

Сумський державний університет

Sumy State University

ISSN 2415-8496

# ОБРАЗ OBRAZ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

SCIENTIFIC JOURNAL

**Випуск 3 (46) ' 2024**

**Issue 3 (46) ' 2024**

Суми  
Сумський державний університет

Sumy  
Sumy State University

2024

## **Засновник:**

Сумський державний університет

## **Видавець:**

Сумський державний університет

Ідентифікатор у Реєстрі суб'єктів у сфері медіа: R30-02728

(Рішення № 307 Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення,  
Протокол № 5 від 08.02.2024 р.)

Журнал занесено до Реєстру наукових фахових видань України: категорія «Б»,  
науки: соціальні комунікації; спеціальності: 61 – Журналістика.

Наказ Міністерства освіти і науки України № 1188 від 24.09.2020 р.

Видання підтримує політику відкритого доступу до наукових публікацій.

Посилання на матеріали цього видання під час їх цитування обов'язкові.

Рекомендовано до друку

вченою радою Сумського державного університету

(протокол № 04 від 14 листопада 2024 р.)

## **Редакційна колегія журналу «Образ»**

### *Головний редактор:*

Володимир Садівничий, д-р наук із соц.  
комунік., Суми, Україна

### *Заступник головного редактора:*

Наталя Сидоренко, д-р філол. наук, Київ,  
Україна

### *Члени редколегії:*

Юрій Бідзіля, д-р наук із соц. комунік.,  
Ужгород, Україна

Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік.,  
Суми, Україна

Віта Гоян, д-р наук із соц. комунік., Київ,  
Україна

Богуслава Добек-Островська, д-р соціо-  
лог., Вроцлав, Польща

Герсамія Маріам, д-р наук із журналісти-  
ки, Тбілісі, Грузія

Ольга Мітчук, д-р наук із соц. комунік.,  
Київ, Україна

Володимир Різун, д-р філол. наук., Київ,  
Україна

Рамон Салаверрія, д-р комунікації, Памп-  
лон, Іспанія

Грег Сімонс, д-р наук, ст. наук. співробіт-  
ник, Уппсала, Швеція

Олена Сушкова, канд. філол. наук, Суми,  
Україна

Мухаммед Хабес, канд. наук, масова кому-  
нікація, Куала Теренгану, Малайзія

Вікторія Шевченко, д-р наук із соц. кому-  
нік., Київ, Україна

**Образ** : науковий журнал. Сумський державний університет. – Суми, 2024. –  
Вип. 3 (46). – 98 с.

У наукових статтях журналу розглядаються питання, що охоплюють усі сфери соціальної комунікації: історію, теорію, методологію журналістики, видавничої справи, реклами та зв'язків із громадськістю, соціальних комунікацій, бібліотечної справи.

Видання розраховане на викладачів, науковців, докторантів, аспірантів, студентів, працівників сфер інформаційної та соціально-комунікаційної діяльності, журналістів-практиків.

**Рецензованість журналу:** матеріали, подані до редакції, проходять процедуру закритого рецензування.

**Видання індексується** Google Scholar.

**WEB-сайт** журналу: <http://obraz.sumdu.edu.ua>.

**Про наукові** та навчальні книги, надіслані до редакції, у найближчому номері друкується оголошення, відгук чи рецензія.

**Електронна версія** наукового фахового видання передана до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського на депозитарне зберігання та для представлення на порталі наукової періодики України: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua> (Наукова періодика України).

### **Founders:**

Sumy State University

### **The publisher:**

Sumy State University

Identifier in the Register of Media Entities: R30-02728

(Decision No. 307 of the National Council of Ukraine on Television and Radio Broadcasting, Protocol No. 5 dated February 8, 2024)

The journal is entered in the Register of scientific professional publications of Ukraine: Category «B», Science: social communications; Specialties: 61 – Journalism.

Order № 1188 on 24.09.2020.

The publication maintains a policy of open access to scientific publications.

Links to this release materials during their citation are obligatory.

It is recommended for publication by the

Recommended for publication by the Academic Council of Sumy State University (protocol number 04 from November 14<sup>th</sup> 2024)

### **Editorial Board of «Образ»**

#### *Editor in Chief:*

Volodymyr Sadivnychiy, D. Sc. (Social Communications), Sumy, Ukraine

#### *Deputy editor:*

Nataliya Sydorenko, D. Sc. (Philology), Kyiv, Ukraine

#### *Members of the editorial board:*

Yuriy Bidzilya, D. Sc. (Social Communications), Uzhhorod, Ukraine

Inna Havryliuk, PhD (Social Communications), Sumy, Ukraine

Vita Goyan, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

Boguslawa Dobek-Ostrowska, Dr. Habil., Wroclaw, Poland

Gersamia Mariam, Doctor of Science in Journalism, Tbilisi, Georgia

Olha Mitchuk, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

Volodymyr Rizun, D. Sc. (Philology), Kyiv, Ukraine

Ramon Salaverria, PhD Communication, Pamplona, Spain

Greg Simons, MD, Uppsala, Sweden

Olena Sushkova, PhD (Philology), Sumy, Ukraine

Mohammed Habes, PhD, Kuala Terengganu, Malaysia

Viktoriya Shevchenko, D. Sc. (Social Communications), Kyiv, Ukraine

**Образ** : scientific journal. Sumy State University. – Sumy, 2024. – Issue 3 (46). – 98 p.

In the scientific articles of the journal the issues, which cover all the areas of social communication are investigated: history, theory, methodology, journalism, publishing, advertising and RP, social communication, librarianship.

The publication is intended for teachers, researchers, doctoral students, post-graduate students and workers in information sphere and in socio-communicative activities, for practical journalists.

**Reviewing of the journal:** All the materials, which are submitted to the editorial board, undergo the closed reviewing.

**The publication** is indexed by Google Scholar.

**WEB-site** of the journal: <http://obraz.sumdu.edu.ua>

**An Advertisement**, a comment or a review about the scientific and educational books, which are sent to the editorial board, is published in the next issue of the journal.

**The electronic version** of this scientific publication is referred to Vernadsky National Library of Ukraine for the depositary storage and for its presentation on the portal of scientific periodicals of Ukraine. Link: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua> (Scientific Periodicals of Ukraine).

# ЗМІСТ/CONTENTS

## Образ/Image

- Boyko Olga, Ziakun Alla, Povalii Tatiana, Kotenko Oleksandr, Sirik Oleksandr/  
Бойко Ольга, Зякун Алла, Повалій Тетяна, Котенко Олександр, Сірик Олександр.**  
Volunteering As A Factor In The Implementation of a Sustainable Development  
at Sumy State University  
(Волонтерство як чинник реалізації сталого розвитку  
в Сумському державному університеті) ..... 5

## Інформаційна безпека/Informational security

- Мельникова-Курганова Олена, Кожаріна Валерія/  
Melnykova-Kurhanova Olena, Kozharina Valeriia.**  
Трансформація інструментарію інформаційної гігієни  
в контексті російсько-української війни  
(Transformation of information hygiene tools in the context of the Russian-Ukrainian war) ..... 21

## Соціокомунікаційне середовище: теорія та історія/ Socio-communicative Environment: Theory and History

- Чорнобут Ольга/Chornobut Olha.**  
Символічний простір як колективна ідентичність територіальних громад  
(Symbolic space as collective identity of territorial communities) ..... 32

## Журналістика в системі соціокомунікаційної діяльності/ Journalism in the System of Socio-communicative Activities

- Бакаєвич Яна/Вакаєвич Яна.**  
Журналістика рішень у нових медіа: специфіка контенту та способів просування  
(Decision journalism in new media: specifics of content and methods of promotion) ..... 40
- Галаджун Зоряна/Haladzhun Zoriana.**  
Аудиторні особливості спеціалізованої преси  
(на прикладі газети «Юридична практика», Київ, 1995-)  
(Audience characteristics of the specialized press  
(on the example of the newspaper «Yurydychna Praktyka», Kyiv, 1995-)) ..... 61

## Світ розмаїтій літератури/World of the diverse literature

- Вертій Олексій/Vertiy Oleksiy.**  
Листи болю, мук, страждання і незламності духа та відданості Україні  
(з епістолярної спадщини Григорія Антоновича Нудьги)  
(Letters Of Pain, Torment, Suffering and Unbreakable Spirit and Loyalty to Ukraine  
(from the epistolary legacy of Grigoriy Antonovych Nudga)) ..... 75

UDC: 371.315

## VOLUNTEERING AS A FACTOR IN THE IMPLEMENTATION OF A SUSTAINABLE DEVELOPMENT AT SUMY STATE UNIVERSITY

**BOYKO Olga,**

D.Sc. (Philosophy), Professor, e-mail: boykoolga0204@ukr.net;

**ZIAKUN Alla,**

PhD (Historical), email: ziakun18@gmail.com;

**POVALII Tatiana,**

PhD (Pedagogical), email: tatianapovaliy@gmail.com;

**KOTENKO Oleksandr,**

PhD (Economics), email: o.kotenko@macro.sumdu.edu.ua;

**SIRIK Oleksandr,**

Graduate student, email: allxx2002@gmail.com.

Sumy State University, Sumy, Ukraine.

**Introduction.** At the current stage, in the conditions of a full-scale war in Ukraine, the situation is characterized by socio-economic instability, the emergence of new specific categories of the population, in particular, veterans, disabled people, and their families. Under such conditions, there is a growing need for people who can provide voluntary assistance to the elderly, young people, children, persons with special needs and who find themselves in difficult life circumstances. Taking into account a situation, that was mentioned, there is a need to justify of the volunteer movement as a tool for building a society of sustainable development, which is capable of protecting various segments of the population from the consequences of the war in which the country is located.

**Relevance of the study.** Volunteering and sustainable development in the educational process are not new topics, but the purpose of this study is to analyze the role of volunteering in crisis situations, namely, during a full-scale war in Ukraine, in the higher educational institution Sumy State University (Ukraine), as well as to characterize practitioner of the organization of the volunteer movement at Sumy State University.

**Methodology.** Philosophical, sociological, cultural and general scientific methods were used in the research process, in particular, analysis and synthesis for the study of modern theoretical concepts and scientific developments regarding the understanding of the concept of «volunteering». Analytical method also was used, empirical methods, comparative method. Such approaches as activity and system were also used.

**Results.** The results of the study provide a possibility to determine the importance of such a mechanism as volunteering, which exists within civil society and is able to take the initiative at any time. Active volunteering develops the necessary life skills and professional experience for young people.

**Conclusions.** The article outlines the importance of the Strategic Development Plan of Sumy State University, which provided an opportunity to implement practical volunteer activities in difficult conditions. The implementation of organizational principles was the main factor in supporting the functioning of the organization in military circumstances. The principle of mobilizing internal potential was of integrative importance, as it provided opportunities to act independently of external factors, plan volunteer work within the team, using established internal business communications and available financial resources.

**Key words:** *volunteering, sustainable development, education, institution of higher education, Sumy State University.*

© Boyko O., Ziakun A., Povalii T., Kotenko O., Sirik O., 2024

**Introduction.** The modern development of Ukraine, taking into account its economic, social, cultural and environmental problems, actualizes the provision of sustainable development as one of the key issues of the modern development of all countries of the world. Thus, in accordance with the Sustainable Development Strategy, which was announced at the UN Conference on Environment and Development in Rio de Janeiro (1992) and which took its form in 2015 at the UN Summit on Sustainable Development in New York, adopted a global agenda containing 17 sustainable development goals that the world must achieve by 2030, humanity must understand that modern life defines the relationship and balance of economic, social, cultural, political, environmental, institutional and innovative and technological components in order to maximize human well-being without complicating the opportunities for future generations to meet their needs.

Based on this provision, volunteering as a phenomenon is an element of social responsibility and the highest manifestation of civil society. Today, the role of the volunteer movement is gaining increasing importance for the social development of society, which correlates with the concept of sustainable development, in particular with goal #3 «Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages» and with goal #4 «Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all» [31]. However, it should be understood that the goals of sustainable development declared by the UN are more abstract and each of the 17 goals should be interpreted and understood more broadly. Therefore, the phenomenon of volunteering is precisely a tool of sustainable development, because it takes part in the life of society in all its spheres. The purpose of this study is to follow the volunteer movement for sustainable development in Ukraine during a full-scale war, in particular at Sumy State University.

Also, it should be noted that all 17 goals are mutually reinforcing: actions in one area also affect results in others. And to achieve them in every context, creative approaches, technologies and financial resources of the whole society are needed. This concept considers the world as a whole system, and therefore each link in this system requires special attention. That is why volunteering, as the basic foundation of civil society, and therefore a tool for sustainable development, is actively supported at the institutional level, which is becoming a global trend. In particular, in order to highlight the value of volunteering and overcome existing and potential barriers, the European Commission has identified four main volunteering objectives: reducing barriers to volunteering in the EU; strengthening volunteer organizations and improving the quality of volunteering; social recognition of volunteer activity; increasing awareness of its values and importance [30].

Volunteering is the subject of research by many scientists and organizations around the world. Research on volunteerism is conducted in various academic disciplines such as sociology, psychology, management, education, etc. In general, in volunteering as a holistic phenomenon of modern reality, aspects of socio-philosophical, political, sociological, socio-economic, legal, psychological, socio-psychological discourses can be emphasized in approaches to its study.

Achievements in the development of the theory and practice of the foundations of the volunteer movement in Ukraine and abroad were highlighted by: D. Gorelov and O. Kornievskiy, Yurchenko and others. For example, according to I. Zvereyva, volunteer work is a charitable activity carried out by individuals on a non-profit basis, without salary, without promotion, for the sake of the well-being and prosperity of communities and society as a whole [3]. A person who voluntarily provides free social assistance and services to the disabled, the sick, individuals and social groups who find themselves in a difficult life situation is called a volunteer.

Volunteering and the main motives of volunteering were revealed in the works of foreign researchers, such as Fényes & Pusztai, Bocsi et al., Szluz, Clare Holdsworth, Hart, Donnelly, Youniss & Atkins, McKeever, Fényes, Anna Mária Bartal, Handy, Cnaan, Hustinx [14; 21; 22; 23; 26; 29]. Thus, scientists claim that volunteering allows you to understand others, forms

readiness for action and responsibility, teaches you to find a way out in various situations of everyday life.

Organizations such as: Independent Sector, a non-profit organization in the USA, which specializes in research and analysis of civil society, including volunteering, deal directly with the problems of volunteering. NCVO (National Council for Voluntary Organisations), an organization in the UK that conducts research in the field of volunteering and public participation. Also, a large number of universities have centers or institutes that are engaged in research in the field of volunteerism and civic participation.

Note that in addition to volunteering as a subject of study in various scientific disciplines, a number of aspects can also be singled out in it, revealing the heterogeneity of approaches to its definition. Thus, it is possible to single out the following generalized series of definitions of volunteering: useless (non-profit) activity; social or civil movements [2]; social institute [11], etc.

Considering the extreme relevance of the concept of sustainable development for local development, a significant number of scientists, experts of international organizations in different countries of the world have devoted their work to research the problems of sustainable development and ways to ensure it. Among such works, the fundamental works of Albert Bartlett, Herman Daly should be noted separately, which not only raised this extremely important problem, but also developed practical recommendations and proposals for the formation of national, regional and local sustainable development strategies [15; 18].

These questions are also considered by the Western scientific community, namely Fényes, Markos and Mohacsi, who noted that the motivations of student volunteering are currently ambiguous and in most cases career building motives are combined with altruistic ones [16; 20]. Pauline Anderson and Green note that policy agendas have emphasized the need to increase the professional relevance of the curriculum, and as a result, universities have used volunteering as one way to increase student employability [13]. The question of the motivation of the academic community to volunteer is also raised by Asmidar Alias, Kamisah Ariffin and Nur Asmaliza Mohd Noor who said that motivation is a better predictor of future behavior than current volunteering, as the degree of current behavior often depends on the amount of time a person spends volunteering [12]. Resch, a Knapp and Schritteser focused their research on student volunteering in higher education as one of the form of student engagement [27]. In their study, Činčalová and Černá compared student volunteering in different study programs [17].

The Decree of the President of Ukraine «On Sustainable Development Goals of Ukraine for the period until 2030» clearly states that Ukraine supports the global goals of sustainable development until 2030, declared by the United Nations General Assembly Resolution #70/1 from September 25, 2015 and the results of their adaptation taking into account the specifics of Ukraine's development, set out in the National Report «Sustainable Development Goals: Ukraine», ensure compliance with the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period up to 2030 [8]. Thus, relying on the resolution of the General Assembly of the United Nations Organization regarding the goals of sustainable development, as well as in accordance with the goals of sustainable development of Ukraine, Sumy State University developed the «Strategic Development Plan of Sumy State University for 2020-2026», which clearly states the development flexible strategies for readiness for changes and the ability to adapt to new conditions. In addition, the importance of management strategy for the implementation of successful volunteer activities is considered.

So, volunteering and sustainable development in the educational process are not new topics, but the *purpose of this study* is to analyze the role of volunteering in crisis situations, namely, during a full-scale war in Ukraine, in the higher educational institution Sumy State University (Ukraine), as well as to characterize practitioner of the organization of the volunteer movement at Sumy State University.

To achieve the goal, the following *objectives* were set: to highlight the understanding of the phenomenon of “volunteering” in modern society; to reveal the forms, directions and



principles of volunteering; to provide a content-analytical consideration of volunteering; to analyze volunteering in Sumy State University.

*The object of research* is volunteer activity through the prism of the need to adhere to the ideas of the Sustainable Development Concept.

*Subject of research* – the process of organizing the volunteer movement at Sumy State University.

**Research methods.** To identify the specifics of volunteering at Sumy State University (Ukraine) during the full-scale war, theoretical research by scientists, legislative acts and public reports of Sumy State University were used, which became the basis for a descriptive study. Philosophical, sociological, cultural and general scientific methods were used in the research process, in particular, analysis and synthesis for the study of modern theoretical concepts and scientific developments regarding the understanding of the concept of «volunteering». Analytical method also was used, that made it possible to study legislative documents and university documents, which gave grounds to evaluate the activities of volunteers during the war and its significance. In addition to theoretical methods, empirical methods, such as comparison and cluster analysis, were applied. Thus, using the method of cluster analysis, made it possible to collect the data, that contain information about the selection of objects and their arrangement into certain groups, for example, information about volunteer activities in the sports field at the university, in cultural and mass, etc. Using the comparative method, on the basis of the collected and analyzed information, a comparison of certain indicators of volunteer activity was carried out in order to identify their similarities and differences, which made it possible to draw conclusions presented in tables and diagrams. Such approaches as activity and system were also used. Thus, from the point of view of the activity approach, the analogy of volunteering with self-organization can be interpreted as a resource for the development of society, which contributes to the formation and dissemination of innovative social activity practices for the optimal mobilization and redistribution of relevant resources (labor, economic, material, social) for solving security problems and welfare. From the standpoint of a systemic approach, in the extrapolation of volunteerism to self-organization, integrating a considerable number of scientific sources, it is understood as a social system functioning in a broad context of social, economic, political relations with various social groups of volunteer centers, which are characterized by solidarity, integration of external and internal factors in the use of social, economic, political, cultural resources, with the presence and action of common values, interests, attitudes, patriotism, which forms the corresponding social identity.

**Discussion results.** Modern society, more than ever, needs awareness of the necessity and significance of the volunteer movement. The development of volunteer activities is important both for society as a whole and for the volunteers themselves. Volunteering provides an individual with an understanding of his self-realization and self-improvement, provides an opportunity to gain new knowledge and experience, which is certainly important especially for young people, as well as to feel socially significant and socially useful. And volunteering helps the state effectively solve the tasks facing it and society. Therefore, the development of volunteering contributes to the formation of civil society, serves to increase the role of non-profit and public organizations and helps to solve socially significant problems.

The concept of «civil society» is inextricably linked with the social responsibility of society, since the basis of civil society is social institutions - these are various human rights, women's, volunteer associations and other non-commercial organizations. Therefore, such a phenomenon as volunteering should be considered through the prism of the Concept of Sustainable Development, which took its shape in 2015 at the UN Summit on Sustainable Development in New York, where a global program containing 17 sustainable development goals that the world must achieve was approved by 2030 [31].

So, a volunteering should be consider as the future of global society. The very concept of «volunteer» comes from the French word «volontaire», which originates from the Latin



language, namely from the Latin word «voluntarius», which literally means «volunteer, willing». A volunteer is a person who undertakes to perform a certain task at his own will. The history of volunteering shows that broad sections of the population have always participated in volunteering, regardless of profession, wealth, or level of education. Membership in volunteer movements has no religious, age, race, or gender restrictions.

Volunteering is gaining more and more popularity in the world every year. Kofi Annan, the Secretary General of the United Nations, said about volunteering: «At the heart of volunteering are the ideals of service, solidarity and the belief that together we can make this world a better place. In this sense, we can say that volunteering is the ultimate expression of the main purpose of the UN's existence» [25].

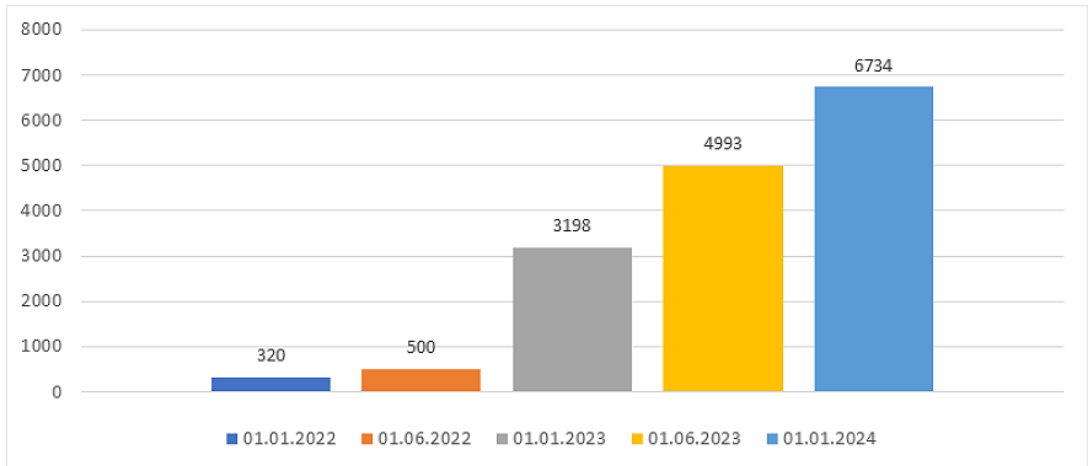
Returning to the thesis that volunteering is the future of global society, it is necessary to dwell on the fact that sustainable development consists of the balanced development of economic, social and environmental components. The main goal of sustainable development is the preservation of humanity. Based on this, volunteering is part of the development of the social component of all sustainable development.

Volunteering, like any activity, can be both organized and unorganized, carried out in a group or independently, in private or public organizations. Unorganized volunteering (spontaneous) can be defined as one-time, episodic assistance to those who are in need. Organized volunteering is mostly defined as a regular activity carried out with the assistance of non-profit public or private institutions. The forms of volunteer activity and directions are diverse. But their consideration is not the subject of this study, since our goal is to consider volunteering through the prism of sustainable development.

The definition of the concept of volunteering is also provided for in Ukrainian legislation. Thus, the Law of Ukraine «On Social Services» states that a volunteer is an individual who voluntarily carries out charitable, non-profit and motivated activities of a socially useful nature [7]. Ukrainian legislation also provides special acts dedicated to volunteering. According to the Law of Ukraine «On Volunteering», volunteering is a voluntary, socially oriented, non-profit activity carried out by volunteers through the provision of volunteer assistance [6]. It is based on the principles of legality, humanity, equality, voluntariness, non-payment, non-profitability.

The full-scale invasion of Russia into Ukraine led to rapid and profound changes in all spheres of social life, the transformation of the labor market and the restructuring of all types of economic activity. At the national level, the social aspect became a top priority: since the beginning of the invasion, 56% of Ukrainians have joined charity funds or organized 315 volunteer initiatives, while in general, a third more people are involved in charity and volunteering today than a year ago – 86% versus 67% (Figure 1, p. 10).

At the same time, despite rather difficult socio-economic realities, domestic business promptly responds to the demands of society, changes the orientations of sustainable development programs, expanding the package of social projects and charitable initiatives. Such cohesion of the Ukrainian community amazes the world, because the rate of spread of charity and volunteerism is extremely high - the index reached 7.8 out of 10, while in 2021 this indicator was only 4.5 [1]. Russian aggression significantly affected the activities of all volunteer and charitable organizations in Ukraine to one degree or another: already existing ones adjusted or radically changed the directions of their work, started additional projects to meet urgent needs. The suddenness, scale and urgency of the needs of the Armed Forces of Ukraine and the population led to the establishment of a number of new social initiatives, some of which have acquired certain organizational forms, while others are still based on personal enthusiasm or association with the closest social circle. Over the past six months, an unprecedented number of Ukrainians got their first experience of volunteering or philanthropy. At the same time, one of the non-obvious but more urgent challenges was the necessity and expediency of informing the general public about volunteering, charity and the implementation of social projects.



**Figure 1 – The number of officially registered volunteers in Ukraine during the war years**

So, volunteering is aimed to build a socially responsible society by providing social services needed by citizens. And the basis of volunteer activity is altruism, selflessness, nobility, openness, humanism, voluntariness, legality, mercy, self-assertion. And all these qualities of both, a specific volunteer and the volunteer movement in general, are clearly manifested against the background of the current situation in Ukraine during a full-scale war. And this can be clearly traced on the example of a specific Ukrainian university - Sumy State University, which builds its educational and scientific activities in accordance with the goals of sustainable development.

Today, the organization of the work of volunteers in state and public organizations is reaching a qualitatively new level. Compared to previous years, the issue of management of volunteer programs is being updated, mechanisms for involving volunteers in various areas of public activity are being worked out. According to the ideas of Sustainable Development, the development of a dynamic concept of education is a priority for the development and functioning of Sumy State University. According to the Agenda for the 21st century, education is recognized as a process by which individuals and societies can reach their full potential, as it is crucial to ensure the formation of values and attitudes, instilling skills and encouraging behavior compatible with sustainable development. Higher education has a special role in this process.

Thus, in accordance with the ideas of sustainable development, one of the components that is implemented precisely in higher educational institutions is the value and cognitive-behavioral promotion of the satisfaction of social, ecological and economic interests of society based on the maximum full disclosure of the creative potential of all participants of the university community: students, scientific and pedagogical staff, service and support staff and management.

Currently, the resilience of Ukrainian universities directly depends on their ability to respond to challenges caused by war and other circumstances. In this regard, the effectiveness of the implementation of strategic elements has a crucial importance, since in their essence they are oriented towards the implementation of a master plan for the implementation of a long-term goal in conditions of uncertainty and change.

