influence of AI on the professional employment. Special attention is given to the choice between cloud-based and local AI models in relation to operational autonomy, control over production processes, and the protection of personal data. The findings indicate that AI is predominantly perceived as a tool for supporting and optimising workflows rather than as a direct threat to professional employment. At the same time, several factors constraining the adoption of AI are identified, including ethical concerns, legal uncertainty and low level of audience trust in automated content. The comparison of the empirical results with international studies makes it possible to outline specific features of the Ukrainian media context, as well as to identify perspectives for the further development of AI technologies in audiovisual media.

Keywords: artificial intelligence, audiovisual media, media production, journalistic practice.

Актуальність проблеми

Активне впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) у сферу аудіовізуальних медіа істотно трансформує виробничі процеси, професійні ролі й підходи до створення та поширення контенту. Генеративні моделі, автоматизовані системи аналізу, транскрибації, перекладу й обробки зображень тощо дедалі частіше використовуються в журналістській і медіавиробничій практиці, водночас породжуючи низку технологічних, етичних та соціальних викликів.

Попри активне обговорення потенціалу ШІ на міжнародному медійному рівні, у науковому дискурсі досі переважають теоретичні узагальнення й кейси глобальних медіакомпаній, тоді як емпіричні дані щодо реального використання інструментів ШІ у професійному середовищі українських аудіовізуальних медіа залишаються обмеженими. Недостатньо дослідженими є питання практичної інтеграції інструментів ШІ в щоденні робочі процеси, рівня їх прийняття фахівцями різного профілю та досвіду роботи в медіагалузі, а також співвідношення очікуваних переваг і потенційних ризиків.

Окремої уваги потребує проблема вибору між хмарними та локальними моделями штучного інтелекту, що безпосередньо пов'язана з питаннями автономності, контролю над даними, захисту персональної інформації та дотримання професійних і етичних стандартів у роботі з чутливим аудіовізуальним контентом. У контексті зростання суспільної уваги до питань довіри до медіа, достовірності інформації та відповідального використання ШІ актуалізується потреба в аналізі того, як ці виклики сприймаються та осмислюються самими учасниками процесів медіавиробництва.

Отже, постає проблема комплексного аналізу практик використання технологій ШІ в українських аудіовізуальних медіа на основі емпіричних даних, що дає змогу поєднати теоретичні підходи з реальним професійним досвідом та окреслити актуальні проблеми, обмеження й напрями подальшого розвитку.

Постановка завдання

Метою дослідження є виявлення практик використання технологій ШІ в професійній діяльності працівників українських аудіовізуальних медіа на основі результатів емпіричного дослідження (опитування), а також з'ясування ключових переваг, обмежень і викликів їхнього впровадження та порівняння отриманих результатів із тенденціями світової медіапрактики.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні використано комплекс теоретичних та емпіричних методів. Теоретичну основу статті становить аналіз сучасних наукових публікацій і аналітичних матеріалів А. Гузман, С. Льюїса, М. Ф. де-Ліма-Сантоса, Т. Крайнікової, С. Водолазь-

кої, О. Рижко та О. Ситник, О. Джолоса, С. Азеева й ін., присвячених вивченню застосування ШІ в медіаіндустрії, зокрема питанням автоматизації виробничих процесів, трансформації професійних ролей, етичних і правових аспектів, а також відмінностей між хмарними та локальними моделями ШІ.

Емпіричну частину дослідження репрезентує анкетне опитування чинних співробітників українських аудіовізуальних медіа різного професійного профілю і стажу роботи. Опитування було спрямоване на з'ясування рівня обізнаності з технологіями ШІ, частоти та напрямів їхнього використання в професійній діяльності, оцінки ефективності впровадження ШІ, а також сприйняття можливих ризиків, етичних і юридичних викликів. Окрему увагу приділено ставленню респондентів до потенційного впливу ШІ на професійну зайнятість і трансформацію робочих функцій.

Методологічною основою дослідження є змішаний підхід, що поєднує теоретичний аналіз міжнародних концепцій розвитку штучного інтелекту в медіа з емпіричним дослідженням практик його використання в українському аудіовізуальному середовищі. Такий підхід дає змогу зіставити теоретичні моделі з реальними професійними практиками та виявити специфічні особливості й обмеження впровадження ШІ в українських аудіовізуальних медіа.

Стан вивчення проблеми

Проблематика впровадження штучного інтелекту в медіа активно досліджується у світовому науковому та професійному дискурсі, із фокусом на трансформації редакційних процесів, етичних ризиках і зміні ролі журналіста. У звітах та аналітичних дослідженнях Європейської мовної спілки (EBU) ШІ розглядається як інструмент підвищення ефективності новинного виробництва за умови збереження редакційного контролю, прозорості алгоритмів і відповідальності перед аудиторією. Окремо наголошується на ризиках генеративного ШІ, пов'язаних із дезінформацією, «галюцинаціями» моделей та зниженням довіри до медіа (European Broadcasting Union, 2024a).

Теоретичне осмислення впливу ШІ на медіаіндустрії запропоноване в працях А. Гузман та С. Льюїса (Guzman & Lewis, 2024), які акцентують увагу на колективному вимірі впровадження генеративного ШІ та його впливі на професійні норми й інституційні практики медіа. Важливим є також підхід людино-машинної комунікації (human-machine communication), згідно з яким штучний інтелект працює не сам по собі, а в тісному зв'язку з рішеннями, відповідальністю та професійним досвідом людини. У прикладних дослідженнях (зокрема, у працях М. Ф. де-Ліма-Сантоса та С. Джаміл) виокремлюється проблема «цифрового розриву» між глобальними медіа та локальними редакціями,

а також потреба у відповідальному й контекстно чутливому використанні ШІ в новинному виробництві (de-Lima-Santos & Jamil, 2024).

В українському науковому полі питання використання штучного інтелекту в медіа лише формується, однак уже представлено низку важливих праць. Насамперед слід відзначити навчальний посібник Т. Крайнікової, С. Водолазької, О. Рижко та О. Ситника (2025) «Штучний інтелект у медіях», де системно поєднано теоретичні засади ШІ із практичними прикладами його застосування в журналістиці. Дослідження О. Джолоса (2025) зосереджене на аналізі можливостей і ризиків використання ШІ в українських аудіовізуальних та онлайн-медіа, з акцентом на етичні виклики, редакційний контроль і вплив на професійну ідентичність журналіста.

Окремий пласт становлять аналітичні й нормативні матеріали державних та регуляторних інституцій, зокрема Національної ради з питань телебачення і радіомовлення та Міністерства цифрової трансформації України, де ШІ розглядається в контексті захисту аудиторії, персональних даних і суспільних інтересів. У цих документах наголошується на потребі збереження балансу між технологічними інноваціями та відповідальністю медіа (Міністерство цифрової трансформації України, 2024), (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, 2024).

Невирішені питання

Отже, наявні дослідження формують теоретичне й нормативне підґрунтя для аналізу впровадження ШІ в медіа, однак емпіричні роботи, що фіксують реальні практики використання ШІ працівниками українських аудіовізуальних медіа, залишаються обмеженими. Саме цю прогалину й покликане частково заповнити представлене дослідження.

Виклад основного матеріалу

Штучний інтелект поступово стає складником різних сегментів сучасної медіаіндустрії, охоплюючи процеси створення, обробки й поширення текстового, аудіо- та відеоконтенту. Його подальше впровадження відкриває нові можливості для автоматизації рутинних завдань, оптимізації виробничих процесів і підвищення ефективності роботи редакцій, а також сприяє появі нових форматів взаємодії з аудиторією (de-Lima-Santos et al., 2025). Водночас О. Джолос (2025) наголошує на тому, що активне використання технологій штучного інтелекту в медіасфері супроводжується низкою проблем, пов'язаних із етичними аспектами, захистом персональних даних і відповідальністю за результати автоматизованої обробки інформації, що зумовлює постійні дискусії стосовно регулювання, прозорості алгоритмів і справедливості їхнього застосування в межах медіаєкосистеми (с. 84–85). Дослідники також

звертають увагу на ризики поширення дезінформації та глибоких фейків, створених за допомогою ШІ, а також на обмеження автоматизованого генерування контенту, яке не здатне повною мірою враховувати культурні особливості, соціальний контекст і етичні нюанси людської комунікації (de-Lima-Santos et al., 2025, p. 2586). У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз реальних практик використання технологій штучного інтелекту в професійному українському медіасередовищі, що сприяє оцінюванню не лише потенціалу таких рішень, а й наявних обмежень та викликів щодо їх упровадження.

Для розуміння ролі штучного інтелекту в сучасних аудіовізуальних медіа доцільно коротко окреслити базові принципи функціонування цієї технології. Штучний інтелект об'єднує сукупність методів і алгоритмів, спрямованих на обробку, аналіз та генерацію даних, зокрема тексту, зображень, аудіо та відео (Крайнікова та ін., 2025, с. 12). Його розвиток тісно пов'язаний із машинним навчанням, яке дає змогу системам автоматично накопичувати та формувати знання на основі аналізу й узагальнення даних (Лубко & Шаров, 2019, с. 19). На практиці це означає автоматизацію рутинних завдань, швидшу обробку матеріалів і підтримку творчих процесів. Як зазначає С. Азеев (2024), використання нейромереж та алгоритмів машинного навчання сприяє підвищенню ефективності роботи журналістів, оптимізації виробничих процесів і покращенню якості медіапродуктів (с. 9).

Доступ до генеративних моделей зазвичай забезпечується через спеціалізовані платформи та сервіси штучного інтелекту. Частина з них функціонує як глобальні хмарні рішення, орієнтовані на масове використання (наприклад, платформи OpenAI, Google або Adobe) (Азеев, 2024, с. 9–14), тоді як інші передбачають можливість локального розгортання моделей у власній технічній інфраструктурі (Spiller et al., 2023, p. 2). Саме ця відмінність між хмарними та локальними підходами визначає умови використання штучного інтелекту в аудіовізуальних медіа, зокрема щодо рівня автономності роботи, контролю виробничих процесів і поводження з чутливими матеріалами.

Теоретичні та технологічні моделі набувають реального змісту лише у взаємодії із професійною практикою. Тому подальший аналіз зосереджений на емпіричних даних опитування, які дозволяють простежити, у який спосіб інструменти ШІ фактично інтегруються в щоденну діяльність працівників українських аудіовізуальних медіа і наскільки ці практики відповідають задекларованим підходам та очікуванням.

Аналіз соціально-професійного профілю респондентів свідчить про високу різноманітність аудиторії опитування. У нашому дослідженні взяли участь представники різних професійних ролей — журналісти, продюсери, оператори, режисери, редактори, інженери та інші

фахівці, безпосередньо залучені до створення й обробки аудіовізуального контенту. Така структура вибірки дає підстави розглядати результати опитування як репрезентативні для різних етапів медіавиробництва — від творчих до технічних. Так, в опитуванні (рис. 1) взяли участь 73 респондентів, серед яких такі: журналісти — 10 осіб, продюсери — 9, оператори — 8, режисери — 8, звукорежисери — 7, режисери монтажу — 6, інженери — 6, редактори — 5, сценаристи — 2 та ведучі — 1 особа. Категорію «інша» обрали 11 респондентів, що свідчить про наявність суміжних або менш формалізованих професійних ролей, не охоплених основним переліком варіантів.

Важливим є також професійний досвід респондентів. Значна частина учасників опитування має тривалий стаж роботи в галузі: від 1-го до понад 20 років (рис. 2).

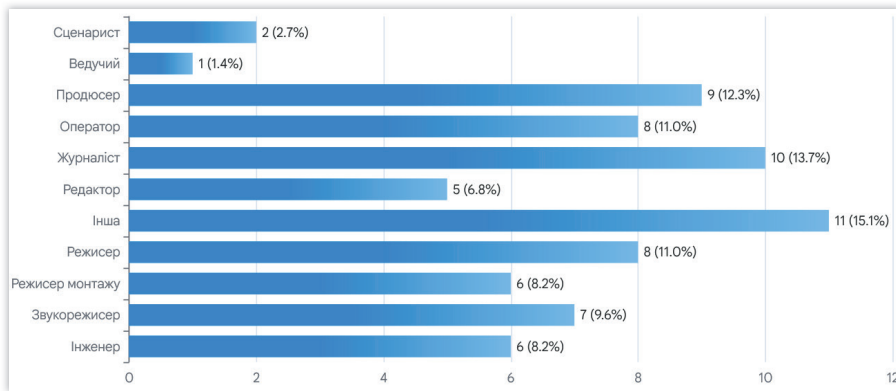


Рис. 1. Результати відповідей на питання «Ваша посада»
Джерело: авторська розробка

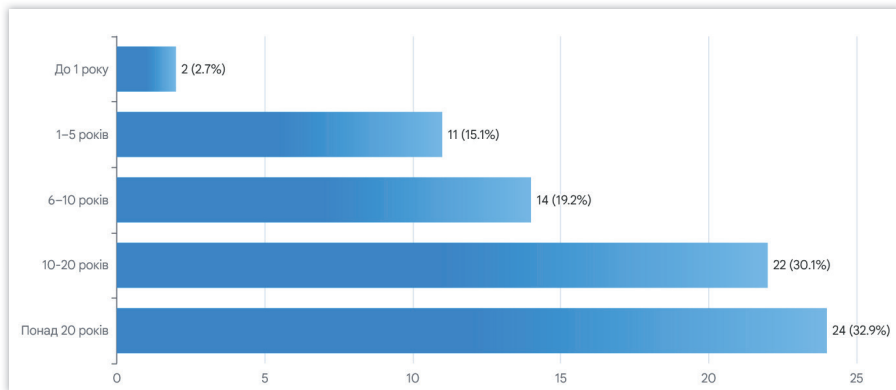


Рис. 2. Результати відповідей на питання «Стаж роботи»
Джерело: авторська розробка

З огляду на тип медіа, аудиторія опитування охоплює і співробітників національних та регіональних телеканалів, і представників незалежних студій, онлайн-медіа, радіо та фриланс-сектору (рис. 3).

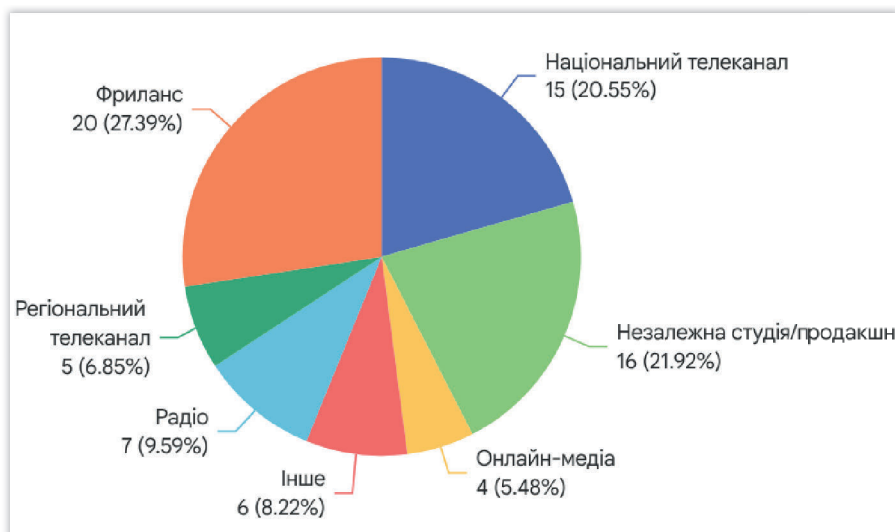


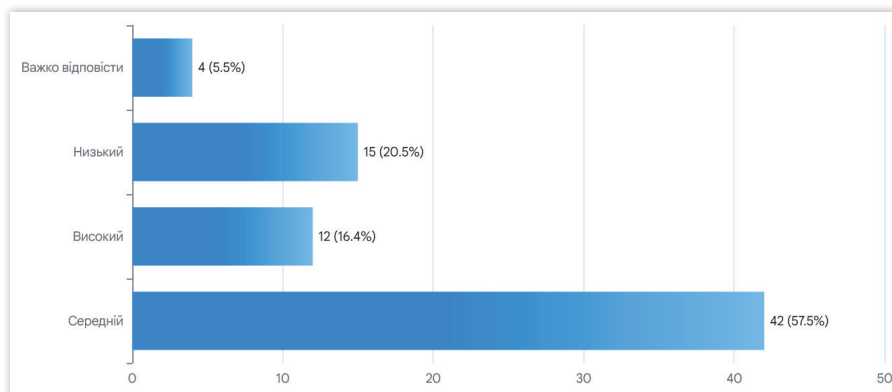
Рис. 3. Результати відповідей на питання «Тип медіа»
Джерело: авторська розробка

Результати опитування свідчать, що більшість респондентів оцінює свій рівень обізнаності з технологіями ШІ як середній (57,5 %), тоді як високий рівень задекларували 16,4 % опитаних, а низький — 20,5 % (рис 4.). Такий розподіл, на нашу думку, може вважатися релевантним для поточного етапу розвитку ШІ, оскільки і самі технології, і базова методологія їхнього практичного використання в українських аудіовізуальних медіа перебувають на стадії формування (Міністерство цифрової трансформації України, 2024); (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, 2024).

Відповіді щодо напрямів роботи свідчать (рис. 5), як найактивніше ШІ використовується у завданнях, пов'язаних із мовною та контентною обробкою. Найпоширенішим напрямом є переклад або дубляж (17,2 %), що вказує на практичну затребуваність інструментів багатомовної адаптації контенту. Порівняно близькими за часткою є редагування зображень або відео (16,7 %) та генерація й редагування новинних текстів (16,1 %), що підтверджує інтеграцію ШІ як допоміжного інструменту в щоденні редакційні процеси.

Відчутною також є роль ШІ в адаптації контенту для цифрових платформ і соціальних мереж (10,8 %), а також інклюзивній адаптації,

зокрема через транскрибування мовлення (8,6 %) і створення аудіоверсій текстів із використанням синтезу мовлення (4,8 %). Менш поширеними, але наявними, залишаються напрями аналітики аудиторії (6,5 %), фактчекінгу (5,4 %) та автоматичного компонування відео або сюжетів (3,2 %), що свідчить про більш обережне впровадження ШІ у складні аналітичні і творчі процеси.



*Рис. 4. Результати відповідей на питання
«Як ви оцінюєте свій рівень обізнаності про штучний інтелект?»
Джерело: авторська розробка*



*Рис. 5. Результати відповідей на питання
«У яких напрямках професійної діяльності ви використовуєте ШІ?»
Джерело: авторська розробка*

Майже половина респондентів (44,3 %) зазначили (рис. 6), що використовують ШІ кілька разів на тиждень, ще 37,7 % — щодня. Водночас 11,5 % звертаються до таких інструментів лише кілька разів на місяць, а 6,6 % — украй рідко. Це дозволяє вести мову про те, що для більшості опитаних ШІ вже інтегрований у повсякденні робочі процеси, а не є епізодичним чи експериментальним інструментом.

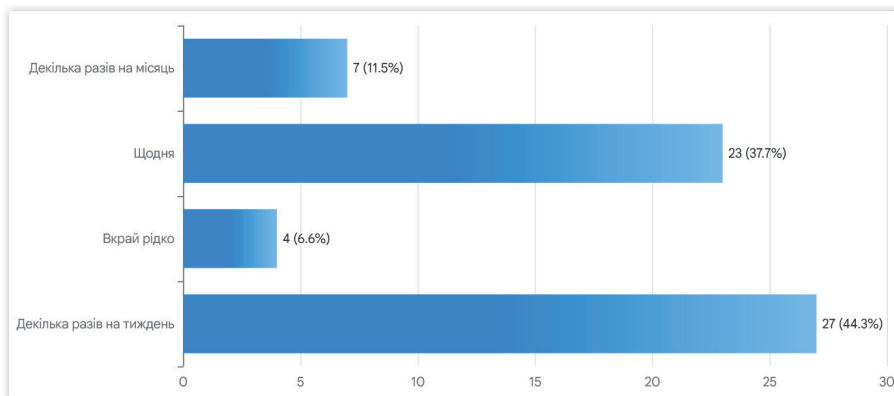


Рис. 6. Результати відповідей на питання
«Як часто ви використовуєте інструменти ШІ у своїй роботі?»
Джерело: авторська розробка

Переважна більшість респондентів позитивно оцінює практичний ефект від застосування ШІ (рис. 7). Зокрема, 59,0 % відзначили значне підвищення продуктивності, ще 31,1 % — помірне підвищення продуктивності. Лише 1,6 % вважають, що ШІ заважає або знижує якість роботи, а 8,2 % не змогли однозначно оцінити ефект.



Рис. 7. Результати відповідей на питання
«Який ефект від використання ШІ ви спостерігали?»
Джерело: авторська розробка

Серед конкретних інструментів домінують універсальні генеративні платформи. Найбільшу частку має ChatGPT від OpenAI (22,4 %), що підтверджує його роль як багатофункціонального інструменту для роботи з текстами, ідеями і сценаріями. Другу позицію посідають сервіси екосистеми Google, зокрема Gemini (17,1 %). Помітну присутність мають також спеціалізовані інструменти: DeepL (6,5 %) — у контексті перекладу, Midjourney, Canva Magic Studio та ElevenLabs (по 5,7 %) — у роботі із візуальним та аудіоконтентом, Grammarly та Adobe Express AI (по 4,5 %) — для редагування й підготовки матеріалів (рис. 8).

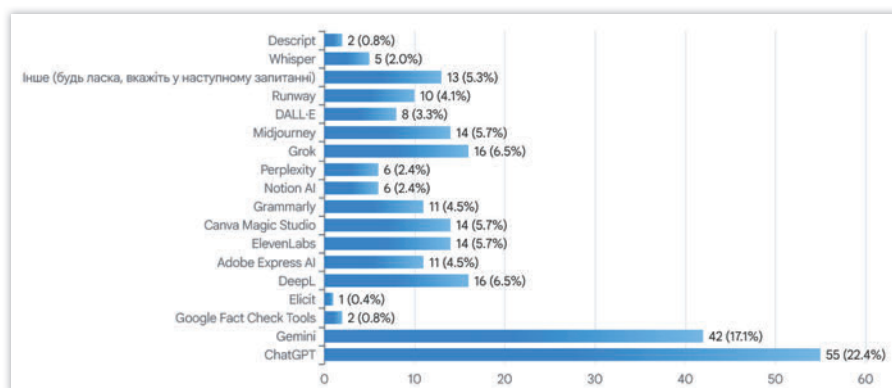


Рис. 8. Результати відповідей на питання
«Які з цих інструментів або сервісів ШІ ви використовували?»
Джерело: авторська розробка

Аналіз відповідей на зазначене питання також засвідчує показову тенденцію: поряд із наймасовішими універсальними сервісами у відповідях респондентів фігурують спеціалізовані інструменти автоматичного розпізнавання мовлення, зокрема модель Whisper. Хоча кількість таких відповідей не є домінантною, сама присутність Whisper у структурі вибору практиків, на нашу думку, викликає окрему дослідницьку зацікавленість, оскільки йдеться про інструмент, який зазвичай використовується не як готовий сервіс, а як локальне рішення. Цей висновок додатково підтверджується аналізом відповідей на відкрите запитання, де респонденти прямо згадують локальні збірки та автономні конфігурації ШІ-інструментів. Отже, дані опитування вказують не лише на використання окремих популярних сервісів, а й на усвідомлений вибір локальних моделей як частини виробничого процесу. Поєднання кількісних результатів опитування та якісних відповідей у відкритих полях створює підстави для подальшого аналізу доцільності локальних ШІ-моделей як окремого класу

технологій в аудіовізуальному виробництві, з урахуванням практичного досвіду їхнього застосування.

Для уточнення вищевикладеного твердження нами в межах цього дослідження було проведено практичну апробацію локальної моделі автоматичного розпізнавання мовлення в реальних умовах роботи з аудіовізуальними матеріалами. У межах експерименту було транскрибовано шість відеофайлів загальним хронометражем 61 хвилина. Повний цикл обробки зайняв близько 20 хвилин, унаслідок чого для кожного відео було сформовано файл субтитрів та окремий текстовий файл. Отримані результати засвідчили збалансовану якість розпізнавання мовлення, зокрема коректну сегментацію завершених речень, усунення обмовок і слів-паразитів при збереженні змістової цілісності та автентичності оригінального тексту.

Однією із ключових переваг зазначеної методики, на яку вказують і респонденти, і результати апробації, є автономність роботи. Локальна обробка матеріалів не потребує постійного доступу до інтернету, що підвищує стабільність виробничих процесів і зменшує залежність від зовнішніх сервісів. Практичне використання Whisper також підтверджує можливість тонкого налаштування інструменту під мовні та жанрові особливості контенту.

На окрему увагу заслуговує питання захисту персональних даних і конфіденційності. Використання локальних моделей для обробки аудіо- й відеоконтенту може суттєво знизити ризики неконтрольованого передавання чутливої інформації стороннім сервісам (Spiller et al., 2023, p. 3), що має принципове значення в роботі з журналістськими матеріалами, інтерв'ю та контентом з обмеженим доступом. Такий підхід забезпечує контроль над даними на всіх етапах виробничого процесу та відповідає професійним стандартам медіа.

У цьому контексті показовими є положення «Рекомендацій з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа», розроблені Міністерством цифрової трансформації України. Наприклад, серед базових принципів застосування ШІ-систем у медіа, що діють в інтересах суспільства, окремо наголошується на потребі забезпечення конфіденційності та захисту даних, зокрема недопущення витоку персональної або іншої чутливої інформації під час використання технологій штучного інтелекту (Міністерство цифрової трансформації України, 2024). Отже, можна стверджувати: поєднання результатів опитування, практичної апробації і теоретичних підходів дає підстави розглядати локальні ШІ-моделі не лише як популярні інструменти, а і як доцільний та обґрунтований технологічний вибір для сучасного аудіовізуального виробництва. У наших подальших дослідженнях планується більш ґрунтовний аналіз можливостей локальних ШІ-моделей у процесах

транскрибування, обробки та створення аудіо- й відеоконтенту в професійному медіасередовищі.

Разом з тим, попри очевидні переваги впровадження штучного інтелекту в аудіовізуальні медіа, його активне використання супроводжується низкою викликів та ризиків, що потребують критичного осмислення. Одним із найбільш обговорюваних питань залишається потенційна загроза втрати робочих місць. У професійному середовищі дедалі частіше наголошується, що йдеться не про пряме витіснення людини, а про еволюційні зміни структури професій та перерозподіл функцій. Як зазначає Ніддал Салах-Ельдін, членкиня виконавчої ради Axel Springer (німецький міжнародний медіахолдинг і видавнича компанія), технологічний прогрес традиційно супроводжується зникненням окремих професій і появою нових, однак ключові складники журналістики — розслідування, аналітика, авторські коментарі та інтерв'ю — залишаються сферою, у якій людський фактор є незамінним (European Broadcasting Union, 2024b). Саме ці елементи дослідниця визначає як «сутність журналістики», на якій і має зосереджуватися галузь в умовах поширення генеративного ШІ. Подібну позицію поділяють і представники українського медіаринку. На думку Романа Андрейка, CEO і співвласника медіахолдингу ТРК «Люкс», сучасний етап розвитку штучного інтелекту варто розглядати не як загрозу, а як інструмент підтримки в умовах професійного вигорання креаторів (Данькова, 2025). Дослідник наголошує, що галузь лише починає освоювати потенціал ШІ і наразі не здатна повною мірою оцінити майбутні можливості цих технологій, тому ключовим завданням є не уникнення, а осмислене використання ШІ на різних рівнях медіавиробництва.

Водночас суттєвим викликом залишається проблема достовірності інформації при використанні генеративних систем. Науковці звертають увагу на те, що інструменти ШІ здатні продукувати не лише помилкову або вигадану інформацію, але й робити це у формі переконливого, стилістично якісного контенту, який створює ілюзію авторитетності й точності. Така особливість генеративних моделей підвищує ризики поширення дезінформації, особливо у сфері новинного контенту (Center for News, Technology & Innovation, 2025). При цьому рівень фактичного впровадження ШІ в медіасекторі залишається високим: за даними дослідження CNTI (Центр новин, технологій та інновацій, Вашингтон, США), понад половина компаній у країнах з економікою, що розвивається, вже застосовували ШІ у своїй діяльності, а близько двох третин медіалідерів у різних країнах повідомляють про використання алгоритмів для відбору або рекомендації новинних матеріалів (Center for News, Technology & Innovation, 2025).

Окремим аспектом проблематики є питання довіри аудиторії. Результати дослідження USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році» засвідчують суперечливе сприйняття ШІ в українському суспільстві: лише 16 % респондентів вважають, що використання ШІ покращує медіаконтент, тоді як 35 % переконані у протилежному, а ще 33% не змогли визначити своє ставлення (ZMI-NA, 2024). Такий розподіл відповідей свідчить про нестійкий рівень довіри до ШІ-рішень у медіа та про відсутність усталених стандартів їхнього використання.

У контексті зазначеної проблематики результати нашого опитування свідчать (рис. 9), що найбільше етичних і правових запитань у фахівців медіасфери пов'язано з достовірністю та фактичною точністю контенту, згенерованого ШІ (23,8 %), а також з авторськими правами на такі матеріали (19,8 %). Помітною є й стурбованість ризиками маніпуляції громадською думкою (18,1 %), питаннями захисту персональних даних (14,5 %) та можливого завдання шкоди честі й діловій репутації (11,9 %). Дещо рідше згадувалася відсутність прозорості в роботі ШІ-систем (10,1 %), тоді як варіант «інше» обрали лише 1,8 % респондентів.



Рис. 9. Результати відповідей стосовно проблеми
«Які етичні та юридичні питання викликає у вас використання ШІ?»

Джерело: авторська розробка

У сукупності ці фактори — побоювання щодо трансформації професійних ролей, ризики поширення недостовірної інформації та низький рівень довіри з боку аудиторії — зумовлюють обережне ставлення до штучного інтелекту в медіасередовищі.

Саме в цьому контексті доцільно розглянути результати опитування серед респондентів (рис. 10), які повідомили, що не використовують технології ШІ у професійній діяльності (16,4 %).

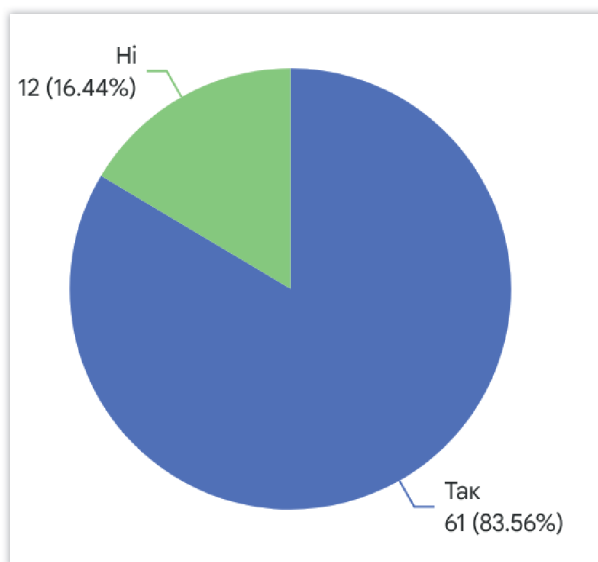


Рис. 10. Результати відповідей на питання
«Чи використовували ви ШІ у своїй професійній діяльності?»
Джерело: авторська розробка

У цій групі переважають фахівці (рис. 11) із тривалим стажем роботи: 41,7 % мають досвід понад 20 років, ще 33,3 % — від 6 до 10 років, що свідчить про більш стримане ставлення до нових технологій серед співробітників із досвідом.

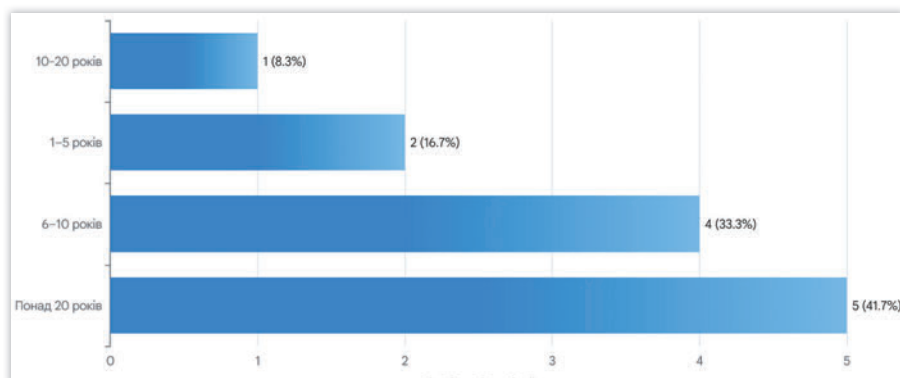


Рис. 11. Результати відповідей на питання «Стаж роботи»
(Вибірка серед респондентів, що не використовують ШІ
у професійній діяльності)
Джерело: авторська розробка

Серед причин невикористання ШІ найчастіше (рис. 12) називаються побоювання зниження якості роботи (31,3 %), нестача знань або навичок (25,0 %), а також етичні та юридичні застереження (18,8 %); водночас 12,5 % респондентів указують на відсутність доступу до необхідних інструментів або не бачать практичної користі для своєї роботи.

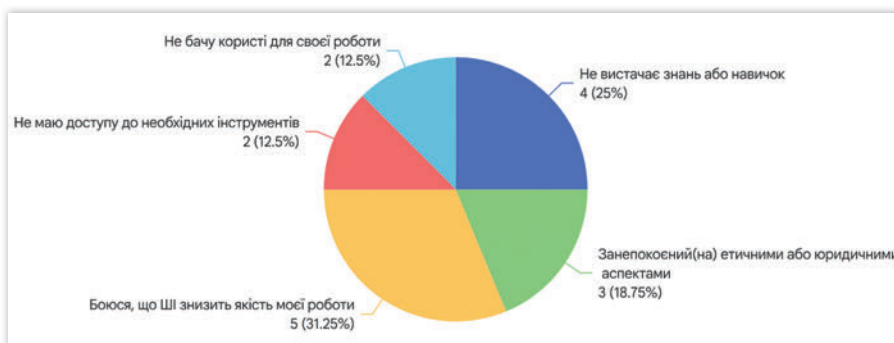


Рис. 12. Результати відповідей на питання
«Чому ви не використовуєте ШІ у своїй професійній діяльності?»
Джерело: авторська розробка

Оцінюючи потенційні загрози (рис. 13), більшість представників цієї групи (58,3 %) вважають, що штучний інтелект радше доповнюватиме роботу людини, ніж замінюватиме її повністю, тоді як 25,0 % респондентів допускають автоматизацію окремих професійних функцій. Водночас 8,3 % опитаних зазначили, що штучний інтелект не становить жодної загрози для їхньої професії, і така ж частка (8,3 %) вагалася з відповіддю.

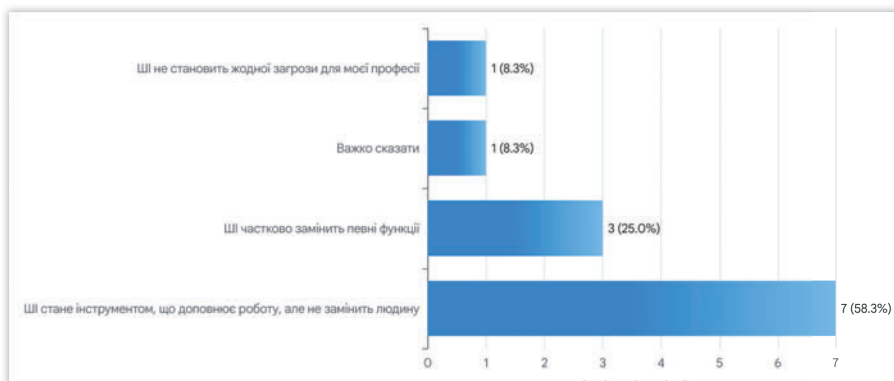


Рис. 13. Результати відповідей на питання
«Наскільки ви відчуваєте загрозу заміни людини ШІ у вашій професії?»
Джерело: авторська розробка

Важливо підкреслити, що жоден із респондентів не обрав варіант відповіді про повну заміну його професії штучним інтелектом, що свідчить про сприйняття технології не як деструктивного чинника, а як інструмента трансформації та підтримки робочих процесів. Отже, потенційна загроза втрати робочих місць у професійному середовищі аудіовізуальних медіа радше розглядається як гіпотетична або віддалена, ніж як актуальна проблема сьогодення. Цей факт частково не збігається з нашими попередніми висновками, що були зроблені на основі окремих міжнародних досліджень, у яких ризик витіснення людської праці розглядається як один із ключових викликів розвитку ШІ. Отримані емпіричні дані свідчать про більш прагматичне сприйняття ШІ українськими практиками галузі, для яких ця технологія насамперед асоціюється з інструментом підвищення ефективності, а не з безпосередньою загрозою професійній зайнятості.

Як ключові умови для ефективного впровадження ШІ респонденти найчастіше (рис. 14) називають навчання і тренінги (33,3 %), фінансову доступність інструментів (33,3 %) та наявність чітких етичних і правових рамок (23,8 %), що вказує на потенційну готовність до поступового впровадження ШІ за умови зниження бар'єрів входу.

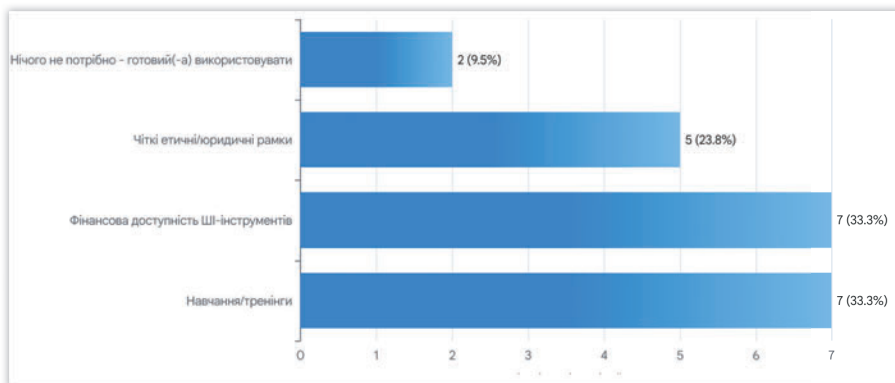


Рис. 14. Результати відповідей на питання
«Що потрібно для ефективного впровадження ШІ у вашій роботі?»

Джерело: авторська розробка

Висновки

Проведене дослідження засвідчує, що технології ШІ вже стали невід'ємним складником професійної діяльності значної частини співробітників українських аудіовізуальних медіа. Результати опитування демонструють високий рівень використання інструментів ШІ в повсякденних виробничих процесах, передусім у завданнях, пов'язаних

з обробкою тексту, мовлення та мультимедійного контенту, а також позитивну оцінку їхнього впливу на ефективність роботи і продуктивність. Водночас результати презентують різний рівень обізнаності та практичного залучення ШІ серед фахівців, що є закономірним для етапу активного формування методології його застосування в національному медіасередовищі.

Важливим результатом дослідження є виявлення стійкого запиту на локальні та автономні ШІ-рішення, що підтверджується і відповідями респондентів, і практичною апробацією моделі автоматичного розпізнавання мовлення Whisper. Отримані емпіричні дані свідчать, що локальні моделі розглядаються практиками не лише як альтернатива хмарним сервісам, а і як окремий технологічний підхід, що забезпечує автономність роботи, можливість тонкого налаштування та підвищений рівень захисту персональних даних. Це особливо актуально для роботи з журналістськими матеріалами з обмеженим доступом і корелює з національними рекомендаціями щодо відповідального використання ШІ у сфері медіа.

Дослідження виявило низку викликів і стримувальних чинників упровадження штучного інтелекту. Серед них — етичні й правові застереження, ризики поширення недостовірної інформації, а також нестійкий рівень довіри аудиторії до ШІ-генерованого контенту. Показовим є те, що, попри поширені в міжнародних дослідженнях побоювання щодо втрати робочих місць, працівники українських медіа здебільшого сприймають ШІ як інструмент підтримки і трансформації професійної діяльності, а не як безпосередню загрозу зайнятості. Така розбіжність між теоретичними оцінками й емпіричними даними загострює важливість контекстного аналізу впровадження ШІ з урахуванням національних, професійних і культурних особливостей.

Загалом результати дослідження дають підстави стверджувати, що ефективна інтеграція технологій ШІ в аудіовізуальні медіа України потребує поєднання технологічних рішень із системним навчанням фахівців, забезпеченням фінансової доступності інструментів та формуванням чітких етичних і правових рамок їх використання. Подальші дослідження доцільно зосередити на глибшому аналізі локальних ШІ-моделей, їх застосуванні в різних сегментах медіавиробництва, а також на вивченні впливу ШІ на довіру аудиторії і трансформацію професійних ролей у довгостроковій перспективі.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Азеев, С. (2024). Інструменти штучного інтелекту в роботі журналіста з аудіовізуальним контентом. *Діалог: Медіастудії*, 30, 7–22. <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318416>
- Данькова, Н. (2025, 25 вересня). *На радіо «Люкс» новини готує ШІ*. Детектор медіа. <https://detector.media/infospace/article/2444402/2025-09-25-na-radio-lyuks-novyny-gotuie-shi>
- Джолос, О. (2025). Можливості та ризики використання штучного інтелекту в аудіовізуальних та онлайн-медіа України. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*, 3(17), 82–86. <https://doi.org/10.32689/maur.philol.2025.3.9>
- Крайнікова, Т., Водолазька, С., Рижко, О., & Ситник, О. (2025). *Штучний інтелект у медіях*. Морфеус.
- Лубко, Д. В., & Шаров, С. В. (2019). *Методи та системи штучного інтелекту*. Одноріг Т. В.
- Міністерство цифрової трансформації України. (2024). *Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа*. <https://storage.thedigital.gov.ua/files/3/f3/1ecd916b1f1b12c29c6e2984ecb0bf33.pdf>
- Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. (2024, 12 грудня). *Використання штучного інтелекту: рекомендації для медіа, реклами і захисту авторських прав (презентації, відео)*. <https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shtuchnogo-intelektu-rekomendatsiyi-dlya-media-reklamy-i-zahystu-avtorskyh-prav-prezentatsiyi-video/>
- Center for News, Technology & Innovation. (2025, December 1). *Artificial Intelligence in Journalism: How do we enable the benefits and manage the harms of artificial intelligence in journalism?* <https://cnti.org/issue-primers/artificial-intelligence-in-journalism/>
- de-Lima-Santos, M.-F., & Jamil, S. (2024). Bridging the AI divide: Human and responsible AI in news and media industries. *Emerging Media*, 2(3), 335–346. <https://doi.org/10.1177/27523543241291229>
- de-Lima-Santos, M.-F., Yeung, W.N., & Dodds, T. (2025). Guiding the way: A comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI & Society*, 40, 2585–2603. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>
- European Broadcasting Union. (2024a). *EBU News Report 2024: Trusted journalism in the age of generative AI*. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reports/open/News_report_2024.pdf
- European Broadcasting Union. (2024b, July 18). *For the first time ever, we're seeing a revenue stream from an AI company to a media company*. <https://www.ebu.ch/news/2024/07/for-the-first-time-ever-we%27re-seeing-a-revenue-stream-from-an-ai-company-to-a-media-company>
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2024). What generative AI means for the media industries, and why it matters to study the collective consequences for advertising, journalism, and public relations. *Emerging Media*, 2(3), 347–355. <https://doi.org/10.1177/27523543241289239>
- Spiller, T. R., Rabe, F.-L., Ben-Zion, Z., Korem, N., Burrer, A., Homan, P., Harpaz-Rotem, I., & Duek, O. (2023). *Efficient and accurate transcription in mental health research — a tutorial on using Whisper AI for Audio file transcription*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9fue8>
- ZMINA. (2024, 10 листопада). *Лише 16 % українців вважає, що штучний інтелект робить медіаконтент кращим — опитування*. <https://zmina.info/news/lyshe-16-ukrayincziv-vvazhaye-shho-shtuchnyj-intelekt-robyt-mediakontent-krashhym-opytuvannya/>

REFERENCES

- Azieiev, S. (2024). Instrumenty shtuchnoho intelektu v roboti zhurnalista z audiovizualnym kontentom [Artificial intelligence tools in journalists' work with audiovisual content]. *Dialog: Mediastudios*, 30, 7–22. <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318416> [in Ukrainian].
- Center for News, Technology & Innovation. (2025, December 1). *Artificial Intelligence in Journalism: How do we enable the benefits and manage the harms of artificial intelligence in journalism?* <https://cnti.org/issue-primers/artificial-intelligence-in-journalism/> [in English].
- Dankova, N. (2025, September 25). *Na radio "Liuks" novyny hotuie ShI* [On the radio "Lux" news is prepared by AI]. *Detektor media*. <https://detector.media/infospace/article/244402/2025-09-25-na-radio-lyuks-novyny-gotuie-shi> [in Ukrainian].
- de-Lima-Santos, M.-F., & Jamil, S. (2024). Bridging the AI divide: Human and responsible AI in news and media industries. *Emerging Media*, 2(3), 335–346. <https://doi.org/10.1177/27523543241291229> [in English].
- de-Lima-Santos, M.-F., Yeung, W. N., & Dodds, T. (2025). Guiding the way: A comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI & Society*, 40, 2585–2603. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5> [in English].
- Dzholos, O. (2025). *Mozhlyvosti ta ryzyky vykorystannia shtuchnoho intelektu v audiovizualnykh ta onlain-media Ukrainy* [Opportunities and risks of using artificial intelligence in Ukraine's audiovisual and online media]. *Scientific Works of Interregional Academy of Personnel Management. Philology*, 3(17), 82–86. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.3.9> [in Ukrainian].
- European Broadcasting Union. (2024a). *EBU News Report 2024: Trusted journalism in the age of generative AI*. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reports/open/News_report_2024.pdf [in English].
- European Broadcasting Union. (2024b, July 18). *"For the first time ever, we're seeing a revenue stream from an AI company to a media company"*. <https://www.ebu.ch/news/2024/07/for-the-first-time-ever-we%27re-seeing-a-revenue-stream-from-an-ai-company-to-a-media-company> [in English].
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2024). What generative AI means for the media industries, and why it matters to study the collective consequences for advertising, journalism, and public relations. *Emerging Media*, 2(3), 347–355. <https://doi.org/10.1177/27523543241289239> [in English].
- Krainikova, T., Vodolazka, S., Ryzhko, O., & Sytnyk, O. (2025). *Shtuchnyi intelekt u mediakh* [Artificial intelligence in the media]. *Morfeus* [in Ukrainian].
- Lubko, D. V., & Sharov, S. V. (2019). *Metody ta systemy shtuchnoho intelektu* [Methods and systems of artificial intelligence]. *Odnoroh T. V.* [in Ukrainian].
- Ministry of Digital Transformation of Ukraine. (2024). *Rekomendatsii z vidpovidalnoho vykorystannia shtuchnoho intelektu u sferi media* [Recommendations for the responsible use of artificial intelligence in the media sector]. <https://storage.thedigital.gov.ua/files/3/f3/1ecd916b1f1b12c29c6e2984ecb0bf33.pdf> [in Ukrainian].
- National Council of Ukraine on Television and Radio Broadcasting. (2024, December 12). *Vykorystannia shtuchnoho intelektu: rekomendatsii dlia media, reklamy i zakhystu avtorskykh prav (prezentatsii, video)* [Use of artificial intelligence: Recommendations for media, advertising and copyright protection (presentation, video)]. <https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shtuchnogo-intelektu-rekomendatsiyi-dlya-media-reklamy-i-zahystu-avtorskykh-prav-prezentatsiyi-video/> [in Ukrainian].
- Spiller, T. R., Rabe, F.- L., Ben-Zion, Z., Korem, N., Burrer, A., Homan, P., Harpaz-Rotem, I., & Duek, O. (2023). *Efficient and accurate transcription in mental health*

research — a tutorial on using Whisper AI for Audio file transcription. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9fue8> [in English].