Therefore, the management policy in the field of finance, infrastructural development and resource provision at Sumy State University was aimed at determining the areas on which volunteer activity critically depended. Richard Rumelt, one of the leading theorists of strategic management, notes that management policies should be thoroughly planned and well organized, as well as have clear goals and metrics of success [28]. For volunteering, this means that management policies should include elements such as:

- clear definition of the goal and tasks of the volunteer organization, as well as a detailed action plan for achieving these goals;
- resource management, including financial and human resources, to ensure the effective operation of the volunteer organization;
- establishing success metrics to measure the achievement of goals and evaluate the effectiveness of volunteering;
- coordination of volunteers' actions and provision of reporting on their work;
- development of a culture of volunteerism, which contributes to the attraction of new volunteers and the preservation of existing ones.

Since the beginning of the active phase of the war (February 24, 2022), Sumy State University has taken measures to organize the volunteer movement, which had a positive effect on the stability of the organization in a critical period. Therefore, it is considered appropriate to provide a scientific description of this experience of academic management in order to improve it and spread it among other educational institutions.

The organization of the volunteer movement at Sumy State University during the escalation of the war was the implementation of the second element of the «core strategy» (Richard Rumelt) – «management policy», that is, a conceptual method aimed at solving the problem (The problem of the military threat was «diagnosed» in the section «2.4 T (threats) – threats of the «Strategic Development Plan of Sumy State University for 2020-2026». In terms of «management policy», this problem was solved, by the method of organizing the volunteer movement. This activity fully coincides with the goals of sustainable development, namely, according to the Goal #3 «Ensure healthy lifestyles and promote well-being for all at all ages» and Goal #4 «Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning for all».

In order to implement such a policy during the active phase of the war, the principles of the «Strategic Development Plan of Sumy State University for 2020-2026» were implemented in terms of socially oriented activities, student personality formation, and extracurricular services. The implementation of the organizational principles of the main strategic document was the main factor supporting the functioning of the organization in military circumstances. The principle of mobilizing internal potential had an integrative value in such circumstances, as it provided opportunities to act independently of external factors, to plan work within the team (in particular, volunteer work), using established internal business communications and available financial resources [9].

Analyzing the strategic development plan of Sumy State University for 2020-2026, it should be noted that the principle of strategic management regarding the formation of students' personalities at the level of the highest universal values as patriots of their country, who combine expertise with stable civic and democratic positions, was laid as the basis of the management policy of volunteering, are creative thinking individuals and bearers of high culture [9]. Thus, the implementation of this principle was achieved with the help of volunteer activity during the active phase of the war, namely social and cultural and artistic factors.

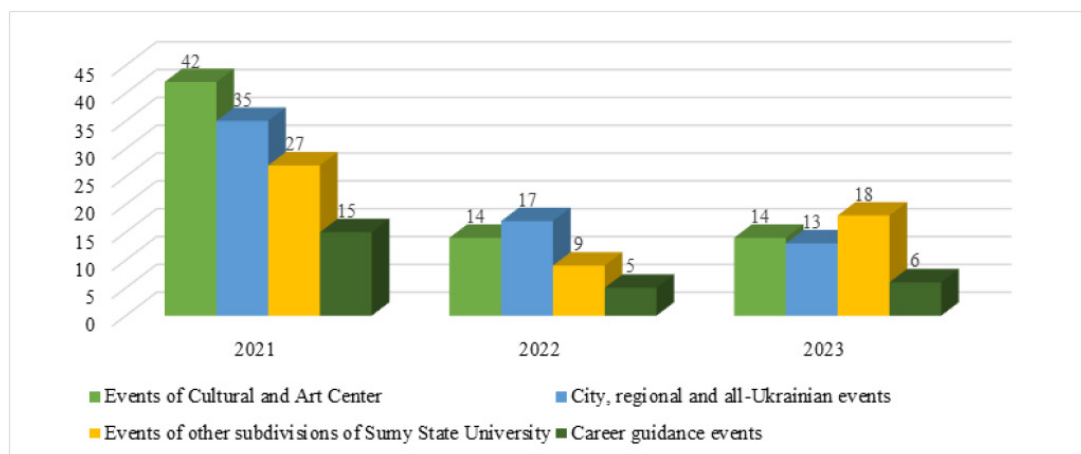
In order to analyze the «management policy» of volunteering, the results achieved by Sumy State University according to each of the specified factors should be considered. The social policy of the university is carried out through the infrastructural support of numerous events at the regional and local levels. Thus, the participants of the Department of Social Work and the Department of Extracurricular Work of Sumy State University implemented the following measures: participation in blood donation at the «Biopharma Plasma Sumy» donor center; implementation of the idea of national-patriotic education of youth (in particular, materials were prepared for the development of the university-wide Action Plan for the implementation of the Concept of National-patriotic Education of Children and Youth for 2023-2026); organization of meals for the defenders of the city, provision of food products and delivery of drinking water to places of residence and storage [4, p. 15–19].

It is also worth noting that with the aim of social support and adaptation of the population, providing specialized psychological and therapeutic assistance to combatants, members of their families and other representatives of vulnerable categories of the population regarding their rehabilitation, specialists of the Psychological Service of Sumy State University conducted thematic trainings in Ukrainian and English topics, namely: «How to support your mental health», «Psychological first aid during crisis events», «Ways to overcome panic states», «Time management: features of planning and distribution of time in difficult life conditions», etc. In addition, they were distributed through the website of the psychological service, the Telegram channel, and in Instagram account, Facebook, YouTube and electronic bulletin boards, reminders, announcements and recommendations with the aim of maximally informing the participants of the educational process about psychological support services and current events.

It should be noted that the martial law had a significant impact on the «management policy» of Sumy State University, and in particular on the theme of volunteer activities. Despite the difficulties, during 2022 the Volunteer Squad of Sumy State University (in particular, volunteers of the «Vira» Medical Institute, volunteers of the Konotop Institute, volunteers of the Shostka Institute) took part in 38 events, such as: weaving camouflage nets and «kikimors» for Ukrainian defenders; organized the campaign «Warm a hero in winter», during which participants collected materials for making trench candles; organized a campaign aimed at helping graduates of Sumy State University defending the Motherland in the ranks of the Armed Forces (collecting funds for batteries for multi-channel fast charging units and a set of uninterrupted GSM communication); held a series of charity cyber tournaments; held the «Diplomas of Memory» event, which was designed to honor the memory of students who could not receive diplomas of education, but died during hostilities; launched two video projects: «Youth Burned by War», the purpose of which was to highlight the problems of wartime through the author's poetry and «Unbreakable Poetry» – video recordings of poems by Ukrainian authors about the war, pain and suffering of the people; went to residential institutions of the city and region, boarding houses for the elderly, etc.

The cultural and artistic factor of the management policy of volunteering in Sumy State University was traced, in particular, in the increase in the number of higher education graduates who successfully participated in all-Ukrainian and international cultural and artistic competitions. So, about 2.5 thousand students are engaged in almost 70 groups, clubs, creative studios of the Cultural and Art Center; six creative collectives have the title «People's amateur collective of trade unions of Ukraine»; annually, about 200 students receive the title of laureates of competitions and festivals at the international, all-Ukrainian and regional levels. In 2022, the number of laureates of art competitions and festivals among students will be 154 (while 226 in 2021), both in collective and solo nominations. In addition, the collectives of the Cultural and Art Center of Sumy State University participated in the city's charity events, such as the concert «Born Free» for the Independence Day of Ukraine, «We Believe. We know. We inspire», the city action «Sumy is free, Sumy residents are unconquered», etc.

It should be noted that in 2022-2023, the employees of Cultural and Art Center, and students participating in the creative collectives of Sumy State University organized significantly fewer events of various levels than before the active Russian military aggression. In particular, during 2022, 14 local level events were held; city, regional and all-Ukrainian levels – 17; activities of other units of Sumy State University – 9 (Figure 2). However, it is important to understand that the very fact of implementing the principle of the formation of universal human values, defined by the Strategic Development Plan of Sumy State University, in military circumstances confirms the effectiveness of the «management policy» of volunteering of Sumy State University.



*Figure 2 – The level of organization of Sumy State University events*

So, the volunteer activity of Sumy State University in the conditions of Russian military aggression had a specific focus and not only teachers and students, but also teachers and employees joined it. This was facilitated by their stay on the annual leave with payment of funds at the expense of a special university fund. Having an active civic position, the heads of structural divisions of the university motivated the staff to join volunteer activities. The total number of volunteers among students who performed these duties on a permanent basis, and who are part of the volunteer unit of the university and the volunteer unit «Vira» is almost 270 people. (in 2022 – 200 people), including foreign students (Table 1). In addition, during the year, students who performed volunteer work at their place of residence joined the activities of volunteers.

It is also important to note that in October 2022, based on the results of an independent external audit conducted by analyzing performance indicators in accordance with the QS Stars methodology, Sumy State University was identified as a four-star higher education institution. Subordinate services in the field of volunteering also contributed to the highest ratings (5 stars). In the section «services on the campus», the catering complex received 4 out of 4 possible points, in the section «provision of dormitories» – 20 out of 20 points, in the section «student club forms of work» – 7 out of 10 possible points. The university is also highly rated (4 stars) in the part of the cultural and artistic vector, namely «support for the realization of the creative potential of the winners» and «awards and honors in art competitions» are rated 10 out of 10 points and 7 out of 10, respectively, which is a great merit of the employees of cultural – art center, which are constantly working in this direction.

*Table 1 – The rate of student participation in extracurricular (volunteer) activities in 2023 is 48% (2022 – 42%)*

| 2022 year         |      |      |                   |      |                  |       |                 |                   |          |
|-------------------|------|------|-------------------|------|------------------|-------|-----------------|-------------------|----------|
| Institute/faculty | EIT  | FPSC | Medical Institute | BiEM | Institute of Law | TeSET | Konotop College | Shostka Institute | In total |
| Coverage rate     | 31,3 | 54,3 | 33,3              | 65,4 | 73,6             | 25,9  | 72,4            | 54,6              | 42       |
| 2023 year         |      |      |                   |      |                  |       |                 |                   |          |
| Institute/faculty | EIT  | FPSC | Medical Institute | BiEM | Institute of Law | TeSET | Konotop College | Shostka Institute | In total |
| Coverage rate     | 22,5 | 81,6 | 51                | 66,3 | 72,1             | 33,8  | –               | 34,3              | 48       |



It is also worth noting the activity of the Media Center of Sumy State University. From the first days of the war, specialists actively maintained university pages in all social networks, this was necessary to inform students and teachers, support their emotional state and general coordination. Work was carried out to inform foreign partners about the real state of affairs in Ukraine, about the actions of the aggressor and the situation in Sumy.

The University Clinic of Sumy State University didn't stay away of volunteer activities. During the martial law, medical workers of the university clinic provided consultative and urgent assistance to employees and students, residents of the city, completed individual first-aid kits for territorial defense fighters, and carried out medical and physical rehabilitation of combatants [10, p. 31].

From February 6, 2023 to February 8, 2023, on the basis of the Regional Education and Training Center for the Training of Non-Medical Workers and with the assistance of the Center for the Development of Personnel Potential, the training program «Pre-medical assistance to victims in wartime conditions» was implemented. Scientific and pedagogical workers of Sumy State University took part in the program.

Therefore, analyzing the socially oriented activity of Sumy State University, it can be emphasized that management policy is implemented both in the intra-university environment and has a general social orientation. The social face of the university is provided by systematic, purposeful activities related to the implementation of socially oriented policies in many areas, and directly by volunteer activities. The created volunteer unit and the acquired volunteer movement actively manifested itself during the full-scale war.

The volunteer activity presented above was carried out during 2022, from the beginning of a full-scale war, in a situation of no expectation, misunderstanding, confusion. Despite this, the volunteers did their job, were socially responsible, and further developed civil society and implemented the goals of sustainable development, starting with life safety, supporting those in need, and preserving culture and ecology.

However, volunteer activity both in Ukraine as a whole and directly at Sumy State University, which in 2022 was oriented to the requirements of the war, continued in 2023. The above-mentioned university, relying on the Strategy, that is, on the management policy (according to Rumpelt), continued volunteering as an institutional body, and also promoted individual volunteering.

So, despite the difficulties caused by the war, about 80 student initiatives were implemented in 2023 (42 in 2022). Volunteers actively participated in various actions, as well as independently organized interesting events and expanded partnership relations with volunteer communities of the city [5].

The main activity was aimed at supporting the Armed Forces of Ukraine and helping to restore the damaged infrastructure of the city and region. Volunteers regularly visited the public organizations «We are here!», «SBB-Til» and the volunteer community «Our Outpost – Sumy». During the nine months of the current year, volunteers joined these public organizations 64 times, sometimes working in two shifts.

In addition, university has a friendly relations with Tetyana Yagodina's charity fund «We believe – everything will be fine», where «trench» candles are made for the Army. In March and April, volunteers joined the Sumy construction battalion «Dobrobat», which dismantled rubble in the cities of Trostyanets and Okhlyrka. In June, university participated in a charity event initiated by Charitable Foundation «Onuki» with the support of Nova Poshta to collect food, clothing and medicine for people from flooded areas of the Zaporizhzhia region. Also, in June, university joined the initiative of the Dobrobat Association to clear rubble and clear houses that were affected by the Russian attack on the city of Sumy, as part of the support of the «Cover to the enemy!» campaign. From Charitable Foundation «Oves», it was collected almost 10 kg of plastic lids, which will later be recycled, and the proceeds will be used to purchase drones.



During the year, they continued to cooperate with the Sumy Society for the Protection of Animals, where, starting in February, they regularly helped to clear the territory of the shelter from snow, walk with dogs and play with them. In April, they participated in the «Shelter Friend» city festival, the goal of which was to find families for homeless animals. Assisted in arranging the territory and places for keeping homeless animals from the flooded regions of Zaporizhzhya region. Continued cooperation with the public organization «True Friend», where students helped in conducting charity events to collect funds to help animals affected by the war.

The volunteers also carried out a number of environmental activities: they cleaned the area near hostels #2 and #3, joined the «Ecocross-2023» organized by the Sumy Promotion Agency, together with the Youth Policy Department of the Sumy City Council held the campaign «Clean is also a victory!» on cleaning the banks of the Sumka River, responded to the proposal of SUMYLIKE TG and set out to improve the banks of Lake Chekha, in April they joined the eco-run, master class and workshop «EKO habits» from the youth department of the Sumy City Council [5].

Help was also provided to the Sumy specialized children's home, with which student volunteers have been cooperating for many years, to clean up the area from fallen autumn leaves. Before the International Day of the Volunteer, the students held the campaign «We are all volunteers!», during which they congratulated colleagues from the public organization and Charitable Foundation with whom they cooperate, and then continued it on Kharkivska Street, where they greeted passers-by, because in these troubled times we are all volunteers in one way or another. In 2023, volunteers of Sumy State University fruitfully cooperated with the student directorate and the student directorate of the Medical Institute of Sumy State University. Several joint actions were held: funds were collected for the needs of the Armed Forces of Ukraine, for the purchase of soft equipment for children raised in Sumy's specialized children's home, etc.

Activists of the volunteer detachment of Sumy State University find time not only for good deals, but also for self-development. From March 11 to 19, about 70 volunteers completed the online course of the Ukrainian Volunteer Service «Save, don't risk» on the EdEra platform, for which they have the appropriate certificates. From April 12 to May 2, they took part in the marathon of good deals «Dobrodvzh: Turn on Spring» from the Ukrainian Leadership Academy, where participants performed certain tasks aimed at both self-development and improvement of the surrounding environment. Five of our participants were among the winners and received shopper prizes with a secret filling. In October, all willing volunteers attended trainings on first aid and shooting, organized by Serhiy Prytula's Charitable Foundation with the support of the Civilian Preparedness Center. Also in October, 6 volunteers received certificates for completed offline training from the Ukrainian Volunteer Service on safe volunteering. In November-December of this year, 68 volunteers completed the online course «Fundamentals of Project Management» from the Charitable Foundation «Ukrainian Educational Platform», for which they also have certificates. The coordinator of the volunteer movement of the university, Surgan Andriy, as part of the «Yellow-hearted» project, completed three educational trainings on the basics of creating and implementing projects, communication and fundraising, and became co-organizers of the School of Volunteering. They have relevant certificates. Andriy also conducted a training on the basics of volunteering for all interested parties, which was attended by 76 first-year students. Surgan Andriy was awarded a diploma of the Sumy City Military Administration for his active public position and implementation of volunteer initiatives.

The project «Quest: Above the Glass Ceiling» dedicated to the topic of female leadership in the modern world was created and implemented by the efforts of volunteer students of the Academic and Research Institute of Business, Economics and Management of the Sumy State University. Two female volunteers have applied for participation in the Global UGRAD 2024-2025 student exchange program, where the girls are going to continue their volunteer activities.

In October, the Ukrainian weekly magazine «NovaGazeta» for the Ukrainian diaspora in New York, published an article by Raisa Stoyan about the activities of the university's volunteer unit during the war in Ukraine. This weekly magazine is distributed in 60 locations in New York, as well as in 10 states of America and in Canada (information about distribution locations from their official website) [5, p. 15–17].

So, this study showed that volunteering is the most powerful mechanism that exists within civil society and is capable of taking the initiative at any time, especially in a crisis situation. Active volunteering develops the necessary life skills and professional experience in young people, the ability to interest and organize other volunteers, learn to interact with other people and organizations, and find support from partners and sponsors. And young people expand their vision, develop their intellectual level, realize the possibility of realizing their creative plans and leadership potential.

**Conclusions.** Thus, it can be noted that the existing aspects in the definition and understanding of volunteering as a certain phenomenon reflect the levels of manifestation at which the function of assistance as a way of constructing a social environment is carried out in a certain, specific way, which allows to substantiate the view of volunteering as a complex heterogeneous social phenomenon, which manifests itself in the form of specific social activity.

1. Thanks to the Strategic Development Plan of Sumy State University, which clearly states the development of flexible strategies regarding readiness for changes and the ability to adapt to new conditions. This made it possible to implement practical volunteer activities in difficult military conditions. The implementation of the organizational principles of the main strategic document was the main factor supporting the functioning of the organization in military circumstances. The principle of mobilizing internal potential had an integrative value in such circumstances, as it provided opportunities to act independently of external factors, to plan volunteer work within the team, using established internal business communications and available financial resources.

2. Successful volunteer activity was based, in accordance with the management strategy, on the effective use of available resources, such as finances, human resources, technologies and brands, which made it possible to immediately start the volunteer project «Sumsky Canal» in the direction of organizing the volunteer movement in the media space, implementing the idea national-patriotic education of youth, organization of meals for the defenders of the city, provision of food products and delivery of drinking water to places of residence and storage, etc.

3. Thanks to the Strategic Plan of Sumy State University, which was developed in accordance with the basic principles of management policy and in accordance with the goals of sustainable development, mechanisms for coordinating the actions of various units and teams were quickly developed and connections were established that ensured interaction between different levels and structures as in the educational institution, as well as in the city.

1. Благодійність у час війни. URL: <https://zagoriy.foundation/wp-content/uploads/2022/08/doslidzhennya-2022-1.pdf>. (дата звернення: 08.09.2024).

2. Горєлов Д. М., Корнієвський О. А. Волонтерський рух: світовий досвід та українські громадянські практики : аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2015. 36 с.

3. Зверєва І. Д. Підготовка волонтерів та їх роль у реалізації соціальних проєктів : метод. посіб. / за ред. І. Зверєвої, Г. Лактіонової. Київ : Науковий світ, 2001. 49 с.

4. Король О. Звіт проректора з науково-педагогічної роботи та організації позанавчальної діяльності за 2022 рік. URL: [https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022\\_social.pdf](https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022_social.pdf). (дата звернення: 09.09.2024).

5. Король О. Звіт проректора з науково-педагогічної роботи та організації позанавчальної діяльності за 2023 рік. URL: [https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2023\\_social.pdf](https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2023_social.pdf). (дата звернення: 09.09.2024).

6. Про волонтерську діяльність : Закон України від 19.04. 2011 р. № 3236-VI. Дата оновлення: 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3236-17#Text>. (дата звернення: 09.09.2024).

7. Про соціальні послуги : Закон України від 19.06.2003 р. № 966-IV. Дата оновлення: 20.09.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-15#Text>. (дата звернення: 09.09.2024).
8. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30.09.2019 р. № 722/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>. (дата звернення: 09.09.2024).
9. Стратегічний план розвитку Сумського державного університету на 2020-2026 роки / уклад. Сумський державний університет. Суми : Сумський державний університет, 2019. 92 с. URL: <https://normative.sumdu.edu.ua/?task=getfile&tmpl=component&id=52fedeb8-8e42-ea11-b021-001a4be6d04a&kind=1> (дата звернення: 09.09.2024).
10. Фізична культура і спорт, медичне обслуговування та оздоровча робота в Сумському державному університеті / уклад. Сумський державний університет. Суми : Сумський державний університет, 2022. 53 с. URL: [https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022\\_sport.pdf](https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022_sport.pdf) (дата звернення: 09.09.2024).
11. Юрченко І. В. Інституціоналізація волонтерського руху в Україні : дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.03 / Інститут соціології Національної академії наук України. Київ, 2009. 219 с.
12. Alias A., Ariffin K., Noor N. A. M. Volunteerism among the Academics: The Questions of Motivation and Constraints. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2021. № 11(1). С. 675–689. DOI: <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i1/7846>.
13. Anderson P., Green P. Beyond CV building: The communal benefits of student volunteering. *Voluntary Sector Review*. 2012. № 3(2). С. 247–256. DOI: <https://doi.org/10.1332/204080512X649388>.
14. Bartal A. M. Assessing the first National Voluntary Strategy (2012-2020) – Achievements and shortcomings. *Önkéntes Szemle*. 2021. № 1(1). С. 3–20. DOI: <https://doi.org/10.53585/OnkSzem.2021.1.3-20>.
15. Bartlett A. Reflections on Sustainability, Population Growth and the Environment. *Renewable Resources Journal*. 1998. № 15(4). С. 6–23.
16. Bocsi V., Fényes H., Markos V. Motives of volunteering and values of work among higher education students. *Citizenship Social and Economics Education*. 2017. № 16 (2). С. 117–131. DOI: <https://doi.org/10.1177/2047173417717061>.
17. Činčalová S., Černá M. Volunteering of Czech College Students – Experience and Motivation. *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science*. 2021. № 14 (2). С. 79–88. DOI: <http://dx.doi.org/10.7160/eriesj.2021.140202>.
18. Daly H. E. *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*. Boston : Beacon Press, 1996. 158 с.
19. Fényes H. Effect of religiosity on volunteering and on the types of volunteering among higher education students in a cross-border central-Eastern European region. *Acta Universitatis Sapientiae Social Analyses*. 2015. № 5(2). С. 181–203.
20. Fényes H., Markos V., Mohacsi M. Volunteering Among Higher Education Students as Part of Individual Career Management. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*. 2021. № 12 (2). С. 3–22. DOI: <https://doi.org/10.14267/CJSSP.2021.2.1>.
21. Fényes H., Pusztai G. Volunteering among Higher Education Students. Focusing on the Micro-level Factors. *Journal of Social Research and Policy*. 2012. № 3(1). С. 73–95.
22. Handy F., Snaan R., Hustinx L. A cross-cultural examination of student volunteering: Is it all about résumé building? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2010. № 3. С. 498–523.
23. Hart D., Donnelly T., Youniss J., Atkins R. High School Community Service as a Predictor of Adult Voting and Volunteering. *American Educational Research Journal*. 2007. № 44 (1). С. 197–219. DOI: <https://doi.org/10.3102/000283120629817>.
24. Holdsworth C. Why volunteer? Understanding motivations for student volunteering. *British Journal of Education Studies*. 2010. № 58 (4). С. 421–437.
25. Kofi A. *International Year Of Volunteers 2001. Olympic Review: Official Publication Of The Olympic Movement*. 2021. № XXVII-36. С. 13–14.
26. McKeever B. *The Nonprofit Sector in Brief 2015: Public Charities, Giving, and Volunteering*. URL: <https://pict76.unitinal.com/media/b8319fd8791034bc.pdf>. (дата звернення: 09.09.2024).
27. Resch K., Knapp M., Schrittmesser I. How do universities recognise student volunteering? A symbolic interactionist perspective on the recognition of student engagement in higher education. *European Journal of Higher Education*. 2021. № 12 (2). С. 194–210. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568235.2021.1919170>

28. Rumelt R. P. *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. New York : Random House LLC, 2011. 336 с.
29. Szluz B. Wolontariat studentów – współczesne wyzwania. *Studia Socialia Cracoviensia*. 2012. № 4 (1). С. 163–181. DOI: <https://doi.org/10.15633/ssc.397>.
30. The Universal Declaration on Volunteering. URL: <https://www.iave.org/the-universal-declaration-on-volunteering/>. (дата звернення: 09.09.2024).
31. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/peretvorennya-nashoho-svitu-poryadok-dennyu-u-sferi-staloho-rozvytku-do-2030-roku> (дата звернення: 08.09.2024).
1. Zagoriy Foundation (2022), «Charity in times of war», available at: <https://zagoriy.foundation/wp-content/uploads/2022/08/doslidzhennya-2022-1.pdf>. (accessed 08 September 2024).
2. Gorelov, D. M., & Kornievskiy, O. A. (2015), Volunteer movement: world experience and Ukrainian civil practices: analytical report, NISS, Kyiv, 36 p.
3. Zvereyva, I. D. (2001), Training of volunteers and their role in the implementation of social projects, *Naukovyj svit*, Kyiv, 49 p.
4. Korol, O. (2022), «Report of the vice-rector on scientific and pedagogical work and the organization of extracurricular activities for 2022», available at: [https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022\\_social.pdf](https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022_social.pdf) (accessed 09 September 2024).
5. Korol, O. (2023), «Report of the vice-rector on scientific and pedagogical work and the organization of extracurricular activities for 2023», available at: [https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2023\\_social.pdf](https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2023_social.pdf) (accessed 09 September 2024).
6. Law of Ukraine (2011), On volunteering, 19 April 2011, Ukraine, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3236-17#Text> (accessed 09 September 2024).
7. Law of Ukraine (2003), On social services, 19 June 2003, Ukraine, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-15#Text> (accessed 09 September 2024).
8. Decree of the President of Ukraine (2019), On the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period until 2030, 30 September 2019, Ukraine, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (accessed 09 September 2024).
9. Sumy State University (2019), «Strategic development plan of Sumy State University for 2020-2026», available at: <https://normative.sumdu.edu.ua/?task=getfile&tmpl=component&mp;id=52fedeb8-8e42-ea11-b021-001a4be6d04a&kind=1> (accessed 09 September 2024).
10. Sumy State University (2022), «Physical culture and sports, medical care and health work at Sumy State University: Report on the results of work in 2022 and main tasks for 2023», available at: [https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022\\_sport.pdf](https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2022_sport.pdf) (accessed 09 September 2024).
11. Yurchenko, I. V. (2009), Institutionalization of the volunteer movement in Ukraine, PhD diss. (sociol. sci.), Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, 219 p.
12. Alias, A., Ariffin, K., & Noor, N. A. M. (2021), «Volunteerism among the Academics: The Questions of Motivation and Constraints», *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, no. 11(1), pp. 675–689.
13. Anderson, P., & Green, P. (2012), «Beyond CV building: The communal benefits of student volunteering», *Voluntary Sector Review*, no. 3(2), pp. 247–256.
14. Bartal, A. M. (2021), «Assessing the first National Voluntary Strategy (2012-2020) – Achievements and shortcomings», *Önkéntes Szemle*, no. 1(1), pp. 3–20.
15. Bartlett, A. (1998), «Reflections on Sustainability, Population Growth and the Environment», *Renewable Resources Journal*, no. 15(4), pp. 6–23.
16. Bócsi, V., Fényes, H., & Markos, V. (2017), «Motives of volunteering and values of work among higher education students», *Citizenship Social and Economics Education*, no. 16 (2), pp. 117–131.
17. Činčalová, S., & Černá, M. (2021), «Volunteering of Czech College Students – Experience and Motivation», *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science*, no. 14 (2), pp. 79–88.
18. Daly, H. E. (1996), *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*, Beacon Press, Boston, 158 p.
19. Fényes, H. (2015), «Effect of religiosity on volunteering and on the types of volunteering among higher education students in a cross-border central-Eastern European region», *Acta Universitatis Sapientiae Social Analyses*, no. 5(2), pp. 181–203.
20. Fényes, H., Markos, V., & Mohácsi, M. (2021), «Volunteering Among Higher Education Students as Part of Individual Career Management», *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, no. 12 (2), pp. 3–22.

21. Fényes, H., & Pusztai, G. (2012), «Volunteering among Higher Education Students. Focusing on the Micro-level Factors», *Journal of Social Research and Policy*, no. 3 (1), pp. 73–95.
22. Handy, F., Cnaan, R., & Hustinx, L. (2010), «A cross-cultural examination of student volunteering: Is it all about résumé building?», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, no. 3, pp. 498–523.
23. Hart, D., Donnelly, T., Youniss, J., & Atkins, R. (2007), «High School Community Service as a Predictor of Adult Voting and Volunteering», *American Educational Research Journal*, no. 44 (1), pp. 197–219.
24. Holdsworth, C. (2010), «Why volunteer? Understanding motivations for student volunteering», *British Journal of Education Studies*, no. 58 (4), pp. 421–437.
25. Kofi, A. (2021), «International Year Of Volunteers 2001», *Olympic Review : Official Publication Of The Olympic Movement*, no. XXVII-36, pp. 13–14.
26. McKeever, B. (2015), «The Nonprofit Sector in Brief 2015: Public Charities, Giving, and Volunteering», available at: <https://pict76.unitinal.com/media/b8319fd8791034bc.pdf> (accessed 09 September 2024).
27. Resch, K., Knapp, M., & Schrittmesser, I. (2021), «How do universities recognise student volunteering? A symbolic interactionist perspective on the recognition of student engagement in higher education», *European Journal of Higher Education*, no. 12 (2), pp. 194–210.
28. Rumelt, R. P. (2011), *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*, Random House LLC, New York, 336 p.
29. Szluz, B. (2012), «Wolontariat studentów – współczesne wyzwania», *Studia Socialia Cracoviensia*, no. 4 (1), pp. 163–181.
30. The Universal Declaration on Volunteering, available at: <https://www.iave.org/the-universal-declaration-on-volunteering/> (accessed 09 September 2024).
31. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, available at: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/peretvorennya-nashoho-svitu-poryadok-dennyu-u-sferi-staloho-rozvytku-do-2030-roku> (accessed 09 September 2024).

УДК 371.315

## **ВОЛОНТЕРСТВО ЯК ЧИННИК РЕАЛІЗАЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В СУМСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ**

**Бойко Ольга**, д-р філософ. наук, проф., e-mail: boykoolga0204@ukr.net,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-8484-6625>;

**Зякун Алла**, канд. істор. наук, доцент, email: ziakun18@gmail.com,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-8258-1678>;

**Повалій Тетяна**, канд. пед. наук, доцент, email: tatianapovaliy@gmail.com,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-5821-9775>;

**Котенко Олександр**, канд. економ. наук, доцент, email: o.kotenko@macro.sumdu.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-1865-5422>

**Сірик Олександр**, аспірант, email: allxx2002@gmail.com,

ORCID – <https://orcid.org/0009-0002-0048-7579>.

Сумський державний університет, Суми, Україна.

**Вступ.** На сучасному етапі, в умовах повномасштабної війни в Україні, ситуація характеризується соціально-економічною нестабільністю, зниженням рівня життя, появою нових специфічних категорій населення, зокрема ветеранів, інвалідів, їх сімей. За таких умов зростає потреба у фахівцях, які можуть надати добровільну допомогу людям старшого віку, молоді, дітям, особам із інвалідністю та які опинилися в складних життєвих обставинах. Враховуючи вищезазначену ситуацію виникає потреба в обґрунтуванні волонтерського руху як інструменту розбудови суспільства сталого розвитку, що здатний захистити різні верстви населення від наслідків війни.



**Мета дослідження.** Метою дослідження є аналіз ролі волонтерства в кризових ситуаціях, а саме, під час повномасштабної війни в Україні, у вищому навчальному закладі Сумський державний університет (Україна), а також характеристика практик організації волонтерського руху в Сумському державному університеті.

**Методологія.** У процесі дослідження використовувалися філософські, соціологічні, культурологічні та загальнонаукові методи, зокрема аналіз і синтез для вивчення сучасних теоретичних концепцій та наукових розробок щодо розуміння поняття «волонтерство». Також використовувалися аналітичний, емпіричні, порівняльний методи. Окрім того, використовувалися такі підходи як діяльнісний та системний.

**Результати.** Результати проведеного дослідження дозволяють визначити важливість такого механізму як волонтерська діяльність, що існує в межах громадянського суспільства і здатен у будь-який час брати на себе ініціативу, а активна волонтерська діяльність розвиває у молоді необхідні життєві навички і професійний досвід.

**Висновки.** Окреслено значення Стратегічного плану розвитку Сумського державного університету, що надав можливість реалізувати практичні волонтерські заходи в складних умовах. Впровадження організаційних принципів було головним фактором підтримки функціонування організації у військових обставинах. Інтегративне значення мав принцип мобілізації внутрішнього потенціалу, оскільки він надавав можливості діяти незалежно від зовнішніх факторів, планувати волонтерську роботу всередині колективу, використовуючи усталені внутрішні ділові комунікації та наявний фінансовий ресурс.

**Ключові слова:** волонтерство, сталий розвиток, освіта, заклад вищої освіти, Сумський державний університет.

Стаття надійшла до редакції 04.10.2024 р.

Рекомендовано до видання 07.11.2024 р.



УДК 007:070.1:316.776.23

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

**МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА Олена,**

канд. наук із соц. комунік., e-mail: melo5@ukr.net;

**КОЖАРІНА Валерія,**

здобувач другого (магістерського) рівня в, e-mail: lerakozharinao707@gmail.com.

Національний авіаційний університет, Київ, Україна.

**Вступ.** Інформаційна гігієна стала критично важливою в умовах російсько-української війни. Стрімкий розвиток інформаційних технологій та методів ведення інформаційної війни зумовив необхідність адаптації стратегій захисту від дезінформації та маніпулятивного контенту.

**Актуальність та мета.** Актуальність дослідження полягає в необхідності розуміння та вдосконалення методів захисту від інформаційних загроз в умовах триваючої війни. З огляду на інтенсивність кібератак та використання новітніх технологій для створення та поширення дезінформації, дослідження трансформації інформаційної гігієни є важливим. Захист особистих даних, постійне вдосконалення медіаграмотності, навички обирати якісні медіа є актуальним питанням для української аудиторії. Мета дослідження – визначити зміни інструментарію інформаційної гігієни в Україні з початку повномасштабного вторгнення, а також особливості комплексу заходів протидії дезінформації та деструктивним наративам у контексті російсько-української війни. Особлива увага приділяється вивченню адаптивних механізмів протидії дезінформації та деструктивним наративам в умовах російсько-української війни. Це дослідження спрямоване на виявлення нових стратегій та інструментів, що дозволяють ефективно захищати інформаційний простір країни в умовах інтенсивного протистояння.

**Методи дослідження.** Використано аналіз наукової літератури, порівняння даних медіаграмотності, case study ініціатив із медіаосвіти та експертної оцінки.

**Результати.** Проаналізовано еволюцію онлайн-курсів із медіаграмотності, які адаптувалися до нових викликів інформаційної війни. Розглянуто нові методи фактчекінгу та протидії дезінформації, створеної за допомогою ШІ. Досліджено концепцію інфодетоксу як метод адаптації інформаційної гігієни.

**Висновки.** Інформаційна гігієна в Україні зазнала суттєвої трансформації, адаптуючись до викликів війни. Підвищення рівня медіаграмотності, розвиток спеціалізованих освітніх програм та вдосконалення методів фактчекінгу сприяють формуванню стійкості суспільства до інформаційних загроз. Важливим аспектом залишаються постійна зміни методів інформаційної гігієни до нових технологічних викликів, зокрема використання ШІ в створенні дезінформації.

**Ключові слова:** інформаційна гігієна, інформаційна війна, медіаграмотність, критичне мислення, фактчекінг.

**Вступ.** В умовах масштабної дезінформації, пропаганди та ворожих інформаційних атак захист населення від шкідливих впливів набув критичного значення для національної безпеки держави та ефективного функціонування її інституцій. Гігієна спо-

живання контенту як комплекс захисних заходів зазнала значної трансформації під впливом російсько-української війни. Традиційний інструментарій протидії інформаційній агресії не відповідає сучасним загрозам, тому необхідно розробляти та впроваджувати нові адаптивні підходи до захисту населення в медіапросторі.

*Мета дослідження* – визначити зміни інструментарію інформаційної гігієни в Україні з початку повномасштабного вторгнення, а також особливості комплексу заходів протидії дезінформації та деструктивним наративам в контексті російсько-української війни. Для реалізації мети поставлено такі *завдання*: проаналізувати сучасний інструментарій інформаційної гігієни в Україні з початку повномасштабного вторгнення; визначити основні виклики в інформаційному просторі України під час війни; дослідити нові методи та інструменти протидії дезінформації, що з'явилися або набули поширення в умовах війни.

Дослідженням інструментів протидії дезінформації та інформаційної гігієни займалися Д. Гуцуляк [5], О. Король, О. Корнус, А. Корнус та ін. [13], С. Петренко та М. Назаренко [20], Н. Шуляк [25], О. Мороз [16].

*Новизна дослідження* полягає в комплексному аналізі інструментарію інформаційної гігієни в Україні з урахуванням найсучасніших викликів, включаючи використання штучного інтелекту (ШІ) для створення дезінформації. Проаналізовано специфіку нових освітніх ініціатив, розглянуто підходи до інфодетоксу та адаптації фактчекінгових інструментів до сучасних умов інформаційної війни.

*Об'єктом дослідження* є інформаційна гігієна в умовах російсько-української війни. *Предмет* – інструментарій інформаційної гігієни в контексті інформаційного протистояння між Україною та Росією.

**Методи дослідження.** Метод аналізу наукової літератури дозволив систематизувати теоретичні засади інформаційної гігієни та виявити ключові аспекти її трансформації в умовах війни. Порівняльний метод використано для зіставлення даних щодо рівня медіаграмотності населення та інструментарію інформаційної гігієни у різні роки, що дало змогу простежити динаміку змін та виявити тенденції розвитку. Метод case study застосовано при детальному розгляді конкретних ініціатив та онлайн-курсів із медіаграмотності, що дозволило оцінити їх ефективність та вплив на формування інформаційної культури суспільства. Метод експертної оцінки застосовано шляхом аналізу думки фахівця у галузі фактчекінгу (О. Юркової), що дозволило отримати глибше розуміння проблематики та перспектив розвитку інформаційної гігієни в Україні.

**Результати й обговорення.** В умовах російсько-української війни інформаційна гігієна набула особливого значення та зазнала трансформації. Стрімкий розвиток технологій і методів ведення інформаційної війни зумовив необхідність адаптації стратегій захисту від дезінформації та маніпуляцій. Українське суспільство зіткнулося з безперервним потоком пропагандистських наративів, що вимагало випрацювання нових підходів до верифікації інформації та стійкості критичного мислення.

На думку Н. Шуляк, «інформаційна гігієна є об'єктом наукових студій, що досліджують взаємодію між людьми та інформаційними технологіями, розробляють методи та засоби гарантування безпеки, збереження та оптимізації роботи з інформацією в цифровому середовищі. Основним завданням інформаційної гігієни є запобігання шкідливим наслідкам використання інформації, введення заходів, спрямованих на подолання інформаційної неграмотності та цифрової нерівності» [25, с. 35].

К. Канішев надає визначення: «інформаційна гігієна – це також і фільтрація потоку отримуваної інформації, що допомагає відсіювати фейки та протистояти шахрайству» [9, с. 2]. На його думку, це поняття включає критичне мислення, медіаграмотність, уміння фільтрувати інформацію. У сучасному світі, особливо в контексті інформаційних війн, зазначена компетентність стає критично важливою для протидії маніпуляціям та інформаційному впливу. Практичні аспекти інформаційної гігієни включають перевірку фактів, обмеження споживання новин, вибір надійних джерел. Вона відіграє

ключову роль у формуванні критично мислячого суспільства, здатного приймати обґрунтовані рішення на основі перевіреної інформації.

Дослідники С. Петренко та Н. Назаренко виділяють чотири основні напрями інформаційної гігієни як засобу протидії інформаційним впливам. Перший – відхід (дистанціювання), що передбачає уникнення контакту з джерелами негативного інформаційного впливу. Другий – блокування, яке включає створення психологічних бар'єрів та критичний аналіз інформації. Третій – управління, що фокусується на контролі інформаційного впливу шляхом зміни його характеристик. Четвертий – затаювання, яке передбачає контроль особистої реакції на зовнішній інформаційний вплив. Ці стратегії допомагають індивідам протистояти негативним інформаційним впливам та зберегти психологічне здоров'я в умовах інформаційного протистояння [20, с. 35].

У контексті розвитку інформаційної гігієни в Україні важливо звернути увагу на результати дослідження, проведеного громадською організацією «Детектор медіа», яке було спрямоване на визначення індексу медіаграмотності українців, надає цінні дані щодо здатності населення критично сприймати та аналізувати інформацію [7; 8]. Згідно з результатами дослідження, рівень медіаграмотності українців значно зріс за період з 2020 до 2022 р. Частка аудиторії з вищим за середній рівнем медіаграмотності збільшилася з 55% до 81%, що свідчить про суттєвий прогрес у розвитку критичного мислення та навичок роботи з інформацією серед населення. Особливо важливим є зростання показників у трьох ключових субіндексах: розуміння ролі ЗМІ у суспільстві, цифрова компетентність та чутливість до спотвореного контенту [8]. Це вказує на підвищення здатності українців розпізнавати дезінформацію та маніпуляції, що є критично важливим в умовах інформаційної війни.

Згідно з результатами дослідження, проведеного у 2023 році, спостерігається динаміка змін у рівні медіаграмотності українського населення. Аналіз даних виявив зменшення загального індексу медіаграмотності з 81% до 76%, що свідчить про певні виклики у сфері інформаційної компетентності. Водночас, варто відзначити позитивну тенденцію щодо зростання чутливості до спотвореного контенту з 65% до 70% [7]. Ці дані акцентують увагу на нагальній потребі у подальшому розвитку та вдосконаленні системи медіаосвіти. Такі заходи є критично важливими для підтримання та підвищення рівня інформаційної гігієни в суспільстві, особливо в контексті сучасних викликів інформаційного простору.

Додатковим підтвердженням позитивної динаміки у розвитку цифрових навичок українців є дослідження Міністерства цифрової трансформації України. Згідно з результатами, станом на 2023 рік 93% дорослого населення України віком 18-70 років мають цифрові навички, що на 8% більше порівняно з 2019-м. Частка дорослого населення з рівнем цифрових навичок нижче базового зменшилася з 53% у 2019 році до 40,4% у 2023 році [6, с. 6].

Ці дані підкреслюють важливість і ефективність національних програм із розвитку цифрової грамотності та інформаційної гігієни. Вони також демонструють, що українське суспільство активно адаптується до викликів цифрової ери, підвищуючи свою стійкість до інформаційних загроз та маніпуляцій. Тенденція підвищення критичного мислення та медіаграмотності свідчить про адаптивність українського суспільства до умов інформаційної війни.

Еволюція медіаграмотності під час російсько-української війни стала критично важливою темою. На думку О. Король та ін., «медіаграмотність – це сукупність компетентностей, необхідних для активної участі та інформованості в житті медіасуспільства. Компетентності медіаграмотності можна поділити на чотири групи: розуміння медіа, використання медіа, спілкування за допомогою медіа та здатність використовувати медіа для досягнення своїх цілей» [13, с. 39].

Станом на 2024 р. онлайн-курси з медіаграмотності зазнали значних змін та адаптацій, відображаючи динамічну природу інформаційного протистояння. З початку

повномасштабного вторгнення у 2022 р., українські та міжнародні освітні платформи розробили спеціалізовані програми, спрямовані на підвищення стійкості громадян до дезінформації та пропаганди. Серед україномовних популярних масових відкритих онлайн-курсів (МВОК) є EdEra, Prometheus, Відкритий університет Майдану (ВУМ) [12, с. 83]. Але також варто згадати про такі МВОК, як Дія.Освіта та Coursera.

В. Колмакова та С. Шаров акцентують увагу на популярних курсах з інформаційної гігієни на платформі Prometheus [12, с. 85]. Курс «Інформаційна гігієна під час війни», який передбачає огляд таких модулів: 1. Інформаційне поле під час війни. 2. Як працює російська пропаганда. 3. Аналіз типових кейсів російських інформаційних операцій. 4. Правила інформаційної гігієни. Під час опанування онлайн-курсом «Дезінформація: види, інструменти та способи захисту» користувачі можуть дізнатися про основні інструменти та тактики дезінформації, наротив як основний елемент побудови пропаганди, фейк як інструмент побудови наративу. Онлайн курс «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в Інтернеті та на телебаченні» дозволяє зануритись в актуальні питання медіа та соціо простору: Facebook, Google, You Tube, Viber, Telegram, Вікіпедія тощо. Досить великим за обсягом та змістовим наповненням є курс «Інформаційна безпека». Він містить 10 модулів, в які закладений відеоматеріал, тести та практичні рекомендації. Розробники курсу подають стратегію захисту від інформаційних потоків фейкового спрямування, вказують на правила захисту від інформаційних вірусів, загроз, дезінформації. Курси постійно оновлюються, адаптуючись до нових викликів інформаційної війни. Вони охоплюють теми від розпізнавання фейків про військові дії до захисту особистих даних в умовах підвищеної загрози. Ці освітні ініціативи сприяють розвитку критичного мислення та інформаційної стійкості серед українців різного віку та професій, отже й розповсюдженню інформаційної гігієни.

Освітня платформа Дія.Освіта в розділі з «Кібербезпеки» також пропонує важливі онлайн-курси та інші матеріали з кібергігієни. Вони включають теми з базових навичок поведінки в інтернеті до захисту персональних даних [10].

Отже, курси еволюціонували від базових принципів перевірки фактів до складних стратегій протидії гібридним інформаційним загрозам. Ключовими темами стали розпізнавання фейків, аналіз маніпулятивних наративів та розуміння психологічних аспектів інформаційної війни. Особлива увага приділяється розвитку критичного мислення та емоційної стійкості в умовах інформаційного тиску. Курси включають модуль з кібербезпеки, враховуючи зростаючу роль цифрових технологій у веденні гібридної війни.

Приклади еволюції курсів із інформаційної гігієни демонструють «Персональна кібергігієна» [19] та «Основи кібергігієни» [17] від Дія.Освіта. Перший курс навчає захисту особистих даних, розпізнаванню онлайн-шахрайства та протидії фейкам, що актуально через зростання кіберзагроз у повсякденному житті. Другий, призначений для держслужбовців, фокусується на захисті державних ресурсів від хакерських атак, що особливо важливо в умовах російської агресії, коли державні органи стали мішенню кібератак. Ці курси відображають перехід від базового навчання до комплексного підходу, що поєднує інформаційну та кібербезпеку, критичне мислення та протидію гібридним загрозам, адаптуючись до сучасних викликів інформаційної війни.

Важливим аспектом стала адаптація контенту для різних вікових груп, включаючи спеціальні програми для дітей та літніх людей. Наприклад, ГО «Український інститут медіа та комунікації» проводила міжнародну онлайн-конференцію «Медіаграмотність для людей старшого віку (60+)». Вони представили результати дослідження та потреби літніх людей в освіті з медіаграмотності [24]. А для дітей та підлітків як приклад можна навести кілька існуючих ігор, що допомагають підняти рівень критичного мислення: Interland [29], «Вжити в Інтернеті – місія (не)здійсненна» від проєкту USAID «Медійна програма в Україні» [3], «Медіазнайко» від Академії української преси (АУП) [18] та «Пригоди Літератуса» в українській версії від АУП [24]. Вказані ініціативи демонструють зростаюче розуміння важливості медіаграмотності для різних вікових груп.

Більшість медійних організацій в Україні, особливо фактчекінгові, почали вводити окремі проєкти з контентом про медіаосвіту та медіаграмотність для громадян. Це значний крок для підвищення розуміння медіа серед усіх вікових груп населення. Дослідник М. Яблонський зазначає, що інфомедійна грамотність стає складнішою в умовах війни. Це пов'язано з тим, що російські пропагандисти активно використовують такі інструменти впливу, як пропаганда, дезінформація, фейки та маніпуляції. М. Яблонський підкреслює важливість звернення до висновків авторитетних фактчекінгових організацій як VoxCheck, FactCheck, По той бік новин, НотаЄнота, для протидії інформаційним загрозам [26, с. 495].

Практичний компонент курсів посилюється через залучення учасників до реальних проєктів із фактчекінгу та створення якісного контенту для протидії дезінформації. Наприклад, влітку 2024 р. проводився тренінг проєкту з протидії дезінформації, яким керувала журналістка та співзасновниця організації StopFake О. Юркова [2]. За її словами, учасники проєкту отримали фінансування для власних проєктів протидії дезінформації, наприклад – тренінги в освітніх закладах та публікація статей з підвищення обізнаності на тематику фейків [11].

Станом на 2024 р. ці онлайн-курси не лише підвищують індивідуальну медіаграмотність, але й сприяють формуванню національної інформаційної стійкості, що є ключовим фактором у протистоянні агресії та захисті демократичних цінностей України.

Вдалим прикладом сучасного методу інформаційної гігієни є ініціатива О. Мороз «Як не стати овочем», яка фокусується на розвитку двох ключових навичок: уміння фільтрувати інформацію та розуміння функціонування основних сфер життя, таких як політика, економіка, медицина тощо. О. Мороз – експертка з комунікацій із 20-річним досвідом, яка розробила унікальний підхід до навчання інформаційної гігієни, базуючись на своєму глибокому розумінні механізмів створення та розповсюдження інформаційних вірусів. Мета цього проєкту – навчити сім мільйонів українців інформаційній гігієні, це демонструє масштаб та важливість цієї ініціативи в контексті інформаційної гігієни та безпеки України [16].

Експертка з інформаційної гігієни О. Мороз надала три базові правила інформаційної гігієни: 1) почистити свій інформаційний простір від анонімних джерел; 2) відстежувати емоції при перегляді певного контенту; 3) підписатися на ті джерела, які дають найбільш об'єктивну інформацію [27]. Наприклад, із третього правила інфогігієни О. Мороз представила добірку рекомендованих українських ютуб-каналів, які надають якісний та довірливий контент. За її списком таких 27, які вона поділила на історичні, з інформаційної гігієни та протидії інформації, а також – з якісною публіцистикою [23]. Таким чином, ініціатива «Як не стати овочем» є інноваційним та адаптивним методом інформаційної гігієни, який відповідає сучасним викликам інформаційної війни та може значно підвищити рівень інформаційної стійкості українського суспільства.

У сучасному світі російські пропагандисти активно використовують технології ШІ для створення та поширення дезінформації. Ці передові інструменти дозволяють їм генерувати переконливі фейки, маніпулювати відео- та аудіоконтентом, а також створювати дипфейки, які важко відрізнити від реальності. Зокрема «поняття deepfake складається з двох частин: “deep learning” (глибинне навчання) та “fake” (підробка). Це фото, відео чи аудіо, що створюється за допомогою алгоритмів машинного навчання, і повністю відтворює зображення чи відеозображення людини. Фактично створює фейковий матеріал» [21]. Саме тому надзвичайно важливо розвивати навички розпізнавання таких фейків. Це стає ключовим елементом сучасної інформаційної гігієни. Уміння виявляти ознаки штучно згенерованого контенту, перевіряти джерела інформації та критично аналізувати медіаповідомлення – це ті компетенції, які допомагають протистояти інформаційним атакам.

Наприклад, фахівці Інститут інноваційного врядування за підтримки Посольства Великої Британії в Україні розробили посібник для творців контенту (для виявлення



та протидії російській пропаганді в новітніх технологіях), тобто журналістів та користувачів соцмереж, який допомагає визначити російську пропаганду, створювану технологіями ШІ. Він надає інструменти для розпізнавання дезінформації, створеної за допомогою ШІ, особливо в умовах російсько-української війни. У посібнику акцентується увага на важливості фактчекінгу, верифікації інформації та дотримання етичних принципів у роботі з ШІ [1].

Створення дезінформації за допомогою ШІ призвело до великої кількості фейкових новин, тому фактчекінгові організації починають адаптувати свої інструменти спростування такого контенту російських пропагандистів. Аналітик VoxCheck К. Перевошиков розповів, які інструменти використовують їхні фактчекери:

1. Ключовим методом є зворотний пошук зображень за допомогою таких систем, як Google Images, Yandex та TinEye, що дозволяє виявити оригінальні джерела фото та відео.

2. Для точного визначення локації використовуються сервіси геолокації, такі як Google Maps, Google Earth та Wikimapia.

3. У рамках програми Third-Party Fact-Checking Meta, VoxCheck застосовує ШІ для виявлення схожого контенту та автоматичного маркування неправдивої інформації.

4. Для розпізнавання облич та пошуку схожих фотографій використовується спеціалізований сервіс PimEyes.

5. Важливою частиною роботи є аналіз відкритих джерел для перевірки заяв, новин, законів, наукових статей та статистичних досліджень. У складних випадках фактчекери звертаються до офіційних установ та експертів для отримання коментарів та роз'яснень [18].

Використання такого комплексу інструментів дозволяє VoxCheck ефективно виявляти та спростовувати фейки, маніпуляції та дезінформацію. Це має критичне значення для підтримки інформаційної гігієни в Україні, особливо в умовах війни, коли достовірність інформації напряму впливає на національну безпеку та суспільну стабільність. Д. Гуцуляк розвиває цю думку, підкреслюючи стратегічну важливість фактчекінгу в умовах інформаційних війн та антиукраїнської пропаганди. Дослідниця зазначає, що створення фактчекінгових організацій, таких як StopFake та VoxCheck, не лише забезпечує платформи для верифікації інформації, але й сприяє формуванню культури критичного сприйняття інформації серед громадськості. На думку Д. Гуцуляка, це є основою для створення обізнаного суспільства, здатного ефективно протистояти інформаційним загрозам в умовах гібридних конфліктів [5, с. 25].