ZMINA. (2024, November 10). *Lyshe 16 % ukrainsiv vvazhaie, shcho shtuchnyi intelekt robyt mediakontent krashchym — opytuvannia* [Only 16% of Ukrainians believe that artificial intelligence makes media content better — survey]. <https://zmina.info/news/lyshe-16-ukrayincziv-vvazhaye-shho-shtuchnyj-intelekt-robyt-mediakontent-krashchym-opytuvannya/> [in Ukrainian].

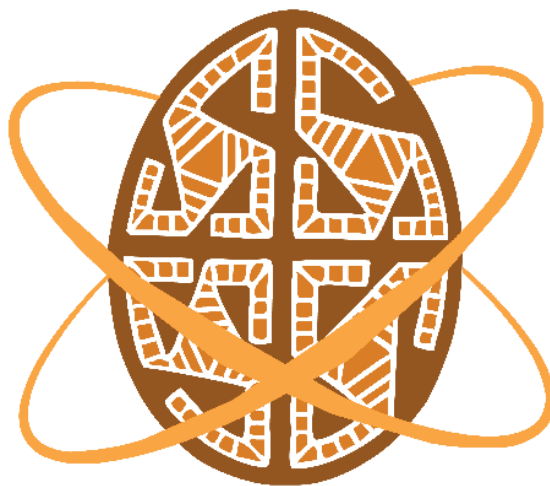
Надійшла: 16.02.2026; Прийнято: 21.03.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

**ВИДАВНИЧА СПРАВА
ТА РЕДАГУВАННЯ**

PUBLISHING AND EDITING



DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359273

УДК 028:004.77:342.1](100+477)

Читання як державний пріоритет: міжнародний досвід та українські перспективи

Артур БОНДАРЕНКО

асп.

Київський національний університет

культури і мистецтв

вул. Є. Коновальця, 36, 01133, Київ, Україна

thatismeindeed@gmail.com

ORCID 0009-0002-4084-6556

© Бондаренко А., 2026

Актуальність дослідження зумовлена потребою розвитку культури читання в Україні в умовах війни та післявоєнного відновлення, коли його освітня, культурна й соціальна роль набуває нових сенсів у контексті збереження та відновлення суспільного потенціалу, що зумовлює потребу в переосмисленні державної політики в цій сфері. Мета статті полягає у з'ясуванні державної політики популяризації читання в Канаді, США, Японії, Сінгапурі та Південній Кореї, осмисленні в цих країнах стратегічних підходів, освітньо-бібліотечних моделей, цифрових та інноваційних рішень, що можуть бути інтегровані в українську політику розвитку читання й визначати концептуальну основу для вдосконалення Стратегії розвитку читання в Україні з урахуванням воєнних і післявоєнних викликів. Українська стратегія розвитку читання може бути вдосконаленою завдяки зорієнтованості на успішний міжнародний досвід та національні стратегії тих країн, які демонструють стабільно високі показники читацької грамотності. Результати дослідження свідчать, що стійкий розвиток культури читання забезпечується системною інтеграцією нормативно-правового забезпечення, цифровою трансформацією із розвитком доступних інтерактивних платформ, модернізацією бібліотек як культурних та інноваційних хабів, підтримкою сімейного читання через національні програми, соціальними й освітніми заходами, а також прозорою системою моніторингу і звітності. Серед дієвих практик, які можуть бути адаптовані до українських реалій, виокремлено програми раннього читання (Bookstart), національні марафони читання, залучення публічних осіб та організацій як впливових промоутерів читання, запровадження мобільних бібліотек і модернізацію бібліотечної інфраструктури. Адаптація міжнародних практик має враховувати військові й післявоєнні виклики забезпечувати безпеку й інклюзію, долати цифровий розрив і ґрунтуватися на партнерстві держави, приватного сектору та громадськості. Для України в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення доцільно розглянути концепцію інтеграції бібліотек і культурних просторів у бомбосховища, створення бібліотечних та культурних зон в укриттях дитячих закладів, що спрямовані на безпечний доступ до читання та безперервність освітньої діяльності. У поєднанні з масштабованими програмами раннього читання, розвитком інклюзивних і доступних цифрових та інтерактивних платформ, залученням публічних лідерів (інфлюенсери і громадські організації) до просування культури читання на регіональному й національному рівнях, а також з запровадженням ефективної системи моніторингу формується цілісний стратегічний комплекс рішень для модернізації та адаптації Стратегії розвитку читання в Україні відповідно до актуальних викликів і з урахуванням успішного міжнародного досвіду.

Ключові слова: читання, державна політика читання, читацька грамотність, цифровізація, бібліотеки, міжнародний досвід, Стратегії розвитку читання.

READING AS A STATE PRIORITY: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND UKRAINIAN PROSPECTS

Artur BONDARENKO

PhD Student

Kyiv National University of Culture and Arts

36, Yevhen Konovalets Str., 01133, Kyiv, Ukraine

thatismeindeed@gmail.com

ORCID 0009-0002-4084-6556

The topicality of this study is determined by the need to develop reading culture in Ukraine during the war and the post-war recovery period, as its educational, cultural and social functions acquire new significance in preserving and restoring societal potential. Such a context entails a necessity in rethinking the state policy in the field of reading promotion. The aim of this article is to study state policies for promoting reading in Canada, the United States, Japan, Singapore and South Korea, as well as to analyse their strategic approaches, educational and library models, digital and innovative solutions that may be integrated into Ukraine's reading development policy and provide a conceptual foundation for enhancing the Reading Development Strategy of Ukraine, taking into account wartime and post-war challenges. The methodological framework grounds on a systemic approach using methods of analysis, synthesis and comparison of legal acts, state programmes and statistical data. Ukraine's Reading Development Strategy can be improved by drawing on international best practices and national strategies of countries demonstrating consistently high levels of reading literacy. The findings of this research show that sustainable development of a reading culture is ensured via the systemic integration of regulatory support, digital transformation with accessible interactive platforms, the modernisation of libraries into cultural and innovation hubs, the promotion of family reading through national programmes, social and educational initiatives, transparent monitoring and reporting systems. Effective practices that may be adapted to the Ukrainian context include early-reading programmes (such as Bookstart), national reading marathons, engagement of public figures and organisations as influential reading promoters, deployment of mobile libraries, modernisation of library infrastructure. Adaptation of international practices have to account for wartime and post-war realities, ensure safety and inclusion, bridge the digital divide, rely on partnerships among the state, the private sector and civil society. Under martial law and throughout post-war recovery, for Ukraine, it is relevant to consider integrating libraries and cultural spaces into shelter infrastructure, including the creation of library and cultural zones within educational institutions' bomb shelters in order to ensure safe access to reading and continuity of educational activities. Combined with scalable early-reading programmes, the development of inclusive and accessible digital and interactive platforms, the involvement of public leaders (influencers and civic organisations) in promoting a reading culture at regional and national levels and the implementation of an effective monitoring system, all this forms a comprehensive strategic framework for modernising and adapting the Ukraine's Reading Development Strategy in line with today's challenges and successful international experience.

Keywords: reading, state reading policy, reading literacy, digitalisation, libraries, international experience, Strategies of reading development.

Актуальність теми

Актуальність дослідження зумовлена потребою розвитку культури читання в Україні в умовах війни та післявоєнного відновлення. У цьому контексті читання набуває особливого значення, виконуючи не лише освітню, а й консолідуючу функцію. Воно сприяє формуванню критичного мислення, підвищенню стійкості до інформаційних загроз, збереженню національної ідентичності, зміцненню соціальної згуртованості. В умовах воєнних викликів державна політика у сфері підтримки читання потребує глибокого переосмислення, системного підходу і стратегічного посилення.

У багатьох країнах світу читання розглядається як державний пріоритет, що має стратегічне значення для розвитку людського потенціалу та конкурентоспроможності держави. Вивчення міжнародного досвіду в підходах до популяризації читання в таких країнах, як Канада, США, Японія, Сінгапур і Південна Корея, є надзвичайно важливим. Аналіз державної політики цих країн дає підстави виокремити моделі підтримки читання, які можуть бути адаптовані до українських реалій з урахуванням потреб воєнного та післявоєнного часу. Особливо актуальними є напрями цифрової трансформації, підтримки сімейного читання, розвитку місцевих ініціатив та залучення громадських лідерів як амбасадорів культури читання.

Постановка проблеми

У сучасному світі читання залишається однією із ключових компетентностей, що визначає рівень освіченості, критичного мислення та здатності до навчання протягом життя. Проте глобальні тенденції свідчать про зниження інтересу до читання через домінування цифрового контенту і кліпового мислення. В Україні ця проблема загострюється в умовах війни, коли культурна ідентичність та соціальна згуртованість стають стратегічними пріоритетами. Попри ухвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року, в Україні відсутня комплексна система популяризації читання, яка б поєднувала державну політику, освітні стандарти, цифрові технології та громадські ініціативи. Недостатній обсяг фінансового забезпечення є одним із ключових бар'єрів на шляху реалізації стратегії. Водночас міжнародний досвід засвідчує, що системні програми, орієнтовані на довгострокову перспективу, здатні суттєво підвищувати рівень читацької активності. Залучення бізнес-спільноти сприяє не лише розширенню джерел фінансування, а й формуванню комплексної підтримки національної стратегії розвитку читання. Для сучасної України важливо не лише розробити власні механізми, але й адаптувати перевірені моделі інших країн до умов воєнного та післявоєнного періоду.

Стан вивчення проблеми

Державна політика розвитку читання розглядається у світовій науковій діяльності як ключовий чинник освітнього, культурного й соціального прогресу. Згідно з дослідженнями М. Вулф (Wolf, 2023/2024),

читання є не лише когнітивною навичкою, а й основою формування критичного мислення та соціальної стійкості, що особливо актуально в умовах цифровізації. Дослідник Н. Барон (Baron, 2021) підкреслює ризики поверхневого читання в цифровому середовищі та потребу в спрямуванні державних стратегій на підтримку вдумливого читання.

В Україні питання промоції читання набуло особливої актуальності після 2022 року. Ю. Новальська (2023) аналізує трансформацію публічних бібліотек у воєнний час, зазначаючи, що вони виконують функції культурних і гуманітарних хабів, пропонують онлайн-читання, мобільні бібліотеки, інтерактивні клуби, а також психологічну та правову підтримку для ВПО. У працях Н. Бондаренко (2023) підкреслюється важливість формування читацької грамотності як базової навички й потребу в упровадженні системних державних програм.

Науковці А. Радченко та В. Каніщева (2023) досліджують трансформацію читацьких практик в умовах війни та цифровізації, акцентуючи на впливі пандемії COVID-19 і повномасштабної агресії на книговидання, книгорозповсюдження й поведінку читачів. Авторки окреслюють перспективи бібліотек як культурно-освітніх просторів, здатних підтримувати гуманітарну безпеку та розвиток людського капіталу.

В. Здановська (2022) дослідила міжнародний досвід популяризації читання, навівши приклади комплексних програм, що поєднують масові кампанії, родинне читання, партнерства бібліотек з різними інституціями, а також використання цифрових платформ. Ефективність таких моделей забезпечується законодавчою підтримкою, фінансуванням і системним моніторингом результатів, що дає змогу країнам підвищувати рівень освіти та конкурентоспроможність. Дослідниця наголошує, що читання є базовою навичкою, яка формує інтелектуальний і творчий потенціал людини, а регулярне читання з раннього віку позитивно впливає на економічний розвиток країни.

Міжнародні практики демонструють ефективність комплексних стратегій: у США впроваджується «наука читання» (Science of Reading), у Канаді — інклюзивні бібліотечні програми, у Японії та Кореї — національні кампанії, у Сінгапурі — цифрові ініціативи (National Reading Movement). Наведені приклади підтверджують, що успішні моделі поєднують державну підтримку, цифрові технології та громадські ініціативи.

Невирішені питання

Попри схвалення Стратегії розвитку читання на 2023–2032 роки, залишається недостатньо вивченим питання адаптації державної політики читання до умов воєнного стану і післявоєнного відновлення, бракує прозорості звітності щодо реалізації Стратегії та системного порівняння українських ініціатив промоції читання з міжнародним досвідом.

Недостатньо також опрацьовані механізми інтеграції бізнес-спільноти в підтримку національної стратегії розвитку читання.

Завдання статті

Мета статті полягає у з'ясуванні державної політики популяризації читання в Канаді, США, Японії, Сінгапурі та Південній Кореї, аналізі їхніх стратегічних підходів, освітньо-бібліотечних моделей, цифрових та інноваційних рішень, що можуть бути інтегровані в українську політику розвитку читання та сприяти створенню концептуальної основи для вдосконалення Стратегії розвитку читання в Україні з урахуванням воєнних і післявоєнних викликів. Дослідження ґрунтується на методах аналізу, синтезу та порівняння нормативно-правових актів, державних програм і статистичних даних щодо популяризації читання. Системний підхід було використано для узагальнення ефективних практик.

Виклад основного матеріалу

Вибір країн для аналізу обґрунтовано результатами дослідження PISA 2022, відповідно до якого зазначені держави демонструють високі або стабільні показники читацької грамотності (OECD, 2024). У Таблиці 1 подано порівняльні показники країн, які стали об'єктами аналізу, а також України.

Таблиця 1

Результати дослідження PISA 2022

Країна	Читання
Сінгапур	543
Японія	516
Південна Корея	515
Канада	507
США	504
Україна	428

Джерело: розроблено автором

Українські результати з читання нижчі на 73 бали, порівняно із середніми показниками обраних країн (Табл. 1). Ці результати підкреслюють актуальність вивчення міжнародного досвіду для вдосконалення української Стратегії розвитку читання.

Розглянемо державну політику щодо популяризації читання окремо для кожної країни.

Канада. За останні роки Канада посилила політику підтримки читання та розвитку грамотності, розгорнувши модель співпраці федеральних інституцій, провінційних і територіальних міністерств освіти,

мережі публічних бібліотек, громадських організацій і добродійних фондів. У 2025 році громадянська коаліція United for Literacy оприлюднила «The Case for a National Literacy Strategy» (2025), де обґрунтовується потреба в узгодженій загальнонаціональній стратегії, що включає ранню грамотність, навчання впродовж життя й цифрову інклюзію. Документ також акцентує на економічних ефектах підвищення рівня грамотності дорослих. Дані другого циклу Міжнародної програми з оцінки компетенцій дорослих (PIAAC, 2022–2023) показують, що середні показники Канади з грамотності (271), нумерації (271) адаптивного розв'язання проблем (259) перевищують середні значення країн-членів Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) (259, 262, 250 відповідно) (Government of Canada, 2024). Водночас спостерігається значна варіативність результатів між регіонами та соціально-демографічними групами: наприклад, частка осіб із високим рівнем грамотності (рівні 4–5) становить 14 відсотків, тоді як на найнижчих рівнях (нижче 226 балів) перебуває 19 відсотків дорослого населення. Ці диспропорції, а також виявлені відмінності за віком, освітою та імміграційним статусом висвітлюють потребу в гнучких цільових програмах розвитку.

На федеральному рівні також розробляються і фінансуються програми, спрямовані, зокрема, й на розвиток культури читання. Ухвалений у 2024 році Закон Канади про раннє навчання та догляд за дітьми (Canada Early Learning and Child Care Act, 2024) закріпив довгострокове фінансування, принципи доступності, інклюзивності, а також створення Національної дорадчої ради, що забезпечує системну координацію та консультації з усіма зацікавленими сторонами. Закон визначає бачення загальнонаціональної мережі програм, орієнтованих на розвиток дітей і підтримку сімей, включно із гнучкими програмами догляду, які сприяють соціальному, емоційному, фізичному й когнітивному розвитку. Крім того, він передбачає щорічну звітність уряду про прогрес у забезпеченні доступності та якості послуг, що зміцнює інституційну основу для реалізації стратегій раннього розвитку, сімейного читання та навчання впродовж життя на національному рівні.

Провідна роль у збереженні й поширенні читання належить Library and Archives Canada (LAC). Через місію «національної пам'яті» LAC забезпечує відкритий доступ до документальної спадщини (каталоги, цифрові колекції) та адмініструє партнерські програми підтримки документальної спільноти; інституційні плани LAC та інструменти пошуку колекцій демонструють важливість забезпечення доступу до інформації шляхом нарощування цифрових сервісів для громадян усіх вікових груп. У співпраці з Публічною бібліотекою Торонто (Toronto Public Library), LAC виступає національним партнером загальнонаціональної двомовної програми — Літній клуб читання, яка безкоштовно реалізується спільними зусиллями понад 2200 публічних бібліотек Канади. Програма пропонує безкоштов-

ні матеріали та інклюзивні формати (аудіо, шрифт OpenDyslexic, брайль) для підтримки регулярного читання влітку. За роки існування зафіксував понад 8 мільйонів відвідувань активностей і понад 4 мільйони реєстрацій. Цифрова платформа, що відкривається 8 червня 2026 року, дає змогу створювати онлайн-зошити, читати електронні книги, залишати відгуки, брати участь у тематичних вікторинах і конкурсах, взаємодіяти з авторами й ілюстраторами. (TD Summer Reading Club, 2025).

Педагогічна політика та навчальні програми визначаються провінціями самостійно. Після доповіді Комісії з прав людини Онтаріо (Ontario Human Rights Commission) «Right to Read», яка наголошує на потребі структурованої грамотності, фонетичного підходу та раннього тестування (OHRC, 2022), низка провінцій (Онтаріо, Нова Шотландія, Альберта, Нью-Брансвік) розпочала відповідні реформи. В Онтаріо, наприклад, це закріплено в меморандумі PPM-168 (Ontario Ministry of Education, 2023), що передбачає обов'язкове тестування кожні півроку, починаючи від дитсадка до другого класу (Grade 2).

Громадські й бібліотечні ініціативи відіграють системотвірну роль у популяризації читання. Наприклад, благодійна організація ABC Life Literacy Canada, яка просуває ідею грамотності та навчання протягом життя, координує щорічний День сімейної грамотності Family Literacy Day (27 січня), що з 1999 року заохочує родини до спільного читання, розповсюджуючи безкоштовні матеріали для шкіл і бібліотек по всій країні; паралельно організація реалізує програми для дорослих (цифрова, фінансова грамотність та ін.) і розвиває онлайн-платформи для самонавчання дорослих.

Медична спільнота підтримує формування первинних навичок читання (Canadian Paediatric Society, 2023), інтегруючи поради (Read, Speak, Sing) стосовно читання у візити до педіатрів. На рівні культурної екосистеми Canada Council for the Arts фінансує літературні проекти, переклади та промоцію читання, яка щорічно компенсує понад 18 тисячам авторів безоплатний доступ до їхніх книжок у бібліотеках, тим самим зміцнюючи зв'язок між авторами, видавцями й бібліотеками та стимулюючи позицію якісного контенту для читачів (Canada Council for the Arts, 2025).

Важливою ланкою, що доповнює політику читання, є цифрова інклюзія. Програма обміну знаннями з цифрової грамотності (Digital Literacy Exchange Program) спрямована на навчання базовій цифровій грамотності для людей з обмеженими можливостями, охопивши понад 650 тис. учасників у двох хвилях (2017–2022; 2022–2025); програма офіційно завершилася 31.03.2025, успішно виконавши поставлені цілі. За оцінкою Міністерства інновацій, науки та економічного розвитку Канади (ISED), програма сприяла подоланню «цифрового розриву», що може сприяти популяризації бібліотечних цифрових платформ (Innovation, Science and Economic Development Canada, 2025).

Канада демонструє комплексний підхід до розвитку грамотності, поєднуючи федеральні програми, провінційні освітні реформи та бібліотечні ініціативи. Попри те, що країна входить у топ-10 за результатами PIAAC, 49 відсотків дорослого населення мають рівень грамотності, який оцінюється нижче рівня середньої школи, а 19 відсотків — мають найнижчий рівень грамотності: не здатні прочитати інструкцію щодо дозування на пляшці з ліками (ABC Life Literacy Canada, n.d.). Такі результати зумовлюють потребу в довгостроковій стратегії розвитку читання, яка має поєднувати ранній розвиток, навчання протягом життя й доступ до інформаційних ресурсів, а також враховувати соціальну різноманітність і цифрову трансформацію.

Сполучені Штати Америки. Державна політика США щодо популяризації читання має комплексний і багаторівневий характер, охоплюючи федеральний, штатний та місцевий рівні. Вона спрямована на усунення освітніх нерівностей, розвиток первинних навичок читання та формування мотивації до читання серед дітей і молоді. Основними інструментами є освітні програми, партнерства з бібліотеками, цифрові та інтерактивні освітні центри, онлайн-бібліотеки та ініціативи громадських організацій.

На федеральному рівні діють програми, що фінансуються Міністерством освіти США, зокрема програма Інноваційні підходи до грамотності (Innovative Approaches to Literacy), яка надає гранти для розвитку бібліотек, підтримує інноваційні програми розвитку грамотності для дітей від народження до дванадцятого класу в малозабезпечених громадах, фінансує шкільні бібліотеки для належного забезпечення дітей якісними книжками (U.S. Department of Education, 2025a). Ініціатива Раннє навчання (Early Literacy Initiative) спрямована на підтримку дітей від народження до п'яти років через розширення доступу до дошкільної освіти та підвищення її якості, підтримує дітей з особливими потребами, а також сприяє професійному розвитку педагогів (U.S. Department of Education, 2025b).

Важливу роль відіграють національні та громадські програми. Наприклад, ініціатива Читай разом із нами (Reach Out and Read, 2024) охоплює понад 6000 клінік, де лікарі дають поради батькам щодо читання книг дітям і роздають книжкові набори, щороку охоплюючи понад 4,2 млн дітей. Організація Reading Is Fundamental (n.d.) забезпечує понад 11 млн книжок дітям із малозабезпечених родин, а благодійна ініціатива Dolly Parton's Imagination Library (2025) розсилає безкоштовні книжки дітям до п'яти років, охоплюючи понад 3 млн учасників. Програма The Literacy Lab пропонує індивідуальну підтримку грамотності для дошкільнят і молодших школярів у партнерстві з державними школами.

Бібліотеки у США, які є центрами сімейного читання, водночас активно розвивають цифрові сервіси, організовують і підтримують гро-

мадські ініціативи, зокрема програми на кшталт Одна книга для всієї громади (One Book, One Community). Паралельно розвиваються цифрові платформи (BookNook, Raz-Kids, Epic!), що поєднують читання з гейміфікацією, стимулюючи інтерес дітей до літератури. Значний вплив на популяризацію читання мають культурні амбасадори — Барак і Мішель Обама, Опра Вінфрі, Різ Візерспун, які через медіа та публічні кампанії формують позитивний імідж читання.

Інноваційним напрямом є впровадження концепції Science of Reading, яка базується на науково обґрунтованих методиках навчання читанню та включає в себе підготовку вчителів, обов'язкове тестування учнів і використання перевірених навчальних матеріалів. Водночас політика стикається з викликами: нерівністю доступу до ресурсів у сільських районах та критикою SOR за обмеження автономії вчителів і дискусії щодо ефективності, адже результати Національної програми оцінювання освітнього прогресу (NAEP, 2025) у 2024 році показали зниження рівня читання.

Для України досвід США є цінним прикладом масштабної та системної політики, орієнтованої на раннє втручання, розвиток бібліотек, цифрових сервісів і партнерств. Адаптація таких підходів може включати впровадження доказових методик у початковій школі, підвищення кваліфікації педагогів, ранній скринінг, державні гранти для бібліотек і розвиток цифрових платформ.

Розглянемо досвід азійських країн, які, згідно з офіційним звітом OECD PISA 2022, демонструють вищий рівень читацької грамотності, порівняно з європейськими та північноамериканськими країнами.

Японія. Японія є однією з небагатьох країн світу, які мають спеціальне законодавство для підтримки дитячого читання. Закон про сприяння читанню дітьми (2001) визначив основні принципи державної політики, закріпив відповідальність національних і місцевих органів влади, закладів освіти, бібліотек і батьків за формування культури читання (Japan National Diet Library, 2023a). Символічним елементом стало проголошення 23 квітня Днем дитячого читання. Закон передбачає розроблення базового плану сприяння читанню книг, який оновлюється кожні п'ять років Міністерством освіти, культури, спорту, науки і технологій.

Поточний П'ятий базовий план (2023–2027) узагальнює результати попереднього циклу та визначає нові пріоритети. Серед досягнень відзначено зростання кількості бібліотек, розширення доступу до електронних каталогів (OPAC) і збільшення частки шкіл зі шкільними бібліотеками. Водночас зафіксовано виклики: зниження кількості виданих дитячих книжок у публічних бібліотеках, скорочення загальношкільних читацьких ініціатив і стабільно високий відсоток учнів, які не читають жодної книги на місяць. Частково ці тенденції пов'язані з пандемією COVID-19.

Пріоритети П'ятого плану включають:

- зменшення частки учнів, які не читають, через програми читання вголос для дошкільнят і заходи для старшокласників;
- розширення доступності (брайлеві видання, багатомовні матеріали, спрощена японська);
- модернізацію бібліотек для цифрової епохи (онлайн-позики, планшет-френдлі простори);
- залучення дітей до управління бібліотеками та формування фондів (Japan National Diet Library, 2023b).

Інституційна інфраструктура включає Міжнародну дитячу бібліотеку (ILCL) при Національній парламентській бібліотеці, яка виконує роль національного ресурсного центру, надає методичну підтримку бібліотекарям і педагогам, розвиває цифрові сервіси та проводить навчальні програми (ILCL, 2023).

Шкільні бібліотеки регулюються Законом про шкільні бібліотеки (1953, із змінами в 1997 і 2014), що закріпив інститут учителя-бібліотекаря та визначив вимоги до підготовки кадрів. Це дозволило масштабувати посади бібліотекарів у школах і підвищити якість читацької підтримки (Iwasaki et al., 2018).

У контексті цифрової трансформації важливим кроком стала програма GIGA School (2019–2021), яка забезпечила 1:1 пристрої та високошвидкісний інтернет для учнів, створивши умови для інтеграції електронних бібліотек і мультимедійних ресурсів у навчальний процес. Додатково MEXT готує впровадження цифрових підручників як офіційно затверджених ресурсів нарівні із друкованими. Передбачено гнучкий вибір форматів і відтермінування для початкової школи, щоб врахувати когнітивні особливості дітей (MEXT, 2020).

На рівні громад діє програма Bookstart Japan (з 2001 р.), яка дарує книжкові набори немовлятам під час медичних оглядів і проводить сесії для батьків, формуючи ранні читацькі практики (Bookstart Japan, 2021).

За даними PISA-2022, Японія входить у топ-3 країн світу за рівнем читацької грамотності, що свідчить про ефективність комплексної моделі, яка поєднує законодавчі гарантії, освітні стратегії, культурні традиції та цифрові інновації (OECD, 2023).

Singapur. Сінгапур розглядає читання як стратегічний елемент формування конкурентоспроможного суспільства знань та послідовно реалізує політику розвитку читацької культури, поєднуючи державне стратегічне планування, інновації в бібліотечній сфері та освітні ініціативи. Високий рівень читацької грамотності в країні зумовлений інтеграцією читання в освітній процес і функціонуванням сучасної бібліотечної системи, керованої Національною бібліотечною радою Сінгапуру (NLB). NLB заснована 1 вересня 1995 року як статутна установа, підпорядковується Міністерству комунікацій та інформації Сінгапуру та реалізує місію

формування суспільства, орієнтованого на читання, навчання в продовж життя та збереження історичної пам'яті. Через мережу з 27 публічних бібліотек, Національну бібліотеку та Національний архів NLB забезпечує доступ до знань і культурної спадщини, водночас розвиваючи партнерства. Діяльність організації ґрунтується на інноваціях, орієнтації на користувачів і спільному створенні сервісів, що розширює можливості для навчання, підвищує доступність ресурсів і підтримує розвиток сучасних бібліотечних просторів. Мобільна платформа Національної бібліотеки Сінгапуру — NLB Mobile забезпечує доступ до електронних книг, аудіокниг, інтерактивних освітніх матеріалів і водночас дозволяє користувачам відстежувати власну читацьку активність (National Library Board, 2021).

Ключовою програмою NLB для дітей і підлітків є Children & Teens, яка охоплює широкий спектр активностей та платформ та функціонує як екосистема підтримки дитячого розвитку із залученням батьків, шкіл та партнерів через ініціативи на платформі LearnX та програму Read@School. Активності реалізуються через різні формати, зокрема мультимовні онлайн-сесії Storytime, тематичну серію Monsters United, програми шкільних канікул та ініціативу Stay Curious with Your Child, що сприяє інтеракції між дітьми та батьками. Для підлітків передбачено програму Junior Reading Ambassador, яка формує комунікативні та творчі компетентності через публічні виступи та рецензування книг. Додатково, програма kidsREAD орієнтована на дітей 7-8 років із менш забезпечених сімей і спрямована на формування стійких читацьких звичок через регулярні заняття в партнерських центрах (National Library Board Singapore, n.d.). Програма kidsREAD започаткована Національною бібліотекою Сінгапуру у 2004 році з метою формування любові до читання серед дітей віком від 4 до 8 років із малозабезпечених родин. За 20 років ініціатива охопила близько 80 тисяч дітей через мережу понад 200 клубів, що функціонують у школах, дитсадках, громадських центрах та соціальних організаціях. Програма передбачає інтерактивні заняття, розвиток мовних навичок, а також залучення батьків до читання вдома. У 2024 році було анонсовано розширення програми (kidsREAD@Home), спрямоване на охоплення дітей із малозабезпечених сімей, що проживають в орендованому житлі, шляхом проведення читальних сесій вдома та надання нових книг (National Library Board Singapore, 2024).

Щорічний фестиваль Read! Fest і кампанія READ30 присвячена тридцятиріччю NLB, які спрямовані на популяризацію читання через інтерактивні інсталяції, тимчасові бібліотечні або тематичні зони (pop-up locations), літературні маршрути, де можна ознайомитися з книжками, взяти участь у майстер-класах, інтерактивних подіях чи просто провести час у комфортному середовищі для читання. Особливу увагу приділено залученню відомих особистостей та партнерів книжкової індустрії, що забезпечує широкий спектр рекомендованої літератури та

сприяє формуванню культури читання серед різних вікових груп (The National Library and Archives Board, 2025).

Загалом сингапурська модель розвитку читання вирізняється високим рівнем інституційної ефективності, інтеграцією традиційних та цифрових форматів, а також комплексним охопленням цільових груп — від дошкільної освіти до навчання дорослих. Стратегічна роль бібліотек як інноваційних хабів забезпечує сталі результати в умовах глобальної цифрової конкуренції.

Південна Корея. Південна Корея демонструє системний підхід до розвитку читацької культури, що ґрунтується на державному плануванні, модернізації бібліотечної інфраструктури та активній участі громади. Нормативним підґрунтям є Закон Республіки Корея про заохочення культури читання, який набув чинності 5 квітня 2007 року. Закон визначає принципи розвитку читацької культури, закріплює відповідальність держави та місцевих органів влади, передбачає розроблення п'ятирічних базових планів і щорічних планів імплементації, а також гарантує доступ до читання для вразливих груп і жителів віддалених регіонів (Korea Legislation Research Institute, n.d.).

Міністерством культури, спорту і туризму Республіки Корея було представлено в 2023 році комплексну стратегію розвитку книжкової та читацької культури — «4F» (Future, First-runner, Barrier-free, Fair). Стратегія передбачає створення сталого видавничого та читацького середовища, підтримку електронного книговидання, розвиток локальних книжкових просторів, а також просування корейських книг на міжнародні ринки через експорт авторського права на книги, переклади та участь у глобальних ярмарках. Особливий акцент зроблено на інклюзивності: розширенні доступу до бібліотек, адаптації електронних ресурсів для людей з інвалідністю та формуванні культурних центрів (хабів) в регіонах. Крім того, стратегія передбачає підтримку авторів: захист авторських прав, стандартизацію контрактів і створення сучасних креативних просторів. На основі цієї стратегії розроблялися базові плани на 2024–2028 роки для бібліотек, літератури та читацької культури, що спрямовані на цифровізацію, підтримку молодіжного читання та розвиток глобальної конкурентоспроможності корейських книг (Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea, 2023).

Базовий п'ятирічний план, розроблений Міністерством культури, спорту і туризму, визначає такі пріоритети:

- забезпечення рівного доступу до читання в усіх регіонах, включно з віддаленими громадами;
- підтримка шкільного та сімейного читання;
- цифровізація бібліотечних ресурсів;
- промоція читання серед молоді .

Одним із наймасштабніших проєктів є Bookstart Korea, що реалізується з 2003 року та надає безкоштовні книжкові набори дітям віком 0–5 років через муніципальні бібліотеки, медичні установи й центри раннього розвитку. Станом на 2023 рік програму впроваджено в понад 230 муніципалітетах (Bookstart Korea, 2023).

Важливу роль відіграють шкільні бібліотеки. Міністерство освіти зобов'язує кожен навчальний заклад мати бібліотеку із сучасним фондом, цифровими сервісами та інтерактивними просторами. Діють програми підготовки бібліотекарів із педагогічною кваліфікацією, які активно залучені до виховного процесу. Законодавчо закріплено Національний місяць читання, протягом якого організовуються конференції, виставки, читацькі марафони, конкурси та просвітницькі кампанії через ЗМІ. Цей комплекс заходів охоплює школи, громади та робочі місця, роблячи читання частиною повсякденного життя.

Цифровий вимір політики включає портал Korea Knowledge Portal, що надає доступ до понад 2 млн електронних джерел (книги, аудіо, мультимедіа), а також мобільні бібліобуси з інтерактивними планшетами та Wi-Fi для сільських районів. Розвиваються програми для людей з інвалідністю, літніх осіб і мігрантів, а бібліотеки стають просторами міжкультурного діалогу. Отже, південнокорейська модель вирізняється високим рівнем державної координації, увагою до раннього читання, цифровими інноваціями та соціальною інклюзією, що забезпечує сталі читацькі практики та ефективність освітньої політики.

Перспективи вдосконалення української стратегії розвитку читання.

Україні доцільно інтегрувати успішні міжнародні підходи та механізми підтримки читання, адаптуючи їх до умов війни та післявоєнного відновлення. Одним із пріоритетних напрямів є впровадження масштабованих програм раннього читання, подібних до Bookstart (Японія, Південна Корея), що передбачають надання безкоштовних книжкових наборів для немовлят, консультації для батьків та бібліотечний патронаж родин із дітьми віком до трьох років. Ці ініціативи сприяють формуванню читацьких навичок з перших років життя (Bookstart Japan, 2021; Bookstart Korea, 2023) і можуть стати важливим складником національної політики розвитку читання.

Досвід Канади та Сінгапуру свідчить про ефективність трансформації бібліотек у сучасні культурні та інноваційні хаби з цифровими сервісами, інтерактивними просторами та широким спектром освітніх програм. Цей підхід варто врахувати під час післявоєнного відновлення бібліотечної інфраструктури в українських громадах, особливо тих, що постраждали від бойових дій. Цифровізацію читання слід розглядати як інструмент формування доступного, інклюзивного культурно-освітнього середовища (Korea Knowledge Portal, n.d.).

Приклад США демонструє важливість упровадження доказових методик навчання читання в початковій школі, ранній скринінг, системне

підвищення кваліфікації педагогів і розвитку професійних компетентностей бібліотекарів (Goldstein, 2024). Україні потрібно переглянути нормативно-правову базу, що регулюватиме підготовку цих фахівців та забезпечуватиме формування читацької грамотності як ключової компетентності в освітньому процесі.

Важливим складником оновленої стратегії мають стати національні культурні та освітні події: Національний місяць читання, читацькі марафони, конкурси, фестивалі, а також залучення публічних осіб та організацій у ролі амбасадорів читання за прикладом Південної Кореї та Сінгапуру. Партнерства з приватним сектором, меценатами, громадськими організаціями здатні забезпечити додаткові можливості для розвитку програм, підтримки цифрових платформ і зростання ролі читання в публічному просторі, як це вже успішно реалізовано в Канаді та США.

Такий підхід вимагатиме прозорості й чіткої координації всіх ініціатив. Доцільно запровадити системний моніторинг реалізації стратегії та регулярну публікацію національного «Звіту про стан читання» для оцінки результатів і коригування політики відповідно. Особливої уваги потребує узагальнення та координація цифрових сервісів, які вже впроваджуються в Україні та доступні завдяки міжнародній підтримці. Зокрема, національна платформа еЧитальня (Ukrainian Children's Books (UCB), n.d.) та мобільних застосунків, створених міжнародними партнерами, таких як eKidz (eKidz, n.d.) та Library For All (Library For All, n.d.). Їхня інтеграція в єдине доступне середовище дозволить підвищити охоплення, забезпечити інклюзію та збалансувати цифрові рішення для дітей різного віку в різних соціальних та регіональних контекстах.

Висновки

У державах із високими показниками читацької грамотності спостерігається системна взаємодія освіти, культури й технологій. У Північній Америці акцент робиться на підтримці читацьких програм для дітей і молоді, особливо серед соціально вразливих категорій населення. Азійський підхід, навпаки, ґрунтується на спеціалізованому законодавстві та реалізації довгострокових державних кампаній, спрямованих на розвиток грамотності, що забезпечує стратегічну сталість політики. На цьому тлі українська політика підтримки читання нині характеризується фрагментованістю, відсутністю прозорої системи звітності та моніторингу, нерівномірною реалізацією ініціатив на місцевому рівні, а також недостатньою адаптацією до умов воєнного стану та післявоєнних викликів.