Робота фактчекерів не лише протидіє російській пропаганді, але й підвищує медіаграмотність населення, сприяє формуванню критичного мислення та здатності самостійно розпізнавати неправдиву інформацію. Крім того, така діяльність допомагає зберігати довіру до надійних джерел інформації та підтримувати високі стандарти журналістики в країні.

У сучасному світі, де інформація стала невід'ємною частиною повсякденного життя, феномен інформаційного перевантаження набуває все більшої актуальності. Цей термін описує стан, при якому кількість доступної інформації перевищує когнітивні можливості людини щодо її обробки та засвоєння. Інформаційне перевантаження може призвести до зниження продуктивності, підвищення рівня стресу та погіршення якості прийнятих рішень. Нині інформаційне перевантаження створюють новини про війну, які публікуються у величезній кількості. За дослідженням Н. Максимова та М. Красілова про інформаційне перевантаження, де було використане опитування, майже всі респонденти дивляться новини про війну. Вони зауважують, що тема війни провокує вкрай негативні емоції, такі, як тривога, сум, розпач, страх, спричиняє безсоння, драгівливість. Це є додатковим чинником інформаційного перевантаження [14, с. 125]. Через цей фактор людина може не помітити дезінформацію чи неправдивий контент.

У контексті цієї проблеми, інфодетокс набуває особливого значення як метод адаптації інформаційної гігієни. Інфодетокс представляє собою комплекс заходів, спрямованих



на зменшення впливу надмірної інформації на психологічний та фізіологічний стан індивіда. Цей підхід включає в себе свідоме обмеження споживання інформації, фільтрацію джерел та встановлення чітких меж використання цифрових технологій [4, с. 101]

Три принципи ефективного інфодетоксу від менеджера медіаосвітніх програм АУП М. Запорожченка: 1) обмеження часу проведення в мережі та за цифровими пристроями; 2) вибіркоче споживання контенту в той час, коли не обмежуєте себе в часі перебування; 3) концентрація на процесі роботи під час праці з обмеженням чинників, які відволікають [22].

Важливо зазначити, що інфодетокс не передбачає повної ізоляції від інформаційного простору, а пропонує збалансований підхід до споживання інформації. Це включає в себе вибіркоче споживання контенту, встановлення часових обмежень на використання цифрових пристроїв та культивування навичок критичного мислення для ефективного оцінки та фільтрації інформації.

Для ефективного протистояння інформаційному перевантаженню можна застосувати такі стратегії: 1) зберігати баланс між роботою та відпочинком, мати належну фізичну активність для здорового емоційного плану; 2) відключення від соціальних мереж і електронної пошти; 3) фільтрація непотрібної інформації та зосередження на суттєвому [14, с. 125].

У контексті інформаційної гігієни, інфодетокс можна розглядати як проактивний метод адаптації до сучасного інформаційного середовища. Він дозволяє індивіду зберегти контроль над своїм інформаційним простором, підвищуючи якість сприйняття та обробки інформації, а також сприяючи загальному психологічному благополуччю.

Враховуючи вищезазначене, доцільно розглянути трансформацію інструментарію інформаційної гігієни під час повномасштабного вторгнення.

**Таблиця 1. Трансформація інструментарію інформаційної гігієни під час російсько-української війни**

| Рік  | Методи та інструменти   |
|------|---|
| 2022 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Збільшення уваги до поширення медіаграмотності серед населення, зокрема за допомогою онлайн-курсів на різноманітних МВОК (EdEra, Prometheus, Дія.Освіта, Coursera, ВУМ)§</li> <li>- Активізація діяльності фактчекінгових організацій, таких як Stop Fake, По той бік новин, НотаЄнота та Vox Check тощо;</li> <li>- Створення ініціативи від Оксани Мороз з інформаційної грамотності – «Як не стати овочем»;</li> <li>- Розвиток стратегій протидії російській пропаганді.</li> </ul>  |
| 2023 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Розроблення програм із цифрової грамотності для людей похилого віку;</li> <li>- Створення відеоігор з інформаційної гігієни, медіаграмотності та безпеки в інтернеті для дітей, або перекладання існуючих іноземних ігор на українську мову для вільного використання;</li> <li>- Впровадження концепції інфодетоксу як методу адаптації інформаційної гігієни.</li> </ul>   |
| 2024 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Тренінг від експертів для підтримання ідей українців з протидії дезінформації (на прикладі Ольги Юркової та ініціативи від організації StopFake щодо фінансування різноманітних програм);</li> <li>- Створення посібників, які мають сучасні, тобто адаптивні методи роботи з дезінформацією, особливо створеною ШІ;</li> <li>- Посилення інструментів пошуку фейкових новин (особливо дїпфейків) за допомогою технологій ШІ;</li> <li>- Продовження досліджень впливу інформаційного перевантаження на психологічний стан населення.</li> </ul> |

Створено авторами за даними аналізу.

Загалом комплексний характер та адаптивність впроваджених в Україні методів інформаційної гігієни сприяють підвищенню стійкості суспільства до гібридних вплив

вів, хоча й потребують подальшого розвитку та вдосконалення з огляду на мінливий характер інформаційних загроз.

**Висновки та перспективи.** У результаті проведеного дослідження було проаналізовано сучасний інструментарій інформаційної гігієни в Україні з початку повномасштабного вторгнення та виявлено його суттєву трансформацію. Встановлено, що основними викликами та загрозами в інформаційному просторі України під час війни є поширення дезінформації, інформаційні перевантаження і вплив на населення.

У дослідженні систематизовано типи інструментарію інформаційної гігієни з 2022 по 2024 рр. З 2022 року значно зросла увага до медіаграмотності, активізувалася діяльність фактчекінгових організацій та розроблялися стратегії протидії російській пропаганді. У 2023 р. з'явилися нові методи та інструменти, такі як програми з цифрової грамотності для людей похилого віку, освітні відеоігри для дітей та впровадження концепції інфодетоксу. А 2024 р. характеризується подальшим розвитком інструментарію, включаючи використання ШІ для виявлення фейкових новин та дослідження впливу інформаційного перевантаження.

Ці заходи демонструють комплексний підхід до протидії дезінформації та деструктивним наративам в контексті російсько-української війни. Важливим аспектом є адаптація інструментів інформаційної гігієни до мінливих умов інформаційного протистояння. Зростання рівня медіаграмотності населення, розвиток критичного мислення та впровадження нових технологічних рішень є ключовими факторами у боротьбі з інформаційними загрозами.

Таким чином, дослідження підтверджує, що інструментарій інформаційної гігієни в Україні активно розвивається та адаптується до викликів воєнного часу, сприяючи підвищенню стійкості суспільства до інформаційних маніпуляцій та пропаганди.

Подальші перспективи розвитку наукових досліджень у сфері інформаційної гігієни включають розробку нових методів верифікації інформації в умовах стрімкого розвитку технологій ШІ; дослідження ефективності подачі інформації для підвищення медіаграмотності різних вікових груп; аналіз впливу соціальних мереж на формування інформаційних бульбашок та поляризацію суспільства.

1. В Україні розробили посібник про використання штучного інтелекту для протидії пропаганді РФ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3839316-v-ukraini-rozrobili-posibnik-pro-vikoristanna-stucnogo-intelektu-dla-protidii-propagandi-rf.html> (дата звернення 22.09.2024).

2. В Укрінформі відбувся фінальний тренінг проєкту щодо протидії дезінформації. URL: [https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3886065-v-ukrinformi-vidbuvsya-finalnij-trening-proektu-sodo-protidii-dezinformacii.html?fbclid=IwZXhobgNhZWoCMTAAAR28J6Fwk6\\_PoQ4GfqLznYK P4wYyOEOsnDRJUEaA1r7oZlPssRzRwUuD\\_o\\_aem\\_zSwgZtyTzlkA-g9kJ5oweQ](https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3886065-v-ukrinformi-vidbuvsya-finalnij-trening-proektu-sodo-protidii-dezinformacii.html?fbclid=IwZXhobgNhZWoCMTAAAR28J6Fwk6_PoQ4GfqLznYK P4wYyOEOsnDRJUEaA1r7oZlPssRzRwUuD_o_aem_zSwgZtyTzlkA-g9kJ5oweQ) (дата звернення 21.09.2024).

3. Вжити в Інтернеті – місія (не)здійсненна. URL: <http://game.cedem.org.ua/> (дата звернення 22.09.2024).

4. Городецька О. Інформаційний детокс як засіб психологічного захисту особистості. Розвиток професійної майстерності педагога в умовах нової соціокультурної реальності: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль: СМП «Тайп», 2020. С. 100-102.

5. Гуцуляк Д. Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в умовах гібридних конфліктів. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Серія: Філологія, вип. 2(12). 2024. С. 22-26.

6. Дослідження цифрової грамотності в Україні. Третя хвиля. 2023. 70 с.

7. Індекс медіаграмотності українців 2020-2023 (четверта хвиля). URL: <https://detector.media/infospace/article/225738/2024-04-22-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202023-chetverta-khvylya/> (дата звернення 20.09.2024).

8. Індекс медіаграмотності українців: 2020-2022 (коротка презентація). URL: <https://detector.media/infospace/article/210209/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-kоротka-prezentatsiya/> (дата звернення 20.09.2024).

9. Канішев К. Інформаційна гігієна та безпека. Фактчекінг. Київ: проєкт Infolight.ua, 2022. 24 с.

10. Кібербезпека. Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/catalog/topic/cyber-security> (дата звернення 21.09.2024).

11. Кожаріна В. «Потрібні позитивні наративи про Україну»: Ольга Юркова про виклики та майбутнє боротьби з фейками. URL: [https://www.goess.pp.ua/post/potribni\\_pozytyvni\\_naratyvy\\_pro\\_ukraine\\_olha\\_yurkova](https://www.goess.pp.ua/post/potribni_pozytyvni_naratyvy_pro_ukraine_olha_yurkova) (дата звернення 21.09.2024).

12. Колмакова В., Шаров С. Використання МВОК для формування імунітету від інформаційних загроз. Українські студії в європейському контексті: зб. наук. пр. №6. 2023. С. 80-87.

13. Король О., Корнус О., Корнус А., Данильченко О., Нестеренко О., Браславська О. Впровадження медіаграмотності як засобу протидії ворожій пропаганді. Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи, 1(11). 2024. С. 37-46.

14. Максимова Н., Красілова Ю. Вплив воєнного стану на інформаційне перевантаження особи. Габітус. Психологія особистості. Випуск 47. 2023. С. 121-126.

15. Медіазнайко. URL: <https://www.aup.com.ua/Game/> (дата звернення 22.09.2024).

16. Мороз О. Як не стати овочем. URL: <https://www.oksanamoroz.com/> (дата звернення 24.09.2024).

17. Основи кібергігієни. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/cyber-hygiene> (дата звернення 22.09.2024).

18. Перевошиков К. Спершу перевір – потім повір. Які інструменти використовують фактчекери VoxCheck. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31431/2023-03-18-spershu-perevir-potim-povir-yaki-instrumenty-vykorystovuyut-faktchekery-voxccheck/> (дата звернення: 22.09.2024).

19. Персональна кібергігієна. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/personal-cyberhygiene> (дата звернення 22.09.2024).

20. Петренко С., Назаренко Н. Інформаційна гігієна як засіб протидії інформаційним впливам у контексті російсько-української війни. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави, 1-3 (34-36). 2022. С. 30-38.

21. Петрів О. Дезінформація та штучний інтелект: (не)видима загроза сучасності. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/dezinformatsiya-shtuchnyi-intelekt/> (дата звернення: 22.09.2024).

22. Поліковська Ю. Інфодетокс: 10 кроків до відповідального медіаспоживання. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/33473/2023-11-14-infodetoks-10-kroktiv-do-vidpovidalnogo-mediaspozhyvannya/> (дата звернення: 23.09.2024).

23. Поліковська Ю. У проєкті «Як не стати овочем» представили добірку якісних українських ютуб-каналів. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35246/2024-06-17-u-proiekti-yak-ne-staty-ovochem-predstavly-dobirku-yakisnykh-ukrainskykh-yutub-kanaliv/> (дата звернення 24.09.2024).

24. Пригоди Література. URL: <https://www.aup.com.ua/mediaosv/onlayn-gra-prigodi-literatusa/> (дата звернення 22.09.2024).

25. Шуляк Н. Інформаційна гігієна в системі стратегічних комунікацій України: дис. доктора філософії: 291 – Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. Луцьк, 2024. 263 с.

26. Яблонський М. Інфомедійна грамотність в умовах війни. Освітній процес в умовах воєнного стану в Україні: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації. Одеса, 2022. С. 494-496.

27. Як формувати в українців інформаційну гігієну. URL: <https://nashkiev.ua/technology/yak-formuvati-v-ukrainsiv-informatsiinu-gigienу> (дата звернення 24.09.2024).

28. 8 листопада – онлайн-конференція «Медіаграмотність для людей старшого віку (60+)». URL: <https://detector.media/infospace/article/218902/2023-11-03-8-lystopada-onlayn-konferentsiya-mediagramotnist-dlya-lyudey-starshogo-viku-60/> (дата звернення 22.09.2024).

29. Interland. Безпека дітей в Інтернеті. URL: [https://beinternetawesome.withgoogle.com/uk\\_ua/interland](https://beinternetawesome.withgoogle.com/uk_ua/interland) (дата звернення 22.09.2024).

1. Ukrinform (2024), Ukraine has developed a manual on the use of artificial intelligence to counter Russian propaganda, available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3839316-v-ukraini-rozrobili-posibnik-pro-vikoristanna-stucnogo-intelektu-dla-protidii-propagandi-rf.html> (accessed September 22, 2024).

2. Ukrinform (2024), The final training of the project on countering disinformation took place in Ukrinform, available at: [https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3886065-v-ukrinformi-vidbuvsya-finalnij-trening-proektu-sodo-protidii-dezinformacii.html?fbclid=IwZXhobgNhZWOCMTAAAR28J6Fwk6\\_PoQ4GfqlzYKP4wYyOEosnDRJUEaA1r7oZlPssRzRrwUuD\\_o\\_aem\\_zSwgZtyTzlkAg9kJ5oweQ](https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3886065-v-ukrinformi-vidbuvsya-finalnij-trening-proektu-sodo-protidii-dezinformacii.html?fbclid=IwZXhobgNhZWOCMTAAAR28J6Fwk6_PoQ4GfqlzYKP4wYyOEosnDRJUEaA1r7oZlPssRzRrwUuD_o_aem_zSwgZtyTzlkAg9kJ5oweQ) (accessed September 21, 2024).

3. Surviving on the Internet is an (un)achievable mission, available at: <http://game.cedem.org.ua/> (accessed September 22, 2024).
4. Gorodetska, O. V. (2020), Information detox as a means of psychological protection of the individual, Development of professional skills of a teacher in the conditions of a new socio-cultural reality: collection of materials of the III International Scientific and Practical Conference, Ternopil: SMP "Taip", pp. 100-102.
5. Hutsulyak, D. (2024), Fact-checking as a tool for countering disinformation in hybrid conflicts, Scientific works of the Interregional Academy of Personnel Management. Series: Philology, issue 2(12), pp. 22-26.
6. Digital Literacy Survey in Ukraine, The third wave, 2023, 70 p.
7. Detector media (2024), Media Literacy Index of Ukrainians 2020-2023 (fourth wave), available at: <https://detector.media/infospace/article/225738/2024-04-22-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202023-chetverta-khvylya/> (accessed September 20, 2024).
8. Detector media (2023), Media Literacy Index of Ukrainians: 2020-2022 (short presentation), available at: <https://detector.media/infospace/article/210209/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-korotka-prezentatsiya/> (accessed September 20, 2024).
9. Kanishev, K. (2022), Information hygiene and security, Fact-checking, Kyiv: Infolight.ua project, 24 p.
10. Diia.Osvita, Cybersecurity. Action.Education, available at: <https://osvita.diia.gov.ua/catalog/topic/cyber-security> (accessed September 21, 2024).
11. Kozharina, V. (2024), "We need positive narratives about Ukraine": Olha Yurkova on the challenges and future of fighting fakes, available at: <https://www.goecp.ua/post/potribni-pozytyvni-naratyvy-pro-ukraine-olha-yurkova> (accessed September 21, 2024).
12. Kolmakova, V. O., Sharov, S. V. (2023), Using MOOCs to build immunity from information threats, Ukrainian Studies in the European Context: a collection of scientific articles, №6, pp. 80-87.
13. Korol, O., Kornus, O., Kornus, A., Danylchenko, O., Nesterenko, O., Braslavskaya, O. (2024), Implementation of media literacy as a means of countering hostile propaganda, Psychological and Pedagogical Problems of the Modern School, 1(11), pp. 37-46.
14. Maksymova, N., Krasilova, Y. (2023), Influence of martial law on the information overload of a person, Habitus, Psychology of personality, issue 47, pp. 121-126.
15. Mediaznayko, available at: <https://www.aup.com.ua/Game/> (accessed September 22, 2024).
16. Moroz, O., How not to become a vegetable, available at: <https://www.oksanamoroz.com/> (accessed September 24, 2024).
17. Diia.Osvita, Fundamentals of cyber hygiene, available at: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/cyber-hygiene> (accessed September 22, 2024).
18. Perevoshchikov, K. (2023), First check – then believe. What tools do VoxCheck fact-checkers use?, available at: <https://ms.detector.media/trendi/post/31431/2023-03-18-spershu-perevir-potimpovir-yaki-instrumenty-vykorystovuyut-faktchekery-voxccheck/> (accessed September 22, 2024).
19. Diia.Osvita, Personal cyber hygiene, available at: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/personal-cyberhygiene> (accessed September 22, 2024).
20. Petrenko, S., Nazarenko N. (2022), Information hygiene as a means of counteracting information influences in the context of the Russian-Ukrainian war, Information security of a person, society, state, 1-3 (34-36), pp. 30-38.
21. Petriv, O. (2023), Disinformation and artificial intelligence: (un)visible threat of our time, available at: <https://cedem.org.ua/analytics/dezinformatsiya-shtuchnyi-intelekt/> (accessed September 22, 2024).
22. Polikovska, Y. (2023), Infodetox: 10 steps to responsible media consumption, available at: <https://ms.detector.media/internet/post/33473/2023-11-14-infodetoks-10-krokviv-dovidpovidalnogo-mediaspozhyvannya/> (accessed September 23, 2024).
23. Polikovska, Y. (2024), The project "How not to become a vegetable" presented a selection of high-quality Ukrainian YouTube channels, available at: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35246/2024-06-17-u-proiekti-yak-ne-staty-ovochem-predstavyly-dobirku-yakisnykh-ukrainskykh-yutub-kanaliv/> (accessed September 24, 2024).
24. Academy of Ukrainian Press, Adventures of Literatus, available at: <https://www.aup.com.ua/mediaosv/onlayn-gra-prigodi-literatusa/> (accessed September 22, 2024).
25. Shuliak, N. O. (2024), Information Hygiene in the System of Strategic Communications of Ukraine: Doctoral dissertation: 291 – International Relations, Public Communications and Regional Studies, Lutsk, 263 p.

26. Yablonsky, M. (2022), Infomediary literacy in wartime, The educational process under martial law in Ukraine: materials of the All-Ukrainian scientific and pedagogical advanced training, Odesa, pp. 494-496.

27. How to form information hygiene in Ukrainians, available at: <https://nashkiev.ua/technology/yak-formuvati-v-ukraintsiv-informatsiinu-gigienу> (accessed September 24, 2024).

28. Detector media (2023), November 8 – online conference “Media literacy for older people (60+)”, available at: <https://detector.media/infospace/article/218902/2023-11-03-8-lystopada-onlayn-konferentsiya-mediagramotnist-dlya-lyudey-starshogo-viku-60/> (accessed September 22, 2024).

29. Interland, Children’s safety on the Internet, available at: [https://beinternetawesome.withgoogle.com/uk\\_ua/interland](https://beinternetawesome.withgoogle.com/uk_ua/interland) (accessed September 22, 2024).

UDC: 007:070.1:316.776.23

## TRANSFORMATION OF INFORMATION HYGIENE TOOLS IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

**Melnykova-Kurhanova Olena**, PhD (Social Communications), Associate Professor, e-mail: melo5@ukr.net.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-1364-0264>

**Kozharina Valeriia**, PhD student of the second (master’s), e-mail: lerakozharina0707@gmail.com. National Aviation University, Kyiv, Ukraine.

**Introduction.** Information hygiene has become critically important in the context of the Russian-Ukrainian war. The rapid development of information technology and methods of information warfare has necessitated the adaptation of strategies to protect against disinformation and manipulative content.

**Relevance and purpose.** The relevance of the study lies in the need to understand and improve methods of protection against information threats in the context of the ongoing war. Given the intensity of cyberattacks and the use of the latest technologies to create and spread disinformation, the study of the transformation of information hygiene is important. The protection of personal data, continuous improvement of media literacy, and the ability to choose quality media are important issues for the Ukrainian audience. The purpose of the study is to identify changes in the information hygiene tools in Ukraine since the beginning of the full-scale invasion, as well as the specifics of a set of measures to counter disinformation and destructive narratives in the context of the Russian-Ukrainian war. Particular attention is paid to the study of adaptive mechanisms for countering disinformation and destructive narratives in the context of the Russian-Ukrainian war. This study aims to identify new strategies and tools that can effectively protect the country’s information space in the face of intense confrontation.

**Research methods.** The research was based on the analysis of scientific literature, comparison of media literacy data, case studies of media education initiatives, and expert evaluation.

**Results.** The article analyses the evolution of online media literacy courses that have adapted to the new challenges of the information war. New methods of fact-checking and countering disinformation created by AI are considered. The concept of infodetection as a method of adapting information hygiene is explored.

**Conclusions.** Information hygiene in Ukraine has undergone a significant transformation, adapting to the challenges of war. Raising the level of media literacy, developing specialised educational programmes and improving fact-checking methods contribute to building the society’s resilience to information threats. An important aspect is the constant change in information hygiene methods to meet new technological challenges, including the use of AI in creating disinformation.

**Keywords:** *information hygiene, information warfare, media literacy, critical thinking, fact-checking.*

Стаття надійшла до редакції 03.10.2024 р.

Рекомендовано до видання 07.11.2024 р.



УДК 070:001.8:316.32

## СИМВОЛІЧНИЙ ПРОСТІР ЯК КОЛЕКТИВНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

**ЧОРНОБУТ Ольга,**

аспірантка,

Запорізький національний університет, Запоріжжя, Україна, e-mail: kovttun@gmail.com

**Вступ.** Стаття присвячена дослідженню впливу символічного простору територіальних громад України на підвищення ефективності місцевого самоврядування в умовах децентралізації та військового стану.

**Актуальність і мета.** В умовах децентралізації символічний простір територіальних громад виступає ключовим фактором у формуванні колективної ідентичності та сприяє зміцненню культурної спадщини, що формується новими об'єднаними територіями. Він забезпечує інтеграцію на локальному рівні та відіграє центральну роль у збереженні історичних цінностей громад. Мета дослідження полягає у визначенні ролі символічного простору в розвитку територіальних громад у контексті соціокомунікаційних зв'язків, що забезпечують посилення національної ідентичності.

**Методологія.** У дослідженні застосовано низку методів, серед яких: аналіз наукових джерел, аналіз та синтез термінології. Застосовано метод проектування складових символічного простору територій. Здійснено аналіз семіотичних ідентичностей та каналів комунікації в громадах для виявлення стратегічних засобів взаємодії та їхнього впливу на соціальну комунікацію та позиціонування громади.

**Результати.** У статті аналізуються аспекти проектування символічного простору на соціокомунікаційні зв'язки в територіальних громадах України з огляду на його структуру та складники. Під час дослідження визначено такі аспекти: по-перше, аналіз показує динамічну природу символічного простору та його трансформацію в межах громади; по-друге, у статті охарактеризовано компоненти символічного простору з урахуванням їхніх функцій та взаємодії між ними; по-третє, здійснено розподіл цього простору на складники, що дозволяє перетворити символічний простір на систематизовану та керовану структуру.

**Висновки.** Вплив символічного простору на колективну ідентичність територіальних громад є вагомим та стабілізуючим засобом в умовах децентралізації та військового стану. Під час проведення дослідження досягнуто поставленої мети, шляхом аналізу ролі символів для розвитку національної ідентичності територіальних громад. Вважаємо, що роль символів є рушійним засобом активізації соціальної згуртованості та громадянської мобільності у комунікативних відносинах громад. Сформовано ключові компоненти символічного простору, які сприяють інтеграції громад, зміцненню культурної спадщини та збереженню історичних цінностей. Завдання дослідження вдалося досягти через систематизацію структури символічного простору, який консолідує населення навколо спільних цінностей, що важливо для ефективної взаємодії між різними соціальними групами.

**Ключові слова:** *символічний простір, символ, територіальна громада, комунікація, ідентичність.*

**Вступ.** Державні символи виступають одним із головних засобів комунікації між владою і суспільством, базуючись на ідентичності, культурній та історичній спадщині. Дестабілізація внутрішньої ситуації в Україні спричинена збройною агресією РФ потребує зміцнення самосвідомості населення, збереження цілісності країни. Актуаль-

© Чорнобут О., 2024



ним на нинішньому історичному етапі України є утвердження консолідуючої функції, як основи для формування сучасних цінностей і пріоритетів щодо подолання будь-яких проявів деструкції у суспільстві.

За цих умов групові цінності, які «об'єднані спільними уявленнями про існуючі моделі світу, набувають неабиякої актуальності» [1]. Символічний простір для територіальних громад стає точкою єдності, згуртованості та віддзеркаленням соціальної реальності. Символічний простір виступає засобом збереження історичної пам'яті. Культурні надбання, матеріальна й нематеріальна спадщина, традиції територіальних громад, які перетворено на символи, спрямовані на формування життєвих цінностей, громадянської свідомості.

Європейський науковець М. Фуко визначав символічний простір «як систематизоване переплетіння зв'язків, які пов'язують між собою суб'єкти зі спільними ознаками» [2]. Питання символічного простору та його проблематика перебуває у полі зору міждисциплінарних досліджень, висвітлюється у працях історичного, філософського, соціологічного, політологічного спрямувань, зокрема, варто згадати праці українських вчених С. Ганаби, Т. Хірової, В. Середи, О. Коваленської, Г. Волинка, які розглядали символічний простір як простір формування образу міст, історичної пам'яті. Проблеми загальнонаціональної консолідації та національної безпеки в контексті виявлення символічних засад виокремлені, зокрема, у працях О. Панькової, О. Куценка, Т. Титаренко.

*Актуальність дослідження.* В Україні ще остаточно не завершився процес децентралізації як частина новостворених територіальних громад опинилася в умовах військового стану, де формування колективної ідентичності стало пріоритетним завданням не лише як соціально-економічний важель, а в першу чергу, важель безпековий. Символічний простір є тим маркером, який згуртовує населення, змушує громадян пишатися своєю ідентичністю. Громади знаходяться в пошуку шляхів щодо зміцнення своєї унікальності через символи, які пов'язують їхню історію, минуле та майбутнє. Побудова стійкої ідентичної спільноти для вирішення нагальних соціальних та політичних проблем постає важливим завданням для органів місцевого самоврядування.

*Новизна.* Здійснено структурування системи символічного простору з позиції соціокомунікаційних зв'язків у площині територіальних громад України; підкреслено вплив символів на формування політичних та ідеологічних аспектів громад; визначено пріоритети розвитку з урахуванням колективної ідентичності територій.

*Мета дослідження* полягає у визначенні ролі символічного простору в розвитку територіальних громад у контексті соціокомунікаційних зв'язків, що забезпечують посилення національної ідентичності.

*Завдання.* Визначити механізми впливу символів на зміцнення соціокомунікаційних зв'язків і підтримці національної єдності; проаналізувати символічний простір територіальних громад як інструмент формування колективної ідентичності.

**Результати й обговорення.** Ситуація, в якій опинилися територіальні громади України, характеризується концентрацією органів місцевого самоврядування на вирішенні нагальних проблем розвитку територій. Символічний простір є особливим простором у створенні комунікативних відносин у державному управлінні.

Проблеми комунікації всередині громади загострюються в умовах збройного конфлікту. Дестабілізація звичного устрою в територіальних громадах відбувається передусім через міграцію населення та дезінформаційний вплив з боку країни-агресора. На тлі цього виникають осередки внутрішніх ідеологічних конфліктів, які ускладнюють соціальну взаємодію та порушують комунікаційні зв'язки між членами громади. Військовий стан вимагає від керівництва громад гнучких та швидких дій, які б підтримували соціальну згуртованість і громадянську активність серед населення.

Символічний простір може об'єднати громаду навколо спільних цінностей, враховуючи колективну ідентичність та історичну пам'ять. Науковці постійно виявляють

інтерес до теми символічних форм, як частини соціального життя суспільства. Згідно концепції К. Леві-Строса «символи є основою для організації культури суспільства і здатні впливати на колективну свідомість і структурування соціальних зв'язків». Дослідник вважав, що «символи мають здатність впливати на суспільне життя через приховані структурні принципи» [3].

Інтерес до феномену символічного простору територій стає предметом зростаючого наукового інтересу сучасних учених, які є представниками різних галузей науки та функціонує як комунікаційний інструмент, що сприяє ідентифікації та зміцненню колективної ідентичності населення. «Технологічність управління територіями безпосередньо проявляється у сфері символів» [4]. А Р. Димирець так державу і владу отожднює з символами: «Влада це символ і вона виражається символами» [5]. Ця теза підкреслює значення символів у політичній комунікації, що підтверджується численними дослідженнями політичної семіотики та символічної влади. Дослідження впливу символічних маркерів на соціальні взаємодії дозволяє глибше зрозуміти механізми соціальної згуртованості та ролі комунікацій в рамках територіальних громад.

Поняття «символічний простір територій» не має наразі чітких визначень. Варто висловити авторське розуміння щодо терміну «символічний простір територій».

Звернувшись до Великої української енциклопедії можемо зустріти тільки визначення понять «символізм» та «символ», що є фундаментальними для нашого дослідження. Тлумачення символізму відображено як, «тип соціальної поведінки, регулятором якої є міфи і символи, переважно сакрального змісту». Одним із визначень символу, на яке варто звернути увагу – «знакова, матеріально-образна форма виразу ідеального змісту; джерело смислів, що потребує розшифрування» [6]. Спільною площиною наведених понять виступають зв'язки із соціальною поведінкою та культурними сенсами. Символи позиціонуються як інструменти, через які передається зміст, що потребує розшифрування та інтерпретації.

Науковці, які досліджували поняття символічного простору в площині міст, населених пунктів, окреслювали символи, як такі, що відображають своєрідний образ міста, активізують життєдіяльність територій, наповнюють особливим змістом і ціннісними орієнтаціями. На думку С. Ганаби, «структурна єдність символів, яка презентована у назвах вулиць і площ, пам'ятках архітектури, здатна створити неповторний портрет міста» [7].

З огляду на проведені наукові дослідження, а також враховуючи динаміку формування символічного простору територіальних громад, вважаємо за доцільне під поняттям «символічний простір територій» розуміти взаємопов'язані символи як матеріальні (прапор, герб, архітектурні та історичні пам'ятки), так і нематеріальні (культурні наративи, традиції, історичне підґрунтя, цифрові комунікації), які в комплексі репрезентують колективну ідентичність, історичну пам'ять і соціальні цінності громади для ефективного позиціонування.

Національна символіка, як матеріальна складова символічного простору, виступає засобом інтеграції громадян, зміцнює традиційні устої державного регулювання соціально-політичних зв'язків у громадах. О. Панькова в дослідницькій розвідці трактує символічний простір, «як засіб інтеграції та мобілізації людських спільнот, що є базовою складовою духовного, культурного, ідеологічного, політичного життя суспільства» [8]. Символіка підтримує суспільні цінності, спрямовує до згуртованості, особливо в умовах війни, коли внутрішня єдність громади є необхідною складовою для стабільності та повоєнної відбудови держави.

Вектор розвитку територіальних громад визначається колективною ідентичністю, яка формується на основі історично усталених культурних і соціальних цінностей відповідних територій. Культурні цінності стають результатом інтеграції індивідуальних ідентичностей у єдину систему колективної ідентичності. Досліджуючи феномен громадянської ідентичності, науковці підкреслюють, «що вона формується через ото-

тожнювання людини з громадянською належністю. Колективна ідентичність відіграє вирішальну роль у мобілізації зусиль громадян для вирішення соціально значущих завдань, для стабільного розвитку суспільства та його інститутів, які забезпечують життєдіяльність громади» [9, с. 416–417]. Вплив культурної ідентичності (коду) є важливим фактором у формуванні свідомості, активності та поведінки громадян, оскільки історична пам'ять, традиції та соціальні цінності становлять основу ідентифікаційних процесів на рівні громади. Такий взаємозв'язок між культурною ідентичністю та громадянською активністю є ключовим чинником стабільного розвитку громад.

У межах цього дослідження здійснено структурування «символічного простору територій» з точки зору соціокомунікаційних зв'язків та виокремлено його ключові складники:

- *Семіотичний* – визначає знаки та символи для створення ідентичності спільноти. Символи (герб, прапор), які створюються для кожної території, служать не лише елементами візуальної комунікації, а й складають основу діалогу між спільнотою та зовнішнім світом, передають культурні та історичні значення, зрозумілі та знайомі як місцевим жителям, так і зовнішнім зацікавленим сторонам. Як наслідок, територіальна громада отримує зміцнення спільноти, створення довіри та формує позитивний імідж на регіональному та національному рівнях.

Вдалим прикладом застосування семіотичних ідентичностей виступає Кушугумська громада Запорізького району Запорізької області (2020 р.), де автором статті (*Чорнобут О. С.*) розроблено положення про герб та створено сам герб громади. Символічний простір громади сформовано на основі ключових символів, які ідентифікують кожний населений пункт, що входить до складу громади, об'єднуючи їх в єдиний суспільно-територіальний механізм. Три селища (Малокатеринівка, Кушугум, Балабине) представлені на геральдичному щиті продовгуватої форми із зображеннями коня, риби та схрещених шабель відповідно. Кожен з цих символів несе в собі глибоке історико-культурне навантаження, що підкреслює унікальну ідентичність громади, зберігаючи її історичне підґрунтя.

- *Культурний* – підкреслює зв'язок між символами й культурною ідентичністю в територіальних громадах, які відображають традиції, мову, релігію та історичну пам'ять громади. В комунікаційній площині культурні символи (пам'ятники, історичні пам'ятки, геральдичні символи) забезпечують тісний зв'язок між минулим і майбутнім, створюючи основу для спільних цінностей і залучення населення до стратегічних комунікацій (герб громади, що включає історичні та етнічні символи, формує культурну ідентичність, сприяючи довірі всередині громади).

Культурні складники через символіку прапора ефективно відтворила Таврійська громада Запорізького району Запорізької області (2020 р). На якому поєднала природні та історичні маркери території – річка Кінська або Кінські води (синя смуга), залізниця, збудована в 1910 р. (чорна смуга) та Чумацький шлях -провідна магістраль через Приазов'я (червона смуга). Історичну пам'ятку XVIII ст., церкву Успіння Святої Богородиці, у своїй символіці відтворила Новопокровська територіальна громада Старобільського району Луганської області, що є важливим елементом культурної спадщини та слугує символом єднання громади. Зображення золотого лука з накладеною на нього стрілою на гербі Бишівської сільської територіальної громади Фастівського району Київської області (2020 р.) втілює в себе героїчне минуле м.Бишів, яке славилося своїм городищем, а в середньовіччі – замком. З 1648 по 1712 роки значився сотенним містечком Білоцерківського полку.

- *Соціальний* – визначає умови взаємодії людей та відіграє ключову роль у формуванні соціальних зв'язків в певному середовищі. Соціальна складова символічного простору сприяє формуванню почуття спільноти та відчуття приналежності до спільноти, об'єднаної спільними цінностями та інтересами. Активна участь у житті громади, зокрема волонтерство, громадська діяльність, політична або соціальна мобілізація,

є актуальними напрямками для створення соціального добробуту та сталого розвитку територіальних громад як під час воєнного стану, так і в мирний час.

Доцільно розглянути волонтерський рух, який набув надзвичайної активності після військового вторгнення РФ на територію України. Територіальні громади створюють бази даних волонтерів, для оперативного реагування на виклики та надання допомоги тим, хто її потребує. Волонтерська діяльність є добровільною, соціально-спрямованою, неприбутковою, що визначено Законом України «Про волонтерську діяльність» [10].

Волонтерський рух в громадах активно поширюється через діяльність молодіжних рад, які створюються задля залучення молоді та її інтеграції у всі сфери життя суспільства. Функціонування молодіжного руху регулюється положеннями про молодіжні ради, затвердженими органами місцевого самоврядування. Символьний простір молодіжних рад (логотип, назва) формується на основі символіки громади та є її логічним продовженням та доповненням підкреслюючи єдність і взаємозв'язок із загальними цінностями громади.

- *Комунікаційний* – забезпечує транслювання та зміцнення символічного простору завдяки засобами комунікації з населенням, які включають в себе як офіційні (офіційні сайти), так і неформальні (соціальні мережі, месенджери, блоги) канали територіальних громад. Завдяки комунікації стимулюється активна участь громадян у суспільно-політичному житті громади, що сприяє підвищенню її колективної ідентичності та згуртованості.

Соціальні мережі є одним з найпопулярніших каналів комунікації не лише на рівні країни, але й серед територіальних громад. Щоб продемонструвати комунікаційний вплив через соціальні мережі, доцільно звернутися до статистичних даних. За результатами всеукраїнського опитування, проведеним Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Програми розвитку ООН (UNDP) в Україні, на початок 2024 року 80% громадян щоденно користувалися Інтернетом, що становить приблизно 28,57 млн інтернет-користувачів. Відповідно, соціальні мережі використовують - 74% (26,7 млн.). Платформою для інформування громадян та швидкої комунікації найчастіше територіальні громади обирають соціальну мережу Facebook – аудиторія якої складає 40,9% населення і виступає своєрідним майданчиком для обговорень місцевих ініціатив, де мешканці можуть висвітлювати свої пропозиції та отримувати зворотній зв'язок [11]. Проведений контент-аналіз офіційних сторінок у Facebook територіальних громад Запорізької області – Кушугумської (<https://www.facebook.com/kushugumskarada>), Біленьківської (<https://www.facebook.com/Bilenke.TG>), Широківської (<https://www.facebook.com/shtg.gov.ua>), Гуляйпільської (<https://www.facebook.com/gpotg>), Долинської (<https://www.facebook.com/gpotg>), Новоолександрівської (<https://www.facebook.com/groups/304228994189146>) – показав, що кожна сторінка оформлена відповідно до офіційної символіки громади. Регулярне інформування громадян відбувається шляхом публікацій, що висвітлюють офіційну інформацію про заходи, події, актуальні питання та звітування адміністративного апарату. Це сприяє підвищенню рівня прозорості й довіри до місцевих органів влади, а також активній участі громадян у житті територіальних громад. Оформлення та інформаційне наповнення сторінок відповідає вимогам сучасних соціокомунікаційних стратегій, спрямованих на зміцнення соціальної згуртованості та формування символічного простору громад.

Вище наведені складники символічного простору мають значний вплив на позиціонування громадянина (місцевого жителя), як активного учасника суспільно-політичного життя громади. Символізм в таких проявах здатен створювати стійкі психологічні фрейми, які визначають характер сприйняття суб'єктом управлінських процесів, а також його ставлення до інституцій та ініціатив громади. Комунікаційне середовище локальних територій характеризується наявністю символічних маркерів, які з одного боку, його корелюють й визначають межі, а з іншого сприяють досягненню в громаді



консенсусу у вирішенні актуальних питань та проблем, сприяють зміцненню колективної ідентичності. На цій основі формується співпраці в громаді, зосереджена на спільних цінностях та стратегічних цілях. Таким чином, символічний простір виконує не лише представницьку функцію в культурному та історичному контексті, але виступає важливим засобом формування громадської думки на взаємодію між місцевим самоврядуванням та населенням.

**Висновки та перспективи.** Термін «символічний простір територій» розглядається як комплексний елемент, що інтегрує соціально-політичні відносини та сприяє їх зміцненню в межах територіальних громад. Виступає ключовим чинником у встановленні соціокомунікаційного зв'язку між громадянами та інституціями місцевого самоврядування, слугуючи інструментом соціальної інтеграції, культурної ідентифікації та інформаційної трансляції. Через символи та візуальні репрезентації забезпечується комунікативна інтерфейсність між різними групами населення, що сприяє посиленню легітимності управлінських процесів і розвитку колективної ідентичності в межах територіальних утворень.

В ході дослідження визначено перспективи розвитку символічного простору в громадах пов'язані з активізацією соціокомунікаційних процесів, що особливо важливо в умовах децентралізації та військового стану. Використання інформаційних технологій та платформ соціальних мереж дозволяє громадам не тільки транслювати свої символічні маркери, але й створювати інтерактивні простори для обговорення та впровадження суспільно значущих ініціатив.

У рамках дослідження застосовано методи аналізу наукових джерел та термінології для проектування складників символічного простору з урахуванням соціокомунікаційних зв'язків в громадах. Комунікаційне середовище громад, використовуючи семіотичні, культурні та соціальні чинники, розвивається та забезпечує взаємодію в середині соціальних груп, тому моделі формування таких середовищ можуть бути об'єктами наукових досліджень, а результати можуть бути розглянуті крізь призму військового стану та повоєнної відбудови України.

Результати дослідження можуть бути корисними для науковців, представників органів місцевого самоврядування та фахівців у сфері соціальних комунікацій, оскільки вони розкривають можливості впровадження символічного простору як чинника зміцнення колективної ідентичності в територіальних громадах. Комплексне впровадження складових символічного простору стане базисом при розробленні стратегій розвитку територіальних громад. Дослідження підкреслює роль символічних маркерів у забезпеченні комунікації між громадянами та інституціями, а також їх вплив на соціальну згуртованість і участь громадян у суспільно-політичних процесах. Це відкриває перспективи для міждисциплінарних досліджень, спрямованих на подальше вивчення соціокомунікаційних зв'язків та управління символічним простором у територіальних громадах.

1. Хітрова Т. В. Медійні засоби репрезентації дискурсу “історична пам'ять” в концепції реалізації державної політики пам'яті. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2012. №4. С. 133–137.

2. Фуко М. Соціальний простір і символічна влада / М. Фуко // THESIS. – 1993. – № 2

3. Levi-Strauss C. The Savage Mind/ London: Weidenfeld and Nicolson, 1968. -P.53

4. Полянська О. Є. Роль символічного простору в культурному розвитку регіонів України URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11633/10-Polyanska.pdf?sequence=1>

5. Димерець Р. Власть символів и символы власти в современной культуре. Международные чтения по теории, истории и философии культуры. Вып. 8. Символы, образы, стереотипы: исторический и экзистенциальный опыт. Спб., 2000. С. 121-133.

6. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Символ> (дата звернення: 25 вересня 2024 року)

7. Ганаба С.О. Символічний простір міста як простір пам'яті. Філософія та політологія в контексті сучасної культури. Серія: Філософія. 2016. №6 с.4-9.



8. Панькова О. Символічний простір як засіб інтеграції та мобілізації людських спільнот. *Економіка і управління*. 2015. № 2(40). С. 151-157.
9. Рафальський О. Цивілізаційна ідентичність українства: історія і сучасність: монографія за заг.наук.ред. Я. Калакура. Київ : ІПІЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. 512 с.
10. Про волонтерську діяльність: Закон України від 19.04.2011 № 3236-VI. *Відомості Верховної Ради України*, 2011, № 42, ст. 435.
11. Програма розвитку ООН в Україні. Соцопитування. 2023. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/ukrayintsi-staly-chastishe-korystuvatysya-internetom-80-onlayn-shchodnya-sotsopytuvannya> (дата звернення: 20 вересня 2024 року).

1. Khitrova, T. V. (2012). Mediini zasoby reprezentatsii dyskursu "istorychna pamyat" v kontseptsii realizatsii derzhavnoi polityky pamyati. *Derzhava ta rehiony. [Sotsialni komunikatsii]*, (4), 133–137.
2. Foucault, M. (1993). *Sotsialnyi prostir i symvolichna vlada*. THESIS, (2).
3. Levi-Strauss, C. (1968). *The Savage Mind*. London: Weidenfeld and Nicolson.
4. Polyanska, O. Ye. Rol symvolichnoho prostoru v kulturnomu rozvytku rehioniv Ukrainy, available at: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11633/10-Polyanska.pdf?sequence=1>
5. Dymarets, R. (2000). *Vlast symvolov i symvoly vlasti v sovremennoi kulture. Mezhdunarodnye chteniya po teorii, istorii i filosofii kultury*, (8), 121-133.
6. *Velyka ukrainska entsyklopediya*, available at: <https://vue.gov.ua/Symvol> (date of access: September 25, 2024).
7. Hanaba, S. O. (2016). Symvolichnyi prostir mista yak prostir pamyati. *Filosofiya ta politolohiya v konteksti suchasnoi kultury. [Filosofiya]*, (6), 4-9.
8. Pankova, O. (2015). Symvolichnyi prostir yak zasib intehratsii ta mobilizatsii liudskykh spilnot. *[Ekonomika i upravlinnya]*, 2(40), 151-157.
9. Rafalskyi, O. (2022). *Tsivilizatsiina identychnist ukrainska: istoriya i suchasnist: monohrafiya* (Y. Kalakura, Ed.). Kyiv: IPIEND im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy.
10. Pro volontersku diyalnist: Zakon Ukrainy vid 19.04.2011 No 3236-VI. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, (42), st. 435.
11. Prohrama rozvytku OON v Ukraini. (2023). *Sotsopytuvannya*, available at: <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/ukrayintsi-staly-chastishe-korystuvatysya-internetom-80-onlayn-shchodnya-sotsopytuvannya> (date of access: September 20, 2024).

UDC 070:001.8:316.32

## **SYMBOLIC SPACE AS COLLECTIVE IDENTITY OF TERRITORIAL COMMUNITIES**

**Chornobut Olha**, PhD student,

Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine, e-mail: kovttun@gmail.com

ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-1870-8210>

**Introduction.** This article is dedicated to the study of the impact of the symbolic space of Ukraine's territorial communities on enhancing the effectiveness of local governance in the context of decentralization and martial law.

**Relevance of the study.** In the context of decentralization, the symbolic space of territorial communities serves as a key factor in shaping collective identity and contributes to the preservation of cultural heritage, which is being shaped by newly consolidated territories. It ensures integration at the local level and plays a central role in maintaining the historical values of the communities. The aim of this study is to analyze the components of the symbolic space of communities and determine their significance in strategic communication, aimed at enhancing social integration and cohesion among the population.

**Methodology.** The study employs a range of methods, including the analysis of scientific sources and the analysis and synthesis of terminology. The method of designing the components

of the symbolic space of territories has been applied. An analysis of semiotic identities and communication channels within communities was conducted to identify strategic means of interaction and their impact on social communication and community positioning.

**Results.** The article analyzes aspects of the design of symbolic space in relation to socio-communicative connections within Ukraine's territorial communities, considering its structure and components. The study identifies several key aspects: first, the analysis reveals the dynamic nature of symbolic space and its transformation within the community; second, the components of symbolic space are characterized in terms of their functions and interactions; third, the symbolic space is divided into components, allowing it to be transformed into a systematic and manageable structure.

**Conclusions.** The influence of symbolic space on the collective identity of territorial communities is a significant and stabilizing factor in the context of decentralization and martial law. We believe that the role of symbols is a driving force in activating social cohesion and civic mobility within the communicative relationships of communities. A systematized structure of symbolic space consolidates the population around shared values, which is crucial for effective interaction between different social groups.

**Keywords:** *symbolic space, symbol, territorial community, communication, identity.*

Стаття надійшла до редакції 03.10.2024 р.  
Рекомендовано до видання 07.11.2024 р.

УДК 007+82-9+65

## ЖУРНАЛІСТИКА РІШЕНЬ У НОВИХ МЕДІА: СПЕЦИФІКА КОНТЕНТУ ТА СПОСОБІВ ПРОСУВАННЯ

**БАКАЄВИЧ Яна,**

аспірантка,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ, Україна, e-mail: y.bakaievych.asp@kubg.edu.ua

**Вступ.** У статті приділено увагу такому журналістському підходу як «журналістика рішень» на українському медіаринку та способах публікації матеріалів із журналістики рішень у нових медіа. Під час дослідження аналізувались публікації конкретних українських медіа в інстаграмі, їх формат та змістове наповнення поширюваних матеріалів із журналістики рішень в соціальній мережі.

**Актуальність і мета.** Журналістика рішень спрямована на висвітлення успішних ініціатив і рішень суспільних проблем. Правильний формат подачі в інстаграмі дозволяє краще комунікувати з аудиторією, підвищуючи вплив таких матеріалів і стимулюючи обговорення. Мета статті – визначення особливостей та підходів щодо публікації й просування матеріалів із журналістики рішень через нові медіа.

**Методологія.** Для вибору медіа, що спеціалізуються на створенні матеріалів із журналістики рішень, проаналізовано запити за ключовими словами в пошуковій системі «Google», а також журналістське фахове видання «Детектор медіа». Щоб запевнитись у правильності вибору, у кожного медіа додатково проаналізовано розділ на сайті «Про нас» щодо власного позиціонування видання редакцією. Таким чином визначено список українських медіа, що створюють матеріали з журналістики рішень. Після цього проаналізовано 50 публікацій у п'яти інстаграм-профілях цих медіа й застосовано метод контент-аналізу для виявлення ключових способів подачі й промоції матеріалів із журналістики рішень на платформі «Інстаграм».

**Результати.** Матеріали з журналістики рішень здебільшого представлені у форматі мультимедійних каруселей із використанням фото, графічних елементів, тексту. У форматі відеоматеріалів із журналістики рішень в інстаграмі значно менше. Попри те, що якість публікацій в інстаграмі деяких медіа була на високому рівні, відгук аудиторії, а саме вподобання та коментарі, кількісно низькі або відсутні. Спостерігається низька частотність публікацій матеріалів із журналістики рішень в інстаграмі протягом місяця.

**Висновки.** Мультимедійні можливості інстаграму дозволяють поширювати матеріали з журналістики рішень за допомогою мультимедійних каруселей чи відеоформату. Водночас варто розуміти алгоритми соціальних мереж та способи взаємодії з аудиторією, щоб більше споживачів прочитали чи побачили публікації й відреагували на матеріали. Партнерські інтеграції та опис досвіду впровадження рішень читачів медіа в інстаграмі дозволяють охопити більшу аудиторію медіа при публікації матеріалів із журналістики рішень в інстаграмі, спонукати до обговорення та вподобань дописів із матеріалами журналістики рішень.

**Ключові слова:** журналістика рішень, контент, нові медіа, просування в нових медіа, інстаграм, візуалізація даних.

**Вступ.** Поява таких тенденцій як «інформаційна втома» та «відмова від новин» через постійну негативну подачу вказує на необхідність пошуку нових підходів у створенні медіаконтенту. Журналістика рішень відповідає на цей запит, пропонуючи

© Бакаєвич Я., 2024

історії, які висвітлюють не тільки проблеми, а й конкретні рішення, що дозволяє аудиторії отримувати цінні знання та ідеї для дій. Але її ще однією додатковою метою є побудова спільноти, яка готова до змін. Такі матеріали формують нові ініціативи в регіонах і збирають однодумців довкола важливих питань.

Для сучасного користувача, для сучасної аудиторії ЗМІ стали структуроутворюючим елементом вільного часу. У середині цього вільного часу в останні 20 років лідирувало телебачення. І тільки 6-8 останніх років засвідчують, що в розвинених країнах глядач іде в інтернет, який починає витісняти телебачення в сфері медіаспоживання [1]. Медіа вже розпочали формувати власні спільноти. Свої спільноти вже має «Українська правда», «Детектор медіа», Texty.org та інші. Люди почали об'єднуватись за спільним світоглядом й медіа шукають свою нішу, адже охопити і якісно написати про всі події стає все складніше. Це вимагає додаткових як фінансових, так і кадрових ресурсів.

Результати соціологічного опитування «Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни», яке провели за підтримки USAID на замовлення громадянської мережі ОПОРА в липні 2024 року свідчать про те, що новини у соцмережах споживають 93,3 % українців віком від 18 до 29 років та 85,3 % віком від 30 до 39 років. У інстаграмі новини читають 29,6 % українців, тобто майже третина молодого населення. Інстаграм сьогодні є повноцінним інструментом для роботи медіа, де можна ділитися не лише фотографіями, але й відео та текстовими матеріалами, популяризувати журналістську діяльність. Українські медіа представлені на цій платформі, а журналісти займаються створенням контенту в інстаграмі.

Однією з найголовніших функцій журналістики рішень є її здатність мобілізувати аудиторію до конкретних дій: глибше занурити в тему, надихнути на конкретні дії, розповісти про статтю знайомим, поділитися нею у соцмережах тощо. Дослідник Rasha Alam переконаний, що журналістика рішень має роль рушійної сили, яка може змусити громадян мобілізуватися [15].

Журналістика рішень сприяє формуванню відчуття приналежності, підвищенню соціальної згуртованості та мобілізації зусиль для досягнення спільних цілей, що притаманно саме для молоді. Соцмережі можуть бути вдалим інструментом для об'єднання спільнот. Проте лише одного інструменту, однієї із платформ соціальних мереж не достатньо. Інструмент слід використовувати, застосовуючи комплексний підхід, розуміти алгоритми соціальних мереж і базові основи дизайну.

Технічні можливості соціальних інтернет-платформ дають широкі можливості для створення унікального контенту, котрий вирізнятиметься серед інших публікацій. Тому формат й оформлення публікацій у соціальних мережах може відігравати важливу роль.