З огляду на наявну фрагментованість та недостатню адаптованість політики до воєнних і післявоєнних викликів, особливо важливо звернутися до міжнародного досвіду країн, які демонструють стабільно високий рівень читацької грамотності. Українська стратегія розвитку читання потребує об'єднання правових, інституційних, цифрових та культурних

компонентів у цілісну систему, підкріплену прозорими механізмами моніторингу й оцінювання результатів. Такий підхід дасть змогу сформулювати збалансовану модель підтримки читання, що зміцнить гуманітарну стійкість і сприятиме розвитку людського капіталу України.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бондаренко, Н. (2023). *Формування читацької грамотності в умовах цифровізації освіти*. Інститут педагогіки НАПН України. <https://doi.org/10.32405/2411-1309-2023-30-19-31>
- Здановська, В. П. (2022). Закордонний досвід просування читання. В *Просування читання в публічних бібліотеках* (с. 62–79). Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого. <https://elib.nlu.org.ua/view.html?id=14127>
- Новальська, Ю. В. (2023). Промоція читання у публічних бібліотеках України в умовах воєнного стану. В *Бібліотека. Наука. Комунікація. Інноваційні трансформації ресурсів і послуг* [Матеріали конференції]. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/1492>
- Радченко, А., & Канищева, В. (2023). Трансформація читацьких практик в умовах війни та цифровізації. *Бібліотечний вісник*, 3. https://akademperiodyka.org.ua/wp-content/uploads/BV_3_2023_Radchenko-1.pdf
- ABC Life Literacy Canada. (n.d.). *Literacy*. Retrieved November 15, 2025, from <https://abclifeliteracy.ca/literacy/>
- Baron, N. S. (2021). *How We Read Now: Strategic Choices for Print, Screen, and Audio*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/oso/9780190084097.001.0001
- Bookstart Japan. (2021). *About Bookstart in Japan*. <https://www.bookstart.or.jp/english/>
- Bookstart Korea. (2023). *About Bookstart Korea*. <https://www.bookstart.or.kr>
- Canada Council for the Arts. (2025). *Public Lending Right*. <https://canadacouncil.ca/funding/public-lending-right>
- Canadian Paediatric Society. (2023, November 20). *Early literacy: Read, Speak, Sing—Promoting early literacy in the health care setting*. <https://cps.ca/en/literacy>
- Dolly Parton's Imagination Library. (2025). *Program Overview*. <https://imaginationlibrary.com>
- eKidz. (n.d.). *Learn to read with eKidz*. Retrieved November 15, 2025, from <https://ekidz.eu/uk-uk/forparents>
- Employment and Social Development Canada. (2023). *Evaluation of the Literacy and Essential Skills Program*. <https://www.canada.ca/en/employment-social-development/corporate/reports/evaluations/literacy-essential-skills-program.html>
- Goldstein, D. (2024, January 3). What to know about the science of reading. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/>
- Government of Canada, S. C. (2024, December 6). *Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC). Surveys and statistical programs*. <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&SDDS=4406>
- Government of Canada. (2024). *Canada Early Learning and Child Care Act, S.C. 2024*. <https://laws.justice.gc.ca/PDF/C-3.55.pdf>
- Indigenous Services Canada / Government of Canada. (2023–2027). *Departmental Sustainable Development Strategy* (освітній компонент, SDG 4). <https://sac-isc.gc.ca/eng/1698335120372/1698335152589>
- Innovation, Science and Economic Development Canada. (2025, July 30). *Digital Literacy Exchange Program*. <https://ised-isde.canada.ca/site/digital-literacy-exchange-program/en>
- International Library of Children's Literature, National Diet Library. (2023). *Fifth Basic Plan Concerning the Promotion of Reading Activities by Children*. <https://www.kodomo.go.jp/english/info/book/2023-E003.html>

- Iwasaki, R., Ohira, M., & Nishio, J. (2018). *Pathways for school library education and training in Japan*. IFLA. <https://repository.ifla.org/bitstreams/9734188d-7ee9-4481-82ee-e927826580b3/download>
- Japan National Diet Library. (2023a). *Act on Promotion of Children's Reading*. <https://www.ndl.go.jp/en/>
- Japan National Diet Library. (2023b). *Overview of Basic Plans for Reading Promotion*. <https://www.kodomo.go.jp/english/promotion/plan/index.html>
- Korea Knowledge Portal. (n.d.). *Digital Library Services*. Retrieved November 15, 2025, from <https://www.kportal.go.kr>
- Korea Legislation Research Institute. (n.d.). *Act on the Promotion of Reading Culture*. Retrieved November 15, 2025, from https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=64136&type=part&key=17
- Library For All. (n.d.). *Ukraine digital learning resources*. Retrieved November 15, 2025, from <https://libraryforall.org/ukraine/>
- MEXT. (2020). *GIGA School Program: 1 device for 1 student*. https://www.mext.go.jp/content/20220914-mxt_kokusai-000025012_2Itakura.pdf
- Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea. (2023). *The foundation of K-Culture, together with the world, is K-Books*. <https://surl.lt/rprfqt>
- Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea. (2024). 제4차 독서문화진흥 기본계획 (2024-2028) [Fourth Basic Plan for the Promotion of Reading Culture (2024-2028)]. <https://surl.lt/rprfqt>
- National Assessment Governing Board. (2025, January 29). *The Nation's Report Card shows declines in reading, some progress in 4th grade math*. <https://www.nagb.gov/news-and-events/news-releases/2025/nations-report-card-decline-in-reading-progress-in-math.html>
- National Library Board Singapore. (2024). *kidsREAD Programme*. <https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2024/kidsREAD-Celebrates-20-Years-of-Sharing-the-Love-of-Reading>
- National Library Board Singapore. *Children & Teens Events*. (n.d.). Retrieved November 15, 2025, from <https://www.nlb.gov.sg/main/whats-on/events/ChildrenAndTeens>
- National Library Board. (2021, November 11). *The National Library Board presents Reads for what you need*. <https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2021/the-national-library-board-presents-reads-for-what-you-need>
- OECD. (2022). *PISA 2022 Results*. <https://www.oecd.org/pisa/>
- OECD. (2023). *PISA 2022 Country Note: Japan*. https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-i-and-ii-country-notes_ed6fbcc5-en/japan_f7d7daad-en.html
- OECD. (2024). *PISA 2022 Technical Report*. https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-technical-report_01820d6d-en.html
- Ontario Human Rights Commission. (2022). *Right to Read: Executive Summary (PDF)*. https://www.ohrc.on.ca/sites/default/files/Right%20to%20Read%20Executive%20Summary_OHRC%20English_0.pdf
- Ontario Human Rights Commission. (2022). *Right to read: Executive summary*. Retrieved November 9, 2025, from <https://www3.ohrc.on.ca/en/right-read-inquiry-report/executive-summary>
- Ontario Ministry of Education. (2023). *Policy/Program Memorandum 168: Reading instruction and early reading screening*. Retrieved November 9, 2025, from <https://www.ontario.ca/document/education-ontario-policy-and-program-direction/policyprogram-memorandum-168>
- Reach Out and Read of Greater New York. (2024). *Annual Report*. <https://reachoutandreadnyc.org>
- Reading Is Fundamental. (n.d.). *Impact Report*. Retrieved November 15, 2025, from <https://www.rif.org>
- Statistics Canada. (2024). *The Daily-Literacy, numeracy and adaptive problem-solving skills of Canadians*. <https://www150.statcan.gc.ca/>

- TD Summer Reading Club. (2025). *About the Club*. <https://www.tdsummerreadingclub.ca/about-the-club>
- The Literacy Lab. (n.d.). *Our Programs*. Retrieved November 15, 2025, from <https://theliteracylab.org>
- The National Library and Archives Board (2025). *NLB READ30 Read! Fest in Singapore*. <https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2025/Read30>
- U.S. Department of Education. (2025a). *National Literacy Initiative*. <https://www.ed.gov/grants-and-programs/grants-birth-grade-12/well-rounded-education-grants/innovative-approaches-literacy>
- U.S. Department of Education. (2025b). *Early learning*. Retrieved November 15, 2025, from <https://www.ed.gov/birth-to-grade-12-education/early-childhood-education/early-learning-home-page>
- Ukrainian Children's Books (UCB). (n.d.). *National digital library for children*. Retrieved November 15, 2025, from <https://ucb.ubi.org.ua/>
- United for Literacy. (2025, February 7). *Canada's 2024 PIAAC Results: Why Literacy is Key...* <https://www.unitedforliteracy.ca/About/News/canada-2024-piaac-literacy-economic-resilience>
- United for Literacy. (2025, September). *The case for a national literacy strategy*. [https://www.unitedforliteracy.ca/getattachment/cfd265e6-8121-480e-ab67-fb88dc6fbc3e/The-case-for-a-national-Literacy-strategy-\(2\).pdf](https://www.unitedforliteracy.ca/getattachment/cfd265e6-8121-480e-ab67-fb88dc6fbc3e/The-case-for-a-national-Literacy-strategy-(2).pdf)
- Wolf, M. (2023/2024). Success in Circuit lies: How do we cultivate deep reading in a digital age? *ABC Religion & Ethics*. <https://www.abc.net.au/religion/maryanne-wolf-cultivating-deep-reading-in-a-digital-age/102001224>

REFERENCES

- ABC Life Literacy Canada. (n.d.). *Literacy*. Retrieved November 15, 2025, from <https://abclifeliteracy.ca/literacy/> [in English].
- Baron, N. S. (2021). *How We Read Now: Strategic Choices for Print, Screen, and Audio*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/oso/9780190084097.001.0001 [in English].
- Bondarenko, N. (2023). *Formuvannia chytatskoi hramotnosti v umovakh tsyfrovizatsii osvity* [Formation of reading literacy in the context of digitalization of education]. IP NAES of Ukraine. <https://doi.org/10.32405/2411-1309-2023-30-19-31> [in Ukrainian].
- Bookstart Japan. (2021). *About Bookstart in Japan*. <https://www.bookstart.or.jp/english/> [in English].
- Bookstart Korea. (2023). *About Bookstart Korea*. <https://www.bookstart.or.kr> [in English].
- Canada Council for the Arts. (2025). *Public Lending Right*. <https://canadacouncil.ca/funding/public-lending-right> [in English].
- Canadian Paediatric Society. (2023, November 20). *Early literacy: Read, Speak, Sing—Promoting early literacy in the health care setting*. <https://cps.ca/en/literacy> [in English].
- Dolly Parton's Imagination Library. (2025). *Program Overview*. <https://imaginationlibrary.com> [in English].
- eKidz. (n.d.). *Learn to read with eKidz*. Retrieved November 15, 2025, from <https://ekidz.eu/uk-uk/forparents> [in English].
- Employment and Social Development Canada. (2023). *Evaluation of the Literacy and Essential Skills Program*. <https://www.canada.ca/en/employment-social-development/corporate/reports/evaluations/literacy-essential-skills-program.html> [in English].
- Goldstein, D. (2024, January 3). What to know about the science of reading. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/> [in English].
- Government of Canada, S. C. (2024, December 6). *Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC). Surveys and statistical programs*. <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&SDDS=4406> [in English].

- Government of Canada. (2024). *Canada Early Learning and Child Care Act*, S.C. 2024. <https://laws.justice.gc.ca/PDF/C-3.55.pdf> [in English].
- Indigenous Services Canada / Government of Canada. (2023–2027). *Departmental Sustainable Development Strategy* (освітній компонент, SDG 4). <https://sac-isc.gc.ca/eng/1698335120372/1698335152589> [in English].
- Innovation, Science and Economic Development Canada. (2025, July 30). *Digital Literacy Exchange Program*. <https://ised-isde.canada.ca/site/digital-literacy-exchange-program/en> [in English].
- International Library of Children's Literature, National Diet Library. (2023). *Fifth Basic Plan Concerning the Promotion of Reading Activities by Children*. <https://www.kodomo.go.jp/english/info/book/2023-E003.html> [in English].
- Iwasaki, R., Ohira, M., & Nishio, J. (2018). *Pathways for school library education and training in Japan*. IFLA. <https://repository.ifla.org/bitstreams/9734188d-7ee9-4481-82ee-e927826580b3/download> [in English].
- Japan National Diet Library. (2023a). *Act on Promotion of Children's Reading*. <https://www.ndl.go.jp/en/> [in English].
- Japan National Diet Library. (2023b). *Overview of Basic Plans for Reading Promotion*. <https://www.kodomo.go.jp/english/promotion/plan/index.html> [in English].
- Korea Knowledge Portal. (n.d.). *Digital Library Services*. Retrieved November 15, 2025, from <https://www.kportal.go.kr> [in English].
- Korea Legislation Research Institute. (n.d.). *Act on the Promotion of Reading Culture*. Retrieved November 15, 2025, from https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=64136&type=part&key=17 [in English].
- Library For All. (n.d.). *Ukraine digital learning resources*. Retrieved November 15, 2025, from <https://libraryforall.org/ukraine/> [in English].
- MEXT. (2020). *GIGA School Program: 1 device for 1 student*. https://www.mext.go.jp/content/20220914-mxt_kokusai-000025012_2Itakura.pdf [in English].
- Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea. (2023). *The foundation of K-Culture, together with the world, is K-Books*. <https://surl.lt/rprfqt> [in English].
- Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea. (2024). 제4차 독서문화진흥 기본계획 (2024–2028) [Fourth Basic Plan for the Promotion of Reading Culture (2024–2028)]. <https://surl.lt/rprfqt> [in English].
- National Assessment Governing Board. (2025, January 29). *The Nation's Report Card shows declines in reading, some progress in 4th grade math*. <https://www.nagb.gov/news-and-events/news-releases/2025/nations-report-card-decline-in-reading-progress-in-math.html> [in English].
- National Library Board Singapore. (2024). *kidsREAD Programme*. <https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2024/kidsREAD-Celebrates-20-Years-of-Sharing-the-Love-of-Reading> [in English].
- National Library Board Singapore. *Children & Teens Events*. (n.d). Retrieved November 15, 2025, from <https://www.nlb.gov.sg/main/whats-on/events/ChildrenAndTeens> [in English].
- National Library Board. (2021, November 11). *The National Library Board presents Reads for what you need*. <https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2021/the-national-library-board-presents-reads-for-what-you-need> [in English].
- Novalska, Yu. V. (2023). Promotsiia chytannia u publichnykh bibliotekakh Ukrainy v umovakh voiennoho stanu [Promotion of reading in Ukrainian public libraries under martial law]. In *Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia. Innovatsiini transformatsii resursiv i posluh* [Library. Science. Communication. Innovative transformations of resources and services] [Conference proceedings]. National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky. <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/1492> [in Ukrainian].
- OECD. (2022). *PISA 2022 Results*. <https://www.oecd.org/pisa/> [in English].
- OECD. (2023). *PISA 2022 Country Note: Japan*. https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-i-and-ii-country-notes_ed6fbcc5-en/japan_f7d7daad-en.html [in English].

- OECD. (2024). *PISA 2022 Technical Report*. https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-technical-report_01820d6d-en.html [in English].
- Ontario Human Rights Commission. (2022). *Right to Read: Executive Summary (PDF)*. https://www.ohrc.on.ca/sites/default/files/Right%20to%20Read%20Executive%20Summary_OHRC%20English_0.pdf [in English].
- Ontario Human Rights Commission. (2022). *Right to read: Executive summary*. Retrieved November 9, 2025, from <https://www3.ohrc.on.ca/en/right-read-inquiry-report/executive-summary> [in English].
- Ontario Ministry of Education. (2023). *Policy/Program Memorandum 168: Reading instruction and early reading screening*. Retrieved November 9, 2025, from <https://www.ontario.ca/document/education-ontario-policy-and-program-direction/policyprogram-memorandum-168> [in English].
- Radchenko, A., & Kanischeva, V. (2023). Transformatsiia chytatskykh praktyk v umovakh viiny ta tsyfrovizatsii [Transformation of reading practices in the context of war and digitalization]. *Bibliotechnyi visnyk*, 3. https://akademperiodyka.org.ua/wp-content/uploads/BV_3_2023_Radchenko-1.pdf [in Ukrainian].
- Reach Out and Read of Greater New York. (2024). *Annual Report*. <https://reachoutandreadnyc.org> [in English].
- Reading Is Fundamental. (n.d.). *Impact Report*. Retrieved November 15, 2025, from <https://www.rif.org> [in English].
- Statistics Canada. (2024). *The Daily—Literacy, numeracy and adaptive problem-solving skills of Canadians*. <https://www150.statcan.gc.ca/> [in English].
- TD Summer Reading Club. (2025). *About the Club*. <https://www.tdsummerreadingclub.ca/about-the-club> [in English].
- The Literacy Lab. (n.d.). *Our Programs*. Retrieved November 15, 2025, from <https://theliteracylab.org> [in English].
- The National Library and Archives Board (2025). *NLB READ30 Read! Fest in Singapore*. <https://www.nlb.gov.sg/main/about-us/press-room-and-publications/media-releases/2025/Read30> [in English].
- U.S. Department of Education. (2025a). *National Literacy Initiative*. <https://www.ed.gov/grants-and-programs/grants-birth-grade-12/well-rounded-education-grants/innovative-approaches-literacy> [in English].
- U.S. Department of Education. (2025b). *Early learning*. Retrieved November 15, 2025, from <https://www.ed.gov/birth-to-grade-12-education/early-childhood-education/early-learning-home-page> [in English].
- Ukrainian Children's Books (UCB). (n.d.). *National digital library for children*. Retrieved November 15, 2025, from <https://ucb.ubi.org.ua/> [in English].
- United for Literacy. (2025, February 7). *Canada's 2024 PIAAC Results: Why Literacy is Key...* <https://www.unitedforliteracy.ca/About/News/canada-2024-piaac-literacy-economic-resilience> [in English].
- United for Literacy. (2025, September). *The case for a national literacy strategy*. [https://www.unitedforliteracy.ca/getattachment/cfd265e6-8121-480e-ab67-fb88dc6fbc3e/The-case-for-a-national-Literacy-strategy-\(2\).pdf](https://www.unitedforliteracy.ca/getattachment/cfd265e6-8121-480e-ab67-fb88dc6fbc3e/The-case-for-a-national-Literacy-strategy-(2).pdf) [in English].
- Wolf, M. (2023/2024). Success in Circuit lies: How do we cultivate deep reading in a digital age? *ABC Religion & Ethics*. <https://www.abc.net.au/religion/maryanne-wolf-cultivating-deep-reading-in-a-digital-age/102001224> [in English].
- Zdanovska, V. P. (2022) *Zakordonnyi dosvid prosvannia chytannia* [Reading promotion in public libraries] (pp. 62–79). Yaroslav Mudryi National Library of Ukraine. <https://elib.nlu.org.ua/view.html?&id=14127> [in Ukrainian].

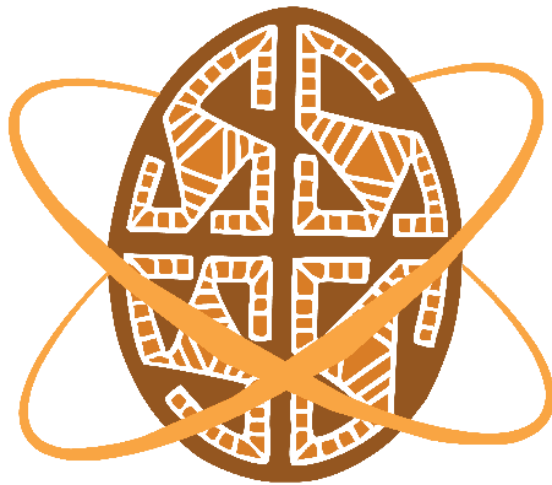
Надійшла: 17.11.2025; Прийнято: 26.01.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

HISTORY OF JOURNALISM
AND BOOK PUBLISHING



DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359290

УДК 303.643.3:070:398](477):

[316.75:321.74]"1957/1991"

Журнал «Народна творчість та етнографія» в системі радянської журналістики (1957–1991)

Юрій КОЛІСНИК

д-р н. із соц. комунік., проф.

Київський столичний
університет імені Бориса
Грінченкавул. Бульварно-Кудрявська,
18/2, 04053, Київ, Україна

y.kolisnyk@kubg.edu.ua

ORCID: 0000-0002-6200-6091

© Колісник Ю., 2026

Актуальність статті зумовлена недостатнім науковим осмисленням історії українського пресовидання другої половини ХХ ст. Досі мало вивченими залишаються специфіка функціонування часописів, їхні основні завдання, тематичні домінанти, ціннісні орієнтири й ін. Об'єктом розвідки є журнал «Народна творчість та етнографія», який виходив у 1957–1991 роках. Метою розвідки є виявлення особливостей редакційної політики журналу «Народна творчість та етнографія» в умовах ідеологічного контролю і з'ясування його ролі в культурно-інформаційному просторі радянської України означеного періоду. У дослідженні застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: аналітичний, системний, контент-аналіз, контекстуальний та ін. Наукова новизна статті полягає у визначенні основних завдань часопису «Народна творчість та етнографія» (на основі редакційних матеріалів), з'ясуванні трансформації його тематично-змістового наповнення в різні періоди (т. зв. «відлиги», «застою», «перебудови») тоталітарної держави, впливу цензури та лібералізаційних процесів на збереження й популяризацію здобутків народної творчості та етнографії, специфіки функціонування наукової журналістики як важливого джерела для дослідження української культури й розвитку наукової періодики, а також ролі медіа у збереженні й переосмисленні національної спадщини. У висновках зазначено, що діяльність часопису «Народна творчість та етнографія» відбувалася в умовах тотального ідеологічного контролю за інформацією: видання було виразником партійно-радянської ідеології, що зумовлювало його редакційну політику, тематичне наповнення, дискурсивні стратегії, поєднання ідеологічних і наукових функцій; поряд з ідеологічно заангажованими публікаціями журнал регулярно друкував ґрунтовні фольклорно-етнографічні матеріали, підтримував і розвивав наукову сферу. Журнал «Народна творчість та етнографія» сприймається не тільки як інструмент радянської інформаційної політики, а і як унікальний засіб збереження фольклорно-етнографічних матеріалів.

Ключові слова: народна творчість та етнографія, збереження національної пам'яті, національне відродження, партійно-радянська преса, марксистсько-ленінська ідеологія, формування комуністичного світогляду, політична цензура, маніпулювання суспільною свідомістю.

THE “FOLK CREATIVITY AND ETHNOGRAPHY” JOURNAL IN THE SOVIET JOURNALISM SYSTEM (1957–1991)

Yurii KOLISNYK

Doctor of Social Communications, Professor,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,
18/2, Bulvarno-Kudriavska Str., 04053, Kyiv, Ukraine
y.kolisnyk@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6200-6091

The topicality of this article is due to insufficient scientific understanding of the history of Ukrainian press publishing in the second half of the 20th century. The functioning specifics of journals, their main tasks, thematic dominants, value orientations, etc. remain poorly studied. The object of the study is the journal “Folk Creativity and Ethnography”, which was published in 1957–1991. The aim of the study is to identify features of the editorial policy of the journal “Folk Creativity and Ethnography” under conditions of ideological control, as well as to clarify its role in the cultural and information space of Soviet Ukraine during the specified period. The research uses a complex of general scientific and special methods, namely: analytical, systemic, content analysis, contextual, etc. The scientific novelty of this article grounds on determining main tasks of the “Folk Creativity and Ethnography” journal (based on editorial materials), clarifying the transformation of its thematic and material content in different time periods (the so-called “thaw”, “stagnation”, “perestroika”) of the totalitarian state, the influence of censorship and liberalisation processes on preserving and popularising achievements of folk creativity and ethnography, the specifics of functioning of scientific journalism as an important source for the study of Ukrainian culture and the development of scientific periodicals, as well as the media’s role in the preservation and rethinking of the national heritage. The conclusions of this research indicate that the activities of the “Folk Creativity and Ethnography” journal took place in the context of total ideological control over the existing information: the publication was an expression of the party-Soviet ideology, which determined its editorial policy, thematic content, discursive strategies, combination of ideological and scientific functions; along with ideologically biased publications, the journal regularly published thorough folklore and ethnographic materials, supported and developed the scientific area. The journal “Folk Creativity and Ethnography” is viewed not only as an instrument of the Soviet information policy, but also as a unique means of preserving folklore and ethnographic materials.

Keywords: folk creativity and ethnography, national memory preservation, national revival, party-Soviet press, Marxism-Leninism ideology, formation of the communist worldview, political censorship, manipulation of public consciousness.

Актуальність проблеми

Культурні й мистецькі процеси радянського періоду в Україні формувалися в умовах радянського тоталітаризму, антигуманна суть якого зумовлювала жорсткий ідеологічний контроль над усіма сферами суспільного життя, зокрема над художньою творчістю її відображенням в інформаційному просторі. Потужним засобом утілення партійно-радянської політики була преса, яка виконувала функції інформаційного й ідеологічного впливу. У цьому контексті наукову увагу привертає журнал «Народна творчість та етнографія» — єдине спеціалізоване науково-популярне видання з проблем етнографії і фольклористики в Україні.

Як орган Інституту мистецтвознавства, фольклористики й етнології ім. М. Т. Рильського АН УРСР журнал упродовж кількох десятиліть акумулював значний масив статей, рецензій та оглядових матеріалів з різних сфер народної культури. Водночас зміст публікацій формувався під впливом марксистсько-ленінської естетики, що була ідеологічним інструментом тоталітарної держави й обмежувала свободу художнього мислення.

Актуальність дослідження полягає в потребі критичного осмислення двоїстості журналу «Народна творчість та етнографія»: з одного боку, як чинника репресивної політики радянського режиму, спрямованої на уніфікацію культурно-духовного процесу, з іншого — як джерела важливого фактологічного й інформаційного матеріалу, що дає підстави збагнути специфіку функціонування культури в УРСР. Обмаль праць, які б поєднували аналіз ідеологічних практик із вивченням змістової структури публікацій журналу, загострює злободенність такого дослідження.

Актуальність теми зумовлена потребою переосмислення діяльності радянських наукових періодичних видань поза межами ідеологічних нашарувань як носія широкого пласту емпіричного та джерельного матеріалу, що становить наукову цінність для сучасної української фольклористики, етнології й історії журналістики. Журнал «Народна творчість та етнографія» радянських часів відіграв важливу роль у формуванні уявлень про народну культуру, поєднуючи наукову функцію з політичною пропагандою. Дослідження його діяльності допомагає глибше зрозуміти явище радянської медіаполітики у сфері гуманітарного знання та з'ясувати методи адаптації фахової періодики до ідеологічної цензури.

Стан вивчення проблеми

Теоретико-методологічну основу для з'ясування ролі наукової періодики в збереженні національної спадщини заклали класичні праці 1920-х років, які є взірцем української наукової журналістики. Професор М. Грушевський у програмних статтях «Береження і дослідження побутового і фольклорного матеріалу як відповідальне державне завдання» (1925) та «Перспективи і вимоги української науки (Київська

сесія УкрНауки)» (1926) вперше обґрунтував статус етнографії як стратегічного напрямку державотворення.

Видання того часу, зокрема журнал «Україна» (1924–1930), демонстрували зразок комплексного підходу до народознавства, де етнографія виступала важливим чинником національного буття, що засвідчують розвідки, автори яких досліджували народні звичаї і традиції: витоки народних звичаїв і традицій у театральному мистецтві вивчав В. Перетц (1926); традиційне народне право осмислював Л. Окиншевич (1927); антропологічне обґрунтування самобутності українського етносу здійснював Ф. Вовк (Грушевський, 1927). Важливим для методологічного осмислення проблематики є також доробок В. Новицького (1930).

Цілісну концепцію дослідження народної культури редакція журналу «Народна творчість та етнографія» проголосила ще в першому числі 1957 р. як програмний орієнтир (Рильський, 1957), однак її втілення було обмежене умовами тоталітарної системи. Суперечності між декларованими науковими засадами й реальними умовами функціонування етнографічної науки стали предметом осмислення в сучасних дослідженнях розвитку української радянської етнографії. Новітні погляди на цей процес викладені в працях науковців ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. Зокрема, Г. Скрипник, С. Грица, В. Балушок та Л. Артюх детально висвітлюють трансформацію уявлень про народну культуру впродовж ХХ ст., а також специфіку роботи наукових осередків в умовах цензури й тотального ідеологічного контролю ("Етнографія", б.д.).

Дослідники не обійшли увагою й часопис «НТЕ». Так, О. Харчишин (2015) детально проаналізувала фольклористичні праці, опубліковані в журналі до 1991 року, а в співавторстві з В. Ковалем (Харчишин & Коваль, 2016) оприлюднила розвиток етномузикології на сторінках видання. Важливі деталі про редакційну діяльність і її патріотичні спроби протистояти системі висвітлено в статтях Г. Дем'яна (2000) та спогадах В. Наулка (2000). Історію видання і його архівний доробок систематизувала у своєму огляді Т. Гуменюк (2025).

Наявні дослідження окреслюють лише окремі аспекти діяльності журналу, проте не формують цілісного уявлення про нього як про засіб масової інформації. Залишається недостатньо з'ясованим, у який спосіб редакція поєднувала наукові вимоги з ідеологічними обмеженнями, що актуалізує потребу системного й комплексного аналізу. Ці обставини визначають коло проблем, відкритих для подальшого наукового вивчення.

Невирішені питання

В окресленому контексті журнал «Народна творчість та етнографія» досі не розглянуто як цілісний складник радянської медіасистеми, що поєднував наукові, культурні й ідеологічні функції. Досі малодосліджени-

ми є механізми редакційних компромісів, недостатньо вивчений вплив політичного планування та цензури на тематичну структуру й інтерпретацію фольклорно-етнографічного матеріалу, включно із трансформацією редакційної політики в різні періоди радянського часу другої половини ХХ ст.. Подальшого аналізу потребує роль редакторів та авторського колективу у формуванні змістових акцентів видання, а також співвідношення ідеологічно заангажованих і націєорієнтованих публікацій.

Мета статті — виявити особливості редакційної політики журналу «Народна творчість та етнографія» в умовах ідеологічного контролю і з'ясувати його роль в культурно-інформаційному просторі радянської України другої половини ХХ ст. *Завдання* — осмислити специфіку поєднання партійно-ідеологічних вимог із гуманітарною проблематикою, визначити зміни тематичного та жанрового наповнення журналу в періоди відлиги, застою й перебудови, виявити вплив цензури та лібералізаційних процесів на збереження й популяризацію здобутків народної творчості та етнографії, а також вяснити значення видання для розвитку наукової періодики та збереження національної спадщини.

Виклад основного матеріалу

Журнал «Народна творчість та етнографія» — унікальне явище в історії української періодики, що впродовж десятиліть виконував функцію не лише фахового видання, а й засобу культурно-духовної пам'яті для збереження національної самобутності. Це видання об'єднувало і продовжує об'єднувати цілі плеяди дослідників народної культури в Україні та за її межами. Журнал, як і національна наука в цілому, пережив складні часи радянської дійсності, часто перебуваючи на межі виживання через прогресивну спрямованість і волелюбний стрижень.

Ідея започаткування народознавчого органу не була випадковою, адже збереження, систематизація та вивчення культурно-духовних пам'яток у різні часи була важливою й популярною серед різних народів. У Європі й на Сході фольклористика та етнографія розвивалися різнобічно: діяли галузеві осередки для їхнього дослідження, виходили наукові статті, видавалися журнали й книги, присвячені фольклору, викладалися окремі дисципліни в європейських університетах, що стосувалися вивчення старожитностей та народної творчості. Усе це привертало увагу прогресивної української інтелігенції, особливо тих, хто об'єднувався свого часу навколо видання «Киевская старина» (1882–1906). Із цим журналом пов'язана праця талановитих українських дослідників — В. Антоновича, Д. Багалія, М. Білозерського, М. Грушевського, М. Костомарова, А. Кримського, О. Лазаревського, Ф. Лебединцева, Д. Яворницького, І. Огієнка та ін. Зокрема, стараннями І. Огієнка (1924) було видано «Український стилістичний словник».

На хвилі національного відродження 1920-х років з еміграції повернулося чимало відомих науковців, серед них Михайло Грушевський. Гідним продовженням національної справи стало відновлення за редакцією вченого наукового журналу «Україна». У червневому числі видання за 1925 рік вийшла друком змістовна стаття М. Грушевського «Береження і дослідження побутового й фольклорного матеріалу як відповідальне державне завдання». У ній не лише обґрунтовано важливість наукового вивчення народної творчості, а й актуалізовано важливість державного збереження й наукового дослідження пам'яток історії та культури. Незабаром ідея знайшла свій вияв у започаткуванні в 1926 році «Етнографічного вісника». 1932 рік став останнім у випуску видання, після чого воно було закрито в межах «реорганізації» ВУАН та початку репресій проти етнографів. Тематично журнал був згодом продовжений під назвою «Український фольклор» (1937–1939), «Народна творчість» (1939–1941). Добірки журналів є унікальними джерелами українського народознавства міжвоєнного періоду.

Відновлення фахового видання з етнографічної проблематики в повоєнний період значною мірою пов'язане з діяльністю Максима Рильського, який став одним із ключових ініціаторів повернення народознавчих студій у легітимний науковий простір, очоливши Інститут мистецтвознавства, фольклору та етнографії АН УРСР. Завдяки участі й авторитету М. Рильського в 1957 році започатковано журнал «Народна творчість та етнографія» (далі «НТЕ» — Ю. К.).

Як орган Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнографії АН УРСР поступово журнал набув академічного статусу. В умовах радянської формації видавці відточували вміння пропагувати ідеї комуністичної партії з культурно-просвітницькою місією. Поруч із матеріалами про жовтневу революцію, її вождя, з'їзди КПРС тощо подавалася наукова фольклористика. Помітне місце займали й матеріали про весільні та календарні обряди, зразки народної пісенної творчості, образотворче мистецтво. Наприклад, у випусках кінця 50-х — початку 60-х рр. з'являються статті Олексія Дея про нові видання українських дум; матеріали Олександра Правдюка про кобзарство; розвідки Ірини Гургули про традиції вишивки на Буковині й Поліссі; дослідження Івана Ляшенка про музичний фольклор. Хоча більшість із них супроводжують ідеологічні вступи про «соціалістичне перетворення народних традицій», публікації містять широкий пласт етнографічного матеріалу. Журнал виконував функцію своєрідного «архіву» народної культури, зберігаючи її елементи в науковому форматі, що допомагало уникати цензури.

Автори «НТЕ» постійно відшукували й публікували автентичні тексти, але адаптовували їх під офіційні наративи про «дружбу народів», «соціалістичний спосіб життя», «культурну спадщину трудящих» тощо.

Радянський фольклорист П. Павлій (1957) у статті «Збирання та публікація зразків народної творчості», оприлюдненій у «НТЕ» (1957 р., ч. 2), у дусі панівної ідеологічної доктрини зазначає: «Фольклор є могутнім, дійовим засобом донесення до найширших мас і пропаганди серед них художнім словом найпередовішого світогляду нашої епохи — марксизму-ленінізму» (с. 16).

Партійна пропаганда в цілому сакралізувала народну творчість. Офіційно узгоджені зразки політичного фольклору використовувалися в пресі для доведення легітимності панівного ладу («Мов у небі сонце сяє, Світить Леніна ім'я, Всім пригнобленим і бідним Вчення Леніна сія»), демонстрування досягнень соціалістичного суспільства, радянської науки, освіти, розквіту національних культур та ін.

У політично заангажованих текстах на сторінках «НТЕ» автори апелюють до директив комуністичної партії, її вождів, очільників. У цитуваннях В. Леніна, К. Маркса та Ф. Енгельса лексика часто сповнена стверджувальними конструкціями.

Звертаючи увагу на пропагандистський дискурс журналу «НТЕ», який подавався в «симбіозі» з офіційним фольклором, виокремлюємо й інші складники комуністичної ідеології — висвітлення політики ВКП(б)-КПРС, пропагування здобутків «братніх республік», відображення діяльності партактиву, відзначення партійно-радянських свят і знаменних подій, проведення партійних пленумів, з'їздів, конференцій, таврування буржуазного минулого, критику капіталізму / імперіалізму, антирелігійну пропаганду, боротьбу з «націоналізмом» тощо. Усі вони мають істотне місце в аналізованому виданні. Ідеологічна спрямованість простежується і в низці рубрик: «Назустріч 50-річчю великого жовтня», «100 років від дня народження В. І. Леніна», «Назустріч XXIV з'їздові КПРС і XXIV з'їздові КП України», «Назустріч 50-річчю СРСР», «Дружбою ми здружені», «Радянська святковість та обрядовість», «До 100-річчя виходу в світ російською мовою «Капіталу» Карла Маркса», «Проти буржуазної ідеології», «Критика буржуазних та буржуазно-націоналістичних ідеологічних концепцій».

Фольклор і етнографія у виданні щільно поєднані з компартійною риторикою. Украй поширеним був культ жовтневого перевороту і його вождя, прославлення партії, концепт «радянського народу»; інтернаціоналізм; антирелігійна пропаганда; боротьба з «буржуазією» та «націоналістичними» поглядами. Повторюваність тематичних рубрик і публікацій свідчить про усталений характер великодержавної політики, який зберігався впродовж усіх часів радянської формації. Значною мірою це спричиняло нівелювання національного досвіду, відхід від народних звичаїв, віри, традицій, утвердження «єдино правильної» ідеології та комуністичного світогляду громадян.

Ідеологічний контроль, цензура все ж зазнавали модифікації відповідно до політичної ситуації. Хоча в період «хрущовської відлиги» діяльність журналу зазнавала подальшого партійно-ідеологічного догматизму, усе ж помічається розширення меж дозволеного для творчої діяльності народу: «НТЕ» тієї доби реагувала на постанови; часто повідомляла про творчі успіхи композиторів, кіномитців, артистів, творців образотворчого мистецтва та ін.; висвітлювала фестивалі, огляди, конкурси; популяризувала творчі доробки самодіяльних колективів, народних умільців. Значна увага приділялася поширенню досвіду культурно-освітніх закладів, бібліотек, мережа яких розширювалася. У полі зору журналістів перебувала також діяльність художніх студій, музеїв, шкіл мистецтв тощо.

Часи лібералізації якісно позначилися на змістовій палітрі «Народної творчості та етнографії». Оновлення тематики, повернення видатних імен в інформаційний простір, публікація засекречених матеріалів української минувшини сприяли поживленню читацьких зацікавлень. Першим променем політичної «відлиги» стала редакційна замітка до ювілею української художниці, графіка, ілюстраторки, педагогині, представниці галицького мистецтва Олени Кульчицької (НТЕ, 1957 р., ч. 3). До цього її творчість офіційно вважали «націоналістичною» і такою, що не відповідає канонам соцреалізму. Автори публікації в умовах «нового часу» зазначають, що твори мисткині своїм гуманізмом та демократизмом уже стали «близькими і зрозумілими найширшим масам трудящих» (Ювілей О. Л. Кульчицької, 1957, с. 177). Опублікування статті Бориса Антоненка-Давидовича (1965) «На розвагу й на виховання» в журналі «НТЕ» після багатьох років ідеологічного переслідування засвідчило його реабілітацію й повернення в літературу.

На основі ретельного вивчення підшивки «НТЕ» періоду лібералізації варто зазначити, що в перше постсталінське десятиліття перехід видання до «національного» формату відбувається мляво, а оприлюднення заборонених митців, фольклористів, етнографів здебільшого є спорадичним проявом. Преса, як і суспільство загалом, поволі звільнялася від страху. До середини 1960-х років видання «НТЕ» тривалий час залишалося ідеологічно переобтяженим та бідним на автентику. З одного боку, це можна пояснити високим рівнем заідеологізованості медіа початку постсталінської епохи, а з іншого — заскорубленими методами керівництва редакцією. Із призначенням на посаду головного редактора «НТЕ» Олексія Дея в 1966 році відбулися кадрові оновлення, що в наступні роки демократизувало редакційну політику журналу.

Із січня 1966 року в «НТЕ» спостерігаємо інтенсивне зростання кількості публікацій творів митців, які раніше перебували під забороною, що засвідчує процес їхньої поступової реінтеграції в культурно-духовний простір доби «відлиги». Журнал активно друкує статті з історії української народної пісні, розвідки про весільну та календарну обрядовість,

публікації про традиційне декоративно-ужиткове мистецтво — вишивку, ткацтво, кераміку, ґрунтовні матеріали з історії фольклористики. З'являються тексти, присвячені крайовим традиціям Полісся, Гуцульщини, Поділля, Слобожанщини: вони ще не мали виразного національного спрямування, але поступово розширювали дискурсивні межі видання.

На шпальтах видання популяризація ратних і трудових звершень та розповіді про інтернаціональне виховання, фольклорні взаємини «народів-братів», боротьбу з релігією починають замінюватися дослідженнями народних традицій, діяльності українських митців, збереження усної словесності й декоративно-ужиткового мистецтва.

Наукова розвідка Тамари Булат (1966) «О. А. Кошиць і народна пісня», опублікована в журналі «НТЕ» у 1966 році (ч. 2, с. 22), стала знаковим явищем епохи «лібералізації»: вона повернула ім'я Олександра Кошиця в український медіадискурс, представивши його як видатного диригента, композитора й фольклориста, який збирав, упорядковував та обробляв народні пісні, формував професійні хорові капели й тріумфально представляв українську музику на міжнародному рівні. У публікації висвітлено творчі взаємини митця з Миколою Лисенком, висвітлено діяльність у фольклористичних експедиціях О. Кошиця.

В іншій публікації цього примірника «М. Т. Рильський про видання творів Ф. М. Колесси. Підготовка до друку і вступна замітка С. Й. Грици (м. Київ)» (1966) Софії Грици на сторінках «НТЕ» (1966 р., ч. 2) Максим Рильський переосмислює творчу спадщину українських митців і вчених. Авторитетний поет, академік М. Рильський наголошує на важливості повного перевидання праць Філарета Колесси — видатного музикознавця, фольклориста й філолога світового рівня (с. 90). Треба відзначити й намір М. Рильського розширити перспективу — розпочати перевидання праць Потебні, Костомарова, Веселовського, Драгоманова, застосовуючи історичний підхід до їхньої діяльності. У цьому контексті стаття репрезентує нову тональність епохи «відлиги» — поєднання наукової аргументації зі спробою повернення заборонених імен та утвердженням національної пам'яті.

Розвиваючи ініціативу, журнал «НТЕ» (1966, ч. 5) до 125-річчя з дня народження Михайла Драгоманова друкує про нього статтю «Видатний український фольклорист». У публікації Івана Романченка (1966) Драгоманов постає як професійний етнограф, який не лише організував широке збирання народних пісень, а й упорядкував його та видав друком у співавторстві з Володимиром Антоновичем як двотомник. Колективна праця «Історичні пісні українського народу» здобула вагоме міжнародне визнання. Історична розвідка про М. Драгоманова, якого з кінця 1920-х рр. три десятиліття не друкували й іменували «буржуазним лібералом», була однією зі спроб показати його як справжнього сподвижника української науки й культури.

Редакційна політика «НТЕ» епохи «відлиги» значною мірою була спрямована на популяризацію фольклору серед широкого загалу — вчителів, працівників культури, студентів, що засвідчує створення рубрик «Вам, вчителі», «Пам'ятки культури», «На допомогу художній самодіяльності», «Огляди, рецензії, анотації» та ін. Тогочасні журнали публікують серію матеріалів про народних митців — скульптора пам'ятників Т. Шевченку на Звенигородщині Каленя Терещенка (1967 р., ч. 2); майстринь опішнянської кераміки Олександру Селюченко та Зінаїду Линник (1968 р., ч. 4); віртуозів із Петриківки Тетяну Пату та Ярину Пилипенко (1968 р., ч. 5); майстра бандур Федора Циганенка (1968 р., ч. 1); художників Сергія Васильківського (1968 р., ч. 1) і Марію Приймаченко (1968 р., ч. 6).



Наприкінці 1960-х рр. хвиля відкритості поступово згасає. Стає відчутнішою зміна дискурсу, коли категорію «національної спадщини» витісняє термінологія «пережитків минулого», що виконує функцію девальвації етнічної ідентичності, перетворюючи живі традиції на об'єкти ідеологічної підозри. Усунення Петра Шелеста з посади Першого секретаря ЦК КПУ в 1972 р. стало переломним моментом: із його відставкою завершилася лібералізація в культурній політиці, а видавничий курс «НТЕ» та інших видань був швидко переорієнтований на ідеологічно контрольовані теми. У примірниках журналу часів брежневського «застою» простежується стандартизація наукового дискурсу. «Народна творчість та етнографія» зберігає свою періодичність і статус, однак зміст видання все більше стає підпорядкованим стратегії будівництва «розгорнутого соціалізму».

У виданнях «НТЕ» 1970–80-х років майже половину журнальної площі займають ідеологічно заангажовані матеріали; розширюється кількість публікацій про «керівну роль КПРС», «інтернаціональне значення радянської культури», «виховну функцію фольклору», «нові радянські обряди» — урочисті реєстрації шлюбів, посвяти в піонери, святкування 1 Травня, які інтерпретуються як продовження народних традицій. Автори В. Зінич, В. Седов, Т. Станюкович та ін. намалися поєднати етнографічний опис з ідеологічною інтерпретацією, що часто призводило до спотворення змісту. І все ж навіть у цих умовах у журналі збереглася тематика, присвячена крайовим особливостям української культури: «Народне житло на Херсонщині» (1970 р., ч. 4), «Бібліографія українського фольклору Пряшівщини» (1971 р., ч. 3), «Збірка лемківських співанок» (1971 р., ч. 5), «Традиційне й нове в бойківському житлово-

му будівництві» (1972 р., ч. 4), «Народні вишивки Закарпаття» (1972 р., ч. 4), «Локальні особливості народного життя південних районів Поділля» (1973 р., ч. 4), «Особливості розвитку народного вбрання середньої Наддніпрянщини (1973 р., ч. 2) та ін. Осмислюючи культуру різних куточків України, автори публікацій обмежувалися нейтральним висвітленням національного буття. Риторика про «єдиний радянський народ» витісняє українську суть автентичного явища. З одного боку, журнал залишається академічним майданчиком для публікації матеріалів з української етнографії та фольклористики, а з іншого — демонструє лояльність нової культурної політики.

У маланчуківсько-сусловський період 1970-х років «НТЕ» балансує між жорсткими цензурними обмеженнями та прагненням науковців зафіксувати й подати живу традицію. Чимало дослідників, серед яких Л. Дунаєвська, Н. Гаврилюк, С. Грица та ін., публікують ґрунтовні роботи з висновками, адаптованими під ідеологічний канон. Під керівництвом О. Дея видання утримує загальне тло наукових дискусій, однак тематика «НТЕ» зміщується в бік матеріальної культури, картографування етнографічних явищ, опису житла, одягу, ремесел — сфер, які виявилися «безпечнішими» для радянської ідеології. Публікації про обрядовість та фольклор часто супроводжують коментарі про їхній «соціалістичний зміст».