Сьогодні платформа Instagram вийшла за межі ресурсу, на якому лише діляться фото і невеликими підписами до них [16, с. 131]. Це повноцінна мережа, де можна поширювати текстовий, фото- і відеоконтент, черпати інформацію для подальшої журналістської роботи, впливати на сприйняття інформації читачами та бути ближче до них. Лише усвідомивши всі ці переваги, українські масмедіа зрозуміють важливість своєї роботи у цій соціальній мережі і зможуть отримати позитивний результат у популяризації свого контенту та збільшенні кількості аудиторії [17].

*Мета статті* – визначення особливостей та підходів щодо публікації й просування матеріалів із журналістики рішень через нові медіа. Для її реалізації необхідно виконати такі завдання: 1) визначити українські медіа, що створюють матеріали з журналістики рішень; 2) дослідити інстаграм-профілі українських ЗМІ та проаналізувати публікації з журналістики рішень; 3) окреслити загальні тенденції, що використовуються для оформлення та промоції таких матеріалів в інстаграмі.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження став комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Методи моніторингу, аналізу та синтезу застосовувалися для відбору матеріалів ЗМІ з журналістики рішень. Описовий і по-

рівняльний використані для роботи із науковими та публіцистичними джерелами з обраної теми.

Основний метод дослідження – контент-аналіз, за допомогою якого проаналізовано близько 50 публікацій за серпень-вересень 2024 року в інстаграмі п'яти українських медіа для виявлення загальних характеристик подачі матеріалів із журналістики рішень на цій платформі (тематика, формат та структура матеріалів, інтерактивність, мультимедійність, методи просування). Для дослідження відібрано такі українські видання: Рубрика, Divoche.media, Гречка Інфо, Varosh, Заборона Медіа. Видання мають різну цільову аудиторію, але створюють матеріали з журналістики рішень на постійній основі. Метод порівняння застосовувався для визначення специфіки розміщення матеріалів із журналістики рішень на платформі Інстаграм. Методи узагальнення та синтезу слугували для формулювання висновків дослідження.

**Результати й обговорення.** Одним із пріоритетних критеріїв щодо відбору медіа для аналізу була наявність задекларованої в описі на сайті видання інформації щодо орієнтації на написання матеріалів із журналістики рішень чи тотожних за сенсом формулювань. Це дало змогу відібрати видання однієї «вагової категорії»: Рубрика, Divoche.media, Гречка Інфо, Varosh, Заборона Медіа. Видання мають різну цільову аудиторію, але створюють матеріали з журналістики рішень на постійній основі. Суттєво також те, що обрані медіа ведуть активно соціальні мережі, а саме інстаграм. Варто зазначити, що обрані медіа є регіональними й спеціалізуються на одній тематиці, лише видання «Рубрика» – загальнонаціональне й перше, що почало писати в форматі журналістики рішень серед українських ЗМІ. «Рубрика» також публікує матеріали у інших жанрах журналістики.

Аналіз публікацій в інстаграмі видання «Рубрика» (Додаток 1) демонструє, що матеріали з журналістики рішень публікуються у форматі мультимедійних каруселей із різними формами взаємодії з аудиторією: вподобання, коментарі, поширення та використання історій у матеріалах про досвід читачів щодо впровадження рішень. Додатково «Рубриці» дозволяють залучати аудиторію різні партнерські дописи з іншими організаціями. Публікації мають професійне дизайнерське оформлення, чітку структуру, різну тематику. Відеоформат дане медіа не практикує для поширення матеріалів з журналістики рішень на момент написання наукової розвідки. Медіа має в інстаграмі 12,6 тис., вподобань на проаналізованих дописах – від 27 до 272.

Аналіз публікацій в інстаграмі видання «Divoche.media» (Додаток 2) показав, що матеріали з журналістики рішень здебільшого публікуються в одній рубриці «Сама собі ціль». Матеріали також подаються у форматі мультимедійних каруселей із різними формами взаємодії з аудиторією. Медіа залучається підтримкою партнерів. Саме це видання серед проаналізованих має найбільше підписників – 26, 5 тис., тому й вподобань на публікаціях теж найбільше – від 150 до близько 3000. Відеоформат медіа в інстаграмі не використовує.

«Гречка Інфо» (Додаток 3) в інстаграмі має 3722 підписники, на дописах, що ми взяли до уваги, від 13 до 223 вподобань. Щодо якості матеріалів з журналістики рішень, вони містять не всі ознаки формату, тому фокус на рішеннях дещо губиться, деякі дописи більше нагадують контент про медіаосвіту. Візуальна складова каруселей може бути оцінена в порівнянні з іншими медіа як на середньому рівні: не завжди використовуються якісні зображення, дизайн має композиційні відхилення. Варто зазначити, що медіа публікує матеріали з журналістики рішень в двох форматах – мультимедійні каруселі та відео. Співпраця з партнерами не спостерігалась, лише вподобання, коментарі та використання історій про досвід читачів видання у матеріалах.

Аналіз публікацій в інстаграмі видання «Varosh» (Додаток 4) засвідчує, що медіа використовує виключно формат мультимедійних каруселей для поширення матеріалів з журналістики рішень. Кількість підписників – 8170. Вподобання саме на публікаціях з журналістики рішень приховані, а на інших новинних публікаціях кількість вподо-



бань відкрита. Якість матеріалів як візуальна, так і текстова знаходиться на високому рівні, чітко простежується загальна структура. Щодо форм взаємодії з аудиторією, то це переважно заклики прочитати повну версію матеріалу на сайті медіа, поділитися з друзями, вподобати чи прокоментувати допис.

Аналіз публікацій в інстаграмі видання «Заборона Медіа» (Додаток 5) демонструє, що для поширення матеріалів з журналістики рішень медіа використовує як формат подачі через мультимедійні каруселі, так і відеоформат. Кількість підписників – 15 678. Кількість вподобань на публікаціях, що ми дослідили, коливається від 18 до 608. Візуально публікації мають професійне дизайнерське оформлення, а відео – вдалиий монтаж. Взаємодія з аудиторією відбувається через вподобання, коментарі та заклики прочитати повну версію матеріалу з журналістики рішень на сайті видання.

Проведений контент-аналіз публікацій з журналістики рішень українських видань в інстаграмі (таб. 1) демонструє, що соціальні мережі дозволяють публікувати мультимедійний контент. Враховуючи те, що матеріали з журналістики рішень – це значні за обсягом тексти, в соціальних мережах медіа їх поширюють у форматі мультимедійних каруселей (пост, який складається з декількох зображень, попередньо оформлених SMM-менеджером чи дизайнером, що йдуть в певному порядку, можна переглянути просто гортаючи фото в дописі з боку в бік). Трапляється, що медіа публікують тексти з журналістики рішень не в повному обсязі в інстаграмі, тому просять переходити для прочитання повної версії матеріалу на сайт медіа.

Аналіз взаємодій з дописами досліджуваних медіа доводить, що для того, щоб читач звернув увагу на матеріал з журналістики рішень в соціальних мережах важливі два критерії, щоб читач дочитав допис до кінця та відреагував на нього: тема та дизайн публікації. Щодо реакцій на публікації, то аналізовані медіа мають низький рівень вподобань на дописах. Видання Divoche.media має найбільше вподобань на дописах, максимально з проаналізованих – 2714. Видання Varosh взагалі приховало кількість вподобань на публікаціях з журналістики рішень. Спостерігається низька активність коментування у всіх медіа.

Частота публікацій в інстаграмі у форматі журналістики рішень не відіграє критичної ролі: чим більше часу журналіст приділить для дослідження та опису рішення, тим якісніший вийде матеріал. Серед проаналізованих медіа простежується тенденція щодо розміщення не більше трьох публікацій на день, лише видання «Рубрика» порушує це правило, оскільки редакція, окрім матеріалів з журналістики рішень, публікує новинний контент, тому дописів можна нарахувати більше 3 на добу.

**Таблиця 1 – Особливості медіаконтенту з журналістики рішень українських видань**

| Критерії/<br>Назва ви-<br>дання    | «Рубрика»   | Divoche.media  | Гречка Інфо  | Varosh   | З а б о р о н а<br>Медіа  |
|------------------------------------|---|--|--|--|---|
| Формат по-<br>дачі інфор-<br>мації | Карусель.<br>Поєднання<br>фото, графіки<br>та тексту. | Карусель.<br>Поєднання<br>фото, графіки<br>та тексту | Карусель. По-<br>єднання фото,<br>графіки та тек-<br>сту, відеофор-<br>мат   | Карусель.<br>Поєднання<br>фото, графіки<br>та тексту | Відеофор-<br>мат, каруселі                                      |
| Якість кон-<br>тенту               | Як текстово,<br>так і графічно<br>якісний             | Як текстово,<br>так і графічно<br>якісний            | Середня якість<br>графічної по-<br>дачі, текст ла-<br>конічний, але<br>публікації не<br>містять всіх<br>ознак журна-<br>лістики рішень | Як текстово,<br>так і графічно<br>якісний            | Високопро-<br>фесійно з<br>використан-<br>ням аудіо та<br>відео |

|  |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|--|
| <i>Залучення аудиторії</i>                 | Люди стають героями матеріалу, вподобання в соціальних мережах, коментарі, партнерські інтеграції | Люди стають героями матеріалу, вподобання в соціальних мережах, коментарі, партнерські інтеграції | Люди стають героями матеріалу, вподобання в соціальних мережах, коментарі | Люди стають героями матеріалу, вподобання в соціальних мережах, коментарі, партнерські інтеграції | Люди стають героями матеріалу, вподобання в соціальних мережах, коментарі, |
| <i>Фокус на рішенні</i>                    | Фокус на рішеннях достатньо висвітлений   | Фокус на рішеннях достатньо висвітлений   | Фокус на рішеннях дещо розмитий   | Фокус на рішеннях достатньо висвітлений   | Фокус на рішеннях достатньо висвітлений                                    |
| <i>Доступність і зрозумілість</i>          | Доступно і зрозуміло  | Доступно і зрозуміло  | Доступно, проте не достатньо зрозуміло                                    | Доступно і зрозуміло  | Доступно і зрозуміло   |
| <i>Візуалізація матеріалу в інстаграмі</i> | Професійно  | Професійно  | Середній рівень   | Середній рівень   | Професійно   |
| <i>Частота публікацій</i>                  | Щодня   | Щодня   | Щодня   | Раз на кілька днів  | Раз на кілька днів   |

У межах дослідження медіа в інстаграмі використовували каруселі з фото, графікою, текстом, відео, рідше – аудіо (лише Заборона Медіа використовують закадровий голос для озвучки авторських відео). Для формату мультимедійних каруселей для інстаграму журналістам чи SMM-спеціалістам доводиться скорочувати статті з версій на сайті й обирати найголовніше з матеріалів. Можливий варіант розміщення матеріалу в інстаграмі частково, а далі переводити трафік на сайт медіа (такий заклик часто пишуть в кінці каруселей, щоб читачі ознайомилися з повною версією матеріалу на сайті). Дизайнерське оформлення каруселі краще приваблює аудиторію, що простежується по кількості вподобань під дописами, але потрібний влучний заголовок, щоб було зрозуміло чітко тему публікації. Кожне медіа обов'язково використовує в дизайні лого видання, навігацію графічними елементами у вигляді стрілок, для покращення сприйняття каруселей. Ще краще аудиторія реагує на відеоформат, але регіональні редакції менше застосовують такий формат подачі.

Ефективність матеріалів з журналістики рішень має довготривалий ефект і може не одразу зчитуватись кількісними показниками, такими наприклад як вподобання чи коментарі. Профілі проаналізованих медіа мають від 3000 до понад 26 тисяч підписників в інстаграм, але вподобань на дописах в середньому мало у порівнянні із кількістю підписників у кожного медіа в інстаграмі. Коментарів під дописами ще менше.

Теми для матеріалів з журналістики рішень кожне медіа підбирає відповідно до специфіки регіону, де працює редакція, або ж вузькоспеціалізовані за тематикою (про місцевий бізнес, можливості на рівні громад, рішення для окремих категорій населення).

Дописи візуально мають якісне оформлення. Мультимедіа — це не лише суттєва перевага онлайн-видань, а й обов'язкова умова їх виживання у боротьбі за читачу увагу. Ресурси, у яких дотепер залишається детермінантним виключно вербальний контент, не можуть конкурувати з тими сайтами, які активно використовують усі мультимедійні формати. Необхідність візуалізації будь-якої інформації в мережі обумовлюється і психологічними особливостями сприйняття електронного тексту [20]. Для оцінки якості візуального оформлення ми звертали увагу на дотримання фірмового стилю і єдності композиції. Читабельність тексту забезпечуються дотриманням правильного використання розміру шрифту, кількості тексту та контрастності кольорів тексту

із фоновим зображенням. Вільний простір між елементами допомагає зосередитися на інформації без візуального перевантаження, полегшуючи сприйняття. Всі зображення повинні бути якісними, без розмиття або пікселізації, що підкреслює професійність та турботу про аудиторію. Обрані зображення для візуалізації матеріалів з журналістики рішень повинні відповідати змісту поста і контексту новини чи історії, сприяючи кращому розумінню і залученню. Інстаграм має обмеження на розміри зображень і тривалість відео. Якісний дизайн дописів враховує ці обмеження, адаптуючи контент так, щоб він виглядав привабливо й органічно в межах платформи. Дизайн дописів, який передає позитивні чи емоційно насичені повідомлення, підвищує рівень залученості аудиторії. Застосування цих критеріїв допомагає медіа створювати якісний, естетичний і професійний контент, який приваблює й утримує увагу аудиторії. Під час дослідження усі відхилення від описаних вище критеріїв до дизайну дописів знижували оцінку професійності дизайну публікації з журналістики рішень.

Героями матеріалів з журналістики рішень періодично стають прості люди, що діляться власним досвідом впровадження конкретних рішень на різних рівнях соціального середовища. Це є одним із різновидів взаємодії із аудиторією у журналістиці рішень додатково до загальновідомих як, наприклад, вподобання, коментарі чи поширення рідним/друзям/знайомим. Наприклад, «Заборона Медіа» закріпило в профілі допис від 4 квітня 2024 року про пошук свідків злочинів РФ для створення серії матеріалів з теми.

Журналістика рішень не вимагає високої частотності публікацій в нових медіа, головне – якість матеріалів та їх ефективність. На цій основі формується довіра до медіа як до експерта у вирішенні проблемних питань. У довгостроковій перспективі такий підхід дозволить створити підґрунтя для формування окремої спільноти.

**Висновки та перспективи.** Згідно з результатами дослідження, заявлену мету було досягнуто. Мультимедійні каруселі та відеоформат – найбільш поширені способи просування матеріалів із журналістики рішень в інстаграмі. Мультимедійна карусель має складатися з серії зображень (максимум 20 в одному дописі), що містять фото, відео, графічні елементи, текст (заголовки та основний текст), елементи фірмового стилю (кольори, шрифти, логотип, рубрикацію). У інстаграмі в порівнянні із сайтом видання можна прочитати/переглянути повний матеріал або лише його частину. Креативне використання мультимедійних дописів допомагає виділити пост у стрічці та зацікавити аудиторію.

Якість журналістського матеріалу, глибоке занурення в тему та мультимедійне представлення рішення може допомогти читачам отримати максимальну користь від контенту. Чи формує лояльне ставлення аудиторії до медіа такий спосіб взаємодії, можна додатково з'ясувати та підтвердити через опитування аудиторії у подальших дослідженнях.

Майбутні дослідження можуть будуватись на основі опитувань аудиторії обраних медіа щодо сприйняття та ефективності матеріалів із журналістики рішень, їх доступності для читання/перегляду в нових медіа. Також слід порівняти український досвід із закордонними медіа, щоб зрозуміти шляхи для покращення промоції матеріалів із журналістики рішень у соціальних мережах. З промоцією в журналістики рішень та пошуку цільової аудиторії є проблеми, що демонструють реакції на матеріали та коментарі.

З іншого боку, не слід орієнтуватися лише на вподобання та коментарі в соціальних мережах, ефект від матеріалів із журналістики рішень може бути довготривалим та дуже індивідуальним для кожного читача/глядача. Кількість підписників в профілі ніяким чином не впливає на взаємодію з дописами, кількість коментарів та вподобань на публікаціях в інстаграмі.

До способів взаємодії з аудиторією, що цікавиться журналістикою рішень, належить професійне оформлення мультимедійних каруселей, партнерські дописи з інши-

ми організаціями\компаніями\виданнями та опис досвіду читачів із упровадження конкретних рішень у матеріалах із журналістики рішень.

1. Бодрухіна Т. А., Манич Н. Є. Медіа конвергентність і нові медіа як тренд сучасної журналістики. Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. м. Старобільськ, 20–21 березня 2018 р. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2018. С. 133–138.
2. Curry A. L., Hammonds K. H. The Power of Solutions Journalism. Center for Media Engagement. 2014. URL: <https://mediaengagement.org/research/solutions-journalism/> (date of access: 15.09.2024).
3. Divoche.media. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/C\\_iInDtnC2/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/C_iInDtnC2/?img_index=2) (date of access: 22.09.2024).
4. Гречка Інфо Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/DAGqXiUNvjn/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DAGqXiUNvjn/?img_index=1) (дата звернення: 22.09.2024).
5. Дослідження. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292> (дата звернення: 15.09.2024).
6. Іванова О. Конструктивність конструктивної журналістики в конфліктогенному соціальнокомунікаційному середовищі. Діалог: медіастудії. 2023. № 28. С. 81–97. DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268489> (дата звернення: 24.09.2024).
7. Solutions Journalism: What is it and why should I care? Medium. URL: <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/solutions-journalism-what-is-it-and-why-should-i-care-e5acd0ab5332> (date of access: 21.09.2024).
8. Остапчук С. С., Закомолдіна А. Є. Роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/57256> (дата доступу: 18.09.24).
9. Рубрика. Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/DADko\\_ltU3E/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DADko_ltU3E/?img_index=1) (дата звернення: 22.09.2024).
10. Що таке журналістика рішень? Львівський медіафорум. URL: <https://solutionjournalism.lvivmediaforum.com/> (дата звернення: 22.09.2024).
11. Журналістика рішень в умовах війни у новинах регіональних телеканалів «Суспільне Ужгород» та «21 Ужгород» (період серпень-жовтень 2023 року). URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/57260> (дата звернення: 11.09.2024).
12. Слотюк Т. Концепція моделі Solutions Journalism: конотація, функції, особливості функціонування. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2021. № 50. С. 68–76. URL: <https://doi.org/10.30970/vjo.2021.50.11097> (дата звернення: 16.09.2024).
13. Varosh Instagram. URL: [https://www.instagram.com/p/C\\_TCI7Lo-e7/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C_TCI7Lo-e7/?img_index=1) (дата звернення: 24.09.2024).
14. Zaborona. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/C-KyNwDCdoj/> (дата звернення: 24.09.2024).
15. Allam, R. Constructive Journalism in the Egyptian Context: Roles and Challenges [The American University in Cairo], p.13-14, p.18. URL: [http://www.qu.edu.qa/static\\_file/qu/conference/jmem2017/documents/Constructive%20Journalism-JMEM2018.pdf](http://www.qu.edu.qa/static_file/qu/conference/jmem2017/documents/Constructive%20Journalism-JMEM2018.pdf) (дата доступу: 18.09.24).
16. Семен Н. Особливості подачі інформації про пандемію COVID-19 на Instagram-акаунтах сучасних українських медіа (на прикладі профілів телеканалів «НТА» та «Україна 24»). Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2021. № 2(46). С. 130–135. DOI: [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2021.2\(46\).19](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2021.2(46).19) (дата звернення: 25.09.2024).
17. Семен Н. Роль соціальної мережі Instagram у популяризації журналістського контенту. Вісник Національного університету "Львівська політехніка": журналістика. 2022. Т. 1, № 3. С. 74–79. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.074> (дата звернення: 29.09.2024).
18. Zhytnikova A. Signs of constructive journalism in the Ukrainian media. Dialog: media studios. 2024. № 29. С. 35–44. URL: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2023.29.300633> (дата звернення: 29.09.2024).
19. Тонкіх І. Критерії якості контенту інтернет-медіа. Обрії друкарства : науковий журнал. 2018. №1 (6). С. 209–217. Бібліогр.: 5 назв. DOI: <https://doi.org/10.20535/2522-1078.2018.1.132903>.

1. Bodrukhina, T. A., & Manych, N. Ye. (2019), «Media konverhentnist i novi media yak trend suchasnoi zhurnalistyky», *Mas-media Ukrainy na zlami epokh: realii ta perspektyvy rozvytku: materialy Vseukr. nauk.-prakt. internet-konf, Starobilsk, Starobilsk : DZ «LNU imeni Tarasa Shevchenka»*, 2018. P. 133–138.
2. Curry A. L. & Hammonds K. H. (2014), «The Power of Solutions Journalism», Center for Media Engagement, available at: <https://mediaengagement.org/research/solutions-journalism/>, (accessed 15 September 2024).
3. Divoche.media [@Divoche.media]. (2024), Instagram, available at: [https://www.instagram.com/p/C\\_IiInDtnC2/?img\\_index=2](https://www.instagram.com/p/C_IiInDtnC2/?img_index=2).
4. Hrechka Info [@gre4ka.info]. (2024), Instagram, available at: [https://www.instagram.com/p/DAGqXiUNvjn/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DAGqXiUNvjn/?img_index=1).
5. Doslidzhennia. «Mediaspozhyvannia ukrainsiv: tretii rik povnomasshtabnoi viiny». (2024), OPORA - Hromadianska merezha - vybory v Ukraini - Election in Ukraine, available at: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>, (accessed 15 September 2024).
6. Ivanova, O. (2023), «Constructiveness of constructive journalism in a conflict-generating social-communication environment», *Dialog: media studios*, (28), 81–97, available at: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268489>, (accessed 24 September 2024).
7. What is it and why should I care? (2020), Medium, available at: <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/solutions-journalism-what-is-it-and-why-should-i-care-e5acd0ab5332>, (accessed 21 September 2024).
8. Ostapchuk S. S. & Zakomoldina A. Ye. (2022), «Rol sotsialnykh merezh u suchasnomu mediaprostorii», available at: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/57256>, (accessed 18 September 2024).
9. Rubryka [@rubryka]. (2024), Instagram, available at: [https://www.instagram.com/p/DADko\\_tU3E/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DADko_tU3E/?img_index=1)
10. Shcho take zhurnalistyka rishen? (2020), Lviv Media Forum, available at: <http://solutionjournalism.lvivmediaforum.com/>.
11. Shukh, D. S. (2023), «Zhurnalistyka rishen v umovakh viiny u novynakh rehionalnykh telekanaliv «Suspilne Uzhhorod» ta «21 Uzhhorod» (period serpen-zhovten 2023 roku)», available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/57260>.
12. Slotiuk, T. (2021), «Kontseptsiiia modeli solutions journalism: konotatsiia, funktsii, osoblyvosti funktsionuvannia», ISSN 2078-7324, *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii Zhurnalistyka*, Vypusk 50. P. 3–12, *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, Issue 50. P. 3–12.
13. Varosh [@Varosh.media]. (2024). Instagram, available at: [https://www.instagram.com/p/C\\_TCI7Lo-e7/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C_TCI7Lo-e7/?img_index=1)
14. Zaborona [@zaborona\_com]. (2024), Instagram, available at: <https://www.instagram.com/p/C-KyNwDCdoj/>.
15. Allam, R. (2018), «Constructive Journalism in the Egyptian Context: Roles and Challenges». *The American University in Cairo*, p.13-14, p.18, available at: [http://www.qu.edu.qa/static\\_file/qu/conference/jmem2017/documents/Constructive%20Journalism-JMEM2018.pdf](http://www.qu.edu.qa/static_file/qu/conference/jmem2017/documents/Constructive%20Journalism-JMEM2018.pdf).
16. Semen, N. (2021). «Osoblyvosti podachi informatsii pro pandemiiu COVID-19 na Instagram-akauntakh suchasnykh ukrainskykh media (na prykladi profiliv telekanaliv «NTA» ta «Ukraina 24»)», *State and Regions. Series: Social Communications*, (2(46)), P. 130–135, available at: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2\(46\).19](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2(46).19), (accessed 25 September 2024).
17. Semen, N. (2022), «The role of Instagram in popularizing journalistic content», *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: journalism*, 1(3), 74–79, available at: <https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.074>, (accessed 29 September 2024).
18. Zhytnikova, A. (2024), «Signs of constructive journalism in the Ukrainian media», *Dialog: media studios*, (29), 35–44, available at: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2023.29.300633>, (accessed 29 September 2024).
19. Tonkikh, I. Yu. (2018), «Kryterii yakosti kontentu internet-media», *Obrii drukarstva*, (1), 209–217, available at: <https://doi.org/10.20535/2522-1078.2018.1.132903>.