Ідеологічний складник спостерігається у вступях, тлумаченнях, інтерпретаціях, тоді як автентична основа (пісні, обряди й ін.) часто залишаються без змін, що творило своєрідний «симбіоз» радянськості та національної автентики. Більшість фольклорних тем журнал висвітлює в контексті панівної ідеології. Описуючи старовинні весільні обряди й аналізуючи народні колядки та щедрівки, журнал обмежує їхнє значення «фольклорними пам'ятками» і пропонує трансформувати «пережиток минулого» у відзначення «радянських зимових свят», інтерполює до «радянських сімейних цінностей». Видання трудові пісні подає як «вираження радянського патріотизму» й «оспівування трудових подвигів робітників і колгоспників»; народні легенди обрамлює в сюжети, пов'язані з «боротьбою за мир», «дружбою народів»; календарні обряди (зокрема, весняні) інтерпретує як «символ єдності народу» та вводить поняття нових «соціалістичних свят» (День шахтаря, День урожаю) та ін.

Не оминає увагою «НТЕ» інтернаціоналізм як запоруку єдності Радянського Союзу. Вихованню трудящих у дусі інтернаціоналізму слугували окремі статті та рубрикації. У період 1970–80-х років темі «дружбі народів» редакція відводить близько 10 відсотків журнальної площі. Інтернаціональна тематика журналу «НТЕ» тісно пов'язана з висвітленням культурних, наукових і фольклорно-етнографічних зв'язків УРСР із республіками СРСР та країнами «соціалістичної співдружності». Соціалістичне зарубіжжя в публікаціях постає як царина ідейно близьких культур, об'єднаних спільними історичними наративами, типологіч-

ною подібністю традицій й марксистсько-ленінською моделлю розвитку. Матеріали, присвячені Білорусії, Молдавії; Польщі, Угорщині, Болгарії, Чехословаччині й іншим соціалістичним республікам, формували уявлення про взаємозбагачення народних культур та утверджували ідею їхнього зближення в умовах соціалістичної інтеграції.

Тематика інтернаціоналізму часто межує із близькими їй сферами — зокрема, культурним збагаченням, міжнародним співробітництвом, що, певною мірою, є позитивним явищем. Однак існує чимало і зловживань у цій царині — перехід інтернаціоналізму в озлоблену боротьбу з капіталізмом, протиставлення «темного» минулого — світлому майбутньому та ін. Показовою в цьому плані є рубрика «Проти буржуазної ідеології» (НТЕ, 1973 р., ч. 6), у якій опубліковано статтю Н. Капельгородської (1973) «Всупереч логіці життя», котра розглядає кінематограф як нову форму народного мистецтва, покликану виконувати виховні та інтернаціональні функції. Радянські фільми, які, за висловом авторки, «оспівають величезні творчі можливості людини», протиставляються західним стрічкам, котрі пропагують «денационалізацію» мистецтва й космополітичні концепції «безнаціональної культури» (с. 42). Кінематограф постає в публікації продовженням духовної місії фольклору — утвердження соціалістичного гуманізму, інтернаціоналізму та дистанціювання від західних цінностей.

Тоталітарному режиму доби «застою» вкрай потрібною була така зручна, слухняна, плесковато віддзеркалююча журнальна періодика, яка мобілізувала суспільні сили на побудову «казарменого» соціалізму. Щоправда, чимало критично мислячих науковців, інженерів, лікарів, освітян, вихованих на кращих зразках літератури, образотворчого мистецтва, уміли читати пресу «поміж рядків», по-своєму переосмислюючи суспільно-політичні явища. Вони стали творцями нової суспільної думки в період горбачовської демократизації наприкінці 1980-х років.

Зменшення репресивних утисків, послаблення цензури та допущення свободи інформування в період перебудови (як і в добу хрущовської «відлиги») спричинило активізацію видань, сприяло об'єктивнішому відображенню суспільного життя, що позитивно позначилося на творчому мисленні редакційних колективів, пошукові нових підходів до зображення дійсності. Журнали, газети та інші медіа починають переорієнтовуватися на національну основу, шукати способи розв'язання наболілих проблем.

Преса горбачовської пори поступово переходить до новітніх стандартів. Тематика публікацій «НТЕ» засвідчує інерційність у висвітленні питань: у 1986–1987-х роках видання ще рясніє рубриками на кшталт «Рішення XXVII з'їзду КПРС — у життя», «Назустріч 70-річчю великого жовтня» чи публікаціями про пам'ятники Леніну, врятовані у війні (Ч. 3). Ці тексти просякнуті марксистсько-ленінською риторикою, а відхід від

компартійних шаблонів мислення, що починається лише наприкінці 1987 року, проходить болісно й суперечливо та досягає кульмінації посеред наступного року з приходом нового редактора Олександра Костюка.

Саме тоді журнал «Народна творчість та етнографія» поступово від тоталітарного дискурсу переходить до націєтворчих орієнтирів. У першій половині 1988 року ще зберігаються традиційні теми — «розквіт культур народів СРСР», «єднання з братніми культурами», проте дедалі більше місця займають публікації, де акцентується на українських посталях і крайових традиціях: стаття В. Погребенника про фольклористичну діяльність Б. Грінченка, розвідка Н. Велігоцької про Марію Приймаченко, матеріали про К. Білокур і М. Стороженка, а також повідомлення про виставку творів Івана Гончара. У рубриках «З колекцій, фондів, рідкісних видань» та «Публікації» з'являються архівні тексти й записи, які раніше не були широко доступні.

Поступове очищення від комуністичної пропаганди супроводжується переформатуванням змісту. Радянські елементи ще помітні в структурі публікацій, але все виразніше пробиваються нові тенденції, зокрема реабілітація культурної спадщини, увага до самобутніх особистостей, повернення вилучених джерел. Перехід від ідеологічних кліше до оновленого гуманітарного дискурсу стає основою для подальшого духовного відродження.

Знаковою в цьому плані є редакційна передовиця «Нові обрії радянської науки і культури», опублікована в 5 числі «НТЕ» за 1988 рік, що постає своєрідним документом доби, який орієнтує офіційний дискурс перебудови на суспільно важливу потребу національного відродження. Своєю спрямованістю вона апелює до звільнення науки й культури від догматизму та повернення до джерел духовної спадщини.

Хоча публікацію починають пафосні цитування генсека КПРС Михайла Горбачова про «Перебудову і нове мислення», що розпочали епоху важливих змін у нових історичних умовах, далі пафос трансформується в тло для вимоги «об'єктивного аналізу» й «усунення перешкод», що стоять на шляху науки, культури й повернення до національних джерел:

Художня культура — категорія історично зумовлена. Чи не тому останнім часом багато думаємо про неї, порівнюємо її з художньою пам'яттю, совістю народу?! Чи не тому вболіваємо за неї, так полемічно і запально прагнемо одразу, без зволікань ... розставити необхідні наголоси?! Закликаємо видати все, що вилежувалося — рукописні праці Д. Яворницького, фольклорні й етнографічні записи П. Чубинського, В. Гнатюка, П. Куліша, мистецтвознавчі розвідки Г. Павлуцького, О. Новицького, Д. Шербаківського, І. Свенціцького, Ф. Ернста, щоденники О. Мурашка, М. Самокиша, відшукані твори М. Березовського чи Ф. Якименка. Слід освітити проме-

нями наукової істини, явити на денне світло численні скарби з музейних сховищ, рукописних фондів, архівів, бібліотек ... ("Нові обрії", 1988, с. 4)

Такі заклики до повернення забутих імен та скарбів культури стали передвісниками ширших тенденцій. У 1989–1991-х роках у журналі «НТЕ» фіксуємо значне розширення тематичного спектру та відчутний сплеск національної проблематики. Видання активізує тему відновлення пам'яті забутих імен, збереження етнокультурних пам'яток, привертає увагу до кобзарських традицій і народних промислів. Воно відкриває простір для цікавих дискусій, друкує матеріали з архівів і фондів, тексти про діаспору та регіональні культурні осередки. Ювілейні публікації повертають у національно-культурну царину імена Чубинського, Кропивницького, Старицького, Драгоманова, Ревуцького, Колесу та ін. визначних діячів. Така багатоплановість робить журнал виразником національного відродження, що віддзеркалює суспільні настрої тієї доби.

На хвилі національно-патріотичного піднесення «НТЕ» публікує чимало унікальних історичних розвідок. Зокрема, маловідому спадщину Тараса Шевченка — «Сторінки діяльності Т. Г. Шевченка-ілюстратора» (1989 р., ч. 1), «Записи народних переказів про Т. Г. Шевченка» (1990 р., ч. 2); «Фольклористичні праці М. І. Костомарова» (1989 р., ч. 2); дослідження про український іконопис, який досі вважався табуованою темою, як і релігія: «Деякі аспекти українського народного іконопису XIX ст.» (1989 р., ч. 2), «Нове про найдавніші зразки українського іконопису» (1991 р., ч. 4), «Перлини українського іконопису» (1990 р., ч. 3).

Публікації про іконопис у журналі «НТЕ» відкривають шлях до наукового вивчення сакрального мистецтва як складника національної культури. У статті Івана Гончара (1990) «Перлини українського іконопису» акцентовано, що іконопис в Україні був «одним із найпопулярніших і наймасовіших видів народного мистецтва» (с. 58), коріння якого сягає сивої давнини. Автор наголошує, що життя українства віддавна пов'язане з ритуалом ікони-оберега, який здійснював «глибоку психологічну дію». Детально описуючи регіональні школи іконопису та їхній колорит, митець виокремлює козацькі сюжети, де на «Покрові» поряд зі святими постають запорозькі козаки. З боєм констатуючи, що «варварське руйнування святинь по всій Україні ... призвело до непоправних втрат» (с. 59), І. Гончар подає іконопис як ключовий чинник культури й духовності, що потребує відновлення й наукового осмислення.

Разом із темою релігії й іконопису в межах фольклорної спадщини порушено тему святкування Різдва Христового. У репортажі Ольги Рутковської (1991) «Свята різдвяного і новорічного фольклору у м. Києві» (1991 р., ч. 1) вперше детально описано урочистості святкового вечора «Радуйся, земле...» в столиці України, що став справжнім святом відродження, а саме: «відтворив цілий пласт народної культури, який деся-

тіліттями був незаслужено забутий, подарував людям незрівнянну ні з чим радість прилучення до джерел народного мистецтва» (с. 94). Авторка наголошує, що фольклор — це душа народу, його історія та генетична пам'ять, яку слід берегти «обережно, дбайливо, щоб не втратити найціннішого — першооснови, яку створював народ протягом віків» (с. 95).

Якщо в репортажі Ольги Рутковської відображено спробу повернення автентичних різдвяних практик на сцену столиці, то в статті Анатолія Баканурського «**Українська різдвяна гра «Коза»**» (НТЕ, 1991 р., ч. 6) розкрито історичні витоки та еволюцію одного з найпоширеніших різдвяних дійств. У цій праці здійснено цілісний аналіз народної драми, яка пройшла шлях від аграрного ритуалу до театралізованої вистави з численними персонажами, а її символіка («Де коза рогом, там жито стогом») і взаємодія актора з глядачем засвідчують історичну тяглість культурної пам'яті. Вистава побутувала в українських селах століттями як невід'ємна частина зимового календарного циклу. Однак традицію було перервано в радянські часи: «крапку поставив Голодомор 1933 року», який знищив мільйони українців і природну тяглість культурної спадщини (Баканурський, 1991, с. 65).

Відображати тему Голодомору журнал почав із квітня 1990 року. У публікаціях І. Бугаєвича (1990) «Кобзарська дума про голод» (НТЕ, 1990 р., ч. 4) та В. Пахаренка (1991) «Слово, що здолало смерть» (НТЕ, 1991 р., ч. 6) фольклорна спадщина постає вже не як стилізація під народну творчість штучного образу «щасливого життя», а як вияв протесту проти репресивної політики більшовизму.

Із розвитком горбачовської перебудови та ліквідацією Головліту (12.06.1991 р.) було повністю знято табу на інформацію про Голодомор, масові репресії, депортацію кримських татар та інші болючі теми. «НТЕ» розпочинає друк матеріалів, що поєднують національно-культурне відродження з ідеєю державного суверенітету України. Зокрема, фольклорно-етнографічні тексти пов'язані з УНР, життям українських січових стрільців, коренізацією, епохою сталінського терору, життям українців Канади, Австралії. Зняття монополії на ідеологію відкрило шлях до оновлення суспільної свідомості. «НТЕ» припиняє припиняють славити партію, веде пошук розв'язання національних проблем.

Крім узагальненого висвітлення культурних втрат епохи тоталітаризму, журнал подає й конкретні біографічні історії. Прикладом є розвідка Валентини Борисенко «Агатангел Кримський як фольклорист і етнограф» (НТЕ, 1991 р., ч. 3). На основі глибокого й цікавого матеріалу авторка статті намагається повернути в інформаційний простір призабуте ім'я інтелектуала світового рівня. В. Борисенко (1991) акцентує на феноменальних здібностях українського сходознавця, підкреслюючи, що на час закінчення навчального закладу він володів уже десятьма мовами світу, а згодом — близько 60-ма, що є унікальним у світовому масш-

табі. Значну увагу авторка приділяє також його фольклорно-етнографічним здобуткам, зазначаючи, що праці А. Кримського свідчать про його «надзвичайно широкий діапазон знань з етнографії українського народу» (с. 41). Як відомо, А. Кримський — не лише вітчизняний фольклорист, а й автор фундаментальних праць з історії ісламу, арабської та перської літератури; співзасновник українського сходознавства.

Автори журналу «НТЕ» початку 90-х років демонструють новий підхід: від узагальненого викриття тоталітарних практик до повернення видатних імен та їхніх творів. Це був активний процес відновлення історичної правди й культурної пам'яті, що поєднував національно-культурне відродження з ідеєю державності України. У цьому плані досить показовою є рубрика «До 500-річчя Запорозької Січі» (НТЕ, 1990 р., ч. 6). Тут вміщено матеріали, котрі актуалізують козацьку традицію та її значення для національної пам'яті й самосвідомості.

Зокрема, у статті Григорія Павлика (1990) «Козацькому роду нема переводу» козацтво постає не як далеке минуле, а як духовний феномен нації, котрий зберігає життєздатність впродовж століть. Автор зазначає, що людські серця втішалися тим, що «ні злі сили, ні жорстокі роки репресій ... не змогли знищити коріння, яке живить могутнє дерево української культури, дає наснагу і життєдайну силу» (с. 50). Ювілей козацтва став справжнім святом для тих, хто попри десятиліття ідеологічного тиску зберіг у серці пам'ять про лицарську славу та прагнув бачити Україну вільною державою.

Широке розмаїття публікацій — від етнографічних нарисів і пісєних записів до осмислення культурної пам'яті, від мемуарних свідчень та архівних матеріалів до музикознавчих і кінознавчих студій, від козацької традиції до стрілецької пісні — творило багатогранну палітру «НТЕ». Журнал не обмежувався лише козацькою тематикою чи старовиною, а намагався показати важливу роль народної пісні й фольклорних мотивів в українському та світовому просторі. Поруч зі статтями про П. Куліша, М. Драгоманова, А. Кримського, Д. Яворницького з'являлися розвідки про музичну спадщину Л. Ревуцького, М. Лисенка, О. Кошиця, М. Колесси та ін., що окреслювали національний стиль української класики та виконавську школу, а також друкувалися матеріали про стрілецьку пісню й світові шляхи української музики.

На сторінках «Народної творчості та етнографії» початку 1990-х рр. народна пісня постає не як декор, а як середовище, в якому формувалася українська музична культура. Чимало авторів того часу намагаються пояснити фольклорні витоки національної музики. Скажімо, українська музикознавиця Богдани Фільц (1989) у публікації «Народна пісня у творчості Л. М. Ревуцького (До 100-річчя з дня народження)» (НТЕ, 1989 р., ч. 3) зазначає, що в багатьох темах композитора виразно звучать мотиви пісенного фольклору (с. 4).

У статті «Фольклорні мотиви у творчості Миколи Лисенка» (НТЕ, 1991 р., ч. 6.) Марина Горіла (1991) розповідає про композитора М. В. Лисенка як архітектора національної класики. Авторка твердить, що звернення композитора до музичного фольклору є широким і багатограним — це вивчення героїчного епосу й музичних інструментів, дослідження ладових систем та створення вінків веснянок... Лисенку притаманна «невтомна праця творчого мислення і прагнення постійного, глибшого вивчення фольклору» (с. 21).

«Невідомі сторінки спогадів Олени Пчілки про Миколу Лисенка. Вступна стаття і коментарі Пилипчука Ростислава» (1991) опубліковані в «НТЕ» (1991 р., ч. 4) подають Лисенка не лише як композитора, а як ретельного етнографа. О. Пчілка зокрема розповідає, як Микола Лисенко записував пісні від кобзаря Остапа Вересая, як працював із весільними мелодіями на Полтавщині. Принагідно згадує заборонене в тоталітарні часи ім'я автора Гімну України Павла Чубинського. Знайомство М. Лисенка з П. Чубинським (відомим фольклористом, очільником етнографічної експедиції) допомогло глибше інтегруватися в народне середовище й дало йому доступ до автентики (с. 42). Не обмежуючись загальниками, редакція долучає документальні дані — спомини сучасників, що робить постать Лисенка ближчою й багатограннішою.

Опублікована розвідка Василя Уманця (1990) «Хорові обробки Олександра Кошиця» (НТЕ, 1990 р., ч. 1) через чверть століття повертає в науковий дискурс ім'я видатного українського диригента О. Кошиця (не згадували його від 1960-х рр.), який не лише зробив українську капелу всесвітньою, а й подарував світові «Щедрик», котрий перетворився на «Carol of the Bells». Журнал засвідчує, що українська музика здатна інтегруватися у світовий культурний простір.

Публікації «НТЕ» кінця 80-х – початку 90-х рр. відображають широкий спектр музичних досліджень — від творчих біографій композиторів, диригентів та виконавців до колективних видів пісенної культури й осмислення музики як соціокультурного явища. У цьому контексті журнал публікує матеріали про стрілецьку пісню як символ духовного спротиву. Зокрема, нарис Олександра Правдюка (1991) «Січові стрільці в піснях і в реальній дійсності» (1991 р., ч. 3, с. 6). Автор репрезентує стрілецьку пісню як поетичний літопис визвольних змагань — важливу форму національної пам'яті, що містить досвід національної боротьби за Українську державу.

Показовими є нарис Олександра Правдюка «Січові стрільці в піснях і в реальній дійсності» (1991 р., ч. 3) та рубрика Федора Погребенника «Шедеври української пісенності» (1990 р., ч. 6). У текстах О. Правдюка, які поєднують документальність із фольклорними засобами узагальнення, постають опоетизовані постаті січового стрілецтва — Олена Степанів, Федь Черник, Іван Цяпка-Скоропад та ін.

Ф. Погребенник (1990) простежує розвиток пісні «Ой у лузі червона калина похилилася» від козацької традиції до стрілецького варіанту часів I світової війни, підкреслюючи багатозначність образу калини в житті нашого народу. Обидва автори ведуть мову, що стрілецька пісня стала гімном українських січових стрільців. Хоча в радянську епоху її заборонили як «націоналістичну», вона повернулася наприкінці 80-х як втілення духу незламності та свободи. Відродження пісні засвідчило внутрішню силу нашої музичної традиції та її здатність виходити за локальні межі локального контексту та репрезентувати Україну у світі. Про це детально говорить фольклорист Василь Скрипка (1990) в публікації «Всесвітні шляхи української пісні» (1990 р., ч. 3). Він не лише описує маршрути української пісні у світовому просторі — гастролі, записи, а й детально показує її у динаміці взаємодії та взаємозбагачення з європейськими та ін. традиціями.

Осмислення пісенної спадщини, пошуку ефективних методів її входу у світовий культурний простір мало своє продовження у наукових дослідженнях і в безпосередній соціокультурній практиці. Наукові розвідки обґрунтували тяглість традиції, а незалежна музична сцена, що з'явилася наприкінці 1980-х років, сприяла її повноцінному функціонуванню в новій площині. Кульмінацією тих глибинних процесів, які розгорталися в Україні, став Перший республіканський фестиваль «Червона рута — 89».

В аналітичній статті Л. Черкашиної «Червона рута»: перспективи розвитку української естради», опублікованій у журналі «НТЕ» (1990 р., ч. 2), фестиваль охарактеризовано не лише як мистецьку подію, а і як непересічне явище, яке засвідчило суттєві зміни в структурі національної свідомості й музичного життя України.

Уперше за тривалий період українську популярну музику представлено як багатостильовий жанр, де співіснують політичний рок, лірична пісня, гротескно-пародійні форми, авторська «співана поезія». Л. Черкашина (1990) зазначає, що фестиваль не обмежувався вузькою сферою класичної естради, адже «авторська пісня, «співана поезія» та інші зразки пісенної творчості не завжди вкладаються в звичне поняття «поп-музика». Вона мовить про багатовимірність української музкультури — від фольклорних і «думових» форм до року, арт-року, бардівської пісні та експериментальних спроб, де автентика постає не застиглим каноном, а яскравим прикладом сучасного мислення.

Авторка публікації актуалізує тему культурної ізоляції української музики, пов'язану з радянськими заборонами. Музична сцена згуртувала виконавців із України з українцями інших країн і континентів — Канади, Австралії, США, Польщі, Югославії, що стало рішучим кроком до подолання «географічної замкненості» культурного життя української нації. Кульмінацією фестивалю в Чернівцях було публічне

виконання, після довгих років заборон, гімну «Ще не вмерла України...». Описуючи дійство, Л. Черкашина (1990) наводить промовисті слова одного з учасників: «Прокинулась надія, прокинувся наш дух» (с. 44) — вони підсумовують суть фестивалю. Повернення в публічну площину заборонених пластів національної культури засвідчило непохитність українства на шляху до державного суверенітету.

Висновки

Діяльність журналу «Народна творчість та етнографія» (1957–1991) відбувалася в умовах тотального ідеологічного контролю за інформацією. Як елемент радянської медіасистеми, видання було виразником партійно-радянської ідеології, що зумовлювало його редакційну політику, тематичне наповнення, дискурсивні стратегії, поєднання ідеологічних і наукових функцій.

Марксистсько-ленінські наративи, культ жовтневого перевороту, концепти «радянський народ», «дружба народів» та інтернаціоналізму були системно інтегровані в публікації. Водночас творчість народу й етнографія не лише слугували засобом політичного «декору» та інтерпретації, а й були самостійним змістовим сегментом: поряд з ідеологічно заангажованими публікаціями журнал регулярно друкував ґрунтовні фольклорно-етнографічні матеріали, підтримував і розвивав наукову галузь.

Навіть за умов тотального ідеологічного тиску редакція та авторський колектив знаходили можливості збирати, систематизувати й накопичувати значний масив фольклорно-етнографічних матеріалів. Журнал поєднував дотримання ідеологічних вимог із фактичним розширенням джерельної бази українського народознавства, фіксацією регіональних культурних практик та введенням у науковий обіг унікальних матеріалів — усе це, незважаючи на цензурні обмеження, сприяло розвитку мистецтвознавства.

Аналіз динаміки змісту журналу в часи відлиги, застою й перебудови свідчить, що лібералізаційні процеси, хоча нерідко були обмеженими, сприяли поверненню заборонених тем та імен, актуалізації народної традиції як чинника історичної пам'яті й національної ідентичності. Показовими в цьому плані є спроби реабілітації українських митців, науковців, зокрема фольклористів, а також поступова відмова від ідеологічно заангажованих публікацій наприкінці 1980-х років.

Отже, журнал «Народна творчість та етнографія» сприймається не тільки як інструмент радянської інформаційної політики, а і як унікальний засіб збереження фольклорно-етнографічних матеріалів. Аналіз історії діяльності видання дає змогу глибше зрозуміти умови функціонування наукової періодики радянських часів та всебічно оцінити її роль у збереженні й популяризації культурної спадщини.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Антоненко-Давидович, Б. Д. (1965). На розвагу й на виховання. *Народна творчість та етнографія*, 1, 95–96.
- Баканурський, А. (1991). Українська різдвяна гра «Коза». *Народна творчість та етнографія*, 6, 59–65.
- Борисенко, В. (1991). Агатангел Кримський як фольклорист і етнограф. *Народна творчість та етнографія*, 3, 39–42.
- Бугаєвич, І. В. (1990). Кобзарська дума про голод. *Народна творчість та етнографія*, 4, 62–63.
- Булат, Т. П. (1966). О. А. Кошиць і народна пісня. *Народна творчість та етнографія*, 2, 22–31.
- Гончар, І. М. (1990). Перлини українського іконопису. *Народна творчість та етнографія*, 3, 58–60.
- Горіла, М. (1991). Фольклорні мотиви у творчості Миколи Лисенка. *Народна творчість та етнографія*, 6, 21–30.
- Грушевський, М. (1925). Береження і дослідження побутового і фольклорного матеріалу як відповідальне державне завдання. *Україна*, 5, 3–13.
- Грушевський, М. (1926). Перспективи і вимоги української науки (Київська сесія УкрНауки). *Україна*, 1, 3–15.
- Грушевський, М. (1927). [Рецензія на книгу Студії з української етнографії та антропології, Х. Вовка]. *Україна*, 6, 166–167.
- Гуменюк, Т. В. (Уклад.). (2025). *Понад 100 років в один клік: про що розповідають архівні видання*. Центральна районна бібліотека ім. В. Стуса.
- Дем'ян, Г. (2000). Часопис змістовний, мужній і патріотичний (До 75-річчя «Народної творчості та етнографії»). *Народна творчість та етнографія*, 4, 3–7.
- Етнографія. (б.д.). *Головна*. Взято 21 січня 2026 з <https://ethnography.org.ua/>
- Капельгородська, Н. М. (1973). Всупереч логіці життя. *Народна творчість та етнографія*, 6, 41–47.
- М. Т. Рильський про видання творів Ф. М. Колесси. Підготовка до друку і вступна замітка С. Й. Грици (м. Київ). (1966). *Народна творчість та етнографія*, 2, 89–90.
- Наулко, В. (2000). Думки і спогади про часопис етнографів і фольклористів. *Народна творчість та етнографія*, 4, 129–131.
- Невідомі сторінки спогадів Олени Пчілки про Миколу Лисенка. Вступна стаття і коментарі Пилипчука Ростислава. (1991). *Народна творчість та етнографія*, 4, 37–47.
- Новицький, В. (1930). Історична праця проф. О. Є. Преснякова і розмежування великоруської та української історіографії. *Україна*, 3–4, 55–65.
- Нові обрії радянської науки і культури. (1988). *Народна творчість та етнографія*, 5, 3–12.
- Огієнко, І. (1924). *Український стилістичний словник*. З друкарні Наукового товариства ім. Шевченка.
- Окиншевич, Л. (1927). Наука історії українського права. Право державне. *Україна*, 1–2, 105–130.
- Павлик, Г. П. (1990). Козацькому роду нема переводу. *Народна творчість та етнографія*, 6, 46–50.
- Павлій, П. Д. (1957). Збирання та публікація зразків народної творчості. *Народна творчість та етнографія*, 2, 16–30.
- Пахаренко, В. І. (1991). Слово, що здолало смерть. *Народна творчість та етнографія*, 6, 51–52.
- Перетц, В. (1926). Театральні ефекти в старовинному українському театрі. *Україна*, 1, 16–33.
- Погребенник, Ф. П. (1990). «Ой у лузі червона калина похилилася». *Народна творчість та етнографія*, 6, 51–54.

- Правдюк, О. (1991). Січові стрільці в піснях і в реальній дійсності. *Народна творчість та етнографія*, 3, 3–10.
- Рильський, М. Т. (1957). Розквіт народної творчості на Україні. *Народна творчість та етнографія*, 1, 11–20.
- Романченко, І. С. (1966). Видатний український фольклорист. *Народна творчість та етнографія*, 5, 31–35.
- Рутковська, О. (1991). Свята різдвяного і новорічного фольклору у м. Києві. *Народна творчість та етнографія*, 1, 93–95.
- Скрипка, В. М. (1990). Всесвітні шляхи української пісні. *Народна творчість та етнографія*, 3, 80–82.
- Уманець, В. А. (1990). Хорові обробки Олександра Кошиця. *Народна творчість та етнографія*, 1, 53–57.
- Фільц, Б. М. (1989). Народна пісня у творчості Л. М. Ревуцького (До 100-річчя з дня народження). *Народна творчість та етнографія*, 3, 3–14.
- Харчишин, О. (2015). Фольклористичні дослідження на сторінках журналу «Народна творчість та етнографія» (до 1991 р.). *Народознавчі зошити*, 3, 713–724.
- Харчишин, О., & Коваль, В. (2016). Публікації з етномузикології в журналі «Народна творчість та етнографія» (1957–1991 рр.): історія, теорія, практика. В В. Ярмола (Упоряд.), *Етномузіка: Число 12. Збірка статей та матеріалів пам'яті Олекси Ошуркевича* (с. 101–116). Львівська національна музична академія імені М. В. Лисенка.
- Черкашина, Л. С. (1990). «Червона рута»: перспективи розвитку української естради. *Народна творчість та етнографія*, 2, 41–44.
- Ювілей О. Л. Кульчицької. (1957). *Народна творчість та етнографія*, 3, 177.

REFERENCES

- Antonenko-Davydovych, B. D. (1965). Na rozvahu u na vykhovannia [For amusement and education]. *Folk Art and Ethnography*, 1, 95–96 [in Ukrainian].
- Bakanurskiy, A. (1991). Ukrainska rizdviana hra "Koza" [Ukrainian Christmas game "Goat"]. *Folk Art and Ethnography*, 6, 59–65 [in Ukrainian].
- Borysenko, V. (1991). Ahatanhel Krymskiy yak folkloryst i etnograf [Ahatanhel Krymskiy az folklorist anci ethnographer]. *Folk Art and Ethnography*, 3, 39–42 [in Ukrainian].
- Buhaievych, I. V. (1990). Kobzarska дума pro holod [Kobzar's ballad about hunger]. *Folk Art and Ethnography*, 4, 62–63 [in Ukrainian].
- Bulat, T. P. (1966). O. A. Koshyts i narodna pisnia [O. A. Koshyts and the folk song]. *Folk Art and Ethnography*, 2, 22–31 [in Ukrainian].
- Cherkashyna, L. S. (1990). "Chervona ruta": perspektyvy rozvytku ukrainskoi estrady ["Chervona ruta" prospects of the Ukrainian varlety art development]. *Folk Art and Ethnography*, 2, 41–44 [in Ukrainian].
- Demian, H. (2000). Chasopys zmistovnyi, muzhni i patriotychnyi (Do 75-richchia "Narodnoi tvorchosti ta etnografii") [A journal that is substantive, courageous and patriotic (On the 75th anniversary of "Folk Art and Ethnography")]. *Folk Art and Ethnography*, 4, 3–7 [in Ukrainian].
- Etnografii [Ethnography]. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved January 21, 2026, from <https://ethnography.org.ua/> [in Ukrainian].
- Filts, B. M. (1989). Narodna pisnia u tvorchosti L. M. Revutskoho (Do 100-richchia z dnia narodzhennia) [A Folk-song in Revutsky's creation (on a centenary of his birth)]. *Folk Art and Ethnography*, 3, 5–14 [in Ukrainian].
- Honchar, I. M. (1990). Perlyny ukrainskoho ikonopysu [Pearls of the Ukrainian icon-painting]. *Folk Art and Ethnography*, 3, 58–60 [in Ukrainian].
- Horila, M. (1991). Folklorni motyvy u tvorchosti Mykoly Lysenka [Folklore motifs in creative work of Mykola Lysenko]. *Folk Art and Ethnography*, 6, 21–30 [in Ukrainian].

- Hrushevskiy, M. (1925). Berezhennia i doslidzhennia pobutovoho i folklorneho materialu yak vidpovidalne derzhavne zavdannia [Preservation and research of household and folklore material as a responsible state task]. *Ukraina*, 5, 3–13 [in Ukrainian].
- Hrushevskiy, M. (1926). Perspektyvy i vymohy ukrainskoi nauky (Kyivska sesiia UkrNauky) [Prospects and requirements of Ukrainian science (Kyiv session of UkrNauka)]. *Ukraina*, 1, 3–15 [in Ukrainian].
- Hrushevskiy, M. (1927). [Review of the book *Studii z ukrainskoi etnografii ta antropologii* [Studies in Ukrainian ethnography and anthropology], by Kh. Vovk]. *Ukraina*, 6, 166–167 [in Ukrainian].
- Humeniuk, T. V. (Comp.). (2025). *Ponad 100 rokiv v odyin klik: pro shcho rozpovidaiut arkhivni vydannia* [Over 100 years in one click: What archival publications tell us]. Tsentralna raionna biblioteka im. V. Stusa [in Ukrainian].
- Kapelhorodska, N. M. (1973). Vsuperech lohitsi zhyttia [Regardless of the life logic]. *Folk Art and Ethnography*, 6, 41–47 [in Ukrainian].
- Kharchyshyn, O. (2015). Folklorystychni doslidzhennia na storinkakh zhurnalu "Narodna tvorchist ta etnografia" (do 1991 r.) [Folkloristic research in folk art and ethnography magazine (until 1991)]. *The Ethnology Notebooks*, 3, 713–724 [in Ukrainian].
- Kharchyshyn, O., & Koval, V. (2016). Publikatsii z etnomuzykologii v zhurnali "Narodna tvorchist ta etnografia" (1957–1991 rr.): istoriia, teoriia, praktyka [Ethnomusicology publication in "Folk art and ethnography" journal (1957–1991): History, theory, practice]. In V. Yarmola (Comp.), *Etnomuzyka: Chyso 12. Zbirka statei ta materialiv pamiati Oleksy Oshurkevycha* [Ethnomusicology: Issue 12. Collection of articles and materials in memory of Oleksa Oshurkevych] (pp. 101–116). Lviv National Music Academy named after Mykola Lysenko [in Ukrainian].
- M. T. Rytskyi pro vydannia tvoriv F. M. Kolessy. Pidhotovka do druku i vstupna zamitka S. Y. Hrytsy (m. Kyiv) [M. T. Rytskyi on the edition of F. M. Kolessa's works. Preparation for publikation and introductory note by S. Y. Hrytsa (Kyiv)]. (1966). *Folk Art and Ethnography*, 2, 89–90 [in Ukrainian].
- Naulko, V. (2000). Dumky i spohady pro chasopys etnografiv i folklorystiv [Thoughts and memories about the journal of ethnographers and folklorists]. *Folk Art and Ethnography*, 4, 129–131 [in Ukrainian].
- Nevidomi storinky spohadiv Oleny Pchilky pro Mykolu Lysenka. Vstupna stattia i komentari Pylypchuka Rostyslava [Unknown pages of Olena Pchilka's recollection about Mykola Lysenko. Introductory article and commentary by Pylypchuk Rostyslav]. (1991). *Folk Art and Ethnography*, 4, 37–47 [in Ukrainian].
- Novi obrii radianskoi nauky i kultury [New horizons of the Soviet science and culture]. (1988). *Folk Art and Ethnography*, 5, 3–12 [in Ukrainian].
- Novytskyi, V. (1930). Istorychna pratsia prof. O. Ye. Priesniakova i rozmezhuвання velykoruskoi ta ukrainskoi istoriografii [The historical work of Prof. O. E. Priesniakov and the distinction between Great Russian and Ukrainian historiography]. *Ukraina*, 3–4, 55–65 [in Ukrainian].
- Ohienko, I. (1924). *Ukrainskyi stylistychnyi slovnyk* [Ukrainian stylistic dictionary]. Z drukarni Naukovoho tovarystva im. Shevchenka [in Ukrainian].
- Okynshevych, L. (1927). Nauka istorii ukrainskoho prava. Pravo derzhavne [Science of the history of Ukrainian law. State law]. *Ukraina*, 1–2, 105–130 [in Ukrainian].
- Pakharenko, V. I. (1991). Slovo, shcho zdolalo smert [The word which has defeated the death]. *Folk Art and Ethnography*, 6, 51–52 [in Ukrainian].
- Pavlii, P. D. (1957). Zbyrannia ta publikatsiia zrazkiv narodnoi tvorchosti [Collection and publication of samples of folk art]. *Folk Art and Ethnography*, 2, 16–30 [in Ukrainian].
- Pavlyk, H. P. (1990). Kozatskomu rodu nema perevodu [The Kozaks kin cannot vanish without a trace]. *Folk Art and Ethnography*, 6, 46–50 [in Ukrainian].
- Peretts, V. (1926). Teatralni efekty v starovynnomu ukrainskomu teatri [Theatrical effects in the ancient Ukrainian theater]. *Ukraina*, 1, 16–33 [in Ukrainian].

- Pohrebennyk, F. P. (1990). "Oi u luzi chervona kalyna pokhylylasia" [Oh, guelder rose is bent in the meadow]. *Folk Art and Ethnography*, 6, 51–54 [in Ukrainian].
- Pravdiuk, O. (1991). Sichovi striltsi v pisniakh i v realnii diisnosti [Sichovi striltsi in the songs and in reality]. *Folk Art and Ethnography*, 3, 3–10 [in Ukrainian].
- Romanchenko, I. S. (1966). Vydatnyi ukrainskyi folkloryst [An outstanding Ukrainian specialist in folklore]. *Folk Art and Ethnography*, 5, 31–35 [in Ukrainian].
- Rutkovska, O. (1991). Sviata rizzvianoho i novorichnoho folkloru u m. Kyievi [Holidays of the Christmas and New Year folklore in the city of Kyiv]. *Folk Art and Ethnography*, 1, 93–95 [in Ukrainian].
- Rylskyi, M. T. (1957). Rozkvit narodnoi tvorchosti na Ukraini [The flourishing of folk art in Ukraine]. *Folk Art and Ethnography*, 1, 11–20 [in Ukrainian].
- Skrypka, V. M. (1990). Vsesvitni shliakhy ukrainskoi pisni [The world-wide ways of the Ukrainian song]. *Folk Art and Ethnography*, 3, 80–82 [in Ukrainian].
- Umanets, V. A. (1990). Khorovi obrobky Oleksandra Koshytsia [Arrangement for chorus by Oleksandr Koshyts]. *Folk Art and Ethnography*, 1, 53–57 [in Ukrainian].
- Yuvilei O. L. Kulchytskoi [Anniversary of O. L. Kulchytska]. (1957). *Folk Art and Ethnography*, 3, 177 [in Ukrainian].

Надійшла: 02.02.2026; Прийнято: 30.03.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359295
УДК 655.4(477):[82(=161.2):070]-051Атаманюк

Харківське видавництво «Західня Україна» та доля його очільника Василя Атаманюка

Надія ПОДОЛЯКА

канд. н. із соц. комунік., доц.

Ніжинський державний
університет імені
Миколи Гоголя

вул. Графська, 2, 16600,
Ніжин, Україна

nadechdasum@gmail.com

ORCID 0000-0002-6136-1665

© Подоляка Н., 2026

У статті досліджуються досі не оприлюднені в науковій спільноті документи Центрального державного архіву-музею літератури і мистецтва України щодо діяльності видавництва «Західня Україна» та її керівника Василя Івановича Атаманюка. З'ясовано, що постать видавця й письменника висвітлювалася здебільшого під кутом зору його літературної спадщини, але в життєвій біографії В. Атаманюка вагоме місце займає його редакторська та видавнича діяльність, на що майже не звертали увагу науковці. Стверджується, що тема висвітлювалася лише фрагментарно; усебічного вивчення біографії члена Спілки революційних письменників «Західня Україна» та директора однойменного видавництва, звинуваченого у сфабрикованій «Справі УВО», досі не було; отже, дослідники мають змогу розширити уявлення про історичну постать і процеси, що відбувалися в літературному середовищі та видавничій галузі у 1920–30-х роках. Доведено, що діяльність В. Атаманюка на посаді директора видавництва була плідною, оскільки саме на початковому етапі видавництва вирішувало найголовніші питання свого функціонування: фінансування, репертуар, гонорарні відносини, кадрові зміни, участь у громадських та культурницьких заходах Спілки тощо. Більшість художніх і перекладних творів письменника й видавця вийшли саме під час його перебування на посаді директора видавництва. Проте, як свідчать документи, маємо справу із суперечливою особистістю — правдолюбом, не здатним мовчати, й водночас інтелігентною людиною, поліглотом і вправним редактором. Уперше до наукового обігу введено документи, завдяки яким розкривається діяльність видавництва «Західня Україна» та його очільника В. Атаманюка.

Ключові слова: В. Атаманюк, видавництво «Західня Україна», Спілка революційних письменників «Західня Україна», репресії, Сандармох.

**KHARKIV PUBLISHING HOUSE “WESTERN UKRAINE”
AND THE FATE OF ITS HEAD VASYL ATAMANIUK****Nadia PODOLYAKA**

PhD in Social Communications, Associate Professor

Mykola Gogol Nizhyn State University,

Grafska Str., 2, 16600, Nizhyn, Ukraine

nadechdasum@gmail.com

ORCID 0000-0002-6136-1665

The article studies documents of the Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine that have not yet been made public in the scientific community regarding the activities of the publishing house “Western Ukraine” and its head Vasyl Ivanovych Atamaniuk. It is determined that the figure of the publisher and writer was covered mostly from the point of view of his literary heritage. Still, in the biography of V. Atamaniuk, a lot of space belongs to his editorial and publishing activities, which is almost not paid attention to by scientists. It is argued that the topic is covered only fragmentarily. A comprehensive study of the biography of a member of the Union of Revolutionary Writers “Western Ukraine” and a head of the publishing house of the same name, accused in the fabricated “UVO Case”, did not take place, and therefore researchers have an opportunity to expand their understanding of the historical figure and the processes that took place in the literary environment and the publishing industry in the 1920s–1930s. It is proven that the activities of V. Atamaniuk as a head of the publishing house were fruitful, since it was at the initial stage that the publishing house solved the most important issues of its functioning, such as: financing, repertoire, remuneration relations, personnel changes, participation in public and cultural events of the Union, etc. Most of the literary and translated works of the writer and publisher were edited during his tenure as a director of the publishing house. However, as the documents prove, we are dealing with a personality full of contradictions, a lover of truth, unable to remain silent, at the same time an intelligent person, a polyglot and a skilled editor. Therefore, for the first time, documents are introduced into scientific circulation, thanks to which the activities of the publishing house “Western Ukraine” and its head V. Atamaniuk are revealed.

Keywords: V. Atamaniuk, publishing house “Western Ukraine”, Union of Revolutionary Writers “Western Ukraine”, repressions, Sandarmokh.

Постановка проблеми

У 1925 році в Києві як секція Спілки українських радянських письменників «Плуг» виникає літературно-громадська організація «Західня Україна», першим головою якої став відомий письменник і перекладач Дмитро Загул, а членом Спілки — Василь Атаманюк. Секція мала на меті об'єднати зусилля стосовно популяризації творчості західноукраїнських письменників. Уже тоді постало питання про українців Галичини, Волині, Буковини як єдиного народу, що прагне консолідації нації.

17 травня 1927 року секція відокремила в самостійне утворення — Спілку революційних письменників «Західня Україна», до якої ввійшли майстри слова не лише із західноукраїнських земель, а й представники української діаспори. У Статуті Спілки зазначалося, що «Спілка “Західня Україна” має своєю метою об'єднувати революційні письменницькі сили Західньої України, де б вони не були, для літературно-громадської роботи» (*Статут Спілки*, 1927).

Отже, спілка «ЗУ» від самого початку свого існування взяла курс на об'єднання західноукраїнських письменників не тільки тих, що живуть на радянській землі, а й тих революційних письменників, що живуть поза межами радянських республік, тобто на Західній Україні, а також на трудовій еміграції у Німеччині, в Чехії, в Канаді та в Північній і Південній Америці. (Рудик, 1930)

У 1930 році відбувся з'їзд Спілки, на якому було визначено програму й завдання організації. Тоді ж відбувся переїзд до Харкова основної групи. У Києві залишилася так звана «Київська група» на чолі з Дмитром Рудиком. Такі ж філії Спілки діяли в різних містах України.

Видавництво «Західня Україна» виникло в 1927 році у Харкові й проіснувало до 1933 року. Його очолювали Василь Атаманюк, Петро Грабовий та громадянин Піддубний, чие ім'я документи приховують.

Василя Атаманюка згадують здебільшого як літератора, публіциста, перекладача й автора поетичних творів. Його творчість ще в 1995 році відкрив для громадськості журналіст Іван Гвань, коли в ефірі радіопередачі «Каламар» в рубриці «Антологія одного твору» познайомив слухачів з віршем «І мовила мені матуся», що ввійшов до збірки «Зажурені флюяри» (Київ: Видавництво МАСА, 1928) (Степула, 2012).

Проте в життєвій біографії Василя Атаманюка чимало місця належить редакторській та видавничій діяльності. Окремою сторінкою виділяється той яскравий період життя, коли його було обрано членом Спілки революційних письменників «Західня Україна» та директором однойменного видавництва. Саме цей період діяльності став вирішальним у подальшій долі видавця, якого більшовицька влада одного з перших у мистецьких колах звинуватила у сфабрикованій

«Справі УВО» (Української військової організації), приписавши йому й переклади «буржуазних творів» закордонних авторів, участь у січовому стрілецтві та партії боротьбистів.

Стан розроблення проблеми

Усі наявні джерела з означеної теми можна поділити на кілька груп: 1) енциклопедичні й довідкові джерела; 2) первинні тексти автора, його збірки віршів, прозові твори, антології, упорядковані ним; 3) архівні джерела (справи НКВС, картотеки реабілітації, документи літературних організацій тощо); 4) оглядові дослідження літературного процесу 1920–30-х років та доль письменників «загубленого покоління», у тому числі серія «Реабілітовані історією»; 5) дослідження й документи про масовий розстріл інтелігенції в містечку Сандармох; 6) публікації в періодичних виданнях та онлайн-ресурси.

Стислу біографічну довідку про Василя Атаманюка подають ресурси Вікіпедії та «Енциклопедії сучасної України», проте вони лише узагальнюють дані, що можуть містити помилки або інтерпретації (Арсенич, 2001). У відкритих публікаціях немає глибинного літературознавчого аналізу творів письменника й видавця, незважаючи на наявні первинні видання (збірки та оповідання з бібліотек) (Рубльов, 2004). Складність полягає і в тому, що такі видання розпорошені у фондах різних бібліотек України і малодоступні в їхніх електронних версіях. У наукових розвідках прізвище Василя Атаманюка згадується в контексті літературних процесів 1930–30-х років як представника «загубленого покоління», але такі факти потребують точності дат і ширшого дослідження політичного контексту про репресованих письменників. Досі не виявлено інформації про обставини арешту й засудження у збірках про репресованих письменників. Тому найбільше інформації дослідникам мають надати саме відкриті архівні документи.

Мета дослідження — вивчити документи Центрального державного архіву-музею літератури і мистецтва України (далі ЦДАМЛМ України) на предмет роботи видавництва «Західня Україна» в умовах тоталітарної держави та виявити маловідомі факти в біографії його очільника Василя Атаманюка.

– *Об'єктом дослідження* є біографія керівника видавництва «Західня Україна», письменника, літературного критика, перекладача та видавця Василя Івановича Атаманюка.

– *Предмет дослідження* — справи фонду ЦДАМЛМ України стосовно репресованого керівника видавництва.

– *Методи дослідження*. Теоретико-методологічною основою статті є наукові принципи історизму, об'єктивності, комплексності й достовірності. Було використано методи емпіричного й теоретичного дослідження. Аналітико-синтетичний метод застосовано для системного цілеспрямо-

ваного вивчення об'єкта, яке дало змогу отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень про репресованого письменника й видавця. Як загальнонауковий метод використовувався системний підхід, який сприяв комплексному висвітленню проблеми діяльності видавництва в період більшовицького панування. Також застосовувався описовий, історичний, історико-теоретичний методи.

Результати й обговорення

Василь Іванович Атаманюк народився 14 березня 1897 року в містечку Яблунів (нині Косівського району Івано-Франківської області). Навчався в Коломийській гімназії, після закінчення якої вступив на юридичний факультет Львівського університету. Під час Першої світової війни В. Атаманюка забрали до австрійського війська, проте він улаштувався до Легіону Українських січових стрільців, де у пресовому бюро займався перекладацтвом. На той час юнак вже вільно володів українською, німецькою, польською, мовами, їдиш та есперанто. Свою першу поетичну збірку «Як сурми заграли до бою» В. Атаманюк видав у Відні, а паралельно, у 1915–1916 роках, почав публікуватися в газетах і часописах.

За часів Української революції служив в Українській Галицькій армії (УГА) та Армії Української Народної Республіки (УНР) — військовим журналістом, козаком комунікаційного відділу, телефоністом. У той же час пристав до лав Української комуністичної партії (боротьбистів).

З вірою в ідеї проголошення незалежної України у складі всесвітньої федерації радянських республік, із правом на свої окремі збройні сили, соціалізацію землі та проведення прискореної українізації — вирішив залишитися під більшовицькою владою, спочатку в Катеринославі, потім у Києві.

У 20-х — 30-х роках ХХ ст. В. Атаманюк редагує газету «Український Пролетар», альманах «Західня Україна», публікує понад десять збірок своїх творів, зокрема й публіцистичну книгу «Батіг і багнет» (про репресивні заходи польської влади проти західноукраїнського селянства). Він заявляє про себе як автор поетичних творів, прози, публіцистики, критики, кіносценаріїв, творів для дітей, перекладів, вельми цікавої етнографічної книги «Гуцули та Гуцульщина», видає кілька антологій української поезії (у співавторстві з Євгеном Плужником). Літературний псевдонім — Яблуненко (*Василь Атаманюк, 2023*).

Найплідніший період життя В. Атаманюка пов'язаний із перебуванням у Спілці революційних письменників «Західня Україна», коли його було призначено директором однойменного видавництва. У фондах ЦДАМЛМ України зберігаються справи, пов'язані з діяльністю Спілки та видавництва зокрема. Так, у справах фонду 579 «Видавництво Спілки революційних письменників “Західня Україна”» знаходимо документ про призначення В. Атаманюка керівником видавництва на

підставі постанови зборів від 24 січня 1927 року. Отже, цю дату можна вважати офіційною датою заснування саме видавництва (*Статут спілки*, б.д., арк. 18).

На цих же зборах членів Спілки було зазначено, що «зерно В-ва творча група з 5-ти душ, що позичають гроші на це. Але цих коштів мало. Колись була думка використати на В-во гонорар зі збірника «Зах. Україна». Коли цю думку переводити в життя, то тоді треба обрати редкол., скарбника та завідувача». Тоді ж було ухвалено «доручити секретареві добути від ДВУ гонорар за збірник-альманах і позичково вкласти цей капітал на В-во ЗУ. Скарбниками обрати т. Кічуру. Редколегію, що складалася з Семка, Загула, Атаманюка, Руденка доповнити т. Ткачівським. Керівником В-ва обрати т. Атаманюка» (*Статут спілки*, б.д., арк. 18).

Отже, видавництво формувалося на основі зазначених у Статуті положень про видання альманаху Спілки і творів членів Спілки завдяки членським внескам та отриманим прибуткам від продажу продукції.

Варто навести повний текст Положення про видавництво, що затверджене 3 квітня 1928 року. У ньому зазначено:

1. Видавництво ЗУ. є окремий орган спілки, призначений реалізувати видавничі завдання, згідно зі статутом Спілки.
2. Видавництво підлягає безпосередньо Управі Спілки.
3. Керівника видавництва призначає Управа /Редколегія може рекомендувати Зав. Видавництвом/.
4. Видавництво складає план своєї роботи й кошторис, що його затверджує Управа на спільному засіданні з представником Редколегії й в цих межах воно веде свою роботу. Примітка: на всі ухилення мусять бути відповідні постанови Управи.
5. Видавництво здійснює видання книжок і періодики, тоб-то, одержавши від редколегії в готовому до друку вигляді рукопис з відповідною ухвалою Управи про видання його /коли він не був ухвалений уже в плані/ складає детальний план і кошторис видання одного твору й після затвердження його Управою реалізує. Примітка: у детальний план видання входить між іншим визначення якості паперу, художнє оформлення, тираж, шрифт й т. ч. инш.
6. Видавництво веде листування з установами, друкарнями, книгарнями, авторами в справі видавництва, одержує й висилає гроші й веде розрахунки, зв'язані з видавництвом. Примітка: гроші видавництво передає скарбникові Спілки, що веде цілу касу й рахівництво.
7. Видавництво в особі керівника складає договори з авторами, умовляється з друкарнями й з книготоргівельними організаціями, підтримує зобов'язання й умови від імені видавництва «ЗУ» представляючи їх на остаточну санкцію Президії Правління. Примітка: літературний авторський гонорар визначає Редколегія в погодженні з видавництвом.

8. На одержання від скарбника «ЗУ» потрібні на видання гроші за кошторисом, або за окремою постановою Управи, видавництво дає Звіт не пізніше одного місяця після зробленої витрати. Примітка: видавництво може мати на руках підвідчитні суми до 100 карб.

9. Видавництво веде матеріальну книгу видань, список контрагентури, авторських договорів, характеру видавничо-комерційного тощо.

10. Видавництво несе відповідальність за своєчасне видання книжки та поширення й рекламу її. При калькуляції кожної книжки треба призначити з номінальної вартості книжки на 3 % на рекламу, як самої книжки, так і взагалі видань Спілки. Ці гроші видавництво витрачає за своїм планом без окремих на це доручень й здає тільки звіт і відчит загальним порядком.

11. На висилку видань /опаківка, матеріал для цього, поштова оплата, доставка на пошту тощо/ видавництво витрачає суми за статтею «оперативні витрати» і відчитується за ці суми в загальному порядку. (*Статут спілки*, б.д., арк. 222, 227, 232)

Щодо роботи редакційної колегії документи зазначають:

Кожен твір, що його видає ЗУ, мусить прочитати кожен з редакторів і дати на творі писаний висновок. На випадок неможливості прочитати твору всім, його мусить прочитати половина редакторів і в тому числі мусить бути віза головного редактора або його заступника. (*Статут спілки*, б.д., арк. 68)

На початковому етапі видавництвом було проведено велику роботу щодо видання зшитків альманаху «Західня Україна» та літературних здобутків членів Спілки. До репертуару видавництва увійшли твори М. Козоріса, Д. Рудика, І. Ткачука, М. Павлика М. Фальківського, «Холмщина» Ф. Мадяцького, «Над Дністром» В. Атаманюка-Яблуценка, «Підземна Галичина» М. Ірчана, німецькі балади у перекладі Д. Загула, оповідання О. Маковея, перекладні твори С. Цвейга та інш. (*Статут спілки*, б.д., арк. 147–148). Отже, видавництво намагалося виконати поставлені завдання:

1) організувати початківців, 2) будити громадську думку, що свідчить швидка реалізація останніх. Для майбутньої роботи видавництво накреслило радикальні зміни, щодо видання творів, щоб відповідали вимогам сучасності. До видавничого пляну внесено: 1) видання в першу чергу творів своїх членів, сприяти продукції молодняка, 3) видання класиків Західної України, 4) всвітлювання в своїх виданнях будівництва соціалізму, розвитку української культури та боротьбу трудящих мас Західної України за своє соціальне і національне визволення. (*Статут спілки*, б.д., арк. 54–55)

Але процес підготовки, друку й розповсюдження видань мав багато підводних каменів у фінансових та організаційних питаннях. Автори не надавали твори вчасно, добровільні позички вносилися не всіма членами Спілки, бракувало матеріалів для друку. У документах Правління від 1 грудня 1927 року зазначалося:

Ще до В-ва та фінансових справ Спілки зазначити такі дефекти: 1) Не унормовано функції Редколегії та Правління у господарчих справах. 2) Відсутність певної унормованої системи у затверджуванні та виконуваних фінансових справ. 3) Непогоджені форми ведення відчутності між Зав. Вид-вом та скарбником, наслідком чого не введено між якими книги персональних рахунків. 4) Незначне поступлення членських внесків. 5) Відсутність єдиної об'єднаної системи ведення фінансових справ. (*Статут спілки*, б.д., арк. 51)

Щодо фінансових справ видавництва на засіданні редколегії 26 квітня 1927 року зазначалося «...В-во Спілки не має на меті накопичувати прибутки і взагалі не має корисних цілей, а прагне тільки поширити потрібну літературу, що відповідає б завданням Статуту Спілки ...» (*Статут спілки*, б.д., арк. 69). І тому питання вирішувалося таким чином, що Спілка мала клопотатися про субсидії та одноразові допомоги на видавничі операції від Київського окрвиконкому. «Видавництво розпочалося на гонорарні суми авторів, членів Спілки і так проживотіло й досі, виняток був для зшитка, що дістав допомогу од уряду, але яка цілком пішла на цей зшиток і В-ву як такому не допомогла матеріально ні раз», — сповіщає документ (*Статут спілки*, б.д., арк. 90).

Тому вже 15 січня 1928 року В. Агаманюк звертається до Управи про звільнення його з посади секретаря Правління та завідувача видавництвом. У заяві зазначено:

зважаючи на те, що 1) теперішнє Правління ЗУ було обрано не широко (поза Київом) оголошеними загальними зборами; 2) що воно мало характер тимчасового; 3) що термін йому було призначено до жовтня 1927 р.; 4) що загальні збори для Звіту й перевиборів 3–4 рази вже одкладаються. Одже немає гарантії, що це одкладання може ще не повторитись; 5) що, на мою думку, гайнуючи зимовий, сезонний час літературно-організаційної роботи, Спілка тратить найкращі можливості роботи за цілий академ. рік; 6) що, нарешті, Правління це непрацевдатне. Бо воно з тяжким трудом і дуже рідко збирається, силу справ не встигає розглядати, а багатьома справами й не цікавилася — (Київська орг. провела роботу без відома Правління) — я прийшов до висновку, що не маю права довше залишатися в складі Правління і брати на себе відповідальність за продовження неправильної досі системи праці та «узурпацію»

влади і прошу звільнити мене загальними зборами од виборних посад секретаря Правління та Зав. Вид-вом з сьогоднішнього дня та призначити прийом справ од мене. (*Статут спілки*, б.д., арк. 272)

Прийнявши до уваги заяву, правління ухвалило:

Вважати, що заява т. Атаманюка зв'язана з тим, що Правління сталося до роботи т. Атаманюка не досить уважно, а це обтяжувало йому роботу. Збори пропонують Правлінню усунути цю ненормальність. Тому що саме перед З'їздом робота секретарська та видавнича набирає найбільшої важливості і вимагає більше забрати часу та енергії, не знімати секретарських та видавничих обов'язків з тов. Атаманюка і просити його залишитись на цій роботі далі, дозволивши тов. Атаманюкові взяти за окрему плату собі помішника. (*Статут спілки*, б.д., арк. 270)

Та на цьому поневір'яння не скінчилися. З протоколу засідання Управи Спілки революційних письменників «Західня Україна» від 29 червня 1929 року дізнаємося, що В. Атаманюка звинуватили в неналежному утриманні будинку, який був орендований для роботи членів Спілки і на який виділялися кошти літературної організації. Окрім того, постало питання про включення до Спілки на керівну посаду т. Лазоришака, якого директор видавництва нібито назвав «фельдфебелем і профбюрократом», і агітував проти нього (хоча у поясненні заявив, що не пам'ятає про таке). У своєму виступі Василь Атаманюк пояснив відверто, що йому говорили «не сварися з вищими чинами в Спілці, бо з тобою зроблять те саме, що зробили з Єфремовим». Автора цих слів відмовився назвати «вказуючи лише, що це йому сказав один із відповідальних членів Спілки» (*Статут спілки*, б.д., арк. 319–322). Нагадаємо, що українського громадського діяча та критика Сергія Єфремова було засуджено і розстріляно в 1930-х роках у рамках справи СВУ (Спілки визволення України).

Звинуватили В. Атаманюка й у тому, що він не повідомив Спілку про вихід свого твору «Материна Сльозинка» в Польщі накладом видавництва монахів. Хоча сам Атаманюк пояснив, що не відповідає за це і не мав на це реагувати. Рішенням Управи на пропозицію директора видавництва виключити його зі Спілки було відхилено «з формальних мотивів, бо за статутом виключають загальні збори».

Згодом, 23–24 липня 1929 року, було проведено ревізію щодо справ видавництва. Комісія в складі членів Спілки Михайла Козоріса, Льва Будая, Дмитра Рудики та запрошеного бухгалтера Чернявського в присутності Василя Атаманюка перевірила касові книги і книги видавництва, унаслідок чого було виявлено значну недостачу книг, а також недостачу коштів на суму 661 карб. 76 коп. Стверджувалося, що прибуткові ордери підписував лише завідувач видавництва, він же нібито безпідставно виписував авторські гонорари з рахунків Спілки, що їх так само було нараховано ав-

торам від Державного видавництва України. У документах зазначалося також, що Атаманюк записував у книгу обліку видань свої праці задля отримання гонорарів, але він виправдовував це помилкою бухгалтера. У документах також вказувалися різні тиражі книг, тобто розрахунок на їхній реальний друк виявлявся зі збільшеною сумою, ніж мав бути. Невпорядкованою була й оплата праці завідувачу видавництва (за різними документами вона вказувалася від 3-х до 5-ти відсотків) (*Статут спілки*, б.д., арк. 312–314). Висновки ревізійної комісії були невтішними:

З дальшої роботи Ревізійної Комісії видно, що звітність видавництва Спілки перебуває в хаотичному стані. Аванси, які Завідувач Видавництва одержує від Спілки не завжди витрачувано по призначенню. Багато літератури бракує і не в'яснено документально де вона поділася. На руках у Завідувача Видавництва знаходяться великі грошові суми (1000–2000 карб.). (*Статут спілки*, б.д., арк. 319–322)

Звісно, що на подібні висновки Ревізійної Комісії Правління Спілки мало відреагувати і насамперед запросити пояснення керівника видавництва. В. Атаманюк пояснив хаотичність ведення документації роботою без рахівника на початковому етапі, а потім і не налагодженою справою новопризначеним рахівником. Поряд з цим задокументована відповідь, у якій він називає роботу комісії «обследованием и доносом», а не перевіркою, що йому «підставляють стільця». Керівник видавництва також просив задокументувати той факт, що «Управа Спілки ні разу за цілий рік і не перевіряла роботи Видавництва» (*Статут спілки*, б.д., арк. 321).

Усі ці недоречності в роботі видавництва і Спілки на перший погляд сприймаються як привід до непорозумінь особистісних, немов, як зазначають документи, член Спілки Семен Семко «недолюблює Атаманюка», а Ростислав Заклінський «має якусь особисту пригоду, де посварились». Але такий конфлікт інтересів лише був підігрітий з часом.

12 січня 1933 року було укладено останню угоду на видання збірки оповідань В. Атаманюка, а вже 31 січня 1933 року його заарештували за контрреволюційну діяльність й винесли вирок: п'ять років виправно-трудових таборів (*Договори з газетно-поштовим сектором*, б.д., арк. 55).

Протягом 1933 року були заарештовані й члени Спілки: Я. Гріх, Д. Рудика, Я. Струхманчук, Л. Дмитерко, М. Козоріс, М. Марфієвич, Д. Загул, А. Турчинська, Ф. Малицький, М. Кічура, М. Гаск, В. Ѓжицький, І. Ткачук та М. Ірчан. Спілка революційних письменників «Західня Україна» й видавництво припиненими свою діяльність. Василя Атаманюка спочатку заслали до Караганди, а потім на Соловки. В. Атаманюк намагався довести свою непричетність до справи і вирок ніби переглянули, утім 3 листопада 1937 року його разом з великою групою української інтелігенції розстріляли в карельському урочищі Сандармох.

Висновки

Сьогодні спостерігається певний вакуум у публікативній активності щодо тематики роботи видавництва «Західня Україна». Нами зроблено першу спробу реконструкції інституційної біографії видавництва та біографії його керівника В. Атаманюка. Вважаємо, що подальші дослідження повинні зосередитися на архівних джерелах.

Доведено, що діяльність видавництва «Західня Україна» сприяла промоції регіональної історії (згадаймо видані «Історичні повісті» А. Чайковського, твори Л. Мартовича, Н. Кобринської, О. Маковея та ін.). Видавництво виступило ініціатором формування платформи для публікацій локальних авторів, випускаючи зшитки журналу «Західня Україна». В умовах виживання самої організації та політичної кризи директор видавництва В. Атаманюк відіграв важливу роль і як керівник, і як член редакційної колегії, визначаючи вплив видавництва на формування національної ідентичності.

Оскільки 30 серпня 2025 року набрав чинності Закон України «Про засади державної політики національної пам'яті українського народу», яким передбачено проводити заходи із вшанування подій і осіб, ініціювати створення місць пам'яті, включати питання збереження національної пам'яті в освітній процес, рекомендується відобразити біографічні дані про письменника і громадського діяча на основі нових виявлених архівних джерел. Постать В. Атаманюка має бути гідно пошанованою.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Арсенич, П. І. (2001). Атаманюк Василь Іванович. В *Енциклопедія Сучасної України* (Т. 1). Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. <https://esu.com.ua/article-44566>
- Василь Атаманюк — загублений квіт української літератури.* (2023, 14 березня). News&Blog. <https://news.blog.net.ua/2023/03/vasyl-atamaniuk-zahublenyy-tsvit-ukrainskoi-literatury/>
- Договори з газетно-поштовим сектором Народного Комісаріату зв'язку УРСР, торговою організацією Вукоопкнига, Держвидавом, із авторами про розповсюдження літератури та видання творів.* (б.д.). Видавництво журналу «Західна Україна» — орган спілки революційних письменників «Західна Україна», м. Харків (1913–1934) (Фонд 579, опис 1, справа 20), Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України, Київ.
- Рубльов, О. С. (2004). *Західноукраїнська інтелігенція узагальнонаціональних політичних та культурних процесах (1914–1939)*. Інститут історії України НАН України.
- Рудик, Д. (1930). Без маніфестів. Спілка революційних письменників «Західня Україна» на п'ятий рік свого існування. *Західня Україна*, 3–4, 93–103.
- Статут спілки революційних письменників «Західна Україна», положення про видавництво, редколегію, стенограма з'їзду письменників Західної України, протоколи поширеного пленуму засідань правління, нарад та.* (б.д.). Видавництво журналу «Західна Україна» — орган спілки революційних письменників «Західна Україна», м. Харків (1913–1934) (Фонд 579, опис 1, справа 1), Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України, Київ.

Статут Спілки революційних письменників «Західня Україна». (1927). Західня Україна. Степула, Н. (2012, 24 лютого). *Атаманюк-Яблуненко передбачив свою долю*. Радіо Свобода. <https://www.radiosvoboda.org/a/24494840.html>

REFERENCES

- Arsenych, P. I. (2001). Atamaniuk Vasyl Ivanovych. In *Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy* [Encyclopedia of Modern Ukraine] (Vol. 1). NASU Institute of Encyclopedic Research. <https://esu.com.ua/article-44566> [in Ukrainian].
- Dohovory z hazetno-poshtovym sektorom Narodnoho Komisariatu zviazku URSR, torhovoii orhanizatsiiei Vukooknyha, Derzhvydavom, iz avtoramy pro rozpovsiudzhennia literatury ta vydannia tvoriv* [Agreements with the newspaper and postal sector of the People's Commissariat of Communications of the Ukrainian SSR, the trade organisation Vukooknyha, Derzhvydav, and authors on the distribution of literature and publication of works]. (n.d.). Vydavnytstvo zhurnalu "Zakhidna Ukraina" — orhan spilky revoliutsiinykh pismennykh "Zakhidna Ukraina", m. Kharkiv (1913–1934) [Publishing house of the magazine "Western Ukraine" — an organ of the Union of Revolutionary Writers "Western Ukraine", Kharkiv (1913–1934)] (Fund 579, Description 1, Case 20), Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine, Kyiv [in Ukrainian].
- Rublov, O. S. (2004). *Zakhidnoukrainska intelihentsiia u zahalnonatsionalnykh politychnykh ta kulturnykh protsesakh (1914–1939)* [Western Ukrainian intelligentsia in national political and cultural processes (1914–1939)]. Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian].
- Rudyk, D. (1930). Bez manifestiv. Spilka revoliutsiinykh pismennykh "Zakhidna Ukraina" na piaty rik svoho isnuvannia [Without manifestos. Union of Revolutionary Writers "Western Ukraine" on the fifth year of its existence]. *Zakhidna Ukraina*, 3–4, 93–103 [in Ukrainian].
- Statut spilky revoliutsiinykh pismennykh "Zakhidna Ukraina", polozhennia pro vydavnytstvo, redkolehiu, stenohrama zizdu pismennykh Zakhidnoi Ukrainy, protokoly poshyrenoho plenumu zasidan pravlinnia, narod ta* [Statute of the Union of Revolutionary Writers "Western Ukraine", regulations on the publishing house, editorial board, transcript of the Congress of Writers of Western Ukraine, minutes of the extended plenum of the meetings of the board, meetings and]. (n.d.). Vydavnytstvo zhurnalu "Zakhidna Ukraina" — orhan spilky revoliutsiinykh pismennykh "Zakhidna Ukraina", m. Kharkiv (1913–1934) [Publishing house of the magazine "Western Ukraine" — an organ of the Union of Revolutionary Writers "Western Ukraine", Kharkiv (1913–1934)] (Fund 579, Description 1, Case 1), Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine, Kyiv [in Ukrainian].
- Statut Spilky revoliutsiinykh pismennykh "Zakhidna Ukraina"* [Statute of the Union of Revolutionary Writers "Western Ukraine"]. (1927). *Zakhidna Ukraina* [in Ukrainian].
- Stepula, N. (2012, February 24). *Atamaniuk-Yablunenko peredbachyv svoju doliu* [Atamaniuk-Yablunenko predicted his fate]. Radio Svoboda. <https://www.radiosvoboda.org/a/24494840.html> [in Ukrainian].
- Vasyl Atamaniuk — zahublenyi kvit ukrainskoi literatury* [Vasyl Atamaniuk — the lost flower of Ukrainian literature]. (2023, March 14). News&Blog. <https://news.blog.net.ua/2023/03/vasyl-atamaniuk-zahublenyy-tsvit-ukrainskoi-literatury/> [in Ukrainian].

Надійшла: 14.12.2025; Прийнято: 17.02.2026;

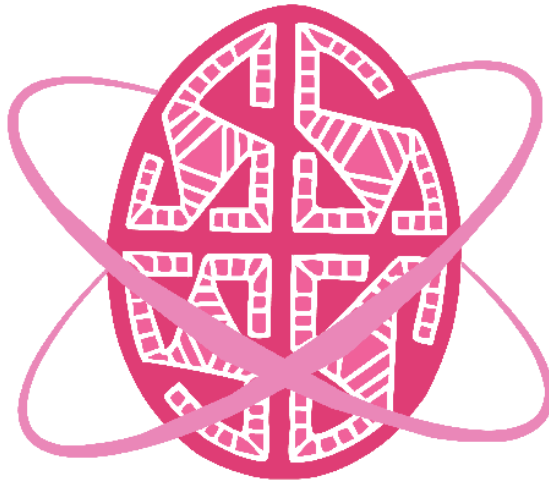
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359300

UDC 81'373.7:[659.123: 81'373.72]:004.8

Phraseological Analysis of Advertising Slogans using the Example of Artificial Intelligence

The aim of this article is to contribute to the discussion on the place of artificial intelligence in contemporary humanities, particularly in Polish linguistics in the context of advertising. In the epoch of ubiquitous mediatisation of life and the development of artificial intelligence, traditional creative activities – primarily based on the human mind – are becoming rare. It is therefore worthwhile to describe and evaluate this topic from a linguistic perspective. The specific aim of the study is to analyse the phraseological units generated by the GPT chat and their modifications in relation to food product advertisements. The study, based primarily on Stanisław Bąba's methodological proposal, revealed, among other things, that idiomatic expressions in codified/canonical form are used three times in the analysed material; one type of modification of phraseological units in chat – a listing innovation – is used. It can be concluded that, at the current stage of operation, the chat tool does not distinguish between idiomatic expressions, figurative uses, and shortened quotations. This is despite the possibility of full access to all online resources (as collective memory). Creating idiom-based entries proved difficult for ChatGPT, humanities and its resources is important.*

Keywords: ChatGPT, linguistics, idioms, modifications of idiomatic expressions.

Grażyna FILIP

Prof. Dr. Hab.

Professor of Humanities

Department of Communication Pragmatics

Institute of Polish Studies and Journalism

Faculty of Philology

University of Rzeszów

Al. Rejtana, 16C, 35-959, Rzeszów, Poland

gfilip@ur.edu.pl

ORCID 0000-0002-2564-1205

Justyna MAJCHROWSKA

Dr.

Department of Communication Pragmatics

Institute of Polish Studies and Journalism

Faculty of Philology

University of Rzeszów

Al. Rejtana 16C, 35-959, Rzeszów, Poland

jmajchrowska@ur.edu.pl

ORCID 0000-0003-1064-6369

© Filip G., Majchrowska J., 2026

suggesting that traditional use of

* ChatGPT, according to Adam Wolański, "in the form of a combination of a variable noun with an invariable abbreviation, i.e., chat GPT and chat GPT (...) is a common expression referring to successive versions of the linguabot" and shows a high frequency of such use on the internet (<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html>, access 16.05.2024), among others *Chat GPT w szkole. Szanse i zagrożenia* (<https://www.gov.pl/web/ai/chat-gpt-w-szkole-szansy-i-zagrozenia>, publication dated July 31, 2023, access 16.05.2024), *Czat GPT jako asystent usprawniający pracę redakcyjną i tłumaczeniową opisu kwalifikacji* (<https://www.youtube.com/watch?v=aysPFxp19Pc>, publication dated July 21, 2023, access 16.05.2024). Referring to the recommendations of the aforementioned normativist, „in subsequent references, we use synonymous appellatives, quasi-synonyms, periphrases, and finally also hyponyms. In the case of the proper name discussed here, the following common words and expressions can perform this function: program, application, artificial intelligence, bot, chatbot, GPT chatbot, linguabot, etc.” (<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html>, access 16.05.2024), hence the title GPT chat. This choice is dictated by the simplification of the text in order to facilitate its perceptions.

ФРАЗЕОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ НА ПРИКЛАДІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Гражина ФІЛІП

д-р наук, проф. гуманіт. наук
Кафедра прагматики комунікації
Інститут польських студій та журналістики
Філологічний факультет
Університет Жешува
Ал. Рейтана, 16С, 35-959, Жешув, Польща
gfilip@ur.edu.pl
ORCID 0000-0002-2564-1205

Юстина МАЙХРОВСЬКА

д-р наук
Кафедра прагматики комунікації
Інститут польських студій та журналістики
Філологічний факультет
Університет Жешува
Ал. Рейтана, 16С, 35-959, Жешув, Польща
jmajchrowska@ur.edu.pl
ORCID 0000-0003-1064-6369

Метою цього дослідження є внесок у дискусію щодо місця штучного інтелекту в сучасних гуманітарних науках, зокрема в польській лінгвістиці, у контексті реклами. В епоху повсюдної медіатизації життя та розвитку штучного інтелекту традиційні види творчої діяльності, що ґрунтуються переважно на людському розумі, стають рідкісними. Тому доцільно осмислити цю тему під лінгвістичним кутом зору. Конкретною метою дослідження є аналіз фразеологічних одиниць, згенерованих чатом GPT, та їхніх модифікацій у контексті реклами харчових продуктів. Дослідження, яке базується переважно на методологічній пропозиції Станіслава Баби, виявило, серед іншого, що в аналізованому матеріалі тричі використовувалися ідіоматичні вирази в кодифікованій / канонічній формі; також було зафіксовано один тип модифікації фразеологічних одиниць у чаті — інновацію у вигляді переліку. Можна зробити*

* За словами Адама Воланського, ChatGPT «у вигляді поєднання змінного іменника з незмінною аббревіатурою, тобто chat GPT та chat GPT (...) є поширеним виразом, що позначає послідовні версії лінгвістичного бота», і демонструє високу частоту такого вживання в Інтернеті ([https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT; 22600.html](https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html), доступ 16.05.2024), серед іншого Chat GPT w szkole. Szanse i zagrożenia (<https://www.gov.pl/web/ai/chat-gpt-w-szkole-szanse-i-zagrozenia>, публікація від 31 липня 2023 р., доступ 16.05.2024), Chat GPT як помічник, що полегшує редакційну та перекладацьку роботу з описом кваліфікації (<https://www.youtube.com/watch?v=aysPFXp19Pc>, публікація від 21 липня 2023 р., доступ 16.05.2024).

Посилаючись на рекомендації вищезгаданого нормативіста, «у подальших посиланнях ми використовуємо синонімічні назви, квазісиноніми, перифрази, а також гіпоніми. У випадку власного імені, що тут обговорюється, цю функцію можуть виконувати такі загальні слова та вирази: програма, додаток, штучний інтелект, бот, чат-бот, чат-бот GPT, лінгвабот тощо» (<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html>, доступ 16.05.2024), звідси й назва GPT-чат. Цей вибір диктується спрощенням тексту з метою полегшення його сприйняття

висновок, що на нинішньому етапі роботи чат-бот не розрізняє ідіоматичних виразів, образних уживань та скорочених цитат. І це, незважаючи на наявність повного доступу до всіх онлайн-ресурсів (як до колективної пам'яті). Створення записів на основі ідіом виявилось для ChatGPT складним завданням, що свідчить про важливість традиційного використання гуманітарних наук та їхніх ресурсів.

Ключові слова: ChatGPT, лінгвістика, ідіоми, модифікації ідіоматичних виразів.

The problem statement

The direct inspiration for my interest in this topic is research conducted at Kozminski University in Warsaw*, which shows that AI is based on cultural and linguistic stereotypes and can even be sexist, as it largely uses data available on the internet, which does not reflect the real world, but rather stereotypes. The study concerns the generation of images of people representing prestigious professions, such as scientists, lawyers, and judges. Most of the images generated by AI are of men.

An analogy can also be drawn with regard to the creation of statements based on idioms, especially since AI memory is a consequence of direct human work and memory, whose resources (primarily available on the internet) are used by the chatbot, and yet:

Cognitivists suggest that *memory is not a perfect recording device, but rather a reconstructive process*. It can be influenced by various factors, including suggestion, cultural contexts, and the passage of time. It has long been known that after many years, witnesses to a particular event may remember it differently (Łysiak, 2024: electronic version).

The credibility of images of the world can be further called into question by the Mandela effect, a phenomenon studied by neurocognitive scientists, among others, which concerns the functioning of the brain and human memory and is defined as collective (rather than individual) false memories of certain events, details, or cultural phenomena. The phenomenon was named by Fiona Broome in honor of South African activist and politician Nelson Mandela. Viewed from a cognitive perspective, the Mandela effect demonstrates the complexity of human memory and allows us to question our common understanding of reality. The Mandela Effect is a fascinating case study that helps us understand the complexities of memory and how our collective consciousness can be shaped by shared beliefs. Until we have a concrete explanation for this phenomenon, we can treat it as an incentive to question the reliability of our memories and the malleability of our perceptions. (Łysiak 2024: electronic version).

Nowadays, artificial intelligence is viewed, on the one hand, a way to support scientific work, and on the other, it can serve as a subject of research itself. Chat GPT is an advanced computer programme that simulates

* Kozminski University in Warsaw (ALK) – a Polish private academic institution based in Warsaw, founded in 1993, specializing in social sciences in the following disciplines: economics and finance, management and quality sciences, and legal sciences. According to the Financial Times European Business Schools Ranking, it is the leader in business education in Central and Eastern Europe. It has three international accreditations: AACSB, AMBA, and EQUIS, which together form the Triple Crown Accreditation. (<https://www.kozminski.edu.pl/en>; access 20.03.2024).

a conversation with a human (chatbot), which was developed in an American research laboratory (OpenAI) based on a large language model capable of generating texts in a specific context using huge amounts of data (GPT). The results obtained through interaction with GPT chat are the result of a properly asked question/command, or prompt*.

This platform, as emphasised by specialists dealing with the capabilities of the bot, is used for:

(G)enerating content for chatbots, summarising data, creating articles and stories, building customer service systems, assisting with tasks related to answering questions. However, it can do much more – it also excels at tasks such as writing software code, academic essays, articles, reports, Twitter posts**, and even poems (...) (Kruczkowska, 2023: <https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/co-jest-chat-gpt-jak-i-do-czego-go-uzywac/>).

According to the author of the text, this service “has become a viable way to solve specific problems, explain complex concepts, or generate creative ideas”, hence the interest in GPT chat in relation to advertising language seems justified (Kruczkowska, 2023: <https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/co-jest-chat-gpt-jak-i-do-czego-go-uzywac/>). The person creating persuasive text has an option of quickly generating profiled content—covering the topic, product, linguistic mechanism used, and the number of such creations. Still, there is no confirmation of the accuracy and appropriateness of the content generated by GPT chat. It should be assumed, however, that modern internet users, encouraged by the platform’s capabilities (primarily the speed of content creation in the face of deadlines for submitting their own texts), will use such assistance. This text aims to verify these assumptions. The analysis of phraseology and its innovation in slogans/advertising slogans generated by GPT chat is a pilot study entitled *Linguistic and stylistic analysis of texts generated by artificial intelligence*, planned as a research topic at the Department of Communication Pragmatics at the University of Rzeszów.

Phraseologisms***, as defined by Andrzej M. Lewicki, are socially established combinations of words exhibiting a certain structural and lexical irregulari-

* <https://pl.wikipedia.org/wiki/ChatGPT> (access 30.04.2024).

** <https://wsjp.pl/haslo/podglad/12012/post/5088582/wiadomosc-internetowa> (access 16.05.2024).

*** The theory of phraseological relationships has been discussed by, among others: A. M. Lewicki: *Wprowadzenie do frazeologii syntaktycznej. Teoria zwrotu frazeologicznego*, Katowice 1976; *Stażość i zmienność związków frazeologicznych*, Lublin 1982; *Składnia związków frazeologicznych*, „Biuletyn PTJ”, 1983, z. XL, s. 75-83; A. M. Lewicki i A. Pajdzińska, *Frazeologia*, (in:) *Encyklopedia Kultury Polskiej XX w.*, ed. A. Kłosowska, t. 2, Wrocław 1993, s. 307-327; S. Bąba: *Twardy orzech do zgryzienia, czyli o poprawności frazeologicznej*, Poznań 1986; *Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny*, Poznań 1989.

ty. They contain words or forms of words that do not occur in free syntactic combinations, the meaning of the phraseological unit does not follow from the meanings of its components, and finally, the rules of word combinability are sometimes violated*. These irregularities, which often co-occur, mean that the phrase does not have to be memorized in its entirety (including by AI), because it does not follow the rules of word combination that allow for the creation of an infinite set of utterances and syntactic groups (cf. Filip, 2003; Lewicki, Pajdzińska, 307). The position adopted by the authors is consistent with the understanding of phraseology by Stanisław Bąba, the professor to whom this scientific conference is dedicated. The phraseology researcher specifies:

The term *phraseology* (from the Greek *phasis*, meaning 'speech', and *logos*, meaning 'word' or 'science') is used in general language to refer to statements that have no basis in reality, empty talk, beautiful words, and slogans without deeper meaning. whereas in scientific terminology it refers to both the branch of linguistics concerned with the analysis and description of established word combinations such as *rzucić kłody pod nogi* 'to hinder, to obstruct someone' (Bąba 1986, 8).

The aforementioned phraseological analysis can be carried out in relation to phraseological norms and dictionary resources. Stanisław Bąba pointed out that it is "a collection of phraseological units approved by the Polish linguistic community and rules defining the way their identity is realized in texts" (Bąba 1986, 13)**. Within them, there may be innovations understood as conscious or unconscious deviations from the norm (Bąba 1986, 22). Unconscious modifications are treated as phraseological errors, while conscious ones are considered to be phraseological innovations, which, depending on their function, can be defined as: supplementary, modifying (supplementing, reducing, replacing a component, contamination), shortening, expanding, replacing, contaminating, regulating (changes in the category of number, case, aspect, word-formation form of the component, syntactic pattern), extending (Bąba 1986: 22-31).

The main material

The material basis for the analysis consists of 50 food product slogans in which GPT chat — in its understanding — used idiomatic expressions and

* Jolanta Piwowar, following Lewicki, specifies that a phraseologism is a lexical unit characterized by discontinuity of composition, stability of form, globality of meaning (idiomaticity), and consolidation in the language system (Piwowar 2009: 60).

** Stanisław Bąba points out that this collection is selectively recorded by contemporary dictionaries (Bąba 1986, 13). A separate chapter of Grażyna Filip's monograph (2003) is devoted to phraseology as a material for language games. The author also reviews research positions on phraseology.

their modifications. The data was collected on March 13, 2024, after logging into an individual account and issuing the following command in Polish:

Please come up with 50 slogans/advertising slogans for food products based on idiomatic expressions and their modifications.

After a few seconds, a response was received, distinguished by an initial delimitation of the type: *Sure, here are 50 advertising slogans for food products based on idioms and their modifications*, then the body with 50 slogans and the final delimitation with the following content: *I hope you like these slogans!*

The introduction and conclusion in the above response show syntactic inconsistency, because in the first part, the sender introduces an impersonal sentence with a paraphrase of the command received, while the conclusion is already specified (1st person singular). The distance between the interlocutor — the machine and the human being — was reduced by using a colloquial style in an informal variation. To this end, the chatbot used diminutive forms — *hasełka* and a direct pronoun — *Ci*, written with a capital letter for reasons of respect. Such narration creates the illusion of a conversation with an AI-generated recipient.

The syntactic structures provided by the chat were checked in three lexicographical sources according to their frequency of occurrence:

SFWP — Bąba S., Liberek J., 2001, *Dictionary of Contemporary Polish Idioms*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warsaw.

WSJP PAN — *The Great Dictionary of the Polish Language*, ed. P. Żmigrodzki, <https://wsjp.pl>

USJP — *Universal Dictionary of the Polish Language*, 1–6, 2003, ed. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warsaw.

It should be emphasised that idioms appeared sporadically in the bot's responses, with only three statements out of 50 containing canonical expressions. The places marked with pronouns were filled with words belonging to the semantic category of food/meal. Here are some examples:

Ogromna przyjemność w każdym kęsie (Enormous pleasure in every bite) — this is an example of a phrase with the meaning 'find pleasure in something' USJP 3: 1103; additionally with hyperbole;

Smakowe uniesienie na wyciągnięcie ręki (A taste sensation at your fingertips) — frazeologizm *coś jest w zasięgu ręki, na wyciągnięcie ręki* (idiom *something is within reach, at your fingertips*) 'something is nearby, within arm's reach' USJP 4: 91; WSJP PAN similarly notes https://wsjp.pl/haslo/do_druku/16444/na-wyciagniecie-reki;

Kulinarne inspiracje *na każdy dzień* (Culinary inspiration *for every day*) – frazeologizm *dzień powszedni, zwykły dzień* (idiom: *weekday, ordinary day*) ‘every day except Sundays and holidays’ USJP 1: 765.

More frequently – 11 times – there were modifications of phraseological units, and in fact only one type of modification, namely replacement innovation, as illustrated by the selected examples (a list of all 50 slogans will be attached as an appendix to the text):

Przysmaki, które *kradną serca* – *ktoś/coś kradnie show* (Delicacies that *steal hearts* – *someone/something steals the show*) ‘all the attention of the audience, which was supposed to be focused on someone or something else’ (WSJP PAN) – component replacement – *show* replaced with *heart*;

Kulinarna *magia* dla wymagających – od *biała magia* (Culinary *magic* for discerning palates – from *white magic*) ‘activities such as performing magic, rituals, and incantations, based on belief in supernatural forces, invoking good powers, intended to bring beneficial effects’ (WSJP PAN) or *black magic* from something incomprehensible ‘something completely incomprehensible or unknown to someone’ (WSJP PAN);

Odkryj *harmonię* smaków (Discover *the harmony* of flavors) – from *the harmony of spheres* ‘According to Pythagoras, the totality of sounds emitted by celestial bodies, which are inaudible to humans and perfectly harmonious’ (noun phrase) (WSJP PAN);

Kulinarne *marzenia* stają się rzeczywistością (Culinary *dreams* become reality) – ‘a series of thoughts and images arising during sleep, not subject to the laws of logic’; frazeologizm *senne marzenie* (idiom *dream*) ‘something unreal, unattainable’ USJP 2:777.