## ДОДАТКИ

Додаток 1. Контент-аналіз публікацій видання «Рубрика» за вересень 2024 року з журналістики рішень в інстаграмі

| Назва публікації в інстаграмі   | Тип контенту   | Структура матеріалу  | Форми взаємодії з читачем   | Формат подачі | Тональність             | Тематика                                   | Вподобання та коментарі |
|---|----------------|--|---|---------------|-------------------------|--|-------------------------|
| 1.«Від меморіального комплексу до окремих ініціатив в громаді» від 2 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_agbIotNi2/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_agbIotNi2/?img_index=1</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Заклик до прочитання повного матеріалу на сайті, коментарі і вподобання | Картусель     | Об'єктивно-інформативна | Вшанування пам'яті загиблих військових     | В: 180<br>К: 1          |
| 2.Музика, в якій заховане звучання України: як майстер з Луцька відновлює традиції створення народних інструментів» від 3 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_ctCVPNmUt/?img_index=9">https://www.instagram.com/p/C_ctCVPNmUt/?img_index=9</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Вподобання, коментарі   | Картусель     | Емоційно-позитивна      | Народне ремісництво                        | В: 104<br>К: 4          |
| 3.«Реактивна пошта для артилерії: історія волонтерів, які з 2014 року допомагають війську» від 3 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_dWFXeNBrV/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_dWFXeNBrV/?img_index=1</a>                          | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Вподобання, коментарі   | Картусель     | Об'єктивно-інформативна | Ремонт військових технік в польових умовах | В: 138<br>К: 1          |

|   |                |  |   |                  |                         |   |                |
|---|----------------|--|---|------------------|-------------------------|---|----------------|
| 4.«Ми не можемо відкласти питання безбар'єрності на «коли переможемо» від 4 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_fEqdtGS7/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_fEqdtGS7/?img_index=1</a>                           | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Заклик до прочитання повного матеріалу на сайті, коментарі і вподобання | К а - р у - сель | Об'єктивно-інформативна | Недоступність для маломобільних груп населення                | В: 272<br>К: 1 |
| 5. «На вулицях Києва з'явилися шкільні парти: у чому рішення» від 8 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_p8i9rO2fF/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_p8i9rO2fF/?img_index=1</a>                                 | Мультимедійний | Текст допису+фото карусель   | Заклик підтримати ініціативу  | К а - р у - сель | Емоційно-позитивна      | Збір на облаштування укриттів для навчальних закладів у селах | В:147 К:1      |
| 6. «Як підготувати якісну грантову заявку: конспект із тренінгу Львівського медіафоруму» від 9 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_sNzOoN1Or/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_sNzOoN1Or/?img_index=1</a>      | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Заклик до прочитання повного матеріалу на сайті, коментарі і вподобання | К а - р у - сель | Криптична               | Написання грантових заявок                                    | В: 32 К: 0     |
| 7. «Транспорт – це про безпеку: як на Полтавщині соціальне таксі рятує жінок від насильства» від 10 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_vDgfytmAE/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_vDgfytmAE/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Контакти БО «Світло надії», до яких можуть звертатись по допомогу       | К а - р у - сель | Об'єктивно-інформативна | Жінки, що зазнають домашнього чи гендерного насильства        | В: 27 К: 0     |

|  |   |   |  |                             |                                      |  |                      |
|--|---|---|--|-----------------------------|--------------------------------------|--|----------------------|
| <p>8. «Підтримка, єдність, адаптація: де шукати духовну стійкість» від 10 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_vXNVptisw/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_vXNVptisw/?img_index=1</a></p>                    | <p>Муль-<br/>тимере-<br/>дій-<br/>ний</p> | <p>Текст<br/>допису<br/>+ Візу-<br/>альна<br/>час-<br/>тина:<br/>Заго-<br/>ловок,<br/>підзаго-<br/>ловок,<br/>осно-<br/>вний<br/>текст з<br/>фото</p>                       | <p>В подо-<br/>бання,<br/>коментарі</p>  | <p>Ка-<br/>ру-<br/>сель</p> | <p>Об'єктивно-інформативна</p>       | <p>Духов-<br/>на стій-<br/>кість<br/>та під-<br/>тримка в<br/>умовах<br/>війни</p>   | <p>В:49 К:0</p>      |
| <p>9. «Як фахівці Lobby X допомагають ветеранам працевлаштуватися» від 12 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_ovDD6NIO6/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_ovDD6NIO6/?img_index=1</a></p>                    | <p>Муль-<br/>тимере-<br/>дій-<br/>ний</p> | <p>Текст<br/>допису<br/>+ Візу-<br/>альна<br/>час-<br/>тина:<br/>Заго-<br/>ловок,<br/>підзаго-<br/>ловок,<br/>осно-<br/>вний<br/>текст з<br/>фото та<br/>графі-<br/>кою</p> | <p>Парт-<br/>нерська<br/>інтегра-<br/>ція з Со-<br/>ціальним<br/>підпри-<br/>ємством<br/>Lobby X<br/>та радіо<br/>«Накипі-<br/>ло»</p> | <p>Ка-<br/>ру-<br/>сель</p> | <p>Об'єктивно-інформативна</p>       | <p>Новий<br/>на-<br/>пря-<br/>м із ро-<br/>боти з<br/>вете-<br/>рана-<br/>ми</p>   | <p>В:250<br/>К:3</p> |
| <p>10. «Книжки, ровери і три бібліотекарки: як на Чернігівщині працює Велобібліотека» від 16 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_-EndYtO-n/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_-EndYtO-n/?img_index=1</a></p> | <p>Муль-<br/>тимере-<br/>дій-<br/>ний</p> | <p>Текст<br/>допису<br/>+ Візу-<br/>альна<br/>час-<br/>тина:<br/>Заго-<br/>ловок,<br/>підзаго-<br/>ловок,<br/>осно-<br/>вний<br/>текст з<br/>фото та<br/>графі-<br/>кою</p> | <p>Заклик<br/>читати<br/>повну<br/>версію<br/>матеріалу<br/>на сайті,<br/>коментарі,<br/>вподобання</p>                                | <p>Ка-<br/>ру-<br/>сель</p> | <p>Емоцій-<br/>но-<br/>позитивна</p> | <p>Ініці-<br/>атива,<br/>яка на-<br/>повнює<br/>велосипед-<br/>ні кошики<br/>книжками<br/>та роз-<br/>возить<br/>їх сво-<br/>ім міс-<br/>том</p> | <p>В:37 К:0</p>      |

## Додаток 2. Контент-аналіз публікацій видання «Divoche.media» за вересень 2024 року з журналістики рішень в інстаграмі

| Назва публікації в інстаграмі   | Тип контенту   | Структура матеріалу  | Форми взаємодії з читачем   | Формат подачі | Тональність             | Тематика   | Вподобання та коментарі |
|---|----------------|--|---|---------------|-------------------------|--|-------------------------|
| 1. «Від букблогерки до видавчині. Алла Комарова про видавництво «Уроборос» від 5 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_h4Jr8N1B3/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_h4Jr8N1B3/?img_index=1</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовки, основний текст з фото | Заклик до прочитання повного матеріалу на сайті, коментарі і вподобання | Картусель     | Об'єктивно-інформативна | Відкриття власного видавництва                                 | В: 259 К: 4             |
| 2. «Монтувальниця сонячних електростанцій: як дев'ять українок опанували нову професію на курсі від Greenpeace» від 5 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_iQyp9tRJd/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_iQyp9tRJd/?img_index=1</a>             | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовки, основний текст з фото | Вподобання, коментарі   | Картусель     | Об'єктивно-інформативна | Жінки опанували професію монтувальниць сонячних електростанцій | В: 456 К: 6             |
| 3. «Ми зростаємо в кризових ситуаціях. Засновниця Drive Hub Яна Костевич про особисті виклики, перемоги й навчання водійок» від 5 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_iogmaNuUT/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_iogmaNuUT/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовки, основний текст з фото | Вподобання, коментарі   | Картусель     | Об'єктивно-інформативна | Про шлях — від менеджера до керівниці навчальної хабу          | В: 169 К: 0             |

|   |                |  |   |        |                         |   |                  |
|---|----------------|--|---|--------|-------------------------|---|------------------|
| 4. «Ми працювали з людьми, які живуть у руїнах але обіймають кожну рідну цеглинку. Євгенія Ширяєва, психотерапевтка й волонтерка» від 6 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_lRnrqt4r-/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_lRnrqt4r-/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Партнерський пост, вподобання, коментарі, заклик слухати подкаст «Вона війна» на сайті радіо «Накипіло» | Касель | Об'єктивно-інформативна | Психологічна допомога жителям деокупованих і прифронтових територій         | В: 993<br>К:4    |
| 5. «У Дніпрі після трьох років суду виправдали Марину Полях, яку звинувачували у вбивстві співмешканця» від 10 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_vfWAgtdfP/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_vfWAgtdfP/?img_index=1</a>                          | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Вподобання, коментарі   | Касель | Об'єктивно-інформативна | Судова справа про одомашнення на силу                                       | В: 1575<br>К: 29 |
| 6. «Велике Дівництво. Як волонтерки відбудовують зруйновані будинки та долають «стигму» нежіночих професій» від 12 вересня 2024 року  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Вподобання, коментарі, партнерський пост з Медіапроект ом «Підмога» про жіночі організації              | Касель | Об'єктивно-інформативна | Важка фізична праця потребує не так м'язів, як креативних інженерних рішень | В: 309<br>К:7    |
| 7. «До першої крові. Факти про гімен» від 18 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DADRQowt6q1/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DADRQowt6q1/?img_index=1</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Партнерський пост з виданням «Куншт», вподобання, коментарі   | Касель | Об'єктивно-інформативна | Факти про перший статевий акт у жінок                                       | В: 2714<br>К:24  |



|  |                |  |  |                  |                         |   |                      |
|--|----------------|--|--|------------------|-------------------------|---|----------------------|
| 8. «Чого варта її робота: як оцінюються твори жінок-художниць, порівнюючи з чоловіками» від 20 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAIpEmzNUle/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAIpEmzNUle/?img_index=1</a>   | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | В подобання, коментарі. Заклик читати повну версію матеріалу в описі публікації.           | К а - р у - сель | Об'єктивно-інформативна | Ставлення суспільства до жінок-художниць  | В: 538<br>К:1        |
| 9. «Сила вітру: як вітрильництво допомагає жінкам повірити свої сили та здобути новий фах» від 25 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAWSTf8tMPS/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAWSTf8tMPS/?img_index=1</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | Партнерський пост з Медіапроект ом «Підмога» про жіночі організації, вподобання, коментарі | К а - р у - сель | Об'єктивно-інформативна | Яхтинг — як спосіб повернути контроль над реальністю, відчуття власної сили й опанування новою професією. | В: приховані<br>К: 2 |
| 10. «До та після. Емма Антонюк запустила сестринський флешмоб у відповідь Арестовичу га рекламу семінару про «жінку на службі у сатани» від 29 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAaxHBCtz1C/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAaxHBCtz1C/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст з фото | В подобання, коментарі, флешмоб #дота_після_сестринство                                    | К а - р у - сель | Об'єктивно-інформативна | Боротьба жінок з боєм та несправделивістю, флешмоб #дота_після_сестринство                                | В: 2231<br>К: 36     |

**Додаток 3. Контент-аналіз публікацій видання «Гречка Інфо» за вересень 2024 року з журналістики рішень в інстаграмі**

| Назва публікації в інстаграмі  | Тип контенту   | Структура матеріалу  | Форми взаємодії з читачем   | Формат подачі | Тональність             | Тематика   | Вподобання та коментарі |
|--|----------------|--|---|---------------|-------------------------|--|-------------------------|
| 1. «Як почистити своє інфополе: топ-4 поради» від 1 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_XyYmotbtU/">https://www.instagram.com/p/C_XyYmotbtU/</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Заклик ділитися цим відео з близькими, коментарі і вподобання             | Відео         | Об'єктивно-інформативна | Інформаційна гігієна                             | В: 14 К: 0              |
| 2. «Як у Кропивницькому компанія «Екостайл» видобуває електрику зі сміттєзвалища» від 4 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_fSjstkvG/">https://www.instagram.com/p/C_fSjstkvG/</a>                              | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Заклик «Ділись цікавою інформацією з друзями», вподобання, коментарі      | Відео         | Об'єктивно-інформативна | Електрика зі сміття                              | В: 53 К: 4              |
| 3. «Чому люди вірять у брехню» від 10 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_u2XvXNEk1/">https://www.instagram.com/p/C_u2XvXNEk1/</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Заклик підписатися на профіль видання в інстаграмі, вподобання, коментарі | Відео         | Об'єктивно-інформативна | Дезінформація                                    | В: 13 К: 0              |
| 4. «Яку підтримку може отримати бізнес у Кропивницькому?» від 13 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_2Z2gmtsnM/">https://www.instagram.com/p/C_2Z2gmtsnM/</a>   | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Більше закликають дізнатися за посиланням у сториз, вподобання, коментарі | Відео         | Об'єктивно-інформативна | Підприємці можуть отримати компенсації на бізнес | В: 15 К: 0              |
| 5. «Із чого починали? Як кулінарки з Кіровоградщини потрапили до 20-ки «Мастершеф»» від 14 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_5xwX1tNFm/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_5xwX1tNFm/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовки, основний текст з фото | Більше закликають дізнатися за посиланням у сториз, вподобання, коментарі | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Досвід проходження кастингу кулінарного шоу      | В: 27 К: 0              |

|  |                |  |   |          |                         |   |             |
|--|----------------|--|---|----------|-------------------------|---|-------------|
| 6.«У Кропивницькому освітяни передали маску-вальні сітки військовим» від 20 вересня 2024 року  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Вподобання, коментарі   | Відео    | Об'єктивно-інформативна | Волонтерство  | В: 70 К: 0  |
| 7. «У Кропивницькому родини полеглих воїнів висадили алею дерев у пам'ять про загиблих» від 21 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DALMLKWtkMq/">https://www.instagram.com/p/DALMLKWtkMq/</a>                                 | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Більше закликають дізнатися за посиланням у сториз, вподобання, коментарі           | Відео    | Об'єктивно-інформативна | Вшанування загиблих у війні   | В: 223 К: 4 |
| 8. «Вересневі самоцвіти – 2024. Як пройде фестивалю на Кіровоградщині» від 23 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAQQx-LNiin/">https://www.instagram.com/p/DAQQx-LNiin/</a>  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Детальні анонси заходів фестивалю шукають у сториз, вподобання, коментарі           | Відео    | Об'єктивно-інформативна | Фестиваль театрального мистецтва «Вересневі самоцвіти»              | В: 42 К: 0  |
| 9. «Марко Кропивницький. Театр Корифеї. Початок» У Кропивницькому, у Театрі Корифеїв презентували туристичний путівник» від 25 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAV1RAeNgPq/">https://www.instagram.com/p/DAV1RAeNgPq/</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, відео                 | Більше про путівник просять читати за посиланням у сториз, вподобання, коментарі    | Відео    | Об'єктивно-інформативна | Туристичний путівник «Марко Кропивницький. Театр Корифеїв. Початок» | В: 21 К: 1  |
| 10. «Кропивницький школяр переміг у всесвітньому конкурсі» від 30 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAgqXiUNvjn/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAgqXiUNvjn/?img_index=1</a>                                      | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст з фото | Повний текст матеріалу просять читати за посиланням у сториз, вподобання, коментарі | Карусель | Об'єктивно-інформативна | Всесвітній конкурс для підлітків та молоді                          | В: 66 К: 0  |

**Додаток 4. Контент-аналіз публікацій видання «Varosh» за серпень-вересень 2024 року з журналістики рішень в інстаграмі**

| Назва публікації в інстаграмі  | Тип контенту   | Структура матеріалу   | Форми взаємодії з читачем   | Формат подачі | Тональність             | Тематика  | Вподобання та коментарі  |
|--|----------------|---|---|---------------|-------------------------|---|--------------------------|
| 1. «Від ідеї до франшизи: як закарпатська дитяча «Академія успіху» підкорює українські міста» від 30 серпня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_TCI7Loe7/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_TCI7Loe7/?img_index=1</a>                        | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст + фото, графіка | Заклик читати повний матеріал на сайті, в подобання, коментарі                                    | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Інноваційні ідеї в освіті та їх втілення  | В :<br>приховані<br>К: 0 |
| 2. «Конгрес заради життя: як і чому подія на Закарпатті об'єднує бізнес та владу» від 31 серпня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_Vp5jeoisZ/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_Vp5jeoisZ/?img_index=1</a>                                  | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст + фото, графіка | Придбати квитки на конгрес, більше читати на сайті повну версію матеріалу, в подобання, коментарі | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Організатори будівельного конгресу прагнуть створити платформу для комунікації між бізнесом та органами державної влади | В :<br>приховані<br>К: 0 |
| 3. «Позбутися комплексу меншовартості: як Закарпатський народний хор популяризує народну пісню вдома й закордоном» від 3 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_choGKocZf/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_choGKocZf/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст + фото, графіка | В подобання, коментарі  | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Українська культура під час війни   | В :<br>приховані<br>К: 0 |
| 4. «Технології та експертність: як Astra-Dia задає стандарти в галузі лабораторної діагностики» від 15 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_71AgAIl9k/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_71AgAIl9k/?img_index=1</a>                   | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст + фото, графіка | Заклик читати повну версію матеріалу на сайті, в подобання, коментарі                             | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Медицина  | В :<br>приховані<br>К: 0 |

|  |                |   |   |          |                         |  |                        |
|--|----------------|---|---|----------|-------------------------|--|------------------------|
| 5. «М'яка сила: історії українок, розказані на вечорі The Tellers Night» від 20 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAJXo4QIgMB/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAJXo4QIgMB/?img_index=1</a>                      | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст + фото, графіка | Заклик читати повну версію на сайті видання, вповодження, коментарі | Карусель | Об'єктивна інформативна | Допомога жінкам та тематичний захід            | Відео : приховані К: о |
| 6. «Науковець та артилерист ЗСУ Віктор Трошкі: Проблем, через те, що я угорець, не було ніколи» від 24 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DATrPQloIE/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DATrPQloIE/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Текст допису + Візуальна частина: Заголовок, основний текст + фото, графіка | Заклик читати повну версію на сайті видання, вповодження, коментарі | Карусель | Об'єктивна інформативна | Мобілізація представників нацменшин до лав ЗСУ | Відео : приховані К: о |



**Додаток 5. Контент-аналіз публікацій видання «Заборона Медіа» за вересень 2024 року з журналістики рішень в інстаграмі**

| Назва публікації в інстаграмі   | Тип контенту   | Структура матеріалу   | Форми взаємодії з читачем  | Формат подачі | Тональність             | Тематика   | Вподобання та коментарі |
|---|----------------|---|--|---------------|-------------------------|--|-------------------------|
| 1. «До чого призводять зміни клімату: приклад аграрної Молдови» від 11 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_vNGoctEYq/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_vNGoctEYq/?img_index=1</a>      | Мультимедійний | Без опису публікації+ Візуальна частина: Заголовки, підзаголовки, основний текст, фото, графіка | Вподобання, коментарі  | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Екологія, зміна клімату                          | В: 81<br>К: 0           |
| 2. «Перетин кордону з ЄС українцями з 10 листопада: все, що треба знати» від 13 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/C_xYENtWU/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C_xYENtWU/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовки, підзаголовки, основний текст, фото, графіка      | Заклик читати повну версію матеріалу на сайті, вподобання, коментарі | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Перетин кордону                                  | В: 608<br>К: 13         |
| 3. «Що станеться, якщо вона розвалиться» від 17 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAAOq_NtTu5/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAAOq_NtTu5/?img_index=1</a>                             | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовки, підзаголовки, основний текст, фото, графіка      | Заклик читати повну версію матеріалу на сайті, вподобання, коментарі | Карусель      | Об'єктивно-інформативна | Міжнародні відносини, російсько-українська війна | В: 329<br>К: 12         |
| 4. «Які регіони можуть вийти зі складу РФ» від 19 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAFvCY_tGVN/">https://www.instagram.com/p/DAFvCY_tGVN/</a>   | Мультимедійний | Без опису публікації+ Візуальна частина: Заголовки, відео                                       | Вподобання, коментарі  | Відео         | Об'єктивно-інформативна | Міжнародні відносини, розпад Росії               | В: 50<br>К: 0           |

|   |                |  |  |          |                         |                                       |                |
|---|----------------|--|--|----------|-------------------------|---------------------------------------|----------------|
| 5. «Мінреінтеграції можуть ліквідувати: чому це невдала ідея» від 19 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAF7eHrt1jC/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAF7eHrt1jC/?img_index=1</a>                                | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст, фото, графіка | Вподобання, коментарі  | Карусель | Об'єктивно-інформативна | Державна внутрішня політика           | В: 69<br>К: 1  |
| 6. «Енергетичний шантаж РФ: як перекрити кран і зупинити війну» від 19 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAGMpcbtfn/">https://www.instagram.com/p/DAGMpcbtfn/</a>  | Мультимедійний | Без опису публікації+ Візуальна частина: Заголовок, відео                                  | Вподобання, коментарі  | Відео    | Об'єктивно-інформативна | Міжнародні відносини                  | В: 12<br>К: 0  |
| 7. «Євроінтеграція в обмін на ексгумацію: як Варшава тисне на Київ через Волинську трагедію» від 23 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAQyDgst-oT/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAQyDgst-oT/?img_index=1</a> | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст, фото, графіка | Заклик читати повну версію матеріалу на сайті видання, вподобання, коментарі | Карусель | Об'єктивно-інформативна | Міжнародні відносини                  | В: 314<br>К: 0 |
| 8. «Українське підпілля: інсайти про підготовку його учасників» від 25 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/AVncM1NS4e/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/AVncM1NS4e/?img_index=1</a>                                | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст, фото, графіка | Заклик читати повну версію матеріалу на сайті видання, вподобання, коментарі | Карусель | Об'єктивно-інформативна | Російсько-українська війна, Рух опору | В: 78<br>К: 0  |
| 9. «Безпечкові гарантії США для України: запобіжник від популістів» від 26 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAYFBacNi6t/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAYFBacNi6t/?img_index=1</a>                          | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст, фото, графіка | Вподобання, коментарі  | Карусель | Об'єктивно-інформативна | Російсько-українська війна            | В: 54<br>К: 0  |
| 10. «Прийміть в усіх сенсах: ЛГБТКІ+ військові про цивільні партнерства» від 27 вересня 2024 року <a href="https://www.instagram.com/p/DAao-QhNE9X/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DAao-QhNE9X/?img_index=1</a>                     | Мультимедійний | Опис публікації+ Візуальна частина: Заголовок, підзаголовок, основний текст, фото, графіка | Вподобання, коментарі  | Карусель | Об'єктивно-інформативна | ЛГБТКІ+ військові                     | В: 129<br>К: 2 |

UDC 007+82-9+65

## **DECISION JOURNALISM IN NEW MEDIA: SPECIFICS OF CONTENT AND METHODS OF PROMOTION**

**Bakaievych Yana**, Postgraduate student,  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, Ukraine, y.bakaievych.asp@kubg.edu.ua  
ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-5508-8471>

**Introduction.** The article pays attention to such a journalistic approach as « solutions journalism» on the Ukrainian media market and methods of publishing solutions journalism materials in new media. During the study, the publications of specific Ukrainian media on Instagram, their publication format and the content of the distributed materials on solutions journalism in the social network were analyzed.

**Relevance of the study.** Solutions journalism is aimed at highlighting successful initiatives and solutions to social problems. The correct submission format on Instagram allows you to better communicate with the audience, increasing the impact of such materials and stimulating discussion. The purpose of the article is to determine the features and approaches to the publication and promotion of solutions journalism materials through new media.

**Methodology.** For the selection of media specializing in the creation of solutions journalism materials, keyword queries in the Google search engine were analyzed, as well as the specialized journalistic media «Detektor Media». In order to make sure of the correctness of the choice, the section on the «About Us» website for each media outlet was additionally analyzed regarding the publication's own positioning by the editors. In this way, the list of Ukrainian media that create materials on solutions journalism has been determined. After that, 50 publications in five Instagram profiles of these media were analyzed and the method of content analysis was applied to identify key ways of presenting and promoting solutions journalism materials on the Instagram platform.

**Results.** Materials on solutions journalism are mostly presented in the format of multimedia carousels using photos, graphic elements, and text. In the format of video materials from journalism, there are significantly fewer solutions on Instagram. Despite the fact that the quality of some media's Instagram posts was at a high level, audience feedback, namely likes and comments, was quantitatively low or absent. There is a low frequency of publication of decision journalism materials on Instagram during the month.

**Conclusions.** The multimedia capabilities of Instagram allow you to distribute solutions journalism materials using multimedia carousels or video format. At the same time, it is worth understanding the algorithms of social networks and ways of interacting with the audience so that more readers read or see the publications and react to the materials. Partner integrations and the description of the experience of implementing solutions of media readers on Instagram allow you to reach a larger media audience when publishing materials on solutions journalism on Instagram, to encourage discussion and likes of posts with materials on it.

**Keywords:** *solutions journalism, content, new media, promotion in new media, Instagram, data visualization.*

Стаття надійшла до редакції 04.10.2024 р.

Рекомендовано до видання 07.11.2024 р.

УДК070:34]:316.775.4-057(477)”20”

## АУДИТОРНІ ОСОБЛИВОСТІ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРЕСИ (на прикладі газети «Юридична практика», Київ, 1995-)

**ГАЛАДЖУН Зоряна,**

канд. наук із соц. комунік., доц.

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна, e-mail: zoriana.v.haladzhun@lpnu.ua.

**Вступ.** Спеціалізована преса, що функціонує на медійному ринку України, представлена багатьма виданнями, в тематиці яких зацікавлена цільова аудиторія. Поряд з діловими, медичними, літературно-художніми, іншими часописами ввійшли в систему спеціалізованої преси України також і юридичні видання. Дослідження аудиторії юридичної преси є важливим з багатьох міркувань, зокрема задля того, щоб знати, на кого спрямовувати комунікацію (хто споживач інформації), чиї інтереси враховувати, яку тематику обирати, як оформляти видання тощо.

**Метою дослідження** є вивчення на основі аналізу напрацювань українських та іноземних науковців і практиків медійної сфери аудиторних особливостей спеціалізованого видання «Юридична практика» та формування портрета її читача.

**Методологія.** Для реалізації мети використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: історичний – задля вивчення стану досліджень аудиторії медіа; порівняльний – задля виявлення на основі зібраних даних тенденцій формування аудиторії спеціалізованої газети; індуктивний – задля узагальнення виявлених тенденцій та формулювання висновків; типологізаційний – задля диференціації інформації відповідно до елементів структури спеціалізованих видань. Під час вирішення окремих завдань дослідження на різних його етапах використовувались емпіричні та теоретичні прийоми: спостереження, опис, класифікація та систематизація.

**Результати.** В контексті нашого дослідження особливої уваги заслуговує думка дослідників Охміхен Е. та Рідер К.-М., які вважають, що за критерієм мотивів усі користувачі (аудиторія видання) поділяються на тих, хто орієнтований на інформацію певного виду, і на тих, хто шукає розваги, а на належність особи до того чи іншого типу користувачів впливають, в першу чергу, соціальний статус та вимоги професії. Аудиторія юридичного видання в основному складається з осіб, що є громадянами України, мають вищу юридичну освіту, володіють державною мовою вільно чи в обсязі, що відповідає рівню, визначеному Національною комісією зі стандартів державної мови, мають стаж в галузі права чи на певних юридичних посадах.

**Висновки.** Аудиторія медіа це реальні споживачі медійного продукту, який виробляється різними видами редакцій. Якщо в минулому аудиторія була об'єктом, на який спрямовувалося повідомлення ЗМІ, то сьогодні через високу конкуренцію на ринку вже аудиторія впливає на тематику та проблематику контенту редакції, тобто колишній зовнішній чинник творчості журналіста став його замовником на певний вид інформації.

**Ключові слова:** аудиторія медіа, аудиторія юридичного видання, юридична преса, друкована преса України, портрет читача.

**Вступ.** Спеціалізована газета – це газета, що системно висвітлює окремі проблеми суспільного життя, науки, техніки, культури та інших сфер діяльності. За тематичною спрямованістю, цільовим призначенням та читацькою адресою ДСТУ 3017:2015

© Галаджун З., 2024

всі спеціалізовані газети поділяє на видання з питань економіки та бізнесу, культури, літератури, мистецтва, медичні, спортивні, релігійні, рекламні, для дозвілля, для дітей та юнацтва, інші [1].

Дослідниця Т. Фісенко відзначає, що у світовій практиці практично вся спеціалізована інформація, на відміну від універсальної, як правило, розміщується у журнальній періодиці [2, с. 206]. Але на прикладі українських спеціалізованих видань ми можемо спостерігати значну кількість газет, покликаних задовольняти інформаційні потреби певної аудиторії та орієнтованих на її зацікавлення в певній тематиці, яка використовується для досягнення певної мети.

Спеціалізована преса нашої держави представлена багатьма виданнями, в тематиці яких зацікавлена певна аудиторія, та здійснюють свою діяльність на медійному ринку України з певною метою. Поряд із діловими, медичними, літературно-художніми та іншими часописами увійшли в систему спеціалізованої преси України і юридичні.