The most numerous series of examples observed in the sample material are expressions recognized by chat as idioms, but marked in dictionaries with the qualifier *abridged quote* and not *a phraseological unit*. Here are some examples:

Smakowy *raj na ziemi* (A taste *paradise on earth*) – ‘a beautiful, charming place’ USJP 4: 20;

Odkryj *magię* smaków natury (Discover *the magic* of nature’s flavors) – use in one of the lexical meanings of the noun *magia* ‘extraordinary power of influence, captivating charm, spell’ (magic of words, numbers, places, etc.) USJP 2: 730;

Sekrety smakowego *dobrobytu* (Secrets of flavorful *prosperity*) – book, shortened quote: ‘good material conditions; abundance; wealth’ USJP 1: 625;

Sztuka kulinarna w najwyższym wydaniu (*The culinary arts* at their finest) – non-idiomatic use; means ‘the ability to perform something fluently that

requires talent, skill, or special qualifications'; shortened quote, e.g., the art of writing, reading, the art of speaking USJP 4: 686;

Zanurz się w morzu smaków (Immerse yourself in a sea of flavors) — bookish 'a great deal of something; a lot', abbreviated quote such as a sea of green, a sea of coffee, a sea of lies USJP 2: 925; to samo w WSJP PAN.

In the material base, as idioms, chat also suggested metaphorical uses referring to an abbreviated quotation, e.g.:

Kuchenna ekstaza (Kitchen ecstasy) — metaphorical use 'a state of rapture, ecstasy, combined with a loss of sense of reality, mainly associated with aesthetic and religious experiences' USJP 1: 806;

Kulinarna podróż po najpiękniejszych regionach smaku (A culinary journey through the most beautiful regions of taste) — metaphorical use referring to the abbreviated quote: sightseeing trip in the sense of 'traveling to a distant place, in stages across vast areas' USJP 3: 571;

Smakowy festiwal dla ciała i duszy (A taste festival for body and soul) — metaphorical use meaning 'an artistic event, often cyclical, combined with a competition' USJP 1: 895.

It is worth noting that in the collected material, the lexeme *smak* (*taste*) was used 27 times out of 50 utterances in the form of a noun or words derived from it. The chat suggestions included the following parts of speech:

1. noun *smak* (*taste/ flavor*) in the singular (Rajskie zapachy, rajski *smak*; Poczuj pulsującą moc *smaku*; Każdy składnik to mała historia *smaku*; Poznaj esencję prawdziwego *smaku*; Przepelnione *smakiem* uczucie spełnienia; Kulinarna podróż po najpiękniejszych regionach *smaku*; Poznaj sekrety niebiańskiego *smaku*; Odkryj tajemnicę doskonałego *smaku*; Zachwyć się *smakiem* jak nigdy dotąd — Heavenly aromas, heavenly *taste*; Feel the pulsating power of *flavor*; Each ingredient is a little story of *taste*; Discover the essence of true *taste*; A feeling of fulfillment filled with *taste*; A culinary journey through the most beautiful regions of *taste*; Discover the secrets of heavenly *taste*; Discover the secret of perfect *taste*; Marvel at *taste* like never before);

2. noun *smaki* (*tastes/ flavors*) in the plural (5 razy: Połączenie *smaków*, które uwodzi; Świat *smaków* w jednym opakowaniu; Odkryj harmonię *smaków*; Odkryj magię *smaków* natury; Zanurz się w morzu *smaków*; *Smaki*, które budzą zmysły do życia; Rozkoszuj się *smakami* życia — 5 times: A seductive combination of *flavors*; A world of *flavors* in one package; Discover the harmony of *flavors*; Discover the magic of nature's *flavors*; Immerse yourself in a sea of *flavors*; *Flavors* that awaken the senses; Savor the *flavors* of life);

3. a transpositional noun denoting the name of an action, process, or state formed by combining a verb with the suffix *-anie* (Grzegorzcykowa, Puzynina, 1999,

390-398; Filip, Krauz, 2010, 128-129) i.e. *smakowanie (tasting)*, as in the example: *Sztuka smakowania na nowym poziomie (The art of tasting on a new level)*;

4. adjectives describing *smakowy (taste)* i *smakowe (flavor)* (*Smakowy raj na ziemi; Smakowy festiwal dla ciała i duszy; Smakowe arcydzieła dla wybrednych; Smakowe uniesienie na wyciągnięcie ręki; Smakowe doznania, których nie zapomnisz; Przeżycie smakowe bez granic – A taste paradise on earth; A taste festival for body and soul; Taste masterpieces for the discerning; Taste ecstasy at your fingertips; Taste sensations you will never forget; A taste experience without limits*).

The analysed collection also featured intersemiotics/intertextuality in *Jedz, delektuj się, powtarzaj (Eat, Savor, Repeat)*, evoking associations with the title of the film “*Jedz, módl się i kochaj*” (*Eat, Pray, Love*), directed by Ryan Murphy as an adaptation of the autobiographical book of the same title by Elizabeth Gilbert.

Conclusions

Based on the phraseological analysis, mainly grounded on Stanisław Bąba's methodological proposal, it is concluded that:

1. No dictionary classification of idioms for most of the phrases given in the chat.

2. Threefold use of idiomatic expressions in a codified/canonical form.

3. The use of only one type of modification of phraseological units in the chat – replacement innovation – in eleven slogans.

4. Frequent use of syntactic constructions classified in Polish dictionaries as abbreviated quotations (19 times) or figurative usage.

5. Reating slogans based on the lexeme *taste (or flavor)* and its derivatives referring to the sense of *taste*, also using hyperbole to exaggerate the quality of *taste*.

6. Not using the names of contemporary/current food products in any advertising slogans.

Considering the frequency of abbreviated quotations and figurative meanings compared to the use of idioms, it can be concluded that at this stage of the tool's operation, the chat does not distinguish between idiomatic expressions and figurative uses and abbreviated quotations. This is despite the possibility of full access to all Internet resources (as collective memory). Creating slogans based on idioms proved difficult for ChatGPT, suggesting that the possibilities of traditional humanities are not yet passé (cf. Filip, 2019).

REFERENCES

Bąba, S. (1981). Frazeologiczne innowacje modyfikujące we współczesnej prozie polskiej – próba oceny normatywnej. *Studia Polonistyczne*, 9, 207–211 [in Polish].

- Bąba, S. (1986). *Frazeologiczne innowacje skracające we współczesnej prozie. Studia Polonistyczne, 15*, 61–67 [in Polish].
- Bąba, S. (1986). *Twardy orzech do zgryzienia, czyli o poprawności frazeologicznej*. Wydawn. Poznańskie [in Polish].
- Bąba, S. (1989). *Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny*. Wydawn. Poznańskie [in Polish].
- Bąba, S., & Liberek, J. (2001). *Słownik frazeologiczny współczesnej polszczyzny*. Wydawnictwo Naukowe PWN [in Polish].
- Chat GPT w szkole. Szanse i zagrożenia. (2023). <https://www.gov.pl/web/ai/chat-gpt-w-szkole-szanse-i-zagrozenia> [in Polish].
- Czat GPT jako asystent usprawniający pracę redakcyjną i tłumaczeniową opisu kwalifikacji. (2023). <https://www.youtube.com/watch?v=aysPFXp19Pc> [in Polish].
- Czat GPT jako asystent usprawniający pracę redakcyjną i tłumaczeniową opisu kwalifikacji, <https://www.youtube.com/watch?v=aysPFXp19Pc>, publication dated July 21, 2023 [in Polish].
- Dubisz, S. (Ed.). (2003). *Uniwersalny słownik języka polskiego* (pp. 1–6). Warszawa [in Polish].
- Filip, G. (2003). *Gry językowe Jana Lama*, Rzeszów [in Polish].
- Filip, G. (2019). *Napędzane emocjami. Językowa kreacja marki*. Rzeszów [in Polish].
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/ChatGPT>
- <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html>
- <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html>
- <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/ChatGPT;22600.html>
- <https://www.gov.pl/web/ai/chat-gpt-w-szkole-szanse-i-zagrozenia>, publication dated July 31, 2023
- <https://www.kozminski.edu.pl/en>
- Kochan, M. (2002). *Slogany w reklamie i polityce*, Warszawa [in Polish].
- Kruczkowska, E. (2023). *Co to jest Chat GPT, jak i do czego go używać?*, <https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/co-jest-chat-gpt-jak-i-do-czego-go-uzywac/>
- Lewicki, A. M. (1976). *Wprowadzenie do frazeologii syntaktycznej. Teoria zwrotu frazeologicznego*. Katowice [in Polish].
- Lewicki, A. M. (1982). *Statość i zmienność związków frazeologicznych*. Lublin [in Polish].
- Lewicki, A. M. (1983). Składnia związków frazeologicznych. *Biuletyn PTJ, 40*, 75–83 [in Polish].
- Lewicki, A. M., & Pajdzińska, A. (1993). Frazeologia. In A. Kłosowska (Ed.), *Encyklopedia Kultury Polskiej XX w.* (T. 2, pp. 307–327). Wrocław [in Polish].
- Łysiak, M. (2024). *Efekt Mandeli jest jedną z największych zagadek ludzkiej psychiki*, <https://www.national-geographic.pl/artykul/efekt-mandeli-jest-jedna-z-najwiekszych-zagadek-ludzkiej-psychiki-badacze-zalamuja-rece> [in Polish].
- Majchrowska, J. (2023). *Dziesięć wykładów o języku reklamy*. Rzeszów [in Polish].
- Piwoń, J. (2009). Modyfikacje związków frazeologicznych: czyli o komunikacji perwersyjnej Violetty Kubasińskiej. *Media-Kultura-Komunikacja Społeczna, 5*, 58–63 [in Polish].
- Szerszunowicz, J. (2016). *Językowo-kulturowa analiza sloganów reklamowych marki Żubr. Białostockie Archiwum Językowe, 16*, 325–343 [in Polish].
- Żmigrodzki, P. (Ed.). (n.d.). *Wielki słownik języka polskiego PAN*. Retrieved January 27, 2026, from <https://wsjp.pl> [in Polish].

Submitted: 03.03.2026; Accepted: 10.04.2026;

The article was first published online: 04.05.2026



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

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359303

УДК 327.88:316.77]:327(470)

Троянська стратегія в зовнішній комунікації Росії (на прикладі публічних коментарів Владіміра Путіна про Дональда Трампа)

Юрій МЕЛЬНИК

канд. н. із соц. комунік., доц.,
Львівський національний
університет імені Івана
Франка

вул. Чупринки, 49, 79044,
Львів, Україна

iurii.melnyk@lnu.edu.ua

ORCID 0000-0002-2825-9925

© Мельник Ю., 2026

У статті проаналізовано троянську стратегію в зовнішній комунікації РФ на прикладі публічних висловлювань Владіміра Путіна про Дональда Трампа. Автор виходить з переконання, що підтримка Трампа не є самодостатньою метою російських інформаційних операцій, а виконує інструментальну функцію в ширшій стратегії дестабілізації західних суспільств, простежено еволюцію радянських і пострадянських інформаційних практик — від ідеологічно обмеженої підтримки «своїх» до гнучкої, позаідеологічної руйнівної діяльності, проаналізовано сім конкретних кейсів, коли контроверсійні наративи Трампа як публічного спікера отримували підтримку з боку Путіна як публічного спікера, а саме: кримінальні звинувачення проти Трампа є політичним переслідуванням; президентські вибори 2020 року були сфальсифіковані; негативні оцінки та звинувачення на адресу Європи; якби Трамп був президентом, російсько-українська війна не відбулася б; Трамп повинен отримати Нобелівську премію миру; ВВС повинна виплатити Трампу десятимільярдну компенсацію за дефамацию; Данія повинна передати США контроль над Гренландією. У кожному з цих семи наративів російська інформаційна стратегія Росії полягає в тому, щоб використати комунікаційний ресурс особисто Путіна для підтримки Трампа та його заяв із метою підризу довіри до демократичних інституцій США та західного світу (суди, вибори, медіа, трансатлантична солідарність тощо). Підтримка Трампа — тактичний інструмент поляризації, який може оперативне змінювати знак залежно від кон'юнктури. У статті доведено, що «троянська стратегія» Кремля полягає не в просуванні альтернативної позитивної моделі, а в розмиванні межі між правдою і брехнею, ерозії довіри та посиленні внутрішніх конфліктів у західних демократіях.

Ключові слова: троянська стратегія, малінформація, інформаційні операції, політична комунікація, Росія, Трамп, Путін, поляризація.

TROJAN STRATEGY IN RUSSIA'S EXTERNAL COMMUNICATION (USING THE EXAMPLE OF VLADIMIR PUTIN'S PUBLIC COMMENTS ON DONALD TRUMP)

Iurii MELNYK

Iurii MELNYK

PhD in Social Communications, Associate Professor,

Ivan Franko National University of Lviv,

49, General Chuprynka Str., 79044, Lviv, Ukraine

iurii.melnyk@lnu.edu.ua

ORCID 0000-0002-2825-9925

The article analyses the Trojan strategy in the external communication of the Russian Federation through the case of Vladimir Putin's public statements on Donald Trump. The author proceeds from the assumption that support for Trump is not an end in itself within the Russian information operations, but rather serves as an instrumental function within a broader strategy of destabilising Western societies. This study traces the evolution of Soviet and post-Soviet information practices — from ideologically constrained support for “one's own” actors to flexible, non-ideological destructive activity. The article studies seven specific cases in which controversial narratives articulated by Trump as a public speaker received support from Putin as a public speaker. These include the following: claims that criminal charges against Trump constitute political persecution; allegations that the 2020 U.S. presidential election was rigged; negative assessments and accusations directed at Europe; assertions that the Russian-Ukrainian war would not have occurred had Trump been president; offers that Trump should receive the Nobel Peace Prize, and if not, this is the Norwegian government's fault; claims that the BBC should pay Trump ten billion dollars in defamation damages; statements that Denmark should transfer control of Greenland to the U.S. In each of these seven narratives, the Russia's information strategy consists in leveraging Putin's personal communicative authority to reinforce Trump's statements in order to undermine trust in U.S. and Western democratic institutions (courts, elections, media, transatlantic solidarity, etc.). Support for Trump is framed as a tactical instrument of polarisation, capable of rapidly shifting direction depending on political circumstances. The article argues that the Kremlin's “Trojan strategy” does not seek to promote an alternative positive model, but rather to blur the boundary between truth and falsehood, erode trust and intensify internal conflicts within Western democracies.

Keywords: Trojan strategy, malinformation, information operations, political communication, Russia, Trump, Putin, polarisation.

Актуальність проблеми

Стара і нова троянська стратегія Кремля

Упродовж десятиліть російські медійні диверсанти на західному інформаційному просторі (офіційні російські медіа, куплені майданчики й агенти впливу, тролі, боти тощо) підтримують крайні праві та крайні ліві політичні сили, євроскептиків у Європі, ізоляціоністів у США, носіїв конспірологічних теорій, журналістів і публіцистів.

У часи Холодної війни пропагандистський інструментарій радянських медіа був обмеженим чіткою ідеологією, яку вони (медіа) повинні були сповідувати принаймні на декларативному рівні. СРСР підтримував по всьому світу тих, хто десятиліттями фінансував комуністичну пресу та радіостанції, намагався впливати на порядок денний у «капіталістичних» країнах. Усю цю діяльність можна розглядати як аспекти троянської стратегії.

З одного боку, як доводять Ешлі Дікс, Сабріна Маккаббін і Коді М. Поплін, «цілі й тактика путінської Росії недалеко втекли від цілей пропагандистів радянської епохи» (Deeks, 2017). Разом з тим існує чимало принципових відмінностей між радянською дезінформацією часів Холодної війни та путінською дезінформацією XXI століття:

– Радянські радіостанції *Радио Москва* та *Мир и Прогресс*, які вели іномовлення багатьма мовами, намагаючись дискредитувати буржуазний лад та політику західних країн, переважно вели відкрити, «конвенційну» інформаційну війну. Існування британської комуністичної газети *Morning Star* значною мірою залежало від радянської підтримки, відкрито відстоювало позиції СРСР у британському медіапросторі, мало свою нішу, свій порядок денний та не виходило за його межі.

– Якщо стратегічною метою радянської інформаційної активності у світі було поширення комуністичної ідеології, то путінська Росія, позбувшись будь-яких обмежень, будь-якої послідовності, змогла зосередитися переважно на руйнівній діяльності. У часи Холодної війни неможливо було собі уявити одночасне фінансування Радянським Союзом ультралівої та ультраправої преси. Натомість поширюваний сучасною Росією контент має на меті радше спантеличити західні суспільства, ніж переконати їх у чомусь. Задля реалізації цієї мети російській стороні взагалі неважливо, що чи кого підтримувати.

– Принципові відмінності між радянською та сучасною російською стратегіями найкраще помітні на конкретних прикладах. Радянська пропаганда навіть не намагалася спростовувати висадку американців на Місяць, привітавши суперників у Холодній війні з таким знаковим успіхом. Зате в інформаційному просторі пострадянської Росії у 1990-ті та 2000-ні роки конспірологічна теорія про інсценізовану висадку на Місяць набула масового поширення через статті, книги, документальні фільми та виступи публічних фігур. Систематичний ядерний шантаж, який використо-

вують офіційні особи путінської РФ, був неможливою річчю у виконанні кремлівських керівників радянської епохи, — навіть під час максимальних загострень на зразок Карибської кризи. Навпаки, одна з основних пропагандистських ліній пізнього СРСР зводилася до послідовного відстоювання миру як цінності та закликів не допустити розгортання ядерної війни (Gazeta.ua, 2017).

– СРСР теж проводив інформаційні операції проти Заходу (одна з найуспішніших — популярне досі переконання, що СНІД був створений завдяки американським експериментам з біологічною зброєю), теж свідомо розкручував токсичні наративи, наприклад, перебільшував міжрасову ворожнечу у США. Однак інформаційні операції такого змісту в часи Холодної війни були елементом медійної діяльності СРСР, а не її сутністю, як у путінській пропаганді.

Стан вивчення проблеми

Експерти констатували стратегію російської інформаційної діяльності незадовго після перших її серйозних успіхів у 2016 році (Brexit та перемога Трампа на виборах у США). Під час американської передвиборчої кампанії 2016 року російська інформаційна діяльність була спрямована на поляризацію таргетованого суспільства. Ось як про цю російську діяльність у *Facebook*, серед інших, відгукується *Washington Post*: «Деякі оголошення просували групи захисту прав афроамериканців, зокрема Black Lives Matter, тоді як інші натякали, що ці самі групи становлять зростаючу політичну загрозу... Російська кампанія — використовуючи можливість *Facebook* надсилати протилежні повідомлення різним групам користувачів залежно від їхніх політичних і демографічних характеристик — також прагнула посіяти розбрат між релігійними групами. Інші оголошення підкреслювали підтримку кандидати від Демократичної партії Гіллари Клінтон серед мусульманок» (Entous et al., 2017). Джонатан Морган, засновник компанії *New Knowledge*, яка відстежує поширення дезінформації в інтернеті, зазначав: «Метою Росії весь цей час було налаштувати американців один проти одного, скористатися вже існуючими розбіжностями й отримати вигоду з украй поляризованої ситуації, яка вже склалася в США» (Hartford Business Staff, 2017). Французькі експерти *École militaire* у 2018 році опублікували звіт на цю тему, де зазначалося: «Метою Кремля було переконати не в альтернативній істині, а у відсутності об'єктивної істини, щоб посіяти сумнів та плутанину; Кремль не захищав якусь ідеологічну лінію, і це є великою відмінністю від радянської епохи. Кремль може одночасно підтримувати праві та ліві рухи, аби тільки вони протистояли одне одному, а також наративи, що суперечать одне одному, з яких випливають найхимерніші та взаємовиключні пояснення» (цитата за: Рейхштадт, 2019, с. 54).

Із часом російська інформаційна машина лише зростала в плані масштабів, інструментарію та креативу, але стратегічна мета залишалася незмінною. Одна з численних зловмисних кампаній впливу Росії у 2023–2024 рр. була детально вивчена американськими правоохоронцями. Таємно фінансуючи американську праворадикальну медіакомпанію *Tenet Media*, канал *RT* поширював через неї російський контент на американську аудиторію. За результатами аналізу 2000 відео, які подивилися понад 16 тис. глядачів лише на *Youtube*, Міністерство юстиції дійшло висновку: «Хоча погляди, висловлені у відеороликах, неоднакові, більшість із них спрямовані на публічно проголошені цілі уряду Росії та *RT* — посилювати внутрішні розбіжності в Сполучених Штатах» (Spangler, 2024).

Ці висновки перегукуються із враженням Пітера Померанцева під час його роботи в російському медійному середовищі та спілкування з його представниками: «Такого поняття, як “об’єктивне висвітлення”, не існує, — сказав мені одного разу шеф-редактор *Russia Today*, коли я запитав його про філософію його каналу» (Померанцев, 2015, с. 53). У тій же книзі Померанцева трохи далі йдеться про діяльність кремлівського медійного деміурга в нульові роки Владіслава Суркова: «Геніальність цього нового типу авторитаризму в тому, що замість звичного пригнічення опозиції, як було в авторитаризмах ХХ століття, він проникав усередину всіх ідеологій та рухів, експлуатуючи й доводячи їх до абсурду. В один момент Сурков фінансував громадянські форуми та неурядові організації в царині прав людини, у другий — спокійно підтримував націоналістичні рухи, що звинувачували неурядові організації в тому, що ті є інструментами Заходу. Він широким жестом щедро спонсорував мистецькі фестивалі найбільш провокативних сучасних художників у Москві, а потім підтримав православних фундаменталістів, одягнених у чорне і з хрестами в руках, які, своєю чергою, напали на виставки сучасного мистецтва. Ідея Кремля полягає у привласненні всіх форм політичного дискурсу й перешкодженні будь-якому розвитку незалежних рухів за його мурами. Москва могла почуватися олігархією вранці, демократією в обід, монархією на вечерю та тоталітарною державою вночі» (Померанцев, 2015, с. 73).

Іван Преображенський на цю ж тему: «У так звану “сурковську” епоху влада була в одній особі і опозицією, і “патріотичною громадськістю”. Залишаючись начебто над сутичкою, Кремль залучав то одних, то інших опозиціонерів до своїх проєктів, зіштовхував їх лобами, створював десятками фальшиві громадські організації та плодив липових правозахисників, здійснював рейдерські захоплення політичних партій, закривав громадські рухи і штучно стимулював створення нових, ніяк не пов’язаних із запитами знизу. За Вячеслава Володіна на прапор Кремля було піднято гасло “Розумні нам більше не потрібні, потрібні вірні”. Вірним, у цьому контексті, достатньо вірити, їм правда не потрібна, а решту

можна і треба обманювати. Імітаційне буйство фарб, що панувало при Суркові, раптом зникло, політичне життя зблякло й оголилася сіра і нудна рутина авторитарного режиму» (цитата за: Почепцов, 2018).

Цікаво, що стратегію Суркова як головного куратора внутрішньої медійної політики у 2011 році змінила принципово відмінна стратегія Володіна, однак зовнішня медійна політика Росії приблизно в той же час почала набувати «сурковських» характеристик, повністю підпадаючи під описи Померанцева та Преображенського, — хоча наскільки відомо, Сурков не мав прямого стосунку до її функціонування.

Підтримка Трампа як інструмент

Стратегічна мета Росії в інформаційних просторах західних країн — розхитати західні суспільства, зруйнувати здоровий діалог між носіями різних поглядів, між політиками й виборцями, між медіа й суспільством, розмити межу між правдою та брехнею, дезорієнтувати, посяяти зневіру та апатію.

Порівняно із зазначеною стратегічною метою все інше (покращення іміджу Росії та особисто Путіна, дискредитація України) має допоміжний характер. Такий же зміст має і підтримка Дональда Трампа, — навіть попри те, що впродовж останнього десятиліття він є одним із головних бенефіціарів російських інформаційних операцій (див. напр. звіт SGDSN (2025) про діяльність російського проекту Storm-1516, який організував десятки інформаційних диверсій у західних країнах упродовж 2023–25 рр.). Підтримка Трампа та інформаційні атаки проти його опонентів спричинені особливою роллю цієї фігури в політичній системі США та Заходу в цілому: антисистемний, антагоністичний, викривальний характер його риторики та поведінки стосовно американських та міжнародних інститутів (парламент, опоненти, вибори, суди, медіа) видався стратегам російської інформаційної війни перспективним тараном у їхній боротьбі проти США та Заходу загалом (див. напр. тонкі спостереження А. Гельмбрехт (2026) про те, як Росія використовує рефлексивний контроль до Республіканської партії США, нав'язуючи їй вигідні для Росії установки, зокрема візії власного уряду як ворога та недовіру до інституцій у своїй державі).

Саме з цієї причини Трамп став одним із небагатьох закордонних лідерів, щодо якого російська пропаганда завжди була налаштована радше позитивно. Упродовж тривалого часу автори наукових досліджень зауважували, що «російські офіційні медіа активно підтримують Дональда Трампа та навмисно створюють про нього сприятливу думку» (Slutsky & Gavra, 2017). Кількість матеріалів у російських медіа, де Трампа зображали в позитивному ключі, зростала протягом його першого президентського терміну, на 2019 рік утричі перевищуючи відсоток негативних матеріалів (Gavra & Slutskiy, 2021, p. 486). Під час

передвиборчої кампанії 2024 року (Slutskiy & Gavra, 2025) та впродовж другого президентського терміну Трампа картина принципово не змінилася. У загалом позитивному висвітленні особи Трампа регулярно трапляються винятки, якщо це продиктовано кон'юнктурою: ракетний удар по сирійській (підконтрольній Асаду) військовій базі у квітні 2017 року, перенесення посольства в Ізраїлі до Єрусалиму в грудні 2017 року і подібне. У таких випадках образ Трампа в російських медіа різко змінюється на негативний (Вукова et al., 2018). За тією ж схемою працюють російські ботоферми, готові накинутися на Трампа, як тільки він зробить критичну заяву на адресу Росії чи особисто Путіна, — як це було в травні 2025 р. (TVP World, 2025). Із цієї стратегії зрозуміло, що фігура Трампа є лише ситуативним інструментом для російської пропагандистської машини, від якого вона блискавично відмовляється, як тільки він перестає працювати.

Троянська стратегія

Під троянською стратегією ми маємо на увазі медійну активність, яка прикривається наміром інформувати, а насправді спрямована на те, щоб завдати шкоди реципієнту. У такому визначенні поняття, яке ми обговорюємо, має багато спільного з поняттям «малінформація» («Інформація, яка ґрунтується на реальності і використовується для заподіяння шкоди особі, організації чи країні») (Wardle & Derakhshan, 2017, р. 20). У широкому сенсі майже вся інформаційна активність Росії в країнах Заходу підпадає під визначення троянської стратегії. Навіть коли мова йде про відкрито російські джерела інформації (*RT*, *Sputnik* та ін.), діяльність цих медіа все одно зводиться до підривної діяльності під виглядом інформування.

Мета статті — з'ясувати природу троянської стратегії на озброєнні в російської інформаційної машини. До уваги взято один вузький, але показовий аспект цієї медійної діяльності, а саме — коментарі Путіна, у яких він послідовно стає на бік Трампа в протиріччях між Трампом та іншими політичними акторами західного світу, переважно в період 2024–2026 рр. з метою дискредитувати західні інституції та поглибити суперечності між ними.

Виклад основного матеріалу

Нижче наведено список із семи прикладів того, як Путін застосовував троянську стратегію, послуговуючись фігурою Трампа як тараном проти західного суспільства:

1. У березні 2023 року проти Трампа висунуто перше кримінальне звинувачення за фальсифікацію бізнес-звітності. Трамп назвав це «політичним переслідуванням та втручанням у вибори найвищого рівня в історії» (Haberman & Bromwich, 2023). Потім будуть інші кримінальні спра-

ви, на які колишній та майбутній президент США реагував в аналогічний спосіб. Путін вирішив скористатися цією ситуацією: «Все, що відбувається із Трампом, — це переслідування політичного суперника з політичних причин...». Переслідування Трампа «показує всю гниль американської політичної системи, яка не може претендувати на те, щоб навчати інших демократії» (AP, 2023). Солідаризація із Трампом — спосіб для Путіна підірвати довіру до американської правоохоронної системи, прищепити частині американського суспільства сильні негативні емоції.

2. Трамп багаторазово заявляв про фальсифікації виборів у США (Kessler & Fox, 2021). *A-Mark Foundation* (2022) нарахували 905 таких заяв в усних виступах та постах Трампа у період 2012–2021 рр. Якщо обмежитися програмами президентськими виборами 2020 року, Трамп у своїх постах стверджував про їхню фальсифікацію 526 разів (до червня 2024 року, за підрахунками *CREW* (Moniz, 2024)). Американські оглядачі наполягають на двох фактах: немає доказів фальсифікації виборів (Epstein & Corasaniti, 2026); ставити під питання легітимність виборів означає «підірвати демократичні інституції» (Anand, 2022).

Путін чудово розуміє, що цю ситуацію теж можна використати. У січні 2024 року він заявив, що попередні вибори американського президента 2020 року були «сфальсифіковані» (Reuters, 2024). Вдало оцінивши шкоду від цих заяв для авторитету американської демократії та побачивши ключ до серця Трампа в підлабузництві, Путін звернувся до максимального ефективного способу підлити масла у вогонь ворожнечі між анти-системним президентом Трампом та бюрократичною системою, яку він очолює. «Із розпочатими президентськими праймеріз Республіканської партії 2024 року Путін задав тон російській кампанії впливу, спрямованій на підірив віри в американську демократію» (Echols, 2024).

3. В окрему категорію слід виокремити численні негативні висловлювання Трампа щодо Європи. Лише два приклади з багатьох: під час свого першого президентського терміну Трамп наголошував, що «багато наших союзників наживалися завдяки американським платникам податків і нашій країні» (Atlantic Council, 2019), а у 2025 році заявляв, що Європейський Союз був створений, щоб «нашкодити» Сполученим Штатам (France 24, 2025). Путін, як і в інших ситуаціях, підтримує Трампа в цьому протистоянні, заявляючи, «що новий президент США Дональд Трамп незабаром “наведе порядок” у взаєминах із європейськими елітами, які “стануть біля ноги господаря і будуть ніжно помахувати хвостиком”» (Ellyatt, 2025).

4. «Якби я був президентом, цієї війни ніколи б не було». На відміну від тези про сфальсифіковані вибори, це твердження Трампа — оціночне, його неможливо ні підтвердити, ні спростувати. Ресурс *Roll Call* видає близько 80 згадок у публічних виступах Трампа про те, що війни б не сталося, якби він був президентом (із січня 2022 по січень 2026 року).

Після інавгурації 47-го президента Трампа Путін заявив: «Я не можу не погодитися з ним, що якби він був президентом — якби його перемогу не вкрали у 2020 році — то, можливо, не було б кризи в Україні, яка виникла у 2022 році» (Troianovski, 2025). Як і в попередніх випадках, Путін робить Трампу дружню послугу, проявляє з ним солідарність у питанні, в якому ніхто інший із державних лідерів — крім Орбана (TASS, 2023) — не готовий йому підтакувати. Більше того, Путін в одному реченні поєднує одразу два улюблені трампівські наративи: про вкрадені вибори 2020 року і про те, що війна б не відбулася, якби Трамп був президентом.

5. Трамп багаторазово заявляє, що повинен отримати Нобелівську премію миру: спершу натякає, що заслуговує на цю винагороду, а на певному етапі починає прямо вимагати її. Історія з образою Трампа на норвезький нобелівський комітет (а заодно — і на уряд Норвегії) відбулася наприкінці 2025 року, однак уперше Трамп заговорив про свої амбіції отримати премію вже у 2018 році (Al Manar, 2018). Одного разу Трамп згадав про це шість разів в одному пості (Economic Times, 2025). Ресурс *Roll Call* нарахував близько 117 публічних згадувань Трампа в різних контекстах про те, що він заслуговує на Нобелівську премію (особливо активно — у 2025 році).

У момент найвищого рівня полеміки навколо Нобелівської премії миру, у жовтні 2025 року, Путін знову намагається підтримати Трампа. У відповідь на запитання кореспондента російського видання *Коммерсантъ*, чи Трамп заслуговує на премію, Путін відповів, що американський президент «справді багато робить для вирішення таких складних криз, які тривають роками і навіть десятиліттями» (Isachenkov, 2025). Про те, що Трамп заслуговує Нобелівської премії, прямо сказано не було, однак натяків було зроблено достатньо, щоб *Politico* вийшла із заголовком: «Дональд Трамп заслуговував на Нобелівську премію, каже... Володимир Путін» (Starcevic, 2025).

6. Трамп звинувачує *BBC* у дефамачії та подає в суд на цю медійну корпорацію на 10 мільярдів доларів. *BBC* справді зманіпулювало виступом Трампа, змонтувавши два шматки його промови за 6 січня 2021 р., між якими — понад 50 хвилин у такий спосіб, щоб показати, нібито він прямо заохочує до штурму Капітолію. *BBC* офіційно вибачилася, хоча й заперечила існування легальної підстави для судового позову. Факт маніпуляції очевидний, однак у рамках судового процесу дуже важко довести злий намір.

Для того щоб порушити це питання, Путін скористався своєю «прямою лінією», форматом спілкування із журналістами та громадянами 19 грудня 2025 року. Журналіст *BBC* Стів Розенберг, один із небагатьох іноземних кореспондентів, якому дозволено працювати в Росії, поставив прогнозовано критичне (хоч і ввічливе) запитання на зовсім іншу тему, після якого Путін почав відповідати. Тоді ведучий «прямої лінії»

Павел Зарубін нібито спонтанно порушив питання «багатомільярдного позову від президента США проти ВВС». На цю репліку модератора Путін, як і в інших випадках застосування троянської стратегії, теж реагує нібито спонтанно, звертаючись до Розенберґа: «Я не хочу вам сипати сіль на рани, не хочу торкатися цієї теми. Хоча є проблема недостовірного висвітлення інформації та підтасовувань. Це очевидно, і я думаю, що президент Трамп правий. Але неважливо...» (Langford, 2025). На цьому місці Путін повернувся до відповіді на запитання Розенберґа.

7. «Нам потрібна Гренландія для національної безпеки... Якщо ми цього не зробимо, це зроблять Росія чи Китай; і ми не дозволимо Росії чи Китаю окупувати Гренландію». Ці заяви Трампа сколихнули не лише Гренландію і Данію, а й інші європейські країни. Багато хто побачив у них симптом трансатлантичного розриву (Kavanagh, 2026), а реалізація задекларованого означала би кінець НАТО якщо не у формальному, то в посутньому сенсі слова (Wieliński, 2026).

Зрозуміло, що для Путіна такий сценарій анексії Гренландії Сполученими штатами вигідний не лише як реабілітація його анексії українських територій, а і як спосіб вбити серйозний клин у взаємини між США та Європою. Коментуючи ситуацію із Гренландією, Путін учергове застосує свою улюблену троянську стратегію, стаючи на бік Трампа в його конфлікті із усталеними порядками західного світу: «До речі, Данія завжди ставилася до Гренландії як до колонії та була досить жорсткою, якщо не сказати жорсткою, щодо неї» (Osborn, 2026). Як і в попередніх прикладах, Путін ніби між іншим мимовільно міркує на цю неважливу для нього тему, а насправді — просуває вигідний йому меседж.

Висновки

Попри спадковість окремих цілей і методів, сучасна російська інформаційна діяльність принципово відрізняється від радянської: якщо СРСР діяв у межах ідеологічно цілісного проекту та використовував троянські інформаційні операції як допоміжний інструмент просування комуністичної доктрини, то путінська Росія позбулася доктринальних обмежень і перетворила інформаційні операції на самодостатній механізм дестабілізації. На відміну від радянської «конвенційної» пропаганди, що відкрито відстоювала визначену позицію, сучасна російська стратегія ґрунтується на ситуативній підтримці будь-яких полярних сил, поширенні взаємовиключних наративів і культивуванні конспірології з метою не переконати, а спантеличити та розколоти західні суспільства.

Підтримка Дональда Трампа з боку російської інформаційної машини — приклад застосування троянської стратегії. Її головна мета — використати Трампа як таран для посилення розколу, делегітимації демократичних процедур і підриву довіри до інституцій у західних суспільствах. Ситуативна зміна тональності щодо Трампа в разі розбіж-

ностей із ним підтверджує інструментальний характер цієї підтримки з боку російської пропаганди.

Заяви про те, що кримінальні звинувачення проти Трампа є політичним переслідуванням, що президентські вибори 2020 року були сфальсифіковані, що якби Трамп був президентом, російсько-українська війна не відбулася б, що Трамп повинен отримати Нобелівську премію миру, що *BBC* повинна виплатити Трампу десятимільярдну компенсацію за дефамацию, що Данія повинна передати США контроль над Гренландією, негативні оцінки та звинувачення на адресу Європи, – у всьому цьому російська сторона побачила можливість для застосування троянської стратегії.

Голос особисто Путіна розглядається російською пропагандою як стратегічний медійний ресурс, використання якого доречно для таких особливих цілей, як підтримка американського президента Трампа в усіх його ініціативах та починаннях, які мають потенціал негативно вплинути на стабільність Заходу. Коментарі Путіна щодо Трампа стають інфоприводами, проникають в інформаційне поле та виконують свою троянську функцію. У семи прикладах, розглянутих у цій статті, коментарі Путіна маскуються під виважені, переважно доброзичливі, мимовільні оцінки, хоча насправді є чітко вираженою малінформацією. Чим більше кремлівські PR-менеджери намагаються показати, що ці висловлювання Путіна стосовно Трампа є спонтанними, тим більшою мірою вони виглядають спланованими та добре продуманими, не тільки в плані змісту сказаного, а й форми: «Не хочу зачіпати цю тему», «Але неважливо...» і подібне.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Померанцев, П. (2015). *Нічого правдивого й усе можливе*. Видавництво УКУ.
- Почепцов, Г. (2018, 14 березня). *Війни за майбутнє: як російське держуправління форматує завтрашній день*. Хвиля. <https://tinyurl.com/3kye6bh8>
- Рейхштадт, Р. (2019). *Оніум дурнів: нарис про теорії змови*. Дух і Літера.
- Al Manar. (2018, May 9). *Everyone thinks I deserve the Nobel Peace Prize: Trump says*. <https://tinyurl.com/4zpsj2>
- A-Mark Foundation. (2022, June 20). *Trump's Claims about Elections Being Rigged or Stolen*. <https://tinyurl.com/4cw4a5w5>
- Anand, A. (2022, February 16). *Donald Trump's Push to Question Election Legitimacy: Are Populist Tactics a Threat to Democracy?* Democratic Erosion Consortium. <https://tinyurl.com/y2zde4p3>
- AP. (2023, September 12). *Russian President Vladimir Putin says prosecution of Donald Trump shows US political system is 'rotten'*. <https://tinyurl.com/3wbvtyfy>
- Bykova, E., Gavra, D., & Slutskiy, P. (2018). The evolution of Trump's image in Russian media. *American Behavioral Scientist*.
- Deeks, A., McCubbin, S., & Poplin, C. M. (2017, October 25). *Addressing Russian Influence: What Can We Learn from U.S. Cold War Counter-Propaganda Efforts?* LAWFARE. <https://tinyurl.com/fkjncf43>

- Echols, W. (2024, January 18). *Putin Drives Russian Influence Campaign With Rigged 2020 US Election Claim*. Voice of America. <https://tinyurl.com/bv8uv9c6>
- Economic Times. (2025, October 10). *6 times in one post: Trump brings up Nobel Peace Prize again and again*. <https://tinyurl.com/5j7bcxm9>
- Ellyatt, H. (2025, February 3). *Putin says Europe will 'stand at the feet of the master' as Trump's tariffs alarm allies*. CNBC. <https://tinyurl.com/59b9sx7t>
- Entous, A., Timberger, C., & Dwoskin, E. (2017, September 25). *Russian operatives used Facebook ads to exploit America's racial and religious divisions*. The Washington Post. <https://tinyurl.com/22sdrpvnv>
- Epstein, R. J., & Corasaniti, N. (2026). *How Trump's 2020 Election Claims Have Been Debunked Again and Again*. The New York Times. <https://tinyurl.com/329aw2he>
- France 24. (2025, February 26). *Trump says the EU was formed to 'screw' the United States*. <https://tinyurl.com/4jurhmu8>
- Gavra, D., & Slutskiy, P. (2021). Trump, Mueller investigation, and alleged Russian election meddling: Russian media coverage in 2017–2019. *American Behavioral Scientist*, 65(3), 482–511.
- Gazeta.ua. (2014, 26 серпня). *20 плакатів часів Холодної війни, як пропагував СРСР*. <https://tinyurl.com/38xece7j>
- Haberman, M., & Bromwich, J. E. (2023, March 30). *Trump denounces indictment as 'political persecution'*. The New York Times. <https://tinyurl.com/ptsjuem4>
- Hartford Business Staff. (2017, October 6). *Exclusive: Russian-linked group sold merchandise online*. <https://tinyurl.com/2afhkrbf>
- Helmbrecht, A. (2026). An Investigative History of Russian Speech Manipulation Strategies in Republican Discourse. *Political Science and Security Studies Journal*, 6(4), 8–21.
- Isachenkov, V. (2025, October 10). *Putin praises Trump's peace efforts despite failing to win the Nobel prize*. Associated Press. <https://tinyurl.com/3hjexwpx>
- Kavanagh, J. (2026, January 20). *Will NATO survive Trump?* Responsible Statecraft. <https://tinyurl.com/yc6wdrjh>
- Kessler, G., & Fox, J. (2021, January 20). The false claims that Trump keeps repeating. *The Washington Post*. <https://tinyurl.com/yc6t33bu>
- Langford, A. (2025, December 19). *Putin: Trump is right to sue the BBC*. The Telegraph. <https://tinyurl.com/y39stmj4>
- Moniz, C. (2024, June 27). *Donald Trump has spread 2020 election conspiracy theories 500 times on Truth Social*. CREW. <https://tinyurl.com/3xdr5wnk>
- Osborn, A. (2026, January 22). *Putin says who owns Greenland is of no concern to Russia, says it might be worth \$1 billion*. Reuters. <https://tinyurl.com/9e9rrz3t>
- Reuters. (2024, January 16). *Putin says past U.S. elections were rigged*. <https://tinyurl.com/4bkabf7r>
- SGDSN. (2025). *Analysis of the Russian information manipulation set Storm-1516*. Technical report. <https://tinyurl.com/mwknw9j7>
- Slutskiy, P., & Gavra, D. (2025). Trump in Russian Pro-Government Media: Analyzing Narratives and Metaphors in 2024 US Presidential Election Coverage. *American Behavioral Scientist*.
- Slutsky, P., & Gavra, D. (2017). The phenomenon of Trump's popularity in Russia: Media analysis perspective. *American Behavioral Scientist*, 61(3), 334–343.
- Spangler, T. (2024). *U.S. Officials Allege Russian Operatives Illegally Provided \$10 Million to Fund Videos by American Right-Wing Social Media Stars*. Variety. <https://tinyurl.com/4r6bbepm>
- Starcevic, S. (2025, October 10). *Donald Trump deserved the Nobel prize, says ... Vladimir Putin*. Politico. <https://tinyurl.com/3fhbyb2d>
- TASS. (2023, June 16). *Trump can achieve peace in Ukraine if he wins US presidential election — Hungary's Orban*. <https://tinyurl.com/mrxfa5fv>
- Troianovski, A. (2025, January 24). *Putin Dismisses Trump's Sanctions Threat While Hearing New Praise on Him*. The New York Times. <https://tinyurl.com/mvjkhvby>

- Trump, D. (2019, January 9). *President Trump: 'I Want Europe to Pay'*. Atlantic Council.
- TVP World. (2025, May 28). *Pro-Kremlin bots label Trump 'a clown' after he called Putin 'crazy'*. <https://tinyurl.com/2kepjf5v>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe.
- Wielński, B. T. (2026, 21 stycznia). *Grenlandia a sprawa polska, czyli dlaczego ta awantura nas dotyczy* [Pytania i odpowiedzi]. *Gazeta Wyborcza*. <https://tinyurl.com/3f9rm7dj>

REFERENCES

- Al Manar. (2018, May 9). *Everyone thinks I deserve the Nobel Peace Prize: Trump says*. <https://tinyurl.com/4zpssjc2> [in English].
- A-Mark Foundation. (2022, June 20). *Trump's Claims about Elections Being Rigged or Stolen*. <https://tinyurl.com/4cw4a5w5> [in English].
- Anand, A. (2022, February 16). *Donald Trump's Push to Question Election Legitimacy: Are Populist Tactics a Threat to Democracy?* Democratic Erosion Consortium. <https://tinyurl.com/y2zde4p3> [in English].
- AP. (2023, September 12). *Russian President Vladimir Putin says prosecution of Donald Trump shows US political system is 'rotten'*. <https://tinyurl.com/3wbvtyfy> [in English].
- Bykova, E., Gavra, D., & Slutskiy, P. (2018). The evolution of Trump's image in Russian media. *American Behavioral Scientist* [in English].
- Deeks, A., McCubbin, S., & Poplin, C. M. (2017, October 25). *Addressing Russian Influence: What Can We Learn from U.S. Cold War Counter-Propaganda Efforts?* LAWFARE. <https://tinyurl.com/fkjncf43> [in English].
- Echols, W. (2024, January 18). *Putin Drives Russian Influence Campaign With Rigged 2020 US Election Claim*. Voice of America. <https://tinyurl.com/bv8uv9c6> [in English].
- Economic Times. (2025, October 10). *6 times in one post: Trump brings up Nobel Peace Prize again and again*. <https://tinyurl.com/5j7bcxm9> [in English].
- Ellyatt, H. (2025, February 3). *Putin says Europe will 'stand at the feet of the master' as Trump's tariffs alarm allies*. CNBC. <https://tinyurl.com/59b9sx7t> [in English].
- Entous, A., Timberg, C., & Dwoskin, E. (2017, September 25). *Russian operatives used Facebook ads to exploit America's racial and religious divisions*. The Washington Post. <https://tinyurl.com/22sdrpnv> [in English].
- Epstein, R. J., & Corasaniti, N. (2026). How Trump's 2020 Election Claims Have Been Debunked Again and Again. *The New York Times*. <https://tinyurl.com/329aw2he> [in English].
- France 24. (2025, February 26). *Trump says the EU was formed to 'screw' the United States*. <https://tinyurl.com/4jurhmu8> [in English].
- Gavra, D., & Slutskiy, P. (2021). Trump, Mueller investigation, and alleged Russian election meddling: Russian media coverage in 2017–2019. *American Behavioral Scientist*, 65(3), 482–511 [in English].
- Gazeta.ua. (2014, August 26). *20 plakativ chasiv Kholodnoi viiny, yak propahuvav SRSR* [20 posters from the Cold War era, as promoted by the USSR]. <https://tinyurl.com/38xece7j> [in Ukrainian].
- Haberman, M., & Bromwich, J. E. (2023, March 30). Trump denounces indictment as 'political persecution'. *The New York Times*. <https://tinyurl.com/ptsjuem4> [in English].
- Hartford Business Staff. (2017, October 6). *Exclusive: Russian-linked group sold merchandise online*. <https://tinyurl.com/2afhkrbf> [in English].
- Helmbrecht, A. (2026). An Investigative History of Russian Speech Manipulation Strategies in Republican Discourse. *Political Science and Security Studies Journal*, 6(4), 8–21 [in English].
- Isachenkov, V. (2025, October 10). *Putin praises Trump's peace efforts despite failing to win the Nobel prize*. Associated Press. <https://tinyurl.com/3hjexwp> [in English].

- Kavanagh, J. (2026, January 20). *Will NATO survive Trump?* Responsible Statecraft. <https://tinyurl.com/yc6wdrjh> [in English].
- Kessler, G., & Fox, J. (2021, January 20). The false claims that Trump keeps repeating. *The Washington Post*. <https://tinyurl.com/yc6t33bu> [in English].
- Langford, A. (2025, December 19). *Putin: Trump is right to sue the BBC*. The Telegraph. <https://tinyurl.com/y39stmj4> [in English].
- Moniz, C. (2024, June 27). *Donald Trump has spread 2020 election conspiracy theories 500 times on Truth Social*. CREW. <https://tinyurl.com/3xdr3wnk> [in English].
- Osborn, A. (2026, January 22). *Putin says who owns Greenland is of no concern to Russia, says it might be worth \$1 billion*. Reuters. <https://tinyurl.com/9e9rrz3t> [in English].
- Pocheptsov, H. (2018, March 14). *Viiny za maibutnie: yak rosiiske derzhupravlinnia formatuie zavtrashnii den* [Wars for the future: how Russian state administration formats tomorrow]. Khvyliia. <https://tinyurl.com/3kye6bh8> [in Ukrainian].
- Pomerantsev, P. (2015). *Nichoho pravdyoho y use mozhylye* [Nothing is true and everything is possible]. Vydavnytstvo UKU [in Ukrainian].
- Reikhshtadt, R. (2019). *Opium durniv: narys pro teorii zmovy* [Opium of fools: an essay on conspiracy theories]. Dukh i Litera [in Ukrainian].
- Reuters. (2024, January 16). *Putin says past U.S. elections were rigged*. <https://tinyurl.com/4bkabf7r> [in English].
- SGDSN. (2025). *Analysis of the Russian information manipulation set Storm-1516*. Technical report. <https://tinyurl.com/mwknw9j7> [in English].
- Slutskiy, P., & Gavra, D. (2025). Trump in Russian Pro-Government Media: Analyzing Narratives and Metaphors in 2024 US Presidential Election Coverage. *American Behavioral Scientist* [in English].
- Slutsky, P., & Gavra, D. (2017). The phenomenon of Trump's popularity in Russia: Media analysis perspective. *American Behavioral Scientist*, 61(3), 334–344 [in English].
- Spangler, T. (2024). *U.S. Officials Allege Russian Operatives Illegally Provided \$10 Million to Fund Videos by American Right-Wing Social Media Stars*. Variety. <https://tinyurl.com/4r6bbepm> [in English].
- Starcevic, S. (2025, October 10). *Donald Trump deserved the Nobel prize, says ... Vladimir Putin*. Politico. <https://tinyurl.com/3fhbyb2d> [in English].
- TASS. (2023, June 16). *Trump can achieve peace in Ukraine if he wins US presidential election — Hungary's Orban*. <https://tinyurl.com/mrxfa5fv> [in English].
- Troianovski, A. (2025, January 24). *Putin Dismisses Trump's Sanctions Threat While Heaping New Praise on Him*. *The New York Times*. <https://tinyurl.com/mvjkvhby> [in English].
- Trump, D. (2019, January 9). *President Trump: 'I Want Europe to Pay'*. Atlantic Council [in English].
- TVP World. (2025, May 28). *Pro-Kremlin bots label Trump 'a clown' after he called Putin 'crazy'*. <https://tinyurl.com/2kepjf5v> [in English].
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27, pp. 1–107). Council of Europe [in English].
- Wielński, B. T. (2026, 21 stycznia). *Grenlandia a sprawa polska, czyli dlaczego ta awantura nas dotyczy* [Pytania i odpowiedzi]. Gazeta Wyborcza. <https://tinyurl.com/3f9rm7dj> [in English].

Надійшла: 12.02.2026; Прийнято: 13.03.2026;

Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359317
UDC 316.77:004.77]:334.722.012.61-
022.51(477)"364"

Transformation of Business Communications in Ukraine during the Martial Law: Main Directions and Digital Tools

The aim of the article is to highlight main directions of communication technologies' use and transformation in the development of effective retail business. The topicality of this study grounds on the fact that modern conditions of the Ukrainian market — martial law, competition, mediatisation and rapid implementation of digitalisation — require new approaches from retail companies in order to conduct successful business. It is proved that only high-quality development and implementation of digital, information and communication technologies can ensure the economic development of enterprises and create the necessary conditions for interaction with customers. In this article, the ways of overcoming actual problems of the time period of martial law are outlined. The analysis is focused on the following directions of communication: active communication with customers, productive cooperation with suppliers and partners, effective management of business processes, keeping statistics, monitoring and data analysis. Communication tools of three leading Ukrainian retail businesses, such as internal, external and crisis communications, are analysed: they provide real-time updates on the situation, government regulations and market conditions. Additionally, alternative communication tools are considered: they create favorable conditions for decision-making and the effectiveness of enterprises in the wartime period. The scientific novelty of the obtained results lies in the fact that for the first time, the specifics of communication technologies of Ukrainian retail companies during the war are studied, as well as the implementation of forms of digitalisation by enterprises under conditions of the modern market development is analysed.

Keywords: social communications, information and communication technologies, retail business, communication tools, informational positioning, digital transformation, martial law.

Tetiana IVANIUKHA
PhD in Philology, Associate Professor, DSc Student,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv,
60, Volodymyrska Str., 01033, Kyiv, Ukraine
starplus1736@gmail.com
ORCID 0000-0002-9264-9848

Krystyna PYROGOVA
PhD in Philology, Associate Professor,
Department of the Ukrainian Language and Journalism,
Faculty of Social and Human Sciences,
Berdyansk State Pedagogical University,
55A, Universytetska Str., 69011, Zaporizhzhia, Ukraine
kristinapirogo5@gmail.com
ORCID 0000-0003-1152-9498
© Ivaniukha T., Pyrogo K., 2026

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ: ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ТА ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ

Тетяна ІВАНЮХА

канд. філол. н., доц., докторант,
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
вул. Володимирська, 60, 01033, Київ, Україна
starplus1736@gmail.com
ORCID 0000-0002-9264-9848

Кристина ПИРОГОВА

канд. філол. н., доц.,
Бердянський державний педагогічний університет
вул. Університетська, 55А, 69011, Запоріжжя, Україна
kristinapirogo5@gmail.com
ORCID 0000-0003-1152-9498

Метою статті є висвітлення основних напрямів використання комунікаційних технологій у розвитку ефективного роздрібного бізнесу в Україні. Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасні умови українського ринку — воєнний стан, конкуренція, медіатизація та стрімке впровадження цифрових технологій — вимагають від роздрібних компаній нових підходів до ведення успішного бізнесу. Доведено, що лише якісне розроблення та впровадження цифрових, інформаційних і комунікаційних технологій можуть забезпечити економічний розвиток підприємства, зокрема створити відповідні умови для взаємодії з клієнтами. У статті окреслено шляхи подолання актуальних проблем періоду воєнного стану. Аналіз зосереджено на таких напрямках комунікації: активна комунікація з клієнтами, продуктивна співпраця з постачальниками та партнерами, ефективне управління бізнес-процесами, ведення статистики, моніторинг та аналіз даних. Проаналізовано інформаційно-комунікаційні інструменти трьох провідних українських роздрібних підприємств, такі як внутрішні, зовнішні й кризові комунікації, що забезпечують оперативне інформування про ситуацію, державні регуляторні заходи та ринкові умови. Також розглядаються альтернативні комунікаційні інструменти, які створюють сприятливі умови для прийняття рішень та ефективності підприємств у воєнний період. Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що вперше досліджено трансформації комунікаційних технологій українських роздрібних компаній під час війни, розглянуто стан запровадження форм цифровізації підприємствами в умовах сучасного розвитку ринку.

Ключові слова: соціальні комунікації, інформаційно-комунікаційні технології, роздрібний бізнес, комунікаційні інструменти, інформаційне позиціонування, цифрова трансформація, воєнний стан.

Topicality of the problem

In the recent decades, we have witnessed the penetration of information, media and digital technologies into various spheres of human life: social sphere, politics, mass media and communications, culture and other fields today cannot be imagined outside of the information and communication discourse. The economy and business have also been involved into informatisation, mediatisation and digitalisation processes. Ukrainian enterprises faced new challenges, caused by the Russian-Ukrainian war: crisis communications and strategies, the search for new tools for interacting with customers, restrictions on sales, decrease in sales, delays in the supply of raw materials, changes in consumer demand and many other negative effects.

Information and communication activities' transformations of enterprises are important for the functioning of business in today's conditions and contribute to innovative development. Effective management of production and commercial processes is possible only on the basis of proper information support, because only grounded on complete, timely and reliable communication modern enterprise management can be carried out. Information acquires special importance in the conditions of digitalisation, as it became possible to use its various digital formats simultaneously.

Current state of research

The problems of information and communication technologies (ICT) adoption have been raised by many Ukrainian researchers, in particular, M. Chuprina, O. Gudz, T. Ivaniukha, K. Pyrogoва, N. Zrazhevska. Business communication activities have been discussed in works by I. Chuchka, T. Primak, O. Shcherbak, S. Udovichenko. In Ukrainian scientific discourse, the scientists proved that a developed and effectively operated information and communication infrastructure is an important integral part of enterprises, as it satisfies the needs of the target audience, provides consulting services, and raises the professional level of employees and their managers.

In the European scientific discourse ICT and business are studied in the context of management (Deep, 2023; Milovanovic & Jovanovic, 2018; Kamal, 2013; Sandberg & Håkansson, 2020), social processes (Barbera & Rivero, 2015; Stojcevski & Besednjak, 2022), socio-political processes (Obradović & Mitrović, 2019), information positioning (Lopez, Niembro & Ramos, 2014), e-business (Aleksić & Stamenković, 2018; Taherdoost, 2023), etc.

Researchers claim that ICT of enterprises function as components of a single information system, interact with each other and complement each other, which allows to create productive conditions for establishing effective communication. still, the issue of crisis communications, information activity, and the role of information and communication support for business in the conditions of martial law, which determines the relevance of our research, remained outside the attention of the mentioned scientists.

The aim of the article is to identify and analyse information, communication and digital tools in the work of Ukrainian enterprises during the period of martial law. *The object of the study* form information and communication tools for retail business support, in particular, the latest channels for external and internal communications.

Methods and theoretical background

To find out the main directions of communication technologies' use and transformation on enterprises, the following methods are used: analysis, synthesis, content analysis, induction, classification and generalisation methods, problem-thematic and comparative methods. In the next part the case study of retail Ukrainian companies' communicative strategies will provide the insight into key challenges and opportunities of business in the digitalisation and martial law epoch.

The literature analysis in this area shows that the main goal of ICT in business is to increase brand recognition, image formation, ensuring effective work to achieve common goals and solve the main tasks of the enterprise.

Any enterprise formulates strategic goals, develops a number of communication tools, calculates the ways of their implementation. In particular, table 1 demonstrates the strategic goals and the corresponding communication tools of their achievement.

Table 1

Strategic goals and communication tools of Ukrainian retail companies in times of the martial law

Strategic goals	Communication tools
Planning and decision-making	ICT for corporate planning
Providing knowledge of relevant corporate relations	Tools that develop and improve the system of obtaining information for management
Use of the company's limited resources	Technologies that increase labour productivity
Positive relationship building	Information and communication tools that improve the system of formal and informal communication at the enterprise
Mastering new management methods	Educational tools (customised training)

All of them can be considered in the context of the global goal – information positioning of the business in *external and internal interaction*.

Internal communications as a system of forming a positive attitude towards all employees, provides functioning of the enterprise, the staff of the division, management and the goods that the enterprise produces. It can be formed thanks to properly constructed communications taking into account the specifics of the enterprise and the psychological individuality of employees.

ICT are strongly necessary for the internal communication of the enterprise. They perform a number of important functions for a modern enterprise.

The main purpose of their use is a necessity in supporting the policy of the management and the principles of its interaction with the staff, as well as to satisfy the informational needs of the company's staff. Also, technologies can provide and stimulate two-way communication between the company's management and its employees, develop positive motivation in each employee regarding the company and high quality of work. Internal communications contribute to the formation of team spirit, organisational and corporate culture. They are able to ensure mutual understanding between the company's management and its staff and to motivate, maintain high professionalism, and contribute to the formation of a good psychological and moral climate in the team. ICT evaluate the contribution of each employee to the success of the enterprise and introduce the spirit of creativity and innovation.

Successful implementation of the outlined technologies is possible in case if the management of the enterprise includes various types of communication in the management process: ideological, personnel, material and technical, financial, regulatory, technological, informational, etc.

The leading task of ICT for intra-company communication is to ensure two flows of information: from management and from employees. For the first case, information is used that comes from the first persons of the enterprise and is systematically announced to the employees. This is necessary in order for the employee to closely interact with the manager, orient himself in the management's intentions, the results and perspectives of the company's activities, the state of affairs, the validity of rumors.

The second flow of information is organised thanks to feedback from managers to staff. These can be solutions, assessments, possible suggestions for improving communication. The most reliable way for a manager to learn about this is from the employees themselves. Therefore, it is extremely important for managers of enterprises to navigate in the intentions of employees and to have primary information. If the first persons of the enterprise despise this, then everything will be formed spontaneously and will not always bring benefits.

ICT are used for consulting and covert management. PR-managers have to organise their work in such a way that mutual relations in the collective of enterprises are perceived as an organic interaction based on common interests and values. The content of information activities will not change as a result, but the necessary communication functions will be performed. Also, thanks to this, it is possible to avoid psychological discomfort, suspicion of employees that such management is one-sided.

Nowadays, enterprises use ICT to work with the internal public, in particular, using the following forms:

- collegial meetings between enterprise employees and company management;
- joint meetings, business meetings;

- educational seminars;
- scientific and practical conferences, etc.

Further, we offer to take a closer look at the main communication means and tools for achieving the specified strategic goals. For effective functioning, enterprises use *official communication tools* that organise direct communication between employees and management. The most often used events can be: meetings of members of the labor team, briefings, speeches of the management, open interviews, evenings of questions and answers, oral messages of the management.

The mentioned tools are aimed at official communicating the necessary information to the company's employees. However, unlike information tools, communication takes place in an oral form in order to see the reaction of employees, to respond promptly to their emotions and perceptions, to find out working points, to give answers to urgent questions.

So, internal company communication is a complex information and communication activity that includes a number of different tools. The most important thing is compliance with the goals that the company wants to achieve by building a system of relationships with its internal audience. Internal communications are designed to increase the level of loyalty and motivation of personnel, which means the effectiveness of their activities. The creation of a positive image within the enterprise affects the perception of the company's image in the outside world, because the personnel is one of the channels of communication of information from the outside.

In the conditions of digitalisation, ICT acquire fundamentally new qualitative features that exert an active influence on the social and economic development of enterprises through various Web technologies. Automated technologies are beginning to be successfully integrated into the Internet and entirely transforms business (Gudz, 2018).

Traditionally, *internal communication* is formed thanks to *complex information activities*, which are aimed at forming a positive image of the company among employees and, thanks to this, allows to increase the efficiency of their activities. Among such activities, experts single out the following ones:

- image: development and implementation of mission, company philosophy, rules and procedures, formation of corporate culture, etc.;
- education: conducting seminars and trainings for the purpose of improving the qualifications and professional growth of employees, as well as for the adaptation of newcomers and employees who have transferred to a new position;
- communication: informing employees about all the main events that take place in the company, issuing corporate media, using the Internet, establishing communication between management and employees, holding conferences, giving employees the opportunity to make independent decisions;

– unifying: organisation of corporate events – holidays, tournaments, competitions, observance of corporate traditions, involvement of employees' families in similar events (Primak, 2013).

ICT as intangible tools contribute to *effective external communication*. This is, first of all, the formation of a company's reputation, the transparency of its activities, business relations, brand positioning, compliance with copyright, qualified personnel and talented employees, which undoubtedly determines the company's place in the relevant systems.

A certain modern enterprise must create an image in the public's mind that is associated with trust in it, with its openness and reliability. ICT can be used for:

- creation and establishment of positive relations with certain groups of employees;
- formation of a positive image of the organisation;
- organisation of internal corporate relations (establishment of communication in the enterprise);
- anti-crisis management (neutralisation of conflicts, situations that may negatively affect the image of the enterprise);
- establishment of effective communication with mass media (Pyrogorova, 2022).

Thus, the use of information and communication tools helps to solve not only the issues of promoting the enterprise, but also such important tasks as providing it with information about public opinion for the development of appropriate strategies and forecasting leading tendencies and patterns of behaviour in the labour market.

In the times of high competition on the market, digitalisation for high-quality communication becomes especially important. It is an indicator of the company's performance. Many factors can be included in this concept: a person's positive perception of work results, the number of possible different-level product offers in the country, the professionalism of employees, etc. The quality of ICT covers not only the substantive part of the enterprise's functioning, but also its structural and organizational characteristics.

Main Research Findings

Case study of ICT integration in Ukrainian retail companies

ICT of Ukrainian business in times of martial law include a number of tools aimed at establishing effective interaction between all subjects of the system and ensuring constant and effective activity in difficult conditions.

For this article's analysis the market leaders, successful companies are chosen according to Ub.ua: "Epicenter", "Silpo" and "Nova Poshta" (Catalogue of companies, 2025). Let's consider cases of the use of information and communication tools that facilitate the establishment of direct contact between employees and management.

The company “Epicenter” uses such tool as *an open interview*, which is designed to officially convey important information to employees. Its advantage lies in the fact that, unlike other communication technologies, information is created in oral form, presents the reaction of selected subjects, quickly represents mood and perception, clarifies important facts, and provides answers to questions. Using such communication technologies, it is possible to effectively influence the recipient, as the facts are perceived better due to the possibility of using not only verbal, but also visual components in speeches and interviews, as well as special psychological techniques of oratory.

For effective communication, modern enterprises apply tools of *crisis and post-crisis response*, which increase the efficiency of working capacity and allow to overcome the relevant problems. This is facilitated by: a thoughtful and balanced attitude to every word addressed to the company’s employees is emphasized; anticipatory work, intensification of information exchange in both directions; special attention to manifestations of reaction, thoughts and moods of employees; maximum flexibility in public relations. For example, the company “Epicenter” uses a communication tool for crisis response. In particular, it involves personnel to help the army, and it also allows to integrate the personnel.

From the beginning of the full-scale invasion, Ukrainian enterprises have begun to use *positive propaganda and patriotic advertising* as an information and communication tool for interaction with the audience. Means of propaganda and advertising are aimed at bilateral communication. The method of distribution of such communications is appeals or inducements to purchase, but through the prism of social needs. For example, in May 2023, the company “Epicenter” launched the promotion of participation in helping children, calls to participate in the reconstruction of the country.

In particular, social advertising, initiated by the company “Epicenter”, is aimed at attracting buyers and clients of the company to rebuild Ukrainian cities, specific destroyed objects, to collect funds for Ukrainian children affected by military actions, to collect funds for the army. The main slogans of the current social actions and sales are “Rebuild for the victory”, “Epicenter works for victory”, “Donate to the front line”, “Gather dragons – help children”, “Epicenter is the participant of e-restoration of the country” and others. The company managed to promote help, appeal to children, army and people affected by military actions, therefore information and communication tools are successful. Information campaigns play an important role, because with their help, communication contact is established between individuals, enterprises, the public, the state and various organisations.

In order to manage company in the direction required by the organisation, enterprises use communication technologies to attract customers to promotions, events, and minimum contributions. For example, “Epicentr” launched a promotion for customers, which involves accumulating points for purchases. It also published an information campaign on the official website, which pres-

ents the number of participants, points, as well as the motive: “Benefit” points for the defense of Ukraine. In this case, we observe an example of an information and communication tool that presents campaign information, sequence of implementation, which is performed to establish psychological and informational contact between existing and potential customers.

ICT of enterprises are used to present knowledge about achievements in economic activity or related to communication processes. Such technologies are mainly aimed at different groups of individuals, built taking into account the psychological and social aspects of customers, employees, and institutions. Conventionally, these information and communication tools can be divided into psychological and social ones.

Psychological tools are used to achieve an effective influence on certain clients and groups. It also allows to establish effective bilateral contact with them, taking into account the peculiarities of their behavior during the purchase of goods. For example, the company “Epicenter” launched a campaign with a psychological focus “Ignite the heart of your car”. Such information and communication technology is developed taking into account physiological accents, since each individual perceives the surrounding environment, certain objects and phenomena as the heart suggests. It is one of the most essential organs in the structure of the body. In this informational aspect, the offered product is viewed via the prism of a physical system dependent on the organism. This has a certain effect on the audience, stimulating it to purchase the product and causing a reverse reaction. Psychological and communication technologies are applied in order to achieve effective influence on consumers and establish effective bilateral relations with them, taking into account the features of the development of society and market conditions. To achieve goals, often such tools are used, which appeal to the inertia of thinking. For example, the company “Epicenter” uses the tool of creative “enlightenment”. Through the analogy “Poseidon knows where to choose everything for the water supply”, the perception of the product by buyers, as well as the enterprise in general, takes place.

Management decisions regarding the development and implementation of informational events are taken into account in accordance with the functioning of stereotypical images, as well as factors that appeal to market dominants. The image of Poseidon is symbolically synthesised with the direction of the enterprise. A throne made of pipeline defines visual dominants and anchors the perception of the product.

The company “Epicenter” uses ICT tools for crisis response, strengthening corporate culture, forming economic behaviour and establishing communication contact. The information flows of the company “Epicenter” for the audience are completely ordered and systematised, therefore the proposals are justified in the social space of Ukraine. Thus, the above makes it possible to state that the information and communication tools of the company “Epicenter” effectively influence the target audience and build trust among partners.

Digitalisation as a communication tool of Ukrainian business in the martial law conditions

As Gartner defined it, digitalisation is “the use of digital technologies to change a business model and provide new revenue and value-producing opportunities; it is the process of moving to a digital business” (Gartner, 2023). Digitalisation helps businessmen to involve digital information technologies to entirely transform a business’ processes and overcome modern obstacles. According to the researcher H.Taherdoost, “Internet has revolutionized business operations, transforming them from local brick-and-mortar establishments to global digital enterprises [...]. E-business plays a vital role in a company’s ability to innovate, expand internationally, and maintain a competitive edge in the twenty-first-century global economy” (Taherdoost, 2023).

Since the beginning of the full-scale invasion, digitalisation has contributed to the emergence of new areas of business activity and now has a significant influence on the operational activities of enterprises. The modern trend of digitalization is the creation and rapid development of such phenomenon as e-business (business conducted through electronic networks), in particular e-commerce (electronic trade, electronic commerce). For example, such enterprises as: “Epicenter”, “Darnytsia”, “Eva”, “Silpo” conduct trade not only offline, but also online. E-commerce is considered one of the most powerful today. Unfortunately, the development of *e-commerce in Ukraine* is influenced by objective factors. One of them is that Ukraine has the lowest level of Internet penetration in Eastern Europe — 82,4 percent (90,6 percent — for in Eastern Europe by the beginning of 2025). And among them, only 44 percent of Internet users shop online (Kemp, 2025).

But the most important factor is the war, which leads to the destruction of the Ukrainian economy. With the start of the full-scale aggression in February, 2022, e-commerce almost disappeared in Ukraine. Income from it decreased by 87 percent. However, the Ukrainian e-commerce market persevered, adapted to wartime and began to recover. According to estimates, already in May the volumes began to approach 80 percent, and in June-July they were 90 percent compared to pre-war indicators (Scherbak, 2022).

In addition, the share of global B2C turnover of the electronic trade segment was 16,8 percent of the total trade in services. The influence of modern ICT on enterprise management is huge, as it is directly related to the improvement of the work efficiency of each manager individually and the enterprise as a whole.

The use of modern ICT usually requires considerable costs from the enterprise both for development and implementation, as well as for their further maintenance and development, but in the conditions of the Ukrainian market, this is the only way out for functioning. For example, “*Silpo*” company has actively implemented digital technologies in its activities. Paying for goods by cashless payment provides certain advantages when buying goods in an online

supermarket. Such digital technology is a type of digitalization. Customers are invited to accumulate points for in-app purchases and increase bonuses. Such dominance is necessary for the enterprise in the conditions of war, because it strengthens the solution of the problem in a natural, digital way. Such an offer was especially important during the Covid pandemic and martial law. Activating activities in the “Own account” application allows the enterprise to save costs, as well as to encourage customers to self-service. By installing the Silpo application, you can easily track points for purchases, bonuses, and discounts. Such information will come automatically in the application.

Graphic communication technology is observed at “Silpo”, which sounds under the motto “QR-code is your card”. It is necessary to scan the QR code from the application at the cash register and points are added immediately, offers are activated and the bonus can be used to pay for the purchase. For every 1 hryvnia spent at “Silpo” and LeSilpo, 1 point is credited to “Own Account”.

ICTare used to improve the economic component of the enterprise, as they can replace the personnel of the enterprise. Digitalization of the enterprise allows to reduce the cost of production due to the reduction of operating costs.

For example, in the “Silpo” online store, you need to add promotional products marked “Save with Mastercard” to the cart with a 20 percent discount, pay for the order online with a Mastercard® card and the discount will increase to 40 percent. At the same time, they can automatically change the company’s organizational policy, hierarchy decision-making, save money and expand the possibilities of using services. For example, the company “WOG” offers customers to use “WOGPAY”. The use of such technologies will allow you to buy everything without queuing, receive bonuses, personal offers, promotions.

Digitalisation means in the Ukrainian consumer market are followed in eGrocery (“electronic grocery”). As the full-scale invasion began, entrepreneurs began to record the rise in demands for online grocery shopping made a reality thanks to these tools.

According to “Grocerydive.com”, food products in online e-grocery stores sold out in significant volumes, and mobile app downloads for grocery shopping beat all as customers increasingly order online (Grocerydive.com, 2022). For example, Instacart saw a 218 percent increase in daily US downloads in February, followed by WalmartGrocery (160 percent) and Shipt (124 percent). In Europe, courier services began to introduce contactless delivery options (“drop-off”) with the beginning of the COVID-19 epidemic, for example, the British service Deliveroo, the Spanish Glovo or UberEats.

In Ukraine, contactless delivery is offered by the Nova Poshta company. The company has developed a mobile application in which you can track a parcel, create an electronic invoice, and make an online payment. To reduce contact with other customers, you can use self-service zones in Nova Poshta branches. In advance, you need to pack the goods at home, create a waybill in the application, scan in the branch and leave the parcel in the self-service

area. Mailboxes were also created, which allow to receive a parcel contactless in just 10 seconds. Specialists have developed contactless options for address delivery by courier to the door with a contactless payment option.

Thus, enterprises in Ukraine will not be able to exist in the long term without the application of information strategies of digital transformation. We observe a rapid accelerated implementation of communication trends to optimize contact with clients and provide quality service. Digitalisation of enterprises allows to optimise communication, to function of business in conditions of development of society. The use of digital ICT maximally changes the company's work methods, expands the types of activities and the circle of partners. Business appropriately uses digital tools: specialised global networks; multi-functional global social networks; cloud computing and internet sensors.

Conclusions

The article systematizes materials on directions, means, tools and strategic goals of ICT and digital tools in business, analyses the communication activities of Ukrainian retail companies. It has been found that internal and external communications, which are a system of forming a positive attitude towards all employees, the functioning of the enterprise, the team of the division, the management, and the goods produced by the enterprise, belong to ICT.

Information and communication tools for organising the internal activities of the enterprise can be: holding business meetings, creating and signing orders, benevolent attitude of management towards subordinates, timely informing about internal and external events of the enterprise, formulation of necessary orders, prompt response to innovations and changes, organization and implementation joint corporate holidays of the company with the involvement of the majority of the team, the presence of intra-corporate chats, uniforms of the company's employees, etc. All this helps to create a friendly and benevolent atmosphere in the team. Traditionally, internal communication is formed thanks to a set of information activities, among which image, educational, communication and unifying measures are highlighted.

This study formulates the definition of information and communication tools and establishes that these are intangible tools that contribute to effective external communication and are applied in order to build the company's reputation, transparency of its activities, business relationships, brand positioning, and copyright compliance.

ICT of 3 Ukrainian successful companies are analysed. During the research, it is found that the company "Epicenter" uses such a tool as an open interview, which is designed to officially convey important information to employees; also applies meetings of members of the labor team, personal meetings of the head of the enterprise with employees, tools of crisis and post-crisis response; propaganda that extends to a mass audience or to specific employees of the same rank; a tool of creative "enlightenment",

conducts social actions, uses patriotic advertising. Information campaigns of “Epicenter” play an important role for business, because with their help, communication contact is established between individuals, companies, the public, various organisations and the state. Psychological tools are also used to achieve effective influence on individual clients or their groups.

The use of ICT in the digitalisation conditions is an important factor that affects the development and functioning of enterprises. In Ukraine, digitalisation tools are being followed in eGrocery and contactless delivery. “Silpo” company has actively implemented digital technologies in its activities. In particular, paying for goods by cashless payment provides certain advantages when buying goods in an online supermarket.

In accordance with the business strategy of positioning, enterprises apply the following information technologies: positioning (consumer, competitive) and re-positioning. In Ukraine, many enterprises use a positioning strategy: an offensive (attacking) strategy, in particular for managing the product range. This is necessary to expand the assortment, because thanks to this. So, it becomes possible to increase the market share and overcome the competitive market of goods and services.

ICTs are used by companies if there has been a complication or introduction of goods to the market, a significant number of competitors has begun to exist, or if it is necessary to strengthen the competitive advantages of the enterprise. They use a defensive strategy (“fortress on an island”), which allow them to position themselves as expensive and high-quality products, to protect them from price competition with cheaper products intended for price-sensitive buyers. The application of information tactics of positioning is based on consumer positioning, positioning relative to competitive goods of analogues, competitive positioning.

Thus, modern ICTs maintain the management of enterprises under the martial law conditions, use modern e-business tools, as they are directly related to the improvement of the work efficiency of each employee and the business as a whole. ICT can become both a useful tool for improving and optimising the work of the enterprise during the martial law period, as well as contribute to the development of business companies of socially important information, become a platform for solving urgent work issues, be the main channel of communication between all parts of the company.

REFERENCES

- Aleksić, D., & Stamenković, I. (2018). The language of media in the digital age. *Balkan Social Science Review*, 12, 101–113 [in English].
- Barbera, P., & Rivero, G. (2015). Understanding the political representativeness of Twitter users. *Social Science Computer Review*, 33(6), 712–729 [in English].
- Chuchka, I. (2009). *Interaktyvnyi marketynh* [Interactive Marketing]. Condor [in Ukrainian].

- Chuprina, M. (Ed.). (2020). *Informatsiino-komunikatsiini tekhnologii v biznesi* [Information and communication technologies in business]. KPI named after Igor Sikorsky. <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/9076cf1d-43e1-4146-bf81-76eeb735169b/content> [in Ukrainian].
- Deep, A. (2023). *Role of ICT in business management: a conceptual review*. DOI 10.13140/RG.2.2.16629.14566 [in English].
- Gartner Glossary. (2023). *Digitalization*. <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitalization> [in English].
- Grocerydive. (n.d.). *Home*. Retrieved January 27, 2026, from <https://www.grocerydive.com> [in Ukrainian].
- Gudz, O. (2018). *Modern information and communication technologies in enterprise management*. https://dut.edu.ua/uploads/p_1010_70172914.pdf [in English].
- Kamal, M. (2013). A roadmap for microenterprise growth through Information Technology. *International Journal of Management Practice*, 6, 4–23. <https://doi.org/10.1504/IJMP.2013.052315> [in English].
- Kataloh pidpriemstv Ukrainy [Catalogue of companies]. (n.d.). *Home*. Ub.ua. Retrieved January 27, 2026, from <https://catalog.ub.ua> [in Ukrainian].
- Kemp, S. (2025, March 3). *Digital 2025: Ukraine*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ukraine> [in English].
- Lopez, A., Niembro, A., & Ramos, D. (2014). *Promotion policies for services offshoring: Global analysis and lessons for Latin America*. DOI 10.18356/a6cffe7f-en [in English].
- Milovanovic, S., & Jovanovic, Z., (2018). Introduction to business communication (Uvod u poslovnoj komunikaciji), *Akadska misao*, 11 [in English].
- Obrovic, N., & Mitrovic, M. (2019). Civic engagement and the Internet. *Balkan Social Science Review*, 14, 225–241 [in English].
- Prymak, T. (2015). *PR dlia menedzheriv ta marketolohiv* [PR for managers and marketers]. Center for Educational Literature of the Ukrainian National Academy of Sciences [in Ukrainian].
- Pyrohova, K. (2022). Spetsyfika informatsiino-komunikatsiinykh tekhnologii pid chas voiennoho stanu [The specifics of information and communication technologies during martial law]. In *Public administration under martial law and the vector of postwar development* (pp. 61–63). Bondarenko M. O. [in Ukrainian].
- Sandberg, K., & Håkansson, F. (2020). Strategic Use of ICT in Microenterprises: A Case Study. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 10, 1–13. DOI 10.4018/IJEEI.2020010101 [in English].
- Shcherbak, O. (2022). Electronic trade. Ukrainian and global practice of legal regulation. *Lawyer & Law*, 43. https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA016163 [in English].
- Stojcevski, T., & Besednjak V. (2022). Shaping the public in Southeast Europe: social fields analysis. *Balkan Social Science Review*, 19. <https://doi.org/10.46763/BSSR2219263s> [in English].
- Taherdoost, H. (2023). *Evolution and Applications of the Internet in E-Business*. In *E-Business Essentials: Building a Successful Online Enterprise* (pp.77–103). Springer [in English].
- Udovichenko, S., & Vinnikova, I. (2021, April 22). Tsyfrovizatsiia biznes-protsesiv pidpriemstva [Digitization of business processes of the enterprise]. In *Business, innovations, management: problems and prospects* [Conference proceedings] (pp. 112–114). KPI named after Igor Sikorskyi, "Polytechnic" Publishing House [in Ukrainian].
- Zrazhevska, N. (2010). *Komunikatsiini tekhnologii* [Communication technologies]. Gate-Ukraine [in Ukrainian].

Submitted: 02.02.2026; Accepted: 31.03.2026;

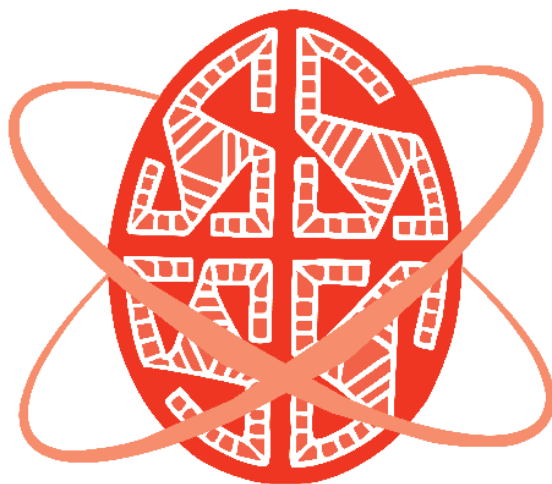
The article was first published online: 04.05.2026



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

ЖУРНАЛІСТСЬКА ПЕДАГОГІКА

JOURNALISTIC PEDAGOGY



DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359321

УДК 070.11:070.447](477):

070.16:[323.266:316.776.23:177.3

Українська правда проти російської інформаційно- психологічної інвазії

Доктор філологічних наук, професор, автор 30-ти одноосібно написаних книг, лауреат всеукраїнських премій імені І. Огієнка, І. Франка, Б. Грінченка, С. Русової, П. Величковського, Я. Гальчевського, Ю. Федьковича, В. Чорновола, міжнародної премії родини Воскобійників (США), лауреат Шевченківської (народної) премії за двотомник «Село» Микола Степанович Тимошик видав у 2026 році підручник «Основи журналістики». Цей інноваційно-унікальний підручник за своєю тематикою, змістом, інтенцією, структурою, методологією створення відповідає вимогам формування, утвердження української національної зорієнтованості навчання і виховання студентів – майбутніх журналістів. Інтелектуально-освітня спрямованість підручника розкриває для журналістів форми і методи розвінчування російської маніпулятивної інформаційно-психологічної пропаганди в умовах повномасштабної антиукраїнської війни. Автор вперше аргументовано й компетентно поєднав два крила теорії і практики фаху: кращі набутки західного журналізму і традиції національної журналістики – материкової України і діаспори.

Ключові слова: теорія і практика журналістики, жанри, гонзожурналістика, принципи, функції, стандарти, інформаційно-психологічна війна, агресія, інформаційний простір, патріотизм, порядність, професіоналізм.

Василь ЛИЗАНЧУК

д-р філол. н., проф.,

Львівський національний
університет імені Івана
Франка,вул. Генерала Чупринки, 49,
79044, Львів, Україна

kafradioiteleb@ukr.net

ORCID 0000-0001-6995-0360

Володимир НЕЖИВЕЛО

асп.,

Львівський національний
університет імені Івана
Франка,вул. Генерала Чупринки, 49,
79044, Львів, Українаvolodymyr.nezhyvelo@lnu.
edu.ua

ORCID 0009-0005-7432-9516

© Лизанчук В.,

Неживело В., 2026

UKRAINIAN TRUTH AGAINST RUSSIAN INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL INVASION

Vasyl LYZANCHUK

Doctor of Philology, Professor,
Ivan Franko National University of Lviv,
49 Heneral Chuprynka Str., 79044, Lviv, Ukraine
kafradioiteleb@ukr.net
ORCID 0000-0001-6995-0360

Volodymyr NEZHYVELO

PhD Student,
Ivan Franko National University of Lviv,
49 Heneral Chuprynka Str., 79044, Lviv, Ukraine
volodymyr.nezhyvelo@lnu.edu.ua
ORCID 0009-0005-7432-9516

A Doctor of Philology, Professor, author of 30 single-authored books, laureate of the all-Ukrainian prizes named after I. Ohienko, I. Franko, B. Hrinchenko, S. Rusova, P. Velychkovskiyi, Ya. Halchevskiyi, Yu. Fedkovych, V. Chornovil, the international Voskobiinyk Family Prize (USA), as well as the laureate of the Shevchenko (People's) Prize for the two-volume work The Village, Mykola Stepanovych Tymoshyk published the textbook Fundamentals of Journalism in 2026. This innovative and unique textbook, in its subject matter, content, intention, structure and methodology, meets requirements of fostering and strengthening the Ukrainian national orientation of education and upbringing of students – future journalists. Its intellectual and educational focus reveals to journalists forms and methods of debunking Russian manipulative information-psychological propaganda under conditions of the full-scale anti-Ukrainian war. For the first time, the author convincingly and competently combines the two wings of theory and professional practice: best achievements of the Western journalism and traditions of the national journalism – both in mainland Ukraine and diaspora.

Keywords: *theory and practice of journalism, genres, gonzo journalism, principles, functions, standards, informational and psychological war, aggression, information space, patriotism, decency, professionalism.*

Десятикласник Микола Тимошик із села Данина, читаючи листа від завідувача літературною студією при чернігівській молодіжній газеті Петра Пулінця, який навчав творчої майстерності, і гадки тоді не мав, що колись напише і видасть підручник «Основи журналістики»*, присвятивши його внукам Яні, Анні і Романові. Тоді Микола з великим хвилюванням сприймав поради досвідченого журналіста, усім серцем тішився, що Петро Пулінець рекомендував до друку оповідання «Засів».



*Тимошик, М. (2026). *Основи журналістики*. Друкарня "Рута".

**Tymoshyk, M. (2026). *Osnovy zhurnalistyky* [Fundamentals of journalism]. Ruta Press Compani.

Доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри Київського національного університету культури і мистецтв Микола Степанович Тимошик опублікував листа Петра Пулінця в підручнику та узагальнив його професійні поради, які й нині є важливими для молодих людей, хто хоче здобути фах журналіста: «наявність щоденного бажання писати; невтомна працездатність і сила волі; системне читання кращих зразків красного письменства; ведення щоденників, записничків; фіксація з мови односельців перлин народної мудрості; вироблення індивідуального стилю писання; намагання бачити в співбесіднику його характер, психологію» (с. 252).

Безперечно, нинішні суспільно-політичні й техніко-технологічні умови для розвитку журналістики зовсім інші. До того ж ці умови загострені інформаційно-психологічною війною, яка призвела до повномасштабної екзистенційної агресії російської федерації проти України. Цифровізація стрімко змінила особливості виготовлення різноматематичного, різножанрового журналістського продукту та донесення його контенту й контексту до читачів, слухачів, глядачів. Новітні технології відкривають найширші інформаційні горизонти для розвитку освіти, науки, культури, економіки, поглиблення інтелектуального спілкування між окремими особами, громадами, національними спільнотами. Людські спільноти з давніх-давен творяться різними способами, методами, а в новітній час мережами комунікацій, через які передається потрібна політико-ідеологічна, соціально-економічна, мовно-культурна та інша інформація.

Але карколомні зміни у сфері пульсування інформації по вертикалі й горизонталі завдяки диджиталізації (цифровізації) не можуть здійснюватися, існувати без одухотвореного слова-тексту. Професор М. Тимошик дуже слушно наголосив, що «головним у журналістській справі є не теорії, не технології і техніки, а власне Його Величність Текст» (с. 115). До того ж текст не будь-який, а такий, що містить інформацію, наповнену, наснажену добродією, добродією енергією. У цьому полягає українськоцентрична інтенція автора комплексного підручника «Основи журналістики». Адже у сучасних умовах російської геополітичної війни і витонченої маніпулятивної пропаганди надзвичайно важливо компетентно, на засадах історичної правди розвінчувати московські, одвічно ворожі, імперські зазіхання, які спрямовані проти автентичності, самобутності, ментальності, національної ідентичності й природного права українців захищати, розвивати, утверджувати свою самостійну, соборну, національну, демократичну Українську Державу. У різних контекстах підруничкового матеріалу Микола Тимошик справедливо наголошує, що від професіоналізму, національно-громадянської, морально-духовної позиції, компетент-

ності кожного журналіста залежить сутність інформації у вузькому і широкому розумінні, яку несе читачеві, слухачеві, глядачеві писемне й усне слово, відео- і фотозображення. Яку енергію журналіст спрямовує в серце і розум Людини – правдивості й доброчесності, чи маніпулятивності й зловорожості. Журналістська інформація нині є синонімом життєдайності, за висловом Г. М. Маклюєна, вона визначає зміст комунікаційних відносин епохи.

Життєдайність журналістського слова-тексту, аудіовідеозображення в концепції підручника «Основи журналістики» лавреата українських премій ім. І. Огієнка, І. Франка, Б. Грінченка, С. Русової, П. Величковського, Я. Гальчевського, Ю. Федьковича, В. Чорновола, міжнародної премії родини Воскобійників (США) Миколи Тимошика – це націєтворення і державотворення, активне сприяння формуванню індивідуальної і громадської думки, національної свідомості й гідності, морально-духовних цінностей, відродження національної пам'яті, яку засобами російщення, полонізації, мадяризації, румунізації і навіть чехізації свідомо вихолощували чужинці і свої запродавці-українці.

Свій багатолітній національно-освітній і професійно-практичний досвід публіцист Микола Тимошик утілює в оригінальну новітню структуру підручника, відмінну від структури підручників радянського типу та й багатьох сучасних навчальних посібників і підручників. Двадцять ґрунтовно розроблених тем увійшли в сім логічно поєднаних розділів. Кожна тема починається дружньою, мотиваційною розмовою автора зі студентом, як-от: «Засвоївши цю тему, ви набудете таких знань і перших навичок». Ознайомившись із коротко схарактеризованими ключовими складниками змісту, студент далі з'ясовує суть питань до теми, опановує текст параграфів, підпараграфів. Закінчується тема «Висновками», «Запитаннями для самоконтролю», «Завданнями на практичне заняття», переліком літератури до теми.

Впадають в око виокремлені на сірому фоні крилаті фрази, оригінальні вислови, фрагменти із творів відомих людей про творчість, подані під рубрикою «До нотатника юного журналіста», наприклад: «Писати тільки правду. Не зраджувати їй ні за яких обставин. Пам'ятати про час, про народ, про свої літа. Піднести її високо і нести біля самого серця... Не боятися ніяких пристрастей, ніяких узагальнень. Боятися тільки брехні і утрировки» (Олександр Довженко).

Інноваційна особливість підручника «Основи журналістики» полягає в тому, що Микола Тимошик у доцільних пропорціях поєднав два крила теорії і практики фаху, а саме: кращі набутки західної журналістики і традиції національної журналістики – материкової України й діаспори. Особлива цінність підручника також у тому, що він базу-

ється і на матеріалах Миколи Тимошика, життєвий шлях якого поєднує журналістську, науково-педагогічну й письменницьку діяльність. З-під пера Миколи Тимошика до реципієнтів з'являлися інформаційні, аналітичні й художньо-публіцистичні матеріали. Багато з них опубліковано в центральних друкованих та мережевих виданнях, а також за кордоном. Низку таких публікацій рекомендовано студентам для засвоєння в темах із жанрології.

У цьому контексті заслуговує особливої професійно-педагогічної уваги такий приклад. У Києві 1917 р. за рекомендацією глави уряду УНР Симона Петлюри видали брошуру Івана Огієнка «Українська культура». У 1920-х роках за зловісною вказівкою із Москви весь наклад було знищено. Тільки через сто років за океаном Микола Тимошик віднайшов примірник цієї надзвичайно актуальної брошури, що в інформаційному просторі України викликало бурхливу сенсацію. Про цей факт у підручнику опубліковано різножанрові матеріали: замітка під заголовком «Сенсаційна знахідка в Америці», репортаж – «Український раритет зблизька», коментар – «Чому про цю книгу ми не знали 100 літ і в чому її сенсаційність?», інтерв'ю – «Бесіда з цікавим співрозмовником», стаття – «Примірник із скрині старої еміграції», публіцистичний есей – «Допоміг дух самого митрополита». Отже, тема одна, факт один і той самий, але за викладом змісту тексти різняться.

Сподіваємося, що кожен, хто прочитає книжку «Основи журналістики», здобуваючи фах журналіста, буде дотримуватися її українськоцентричних націєтворчих принципів, функцій і стандартів, погодиться з рецензентами, що цей підручник персоналізований. Його автор – лавреат Шевченківської (народної) премії за двотомник «Село» Микола Тимошик – із глибоким відчуттям громадянсько-професійної, педагогічно-наукової відповідальності проаналізував, роз'яснив, підтвердив історичними і сучасними документами, оцінювальними судженнями видатних особистостей Західної Європи, Америки та класиків української літератури складний, драматичний шлях розвитку української журналістики. У нинішніх умовах паралельно із традиційною журналістикою в Україні розвивається і функціонує українська нова журналістика і гонзо-журналістика, які зародилися у США (60–70 роки ХХ століття). У них дещо відмінні від традиційної журналістики стилістично виражальні й структурні засоби, але переважно, спільним підґрунтям – українськоцентричні, націєтворчі принципи та функції. Для гонзожурналістів надійним джерелом для підвищення професійної майстерності є підручник Миколи Тимошика.

Підручник «Основи журналістики» – це перший ґрунтовний, надійний, компетентний, своєрідний гуманітарно-просвітницький

фільтр, очищувач, оздоровлювач від тоталітарного намулу в інформаційному просторі України. Вручаючи Миколі Тимошику премію імені В'ячеслава Чорновола за публіцистичну книжку «Тоталітарна журналістика» (2024), перший заступник голови державного комітету телебачення і радіомовлення України Богдан Червак сказав, що автор у своїй книзі дуже правдиво, на основі фактів і документів описав атмосферу в українській журналістиці комуністичної тоталітарної доби. Це була гнітюча атмосфера, яка не давала можливості творити, заперечувала свободу слова й думки. Боротьба зі свободою думки була тісно пов'язана із нав'язуванням українцям російських наративів. Це була денационалізація українців, цілеспрямована робота на те, щоб убити українську і нав'язати на українській землі чужу московську ідентичність.

Система тоталітарної журналістики в радянському союзі за своїм маніпулятивним, аморальним, антиукраїнським спрямуванням відповідала концепції однієї із теорій преси – радянсько-комуністичній. Розглянувши в підручнику чотири теорії світового журналізму (Авторитарну (the authoritarian theory), Свободівську (the libertarian theory), соціальної відповідальності (the social responsibility) і радянсько-комуністичну (the soviet communist theory)) та їхню корекцію західноєвропейськими дослідниками, Микола Тимошик зазначив, що «в сучасному варіанті, обґрунтовані в середині ХХ століття чотири теорії журналістики виглядають так: *теорія журналістики вільних суспільств і теорія журналістики закритих суспільств*» (с. 101). Із формального боку, на думку Миколи Тимошика, на медійну систему незалежної України можна накласти теорію журналістики вільних суспільств (за Блюмом) або ж теорію соціальної відповідальності (за Зібертом-Петерсоном-Штраммом).

Однак «новочасна українська журналістика продовжує нести на собі зловісну печать епохи, з якої нещодавно вийшла, – тоталітарної. Утім, у цій тенденції проглядається наполегливе бажання швидше певної частини журналістського корпусу, ніж засновників медіа, стати на шлях вільної преси Заходу у відповідності з усталеними в цивілізованому світі стандартами та принципами» (с. 103–104). Водночас, як слушно наголосив автор підручника, доводиться долати ще одну тривожну тенденцію: «безрозбірливе прагнення замінювати в теорії і практиці журналістики питомо українські поняття і терміни. У новочасній Україні робилися кількаразові спроби замінити поняття журналістика на комунікативістику, а дипломованого журналіста перетворити на медійного працівника, комунікатора» (с. 34).

Досвідчений журналіст, публіцист, критик, письменник, професор Микола Тимошик у підручнику «Основи журналістики» компетентно,

кваліфіковано, дохідливо роз'яснює і захищає визначальні складники журналістської професіограми, які відповідають принципам, функціям і стандартам ефективної діяльності медіа в сучасних умовах тривалої антиукраїнської екзистенційної війни, а саме: «Професіоналізму, творчого начала, особності, відповідальности, патріотичности, моральних аспектів, дотримання вимог світових і національних стандартів фаху» (с. 35). Журналіст покликаний із лавини фактів, подій, явищ, якими насичена наша дійсність, безпомилково вибирати лише ті, що дійсно нові, соціально вагомі, цікаві і відповідають інтересам української національної безпеки. З огляду на жорсткі політико-ідеологічні виклики журналістські матеріали в узагальненому контексті мають тепер відповідати на вісім запитань: «що?» (сталось, відбулось), «де?» (місце події), «коли?» (щойно, вчора, колись), «хто?» (здійснив щось важливе), «чому?» (яка причина події, ситуації, явища), «як?» (трапилося, здійснилося, відбулось), «яке джерело?» (хто повідомив, розповів, з якою метою), «який наслідок?» (до чого може призвести факт, подія, явище).

Нинішня потужна геополітична війна російської федерації проти України також пронизує інтереси європейських та інших країн. Логічно спиратися на історичний досвід у процесі аналізу і синтезу принципів журналістської діяльності на важливий творчо-науковий досвід А. Животка, Є. Онацького, І. Огієнка, У. Самчука, які наголошували, що преса має сприяти формуванню націєтворчого стрижня. Професор Микола Тимошик слушно наголосив, що Євген Онацький завжди в боротьбі з ворогами на перше місце ставив інтереси нації, інтереси держави, а не одного її прошарку чи класу. Ці найголовніші аргументи він постійно відстоював у своїх публікаціях, під час численних зустрічей та листування з керівниками ОУН. Є. Онацький часто повторював улюблений клич Дмитра Донцова та Сергія Єфремова «Держава – понад партію, нація – понад клас» (с. 196).

Отже, у нинішніх доленосних умовах російсько-української війни маємо, на наш погляд, дотримуватися в журналістській творчості принципу «український націєцентризм». Цей принцип об'єднує інші принципи діяльності медіа, визначає вибір оптимальних варіантів висвітлення проблем зовнішньої і внутрішньої політики. На засадах українського націєцентризму маємо розглядати модель захисту України від одвічних московських ворогів-нищителів та реалізацію сутності Української Національної Ідеї державотворення. На цьому фундаментальному розумінні принципів діяльності медіа має ґрунтуватися журналістське виконання своїх професійно-соціальних, суспільно-культурних і духовно-прикладних функцій.

Тематика, змістове наповнення, структура, методика викладу глибоко пізнавального, навчального матеріалу в підручнику дають підстави впевнено стверджувати, що вільний, українськоцентричний дух «Основ журналістики» далеко за межами московсько-комуністичного тоталітаризму, що його автор упевнено й доказово відчинив інтелектуальні ворота для опанування на засадах націєцентризму кращими зразками західноєвропейської та американської журналістики. Професор Микола Тимошик, розглядаючи функції журналістики тоталітарної доби, західного світу і в сучасних українських реаліях, переконливо поінформував, що обґрунтування терміна *Watchdog function* – *функція сторожового пса* – належить Великому Українцю Іванові Франку. «Як один із чоловічих журналістів і публіцистів загальнонаціонального масштабу Іван Франко уперше вводить це поняття в національне інформаційне поле значно раніше, ніж це зробили швейцарці чи американці. Ще 1897 року він пише про це в автобіографії під назвою «Niесо о sobie samym». Автобіографія призначалася для публікації в збірці оповідань цього автора польською мовою «Obraski galicyjskie» у видавництві «Biblioteka mrowki» (с. 137).

Микола Тимошик наводить у підручнику розлогу цитату з автобіографії Івана Франка «Дещо про себе», у якій він наголошує, що працює для Русі не з причин сентиментальної натури. *До цього примушує його почуття собачого обов'язку* (виділення наше – В. Л., В. Н), як сина українського селянина, вигодуваного чорним селянським хлібом, працею твердих селянських рук. І тепер, коли руський народ, гноблений віками, відчуває щораз більшу жадобу до світла, правди й справедливості і шукає до них шляхів, то для цього народу варто працювати і ніяка праця не піде на марне, – наголошував Іван Франко. У вірші «Сідоглавному» Іван Франко писав:

Ти, брате, любиш Русь,
Як хліб і кусень сала, –
Я ж гавкаю раз в раз,
Щоби вона не спала. (с. 139)

«До тяжкої, часто невдячної праці, праці заради просвіти свого безправного народу Івана Франка примушували не пустопорожні балачки про патріотизм, за якими часто не було діла, а почуття «собачого обов'язку» – підкреслив Микола Тимошик (с. 138).

У сучасних умовах загострення інформаційно-психологічної війни російського жорстокого молоха проти України зростає роль нової для української журналістики функції «сторожового пса», контролююча сутність якої паралельно із функцією інтеграції зростає. Адже

«суспільство заслугоує на чітку і якісну комунікацію» (А. Левченко) (с. 140). Наголошуємо, що зміст інтегруючої функції сучасних українських медіа характеризується суттєвими особливостями, пов'язаними з дуже складними обставинами розвитку нації, яку також присипляли російськими отруйними наративами щодо «єдиного народу», «єдиної історії», «єдиної мови» (с. 140). На жаль, українці й сьогодні зазнають інтенсивного інвазійного тиску: від зовнішніх ворогів, передусім – російських і внутрішньої п'ятої колони, яка служить московським імперіалістичним інтересам і для знищення самостійної України також потужно використовує різних видів корупцію.

Аби відродити розірваний московськими колонізаторами зв'язок українських поколінь, спадкоємність і цілісність історичного процесу від найдавніших часів, зокрема – від 838 року, коли вже була добре відома, як розвинута на той час, держава Русь, поглиблювати порозуміння, повагу, шану між українцями східних, північних, південних, західних і центральних країв, оживлювати «закам'янілу свідомість» (Є. Сверстюк), тобто інтегрувати в єдиний національно-духовний життєдайний організм, то всі медіа, соціальні мережі покликані давати читачам, глядачам і слухачам правдиву дорогоцінну інтелектуально-духовну поживу з питань історіософії, геополітики, науки, економіки, освіти й культури, емоційно та раціонально формувати розуміння, переконання, що українська мова – феномен незнищенності нації.

Професор Микола Тимошик наголосив, що для розв'язання окресленої проблеми українські медіа покликані дотримуватися стандартів журналістської діяльності, суть яких детально схарактеризована в підручнику. Автор також привернув увагу до історичної події навесні 1973 року. За ініціативою папи Пія Х Ватикан організував прийом журналістів провідних світових ЗМІ християнських країн. В ухваленому Святим Престолом зверненні до тих, хто володіє особливою зброєю – пером і талантом – наголошено, що визначальним стандартом у діяльності медіа має бути правда: «служба для правди», «любов до правди», «відданість правді» (с. 168).

У нинішніх умовах російсько-української війни головною квінтесенцією інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних творів має бути правда. Кожний журналіст має усвідомлювати, розуміти, що правдиве слово – його духовно-національна зброя. Кожний автор персонально відповідає, який контент він дає, що створює, до чого закликає. «Від того, що пише кожен із нас, залежить міць наших українських бастионів» (Еміне Джаппар). Безперечно, журналісти покликані бути максимально точними, вичерпними, подавати тільки правдиву інформацію. Однак журналіст не повинен бути індиферентним ретранслятором, коли мова йде про баланс думок і поглядів.

«Баланс між білим і чорним – це сірість» (С. Грабовський). Адже журналістика у стилі «він сказав», «вона сказала» ніколи не була ефективною журналістикою.

Підручник «Основи журналістики» професор Микола Тимошик створив на засадах національно-духовного, інтелектуально-громадянського концепту: «Професіоналізм, Порядність, Патріотизм». Цей інноваційно-унікальний підручник за своєю тематикою, змістом, інтенцією, методологією створення відповідає вимогам формування, утвердження української національної зорієнтованості навчання і виховання студентів – майбутніх журналістів.

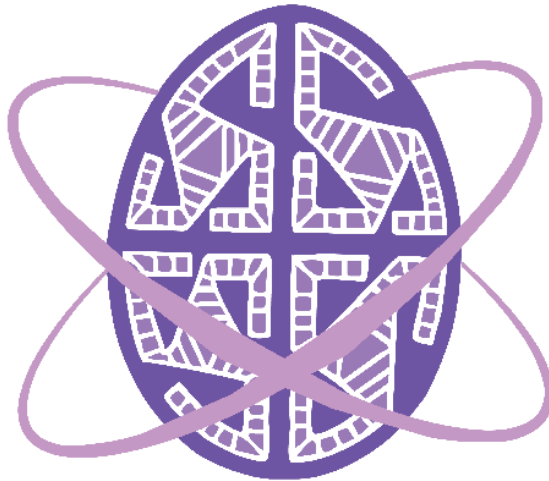
Надійшла: 12.02.2026; Прийнято: 26.03.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359328

УДК 930.25(477.83):[002.1:004.77

Електронні видання Державного архіву Львівської області як складник інформаційного простору України

Юрій СТАДНИК

асп.

Інститут поліграфії та
медійних технологійНаціональний університет
«Львівська політехніка»вул. Під Голоском, 19, 79061,
Львів, Україна

yu.stadnyk@gmail.com

ORCID 0009-0001-9309-4776

© Стадник Ю., 2026

У сучасних умовах цифровізації суспільства архівні установи дедалі активніше використовують електронні ресурси для репрезентації документної спадщини та забезпечення доступу до історичної інформації. Особливу роль у цьому процесі відіграють електронні видання, що створюються на офіційних вебресурсах архівів і містять цифрові копії документів, тематичні добірки матеріалів, а також віртуальні виставки. Актуальність дослідження зумовлена зростанням значення електронних архівних ресурсів у формуванні інформаційного простору України та потребою наукового аналізу їхнього інформаційного потенціалу й комунікаційних функцій. Метою статті є дослідження електронних видань Державного архіву Львівської області та визначення їхньої ролі в популяризації архівної документної спадщини й формуванні сучасного інформаційного середовища. Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема аналіз, систематизація, порівняльний і структурно-функціональний підходи. Емпіричною базою дослідження стали матеріали офіційного вебсайту архіву, зокрема тематичні онлайн-виставки, присвячені важливим подіям української історії, видатним особистостям та соціокультурним процесам. Унаслідок дослідження встановлено, що електронні виставки та інші цифрові публікації архіву виконують важливу інформаційно-комунікаційну функцію, забезпечуючи відкритий доступ до архівних документів для широкої аудиторії користувачів. Вони сприяють популяризації історико-культурної спадщини, розширенню можливостей наукових досліджень та інтеграції архівних ресурсів у сучасний цифровий інформаційний простір. Аналіз структури та змісту електронних виставок свідчить, що вони поєднують текстові матеріали, цифрові копії документів, фотографії та пояснювальні коментарі, що підвищує їхню наукову й освітню цінність. У висновках наголошено, що електронні видання Державного архіву Львівської області є важливим інструментом цифрової репрезентації архівної спадщини та ефективним засобом комунікації між архівними установами і суспільством. Їхній розвиток сприяє розширенню доступу до історичних джерел, формуванню історичної пам'яті та зміцненню інформаційного простору України в умовах цифрової трансформації.

Ключові слова: електронні видання, архівні ресурси, цифрові виставки, інформаційний простір, архівна комунікація, цифрові архіви, Державний архів Львівської області.

ELECTRONIC PUBLICATIONS OF THE STATE ARCHIVE OF THE LVIV REGION AS A COMPONENT OF THE UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Yuriy STADNYK

PhD Student

Institute of Printing and Media Technologies

Lviv Polytechnic National University

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

yu.stadnyk@gmail.com

ORCID 0009-0001-9309-4776

In current conditions of the society's digitalisation, archival institutions increasingly use electronic resources to represent documentary heritage and provide broad access to historical information. In this process, a significant role is played by electronic publications created on the official web resources of archives, which include digital copies of documents, thematic selections of archival materials and virtual exhibitions. The topicality of this study is determined by the growing importance of electronic archival resources in shaping the information space of Ukraine and the need for a scientific analysis of their informational potential and communication functions. The aim of this article is to analyse electronic publications of the State Archive of the Lviv Region and to determine their role in promoting archival documentary heritage and shaping the modern information environment. The methodological basis of this research includes general scientific and special methods, particularly analysis, systematisation, comparative analysis and structural-functional approach. The empirical base of this study consists of materials from the official website of the archive, including thematic online exhibitions dedicated to important events in Ukrainian history, prominent historical figures, and socio-cultural processes. The results of the study demonstrate that electronic exhibitions and other digital publications of the archive perform an important informational and communicative function by providing open access to archival documents for a wide audience of users. They contribute to the popularization of historical and cultural heritage, expand opportunities for academic research, and facilitate the integration of archival resources into the modern digital information space. The analysis of the structure and content of the electronic exhibitions demonstrates that they combine textual materials, digital copies of archival documents, photographs and explanatory descriptions, which increases their scientific and educational value. The obtained results emphasise that electronic publications of the State Archive of the Lviv Region are an important tool for the digital representation of archival heritage and an effective means of communication between archival institutions and society. Their further development contributes to expanding access to historical sources, strengthening historical memory and enhancing the information space of Ukraine under conditions of the digital transformation.

Keywords: *electronic publications, archival resources, digital exhibitions, information space, digital archives, the State Archive of the Lviv Region.*

Актуальність проблеми

У сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та цифровізації суспільства архівні установи дедалі активніше впроваджують електронні форми репрезентації документної спадщини. Традиційні способи доступу до архівних документів, що передбачають роботу дослідників у читальних залах архівів, поступово доповнюються електронними інформаційними ресурсами, які забезпечують дистанційний доступ до історичних джерел. У цьому контексті особливого значення набувають електронні архівні публікації, що включають цифрові копії документів, тематичні добірки матеріалів, а також віртуальні виставки, розміщені на офіційних вебресурсах архівних установ.

Цифрові технології відкривають нові можливості для популяризації архівної спадщини та інтеграції архівних ресурсів у сучасний інформаційний простір. Завдяки створенню електронних видань архіви можуть значно розширити аудиторію користувачів, забезпечити оперативний доступ до документів та сприяти розвитку наукових досліджень у різних галузях гуманітаристики. Особливо важливими в цьому процесі є цифрові виставки документів, які поєднують текстові матеріали, ілюстрації, архівні джерела та аналітичні коментарі, формуючи комплексні інформаційні продукти, орієнтовані і на науковців, і на широке коло громадськості.

Виразним прикладом використання цифрових технологій у сфері архівної діяльності є електронні публікації, що розміщуються на офіційному вебсайті Державного архіву Львівської області. Ці ресурси включають тематичні онлайн-виставки, цифрові добірки документів та інші інформаційні матеріали, присвячені важливим подіям української історії, діяльності видатних постатей та соціокультурним процесам. Вони виконують важливу інформаційно-комунікаційну функцію, сприяючи поширенню знань про історичну спадщину регіону та формуванню історичної пам'яті суспільства.

Попри зростання кількості електронних архівних ресурсів, питання їхнього наукового аналізу, класифікації та оцінки інформаційного потенціалу залишаються недостатньо дослідженими в українській науковій літературі. Зокрема, потребує детального вивчення структура, зміст і функціональні особливості електронних виставок та цифрових архівних публікацій як складників сучасного інформаційного простору України. У зв'язку з цим дослідження електронних видань архівних установ, зокрема матеріалів Державного архіву Львівської області, є актуальним і має важливе значення для розвитку архівознавства, документознавства та інформаційної діяльності.

Отже, актуальність статті зумовлена потребою наукового осмислення ролі електронних архівних ресурсів у процесах цифрової трансформації архівної діяльності, популяризації документної спадщини та формування сучасного інформаційного простору України.

Стан вивчення проблеми

Проблематика цифровізації архівної діяльності і створення електронних архівних ресурсів останніми роками привертає значну увагу українських і зарубіжних дослідників у галузі архівознавства, документознавства та інформаційної діяльності. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій суттєво трансформує традиційні підходи до зберігання, опрацювання та використання архівних документів, що зумовлює появу нових форматів репрезентації документної спадщини, зокрема електронних публікацій, цифрових колекцій і віртуальних виставок. Ці питання знаходять відображення в працях українських дослідників архівної справи та інформаційної діяльності, серед яких варто відзначити В. Бездрабко, Л. Дубровіну, Г. Папакіна, І. Матяш, С. Кулешова та інших науковців.

У працях Л. Дубровіної (2003) та Г. Папакіна (2011) розглянуто теоретичні засади розвитку архівної справи в умовах інформаційного суспільства, зокрема питання використання інформаційних технологій у діяльності архівних установ. Дослідники наголошують, що впровадження електронних ресурсів, створення цифрових копій документів та формування електронних баз даних сприяє розширенню доступу до архівної інформації та інтеграції архівів у сучасний інформаційний простір.

Важливий внесок у дослідження трансформації архівної діяльності в цифровому середовищі зробили також С. Кулешов (2014) та І. Матяш (2012), які звертають увагу на зміну функцій архівних установ у контексті розвитку електронного урядування та інформаційного суспільства. У їхніх працях підкреслюється, що цифрові технології не лише модернізують процеси зберігання та опрацювання документів, а й відкривають нові можливості для популяризації архівної спадщини через електронні інформаційні ресурси.

Окремий напрям наукових досліджень пов'язаний із вивченням електронних архівних публікацій та цифрових виставок документів. Зокрема, у працях зарубіжних дослідників архівної галузі розглядаються питання створення цифрових архівів, електронних колекцій і вебресурсів архівних установ, що забезпечують дистанційний доступ до історичних джерел (Gilliland, 2014; Conway, 2010; Duff & Harris, 2002). У цих працях підкреслюється, що електронні архівні ресурси відіграють важливу роль у формуванні відкритого інформаційного середовища та сприяють інтеграції архівних документів у глобальний цифровий простір.

Водночас у науковій літературі порівняно мало досліджень, присвячених аналізу конкретних електронних ресурсів регіональних архівів України. Зокрема, недостатньо висвітленими залишаються питання структури, змісту та інформаційного потенціалу цифрових виставок і тематичних електронних публікацій, що розміщуються на вебресурсах архівних установ. У цьому контексті особливого значення набуває

аналіз електронних видань, представлених на офіційному вебсайті Державний архів Львівської області, які репрезентують архівні документи, присвячені важливим подіям української історії, діяльності видатних постатей та соціокультурним процесам.

Отже, наявні наукові дослідження створюють теоретичне підґрунтя для вивчення електронних архівних ресурсів, однак питання комплексного аналізу електронних публікацій регіональних архівів, зокрема цифрових виставок і тематичних архівних добірок документів, потребує подальшого дослідження.

Метою статті є осмислення електронних видань Державного архіву Львівської області, зокрема тематичних онлайн-виставок і цифрових добірок документів, а також визначення їхнього інформаційного потенціалу й ролі в популяризації архівної спадщини та розвитку сучасного інформаційного простору України.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язання таких завдань дослідження:

- з'ясувати особливості функціонування офіційного вебсайту Державного архіву Львівської області як інформаційно-комунікаційної платформи доступу до архівних ресурсів;
- окреслити основні типи електронних архівних видань, представлених на вебресурсі архівної установи;
- здійснити аналіз тематичних онлайн-виставок документів, розміщених на сайті архіву, та охарактеризувати їхню структуру і змістові особливості;
- визначити інформаційний потенціал електронних виставок як інструменту репрезентації архівної документної спадщини;
- розкрити роль електронних архівних видань у формуванні сучасного інформаційного простору та популяризації історико-культурної спадщини.

Виклад основного матеріалу

Важливим напрямом діяльності сучасних архівних установ є розвиток електронних інформаційних ресурсів, які забезпечують відкритий доступ до документної спадщини та сприяють інтеграції архівної інформації у цифровий інформаційний простір. У цьому контексті особливу роль відіграє офіційний вебсайт Державний архів Львівської області, який виконує функцію основної інформаційно-комунікаційної платформи архівної установи (Державний архів, 2026).

Офіційний сайт архіву (<https://archivelviv.gov.ua>) містить комплекс електронних інформаційних ресурсів, спрямованих на забезпечення доступу користувачів до архівної інформації, довідкового апарату та цифрових копій документів. Серед основних структурних елементів

вебресурсу можна виділити інформаційні розділи про діяльність архіву, новини, електронний архів, довідкові матеріали, а також тематичні онлайн-виставки документів. Ці розділи формують цілісну систему електронних публікацій, що поєднує інформаційні, наукові та просвітницькі функції (Державний архів, 2026).

Особливе місце в структурі вебресурсу займає розділ електронного архіву, який забезпечує доступ до довідкового апарату та оцифрованих документів. Цей електронний ресурс створений з метою удоступнення онлайн архівних фондів і надання користувачам можливості здійснювати пошук у цифрових колекціях архіву за допомогою спеціалізованих інструментів пошуку (Електронний архів, 2026).

Важливим елементом електронних ресурсів архіву є також розділ онлайн-виставок, де представлено тематичні цифрові експозиції документів. На сторінках цього розділу публікуються електронні добірки архівних матеріалів, присвячені визначним історичним подіям, видатним особистостям та культурним явищам. Серед представлених виставок треба відзначити експозиції, присвячені історичним подіям, державотворчим процесам, культурним діячам та ювілейним датам, зокрема виставки, присвячені Тарасу Шевченку, Івану Франку, Акту Злуки та іншим подіям української історії (Виставки онлайн, 2026).

Отже, офіційний вебресурс Державного архіву Львівської області виконує важливу функцію електронної репрезентації архівної спадщини. Завдяки використанню цифрових технологій архівна установа забезпечує дистанційний доступ до документів, розширює можливості використання архівних матеріалів у наукових дослідженнях та сприяє популяризації історико-культурної спадщини. У цьому аспекті вебсайт архіву виступає не лише інформаційним ресурсом, але й важливим інструментом формування сучасного інформаційного простору, у межах якого архівні документи функціонують як доступне джерело історичної та наукової інформації (Новини з оцифрування, 2025).

Одним із важливих напрямів цифрової репрезентації архівної документної спадщини є створення віртуальних або онлайн-виставок, що розміщуються на офіційних вебресурсах архівних установ. У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства такі виставки є ефективним інструментом популяризації архівних документів та розширення доступу до історичних джерел. На відміну від традиційних архівних експозицій, які функціонують у приміщеннях архівів чи музеїв, електронні виставки забезпечують можливість дистанційного ознайомлення з документами для широкої аудиторії користувачів через мережу Інтернет.

Онлайн-виставки зазвичай формуються як тематичні добірки цифрових копій архівних документів, що супроводжуються короткими історичними коментарями, пояснювальними текстами та ілюстративними матеріалами. Така форма представлення архівних джерел дає змогу

поєднувати наукову інформацію з її популяризацією, що сприяє зростанню уваги до історичних документів серед дослідників, студентів та широкого кола користувачів. Водночас цифрові виставки виконують не лише просвітницьку, але й науково-інформаційну функцію, оскільки вони репрезентують документи архівних фондів у структурованому й тематично впорядкованому вигляді (Державний архів, 2026).

Цифрові виставки архіву охоплюють широкий спектр тематик, серед яких варто виділити історико-політичні події, розвиток української культури, діяльність видатних історичних постатей, а також соціальні й культурні процеси різних історичних періодів. Завдяки такому підходу архівні документи стають доступними не тільки для вузького кола фахівців-дослідників, а й для широкого кола громадськості, що сприяє популяризації архівної спадщини та формуванню історичної пам'яті суспільства.

Отже, онлайн-виставки можна розглядати як окремих тип електронних архівних видань, що поєднує функції наукового інформування, освітньої діяльності та культурної комунікації. Використання цифрових технологій у створенні таких виставок дає змогу архівним установам ефективно представляти документну спадщину в сучасному інформаційному просторі та сприяє інтеграції архівних ресурсів у систему цифрових гуманітарних досліджень.

Важливим напрямом електронної репрезентації документної спадщини є створення тематичних онлайн-виставок, що публікуються на офіційному вебсайті Державний архів Львівської області. Ці цифрові експозиції є формою електронних архівних публікацій, що поєднують функції наукового інформування, популяризації історичних джерел і забезпечення доступу до документів широкій аудиторії користувачів. У межах дослідження було проаналізовано чотири тематичні онлайн-виставки, розміщені на сайті архіву в розділі «Виставки онлайн», що репрезентують різні історичні теми й типи архівних документів (Виставки он-лайн, 2026).

Однією з таких експозицій є виставка, присвячена Чорнобильській катастрофі, у якій представлено документи, що відображають події 1986 року та їхній вплив на суспільне життя. У межах виставки оприлюднено офіційні документи органів влади, статистичні матеріали, листування та інші архівні джерела, що дозволяють дослідити реакцію державних установ і суспільства на аварію на Чорнобильській атомній електростанції. Така форма представлення документів сприяє поглибленому розумінню історичного контексту подій і забезпечує доступ до архівних матеріалів для дослідників та широкої громадськості (Чорнобильська катастрофа, 2026).

Іншим прикладом електронної архівної публікації є виставка, присвячена подіям Української революції та процесам державотворення

початку ХХ століття. У межах цієї цифрової експозиції представлено документи, які відображають політичні процеси, діяльність державних інституцій та громадських організацій. Особливістю виставки є поєднання документальних матеріалів із пояснювальними історичними коментарями, що дозволяє користувачам отримати системне уявлення про історичні процеси відповідного періоду (Проголошення Акта Злуки, 2026).

Значну увагу на вебресурсі архіву приділено також персоналістичним виставкам, присвяченим видатним діячам української культури та науки. Зокрема, у цифровій експозиції, присвяченій Тарасу Шевченку, представлено архівні документи, фотографії та матеріали з фондів архіву, що відображають сприйняття творчості поета в суспільному та культурному житті регіону (210 років, 2026).

Подібний характер має і виставка, присвячена Іванові Франку, у якій представлено документи й матеріали, що висвітлюють діяльність письменника, науковця та громадського діяча. У межах цієї цифрової експозиції поєднуються архівні документи, ілюстративні матеріали та пояснювальні тексти, що дозволяє сформувати цілісне уявлення про роль Франка в розвитку української культури та суспільного життя (165 років, 2026).

Аналіз структури онлайн-виставок свідчить, що більшість із них побудована за подібним принципом. Кожна виставка містить вступний текст, який окреслює історичний контекст теми, після чого подається добірка цифрових копій архівних документів, фотографій або інших матеріалів із короткими пояснювальними підписами. Така структура забезпечує поєднання наукового й популяризаційного підходів до представлення архівних матеріалів і сприяє кращому сприйняттю історичної інформації користувачами (Виставки он-лайн, 2026).

Онлайн-виставки, представлені на вебсайті Державного архіву Львівської області, є важливим інструментом популяризації архівної документної спадщини. Вони забезпечують відкритий доступ до історичних джерел, сприяють популяризації знань про історію України та розширюють можливості використання архівних матеріалів у наукових та освітніх цілях. У цьому контексті електронні виставки архіву виступають важливим елементом сучасного інформаційного простору, в якому архівні документи функціонують як доступний та актуальний інформаційний ресурс (Державний архів, 2026).

Висновки

Проведене дослідження засвідчило, що електронні ресурси, представлені на офіційному вебсайті Державний архів Львівської області, є важливим складником сучасної системи доступу до архівної документної спадщини. Використання цифрових технологій у діяльності архівної установи сприяє розширенню можливостей доступу до істо-

ричних джерел, популяризації архівних фондів та інтеграції архівної інформації в сучасний інформаційний простір України.

Аналіз структури вебресурсу архіву свідчить, що він виконує не лише інформаційну функцію, але й виступає платформою для публікації електронних архівних видань, серед яких важливе місце займають тематичні онлайн-виставки. Ці цифрові експозиції дають змогу репрезентувати документи архівних фондів у доступній і структурованій формі, поєднуючи науковий, освітній та популяризаційний підходи до представлення історичних матеріалів.

Дослідження чотирьох онлайн-виставок, розміщених на сайті архіву, виявило, що вони охоплюють різні тематичні напрями – від історичних подій і державотворчих процесів до культурної спадщини та персоналій української історії. Представлення документів у цифровому форматі, доповнене історичними коментарями та ілюстративними матеріалами, створює цілісну інформаційну структуру, що сприяє глибокому розумінню історичного контексту досліджуваних подій.

Встановлено, що онлайн-виставки виконують важливу інформаційно-комунікаційну функцію, оскільки забезпечують відкритий доступ до архівних матеріалів для широкого кола користувачів – дослідників, студентів, викладачів та всіх зацікавлених у вивченні історії. Завдяки використанню вебтехнологій архівні документи виходять за межі традиційного архівного середовища і стають доступними в цифровому інформаційному просторі.

Отже, електронні видання Державного архіву Львівської області, зокрема цифрові виставки документів, є важливим інструментом популяризації архівної спадщини та розвитку сучасної архівної комунікації. Їхній подальший розвиток сприятиме розширенню доступу до історичних джерел, активізації наукових досліджень та формуванню відкритого інформаційного середовища, у якому архівні документи виконуватимуть важливу роль у збереженні історичної пам'яті та розвитку гуманітарних знань.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бездрабко, В. (2010). *Документознавство в Україні: інституційний та методологічний виміри*. Державний комітет архівів України.
- Державний архів Львівської області. (2025). *Новини з оцифрування: грудень 2025 року*. <https://archivelviv.gov.ua/новини-з-оцифрування-грудень-2025-року/>
- Державний архів Львівської області. (2026). *165 років від дня народження Івана Франка*. <https://archivelviv.gov.ua/виставки-он-лайн/165-років-від-дня-народження-івана-фран/>
- Державний архів Львівської області. (2026). *Виставки он-лайн*. <https://archivelviv.gov.ua/виставки-он-лайн/>
- Державний архів Львівської області. (2026). *Електронний архів: фонди, описи, документи*. <https://archivelviv.gov.ua/електронний-архів-фонди-описи-докуме/>

- Державний архів Львівської області. (2026). *Проголошення Акта Злуки Української Народної Республіки і Західноукраїнської Народної Республіки*. <https://archivelviv.gov.ua/проголошення-акта-злуки-українсько/>
- Державний архів Львівської області. (2026). *Чорнобильська катастрофа на сторінках пам'яті Львівщини*. <https://archivelviv.gov.ua/виставки-он-лайн/чорнобильська-катастрофа-на-сторін/>
- Державний архів Львівської області. (б.д.). *Головна*. Взято 27 січня 2026 з <https://archivelviv.gov.ua/>
- Дубровіна, Л. (2003). *Інформаційні ресурси архівів: проблеми теорії та практики*. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.
- Кулешов, С. (2014). *Електронне документознавство: теорія і практика*. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Матяш, І. (2012). *Архівознавство: теорія, методологія, практика*. Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».
- Папакін, Г. (2011). *Національні архівні інформаційні ресурси: правові та методологічні засади розвитку*. Держкомархів України.
- Conway, P. (2010). Preservation in the Age of Google: Digitization, Digital Preservation, and Dilemmas. *The Library Quarterly*, 80(1), 61–79. <https://doi.org/10.1086/648463>
- Duff, W., & Harris, V. (2002). Stories and Names: Archival Description as Narrating Records and Constructing Meanings. *Archival Science*, 2(3–4), 263–285. <https://doi.org/10.1007/BF02435625>
- Gilliland, A. (2014). *Conceptualizing 21st-Century Archives*. Chicago: Society of American Archivists.

REFERENCES

- Bezdrabko, V. (2010). *Dokumentoznavstvo v Ukraini: instytutsiyni ta metodolohichni vymiry* [Document science in Ukraine: Institutional and methodological dimensions]. State Committee on Archives of Ukraine [in Ukrainian].
- Conway, P. (2010). Preservation in the Age of Google: Digitization, Digital Preservation, and Dilemmas. *The Library Quarterly*, 80(1), 61–79. <https://doi.org/10.1086/648463> [in English].
- Dubrovina, L. (2003). *Informatsiini resursy arkhiviv: problemy teorii ta praktyky* [Information resources of archives: Problems of theory and practice]. V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine [in Ukrainian].
- Duff, W., & Harris, V. (2002). Stories and names: Archival description as narrating records and constructing meanings. *Archival Science*, 2(3–4), 263–285. <https://doi.org/10.1007/BF02435625> [in English].
- Gilliland, A. (2014). *Conceptualizing 21st-century archives*. Society of American Archivists [in English].
- Kuleshov, S. (2014). *Elektronne dokumentoznavstvo: teoriia i praktyka* [Electronic document science: Theory and practice]. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts [in Ukrainian].
- Matiash, I. (2012). *Arkhivoznavstvo: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Archival studies: Theory, methodology, practice]. Kyiv-Mohyla Academy Publishing House [in Ukrainian].
- Papakin, H. (2011). *Natsionalni arkhivni informatsiini resursy: pravovi ta metodolohichni zasady rozvytku* [National archival information resources: Legal and methodological foundations of development]. State Archival Service of Ukraine [in Ukrainian].
- State Archive of Lviv Region. (2025). *Novyny z otsyfruvannia: hruden 2025 roku* [Digitization news: December 2025]. <https://archivelviv.gov.ua/новини-з-оцифрування-грудень-2025-року/> [in Ukrainian].

- State Archive of Lviv Region. (2026). *165 rokiv vid dnia narodzhennia Ivana Franka* [165 years since the birth of Ivan Franko]. <https://archivelviv.gov.ua/виставки-он-лайн/165-років-від-дня-народження-івана-фран/> [in Ukrainian].
- State Archive of Lviv Region. (2026). *Chornobylska katastrofa na storinkakh pamiaty Lvivshchyny* [Chernobyl disaster on the pages of Lviv region memory]. <https://archivelviv.gov.ua/виставки-он-лайн/чорнобильська-катастрофа-на-сторін/> [in Ukrainian].
- State Archive of Lviv Region. (2026). *Elektronnyi arkhiv: fondy, opusy, dokumenty* [Electronic archive: Fonds, inventories, documents]. <https://archivelviv.gov.ua/електронний-архів-фонди-описи-докуме/> [in Ukrainian].
- State Archive of Lviv Region. (2026). *Proholoshennia Akta Zluky Ukrainskoi Narodnoi Respubliki i Zakhidnoukrainskoi Narodnoi Respubliki* [Proclamation of the Act of Unification of the Ukrainian People's Republic and the West Ukrainian People's Republic]. <https://archivelviv.gov.ua/проголошення-акта-злуки-українсько/> [in Ukrainian].
- State Archive of Lviv Region. (2026). *Vystavky on-lain* [Online exhibitions]. <https://archivelviv.gov.ua/виставки-он-лайн/> [in Ukrainian].
- State Archive of Lviv Region. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved January 27, 2026, from <https://archivelviv.gov.ua/> [in Ukrainian].

Надійшла: 03.03.2026; Прийнято: 06.04.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



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

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

Наукове видання

УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Науковий журнал
Число 1 (17) за рік 2026

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 04.05.2026. Формат видання 70×100/16
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура PT Serif.
Ум-друк. арк. 20,15. Обл.-вид. арк. 16,2
Наклад 300 прим.
Зам. № 5511

Віддруковано з оригінал-макету на видавничо-поліграфічній базі КНУКіМ
м. Київ, вул. Д. Дорошенка, 14.

Свідоцтво про внесення суб'єкта до державного реєстру видавців,
виготовників, розповсюджувачів видавничої
продукції серія ДК № 4776 від 09.10.2014