Дослідники пропонують різні принципи й бачення щодо критеріїв виокремлення типоформульних ознак спеціалізованої преси. Тим не менш, практично всі вони вважають основними параметрами належності до типу проблемно-тематичну спрямованість та орієнтацію на аудиторію, тобто в основі є тематичний та демографічний розподіл. Професор В. Різун відзначає, що аудиторія формується виданням, споживачем інформації якого вони є, бо споживають разом один і той же інформаційний продукт [3, с. 87]. Дослідження аудиторії є важливим із багатьох міркувань, зокрема задля того, щоб знати, на кого спрямовувати комунікацію (хто споживач інформації), чиї інтереси враховувати, яку тематику обирати, як оформляти видання тощо.

*Актуальність дослідження.* Питання аудиторії юридичного спеціалізованого видання є малодослідженою сферою українського журналістикознавства. Один із висновків, із якими резюмує дослідниця В. Корольова у праці «Спортивні журнали незалежної України: сучасний стан, тенденції розвитку», – видання, які досліджують свою аудиторію, є більш конкурентоспроможними на ринку медіа [4]. Крім того, саме дослідження аудиторії збагачує розуміння потреб читачів українських спеціалізованих видань.

Аудиторію як середовище суб'єктів, що керовані сильними інституційними інтересами, вивчала С. Лівінгтон [5], спільне між класичною греко-римською та сучасною аудиторією виокремлював Д. Маккуейл [6], аудиторію як найбільший розділ соціології масової комунікації обґрунтовував В. Іванов [7], портрет «нечитача» щоденної газети окреслювали Б. Уестлі та В. Северін [8], багатогранність розуміння поняття «аудиторія медіа» виокремлювали О. Іванова, О. Мойсєєва, Н. Стеблина [9], тенденції поведінки аудиторії інтернет-медіа досліджувала О. Гусак [10].

*Новизна.* У роботі зроблена спроба комплексного дослідження аудиторних особливостей юридичного видання «Юридична практика» та формування портрета її читача.

*Метою і завданням* статті є вивчення на основі аналізу напрацьовань українських та іноземних науковців і практиків медійної сфери аудиторних особливостей спеціалізованого видання «Юридична практика» та формування портрета її читача.

**Методи дослідження.** Для реалізації мети використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: історичний – задля вивчення стану досліджень аудиторії медіа; порівняльний – задля виявлення на основі зібраних даних тенденцій формування аудиторії спеціалізованої газети; індуктивний – задля узагальнення виявлених тенденцій та формулювання висновків; типологізаційний – задля диференціації інформації відповідно до елементів структури спеціалізованих видань. Під час вирішення окремих завдань дослідження на різних його етапах використовувались емпіричні й теоретичні прийоми: спостереження, опис, класифікація та систематизація.

**Результати й обговорення.** Ліберальний або плюралістичний дискурс розглядає аудиторію в межах розвитку індустріального суспільства, стверджуючи, що медіа повинні розуміти, яка їхня роль у тому, що аудиторія прагне отримати інформацію на підставі



певних культурних цінностей, і що саме інформована згода між ними лежить в основі демократичного врядування. Проте в цьому погляді на аудиторію також лежить і певний сумнів – що відбувається, коли аудиторія не діє вибірково чи раціонально, чи коли медіа не надають чесної чи збалансованої інформації? Саме такі сумніви, на думку С. Лівінгтон [5, с. 1–2] із Лондонської школи економіки та політичних наук, що відображені у її праці «Аудиторія медіа, інтерпретатори та користувачі», є відправною точкою для критичного або радикального дискурсу. Такий підхід, вказує дослідниця, характеризує аудиторію як суб'єктів, що керовані сильними інституційними інтересами, і є вразливі для політичних та комерційних маніпуляцій через непомітні технології масової комунікації. Авторка привертає увагу до того, що більшість досліджень аудиторії стосується сучасних медіа, теперішньої аудиторії, значна перевага прослідковується саме у дослідженні телеглядачів, при тому, що перші з таких аналізів почали робити ще тоді, коли не було відстані між двома суб'єктами – розповсюджувачем інформації та аудиторією, а коли вони знаходилися поруч фізично – у залі театру, на площі, на політичному мітингу. Д. Маккуейл припускає, що ті самі риси, які визначали класичну греко-римську аудиторію, все ще характеризують аудиторію сьогодні. Він веде мову про шість таких рис:

- планування та організація перегляду чи прослуховування, а також виступи;
- заходи публічного та «народного» характеру;
- світський (тому не релігійний) зміст вистави – для розваги, освіти і супутніх емоційних переживань;
- довільні, індивідуальні акти вибору та уваги;
- спеціалізація ролей авторів, виконавців, глядачів;
- фізична локація вистави та досвід глядача [6].

Усі сучасні медіатехнології націлені на усунення потреби в територіальній (фізичній) близькості між медіа та аудиторією, оскільки масова комунікація в більшості є спілкуванням на відстані, тобто відбувся інституціоналізований вирішальний розрив між виконавцем і глядачем. Також дослідниця резюмує, що в силу розвитку технічного прогресу (зменшення розмірів гаджетів, за допомогою яких ми маємо доступ до медіа; інтернет, що дає нам змогу «читати» будь-де та будь-коли; бездротовий доступ до медіа та інші) відбувається диверсифікація (розпорошення) медіаконтенту, його індивідуалізація (субкультуралізація), глобалізація, що ускладнює дослідження аудиторії конкретного медіа [5, с. 20].

У праці «Соціологічні дослідження аудиторії мас-медіа» професор В. Іванов відзначає, що дослідження аудиторії є одним із найбільших розділів соціології масової комунікації. Цей складний для вивчення об'єкт досліджується за допомогою різних методик, під різним кутом, із різною метою і, відповідно, досягає різних результатів. Він відзначає, що історично першим методом був кількісний підрахунок аудиторії конкретного медіа, що згодом диференціювався на дослідження за критерієм статі, віку, соціального статусу, професійної належності, рівня матеріального добробуту, рівня освіти тощо. Науковець відзначає важливість вивчення не лише читачів видання, але й тих, хто не є ними, однак потенційно можуть ними стати. Він ілюструє свою думку прикладом дослідження, проведеного Вісконсінською дослідницькою лабораторією під керівництвом Б. Уестлі та В. Северін. Результати їхнього опитування дали можливість сформулювати портрет «нечитача» щоденної газети, якими виявилися люди, що працюють на некваліфікованих роботах, мають низький рівень прибутків, низький рівень освіти, живуть здебільшого у сільській місцевості, не мають зацікавлень у спілкуванні, не є членами громадських об'єднань, віком або до двадцяти років або ж після сімдесяти. Також дослідник вважає цікавим той факт, що більшість замовників опитувань приваблює не порівняльна характеристика, а абсолютні дані. Науковець також відзначає, що метою будь-якого дослідження аудиторії медіа є, що саме читає, слухає, дивиться аудиторія, яким є мотив обрання тих чи інших джерел інформації, медіа, рубрик, тематик, типів матеріалів тощо [8].

Автори навчального видання «Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії» вважають, що аудиторію медіа слід розуміти в декількох параметрах, що є однаково важливими для роботи всіх видів медіа:

- 1) як адресата повідомлень масмедіа, щодо якого ЗМІ мають свої комунікаційні наміри;
- 2) як замовника інформаційної продукції, яку він оцінює за запитами, смаками, потребами;
- 3) як соціокультурний феномен, що віддзеркалює об'єктивні характеристики сьогодення [9].

Найкращими сучасними інструментами дослідження інтересів своєї аудиторії Г. Синоруб вважає використання соціальних мереж, форумів та блогів, пошукових систем, методи опитування та інтерв'ю [11, с. 71–72]. Це підтверджується також результатами опитування, проведеного О. Гусак і викладеного в матеріалі «Основні тенденції поведінки Інтернет-медіа». Дослідження проводилося методом анонімного анкетування з відкритими, закритими (альтернативними та неальтернативними) та напівзакритими запитаннями. Анкета містила п'ятнадцять запитань, де дванадцять було основних та три питання – для з'ясування соціально-демографічних характеристик респондентів. У результаті стало відомо, що найчастіше респонденти переглядають новини через соціальні мережі, оскільки саме такий спосіб дозволяє швидко й легко побачити повідомлення з різних ЗМІ. Проте рівень довіри вищий саме до офіційних сторінок інтернет-видань, до того ж – видань зі своєю історією та репутацією чи інтернет-версій відомих друкованих ЗМІ та телеканалів [10].

Існують різні класифікації аудиторії медіа в залежності від критерію розподілу. Найчастіше ми зустрічаємо такі:

1. у залежності від виду медіа – телевізійна (споживачі телевізійної інформації), друкованих медіа (споживачі пресової (газетно-журнальної) інформації), радійна (споживачі радіоінформації), цифрових медіа (споживачі контенту з цифрових платформ) тощо;
2. від ринкового сегменту: цільова (аудиторія, на яку спрямоване видання у своїй специфічній репрезентації дійсності), фактична (аудиторія, що реально споживає інформаційну продукцію цього масмедіа), потенційна (аудиторія, на яку ще можна поширити інформацію цього видання);
3. від адресної спрямованості: масова (розрахована на невизначену – численну аудиторію), спеціалізована (розрахована на аудиторію, що цікавиться певними аспектами (темами) суспільного життя), фахова (розрахована на членів певної професійної групи) тощо;
4. від каналів споживання: глядацька (споживачі аудіовізуальної продукції), слухачька (споживачі аудіопродукту), читацька (споживачі текстових медіа), інтернет-аудиторія (споживачі контенту конвергентних медіа).

Аудиторія друкованих медіа на сьогодні є найменшою в кількісному виразі, що пов'язане з багатьма чинниками, зокрема: зменшення кількості газет та друкованої періодики загалом, дороговизна друкованих версій, зменшення точок продажу періодики (формат присутності [12]), зростання поштових тарифів та доставки, збільшення вартості паперу, масовий перехід аудиторії на цифрові платформи, що дає додаткову зручність в отриманні інформації та її порівняна дешевизна, неможливість оперативно повідомляти про поточні події та інші.

Тенденції зміни читацької аудиторії ми можемо простежити за даними опитування щодо споживання медіа, проведеного «InMind» на замовлення міжнародної організації «Internews», що реалізує проєкт «Медійна програма в Україні» за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) та опубліковане у листопаді 2023 року (Рис. 1).



### Ключові висновки (2)

Цього року споживання національних джерел суттєво зменшилося, найбільше – серед друкованих медіа.

#### Аудиторія соцмереж - 76% до всіх

Які новинні сторінки/канали у соціальних мережах Ви читали/дивилися за останні 30 днів? (серед споживачів соцмереж)

| Соц мережі          | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Загальнонаціональні |      |      |      |      |      |      | 77%  | 63%  |      |
| Регіональні         |      |      |      |      |      |      | 62%  | 61%  |      |
| Зарубіжні           |      |      |      |      |      |      | 20%  | 16%  |      |

Найпоширеніші канали новин у соцмережах:

- Telegram – Труха Україна, Україна сейчас, Ленен пише, ТСН новини;
- Facebook – ТСН, Українська правда, Суспільне Новини;
- YouTube – STERNENKO, 24 Канал, ТСН, Ukrainska Pravda;
- Viber – Блискавка, Країна\_інфо.

У соціальних мережах українці слідкують найчастіше за такими блогерами/лідерами думок, як Сергій Стерненко, Сергій Притула, Володимир Зеленський.

#### Аудиторія сайтів новин - 41% до всіх

Які новинні сайти ви відвідували за останні 30 днів? (серед споживачів Інтернет-медіа)

| Сайти новин         | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Загальнонаціональні | 93%  | 91%  | 90%  | 92%  | 89%  | 84%  | 85%  | 83%  | 69%  |
| Регіональні         | 28%  | 31%  | 31%  | 42%  | 33%  | 29%  | 27%  | 55%  | 54%  |
| Зарубіжні           |      |      |      | 11%  | 19%  | 24%  | 24%  | 19%  |      |

Найпопулярнішими сервісами для отримання новин є Ukr.net and УНІАН (unian.net), сайтами для отримання новин - 1+1 / ТСН (1plus1.ua / tsn.ua) та Українська правда (pravda.com.ua). Регіональні новинні сайти користуються більшою популярністю у мешканців східних областей.

#### Аудиторія телебачення - 30% до всіх

Новини яких телеканалів ви дивилися протягом останніх 30 днів? (серед споживачів ТВ)

| ТВ                  | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Загальнонаціональні | 99%  | 99%  | 99%  | 99%  | 99%  | 95%  | 94%  | 89%  | 78%  |
| Регіональні         | 43%  | 44%  | 39%  | 45%  | 30%  | 28%  | 27%  | 44%  | 45%  |
| Зарубіжні           |      |      |      |      | 4%   | 10%  | 8%   | 11%  | 7%   |

Лідерами в загальнонаціональному новинному ефірі є канали 1+1, ICTV, СТБ та Інтер. Найчастіше використовують для новин національні ТВ канали мешканці західного регіону.

#### Аудиторія радіо - 10% до всіх

На яких радіостанціях ви слухали новини протягом останніх 30 днів? (серед споживачів радіо)

| Радіо               | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Загальнонаціональні | 87%  | 90%  | 93%  | 92%  | 91%  | 82%  | 76%  | 69%  | 58%  |
| Регіональні         | 27%  | 28%  | 25%  | 27%  | 22%  | 27%  | 31%  | 56%  | 58%  |
| Зарубіжні           |      |      |      |      | 2%   | 6%   | 6%   | 8%   | 6%   |

Аудиторія і національних, і регіональних радіостанцій майже однакова, найпопулярнішими національними радіостанціями для отримання новин є Люкс FM, ХІТ FM та Українське радіо.

#### Аудиторія друкованих медіа - 3% до всіх

У яких друкованих медіа ви читали новини протягом останніх 30 днів? (серед споживачів друкованих медіа)

| Преса               | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Загальнонаціональні | 61%  | 55%  | 50%  | 58%  | 56%  | 45%  | 54%  | 42%  | 22%  |
| Регіональні         | 63%  | 70%  | 68%  | 69%  | 65%  | 67%  | 57%  | 71%  | 81%  |
| Зарубіжні           |      |      |      |      | 2%   | 7%   | 7%   | 11%  | 5%   |

Аудиторія друкованих медіа нечисленна, її більшість складають українці старше 56 років.

### Рисунок 1. Аудиторія медіа за видами на листопад 2023 року [13, с. 5]

Як бачимо, упродовж двох останніх років практично вдвічі зменшилася аудиторія загальнонаціональних та зарубіжних видань, регіональних натомість – збільшилася.

Згідно з даними Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова» у 2022 р. вийшло 906 спеціалізованих газет, річний тираж яких склав 320,5 млн. примірників або 76,6 % від річного тиражу газет, що більше, ніж 2021 р. (71,6 %). Найпопулярнішими тематичними виданнями 2022 р. були загальнополітичні – 431 видання, або 39,6 % від загальної кількості газет, та про дозвілля – 140 видань, або 12,9 % від загальної кількості. Із усього масиву спеціалізованих видань лише сім газет з загальним накладом 1 824,1 примірників є юридичними газетами [14].

Після проведення процесу роздержавлення преси, який тривав від 2016 р. до 2019 р., суттєво зменшилася кількість періодичних видань, засновниками чи співзасновниками яких є державні органи чи органи місцевого самоврядування, а відповідно перейшли у колективну чи приватну власність. Уміння господарювати на ринку медіа неминуче приводить до потреби визначення своєї цільової аудиторії та налагодження якісної комунікації з нею.

Спеціаліст із комунікацій та digital, співавтор Telegram-каналу «Digital masons» Євген Зінгерман у своєму «конспекті лекцій» «Як визначити цільову аудиторію» зазначає, що «Цільова аудиторія – група людей, на яких розраховано певний товар або послугу. Це потенційні споживачі вашого бренду, на яких потрібно спрямовувати комунікацію. Якраз щоб не розриватись у різні боки, важливо усвідомити, як правильно визначати аудиторію». Крім того, він акцентує, що будь-який медійний проект «розпочинають з визначення цільової аудиторії, тому що без цього невідомо, в яку сторону з усіх можливих потрібно рухатися бренду. Жоден бізнес не може існувати без розуміння своїх споживачів, адже тоді губиться загальний сенс: з ким ділитися новинами, чії потреби враховувати, на кого орієнтуватися в темах». На його думку спочатку треба визначити свою цільову аудиторію, а саме віднайти відповіді на питання:

1. Хто вони? Де і ким працюють? Чим займаються у вільний час? Чи щасливі? Про що мріють? Що ненавидять або чого соромляться?
2. Для якої «роботи» обирають ваш товар/послугу?
3. На які групи ми можемо їх розділити? За якими ознаками?
4. Де бувають? Що купують? Скільки витрачають на товарну категорію?
5. З якими витратами змагаються витрати на товар?

6. Що хочуть довести/показати собі/оточенню цієї покупкою?

7. За що готові платити більше?

Автор «конспекту лекцій» відзначає, що кожен товар, а інформація – один із них, повинен вирішувати якусь потребу споживача і на це варто орієнтуватися в першу чергу, щоб в результаті стали складовою формули «КОЛИ МЕНІ ПОТРІБНО \_\_\_\_\_ Я ЗГАДУЮ \_\_\_\_\_ БРЕНД». Він вважає, що саме звички та захоплення є основним параметром визначення своєї аудиторії, а не її середній вік, стать чи рівень прибутків [15].

Про необхідність знати свою аудиторію та якісно з нею комунікувати говорить також співзасновник компанії «LookAtMedia» Олексій Амьотов у своїй лекції «Цінність медіа визначається його аудиторією». Він відзначає, що, незважаючи на швидкий розвиток технологій, відтік рекламних коштів від традиційних медіа, нативну рекламу, таргетинг у соціальних мережах «концепція медіа себе не вичерпала, поки для людей важлива належність до групи читачів» [16].

У статті науковиці Т. Бондаренко «Інформаційні взаємини в системі «медіа-аудиторія»: за результатами експертного опитування регіональних редакторів» викладено результати експертного опитування редакторів місцевих видань із приводу методів, що застосовуються ними для конструювання портрета свого читача. В опитуванні взяло участь 50 експертів, із яких – 34 жінки (68 %) та 16 чоловіків (32 %). Вікова шкала має такий вигляд: 20–30 років – 18 осіб (36 %); 31–40 років – 11 осіб (22 %); 41–50 років – 19 осіб (38 %); 51–60 років – 2 особи (4 %). Досвід роботи за фахом опитаних становить: менше як 5 років – 6 осіб (12 %); 5–10 років – 24 особи (48 %), 11–20 років – 15 осіб (30 %), 21–30 років – 5 осіб (10 %). Цікавим є той факт, що лише 44 % респондентів (22 особи) мали журналістську освіту, а 56 % (28 осіб) – не мали такої. Аналіз коментарів як єдиний із запропонованих способів вивчення своєї аудиторії назвали більшість (26 осіб) респондентів, опитування своєї аудиторії проводили 18 % редакторів (9 осіб), їх поєднання як ефективний спосіб виокремило 22 % (11 осіб), опитування та ознайомлення з рейтингом видання – 10 % (5 осіб), аналіз коментарів й ознайомлення з рейтинговими даними – 6 % (3 особи). Комплексний підхід застосовують 14 % (7 осіб) опитаних. Один із респондентів (1 особа чи 2 %), вибравши позицію «інший варіант відповіді», вказав, що для вивчення аудиторії не використовує «нічого» [17, с. 294].

У науковій літературі, як слушно відзначає професор В. Садівничий, ми зустрічаємо низку визначень аудиторії видання, це і «читацька адреса», «читацьке поле», «читацька група», «читацька аудиторія», «читацьке призначення» [18]. Свого часу Дж. Лалл зауважив, що «аудиторію не можна обґрунтовано розглядати лише як жертву медіа-впливу» [19, с. 94]. Ця теза, на думку дослідника, абсолютно належить до характеристики споживачів спеціалізованих медичних медіа середини ХІХ – початку ХХ ст. В. Садівничий вважає, що уточнюючими характеристиками аудиторних ознак спеціалізованих видань виступають: трудова, інтелектуальна і соціальна діяльності (сільські працівники, робітники, губернські та повітові службовці, фельдшери, акушерки, практикуючі лікарі й фельдшери, студенти, науковці); галузева спеціалізація (терапія, стоматологія, ветеринарія, акушерство, фармація, ветеринарія та ін.); малі соціальні та фахові групи (сім'я, земська чи сільська громада, фельдшерська чи акушерська школа, університет, лікарня, наукове медичне товариство тощо); вік; національність; мова; інформаційні інтереси [18].

У дисертаційній роботі «Спортивні журнали незалежної України: сучасний стан, тенденції розвитку» науковиця В. Корольова аналізувала аудиторію сучасного українського спеціалізованого журналу про спорт і резюмувала, що важливим у такому аспекті є вивчення меж регіону розповсюдження та його територіальна характеристика; демографічний аналіз аудиторії; її соціальний та психографічний аналіз. На думку авторки, отримати об'єктивну інформацію про реальну та потенційну аудиторію можливо за допомогою статистичних даних та соціологічних досліджень, що дасть змогу сформувати правильну редакційну політику щодо ареалу розповсюдження видання



та накладу. Один із висновків вказує, що видання, які досліджують свою аудиторію, є більш конкурентоспроможними на ринку медіа [4].

Як ми можемо підсумувати, аудиторія медіа – це реальні споживачі медійного продукту, який виробляється різними видами редакцій. Якщо колись аудиторія була об'єктом, на який спрямовувалося повідомлення ЗМІ, то сьогодні через високу конкуренцію на ринку вже аудиторія впливає на тематику та проблематику контенту редакції, тобто колись зовнішній чинник творчості журналіста став його замовником на певний вид інформації.

Ю. Охотнік, менторка Агенції локальних медіа «Або», у своєму матеріалі «5 типових помилок онлайн-медіа при роботі з аудиторією», також відзначає, що дослідження (знання потреб і їх розуміння) аудиторії є основою планування контенту видання. Серед головних помилок вона називає такі:

- не знати свою аудиторію. Для цього вона пропонує перетворити роботу з Google Analytics на свою щоденну рутину, бо це дозволить бачити об'єктивні відомості в певний момент та у динаміці. Крім того, вона звертає увагу на неприпустимість використання однакового підходу для просування свого контенту у всіх соціальних мережах. Практично всі соціальні мережі передбачають можливість бачити інформацію про своїх користувачів (як-от «Статистика-Користувачі» у мережі «Facebook»), де містяться дані про країну читачів, їх вік, стать та мову спілкування;

- плутати аудиторію сайту та газети. Ця помилка часто була поширеною у виданнях, що пройшли процес роздержавлення і повністю чи частково переходили на цифрові платформи – часто редакції таких газет ототожнювали аудиторію паперового формату з віртуальною. Журналістка вважає, що вони перетинаються лише частково, тому треба адаптувати матеріали під новий формат – писати інші заголовки, змінювати структуру матеріалу тощо;

- писати про те, що аудиторію не хвилює. Авторка вважає, що кожен журналістський матеріал повинен приносити користь людям та вирішувати їх певну проблему, тому необхідно шукати цікаві теми у місцевих чатах, писати про цікавих особистостей, що тут проживають/ли, – це те, що викликає інтерес в аудиторії;

- не реагувати назворотний зв'язок. Авторка радить активно спілкуватися зі своїми читачами під дописами у соціальних мережах, створювати жваву дискусію, адже від їхніх поширень, вподобань та коментарів залежить як багато нових читачів отримує газета;

- залишати формати, які не працюють. Журналістка радить ретельно стежити за форматами та жанрами поширюваних матеріалів і відстежувати інтерес читачів до них. Якщо впродовж декількох тестових разів бажаної підтримки не отримано, то варто відмовлятися від цього формату матеріалу [20].

Тип користувача певного медіа означає групу людей, які мають спільні особисті властивості [21]. Оскільки на користувача впливають різні чинники, то і класифікація їх залежить від вибраних властивостей, критеріїв цього поділу. Мотиви користування певними видами медіа часто зумовлені професійними інтересами та тим, як люди звикли отримувати інформацію для різних цілей. Дослідники Е. Охміхен та К.-М. Рідер вважають, що за таким критерієм усі користувачі (аудиторія видання) поділяються на тих, хто орієнтований на інформацію певного виду, і на тих, хто шукає розваги. Основна різниця між ними полягає не у тому, що одні потребують розваг, бо їх потребують усі, в більшій чи меншій мірі, а в тому, що перші орієнтовані на інформацію певного виду, не розважальну. Вона підкреслює, що портрет такого читача може виглядати так: особа старшого віку з доброю освітою та рівнем прибутку вище середнього, належить, швидше за все, до верхнього прошарку суспільства та за своїм фахом має справу з розумовою працею. Дослідниця не відкидає, що поряд із читанням аналітичних матеріалів зазначена особа дивиться також телебачення чи слухає радіо, але її, як представника типу, орієнтованого на інформацію, від представника типу, орієнтованого на розваги,



відрізняє те, що ця особа шукає певну інформацію свідомо і не випадково, і навіть загальну інформацію шукає у всі часи, а не від безвиході. Підсумовуючи, науковиця вказує, що такі соціодемографічні критерії, як вік, освіта та прибуток все-таки дозволяють припускати, що на віднесення людини до одного чи іншого типу користувачів певного медіа впливають, в першу чергу, соціальний статус та вимоги професії.

Д. Мак-Клейн відзначає, що аудиторія є продуктом соціального контексту, що має спільні культурні інтереси (розуміння та інформаційні потреби) та реакцію на окремий взірєць медійної продукції. Він також вказує, що, звертаючись до своєї аудиторії, медіа прагне апелювати до них, як до представників соціальної категорії, бо вони є головним критерієм успіху в будь-якій медіа-політичній грі [22, с. 355, 371].

Для виокремлення портрета читача ми обрали продукцію видавництва «Юридична практика», а саме – «Юридична практика», що є «щотижневою професійною газетою, яка видається з 15 березня 1995 року і є першою в Україні спеціалізованою юридичною газетою».

Термін «юрист» по різному описується у словниках, зокрема так:

- правник, правознавець (Словник синонімів Полюги Л.) [23];
- фахівець із правознавства, юридичних наук; практичний діяч у галузі права; правник, правознавець (Словник української мови у 20 томах) [24];
- правник (фахівець із правознавства, юридичних наук; практичний діяч у галузі права), правознавець, юрист, правовик (розм.), правовід (заст.), юриста (заст.) (Словник синонімів української мови) [25];
- юрист, фахівець з правознавства, юридичних наук; практичний діяч у галузі права (Словник української мови в 11 томах) [26].

Слово «юрист» має латинське походження (jus – право) і може бути означене як «фахівець із правових питань». Нині існує низка юридичних професій, для зайняття яких встановлені як загальні, так і спеціальні вимоги. До юридичних, зокрема, належать такі професії: адвокат, суддя, прокурор, нотаріус, юрисконсульт, слідчий. Кожна з цих професій передбачає певні вимоги до осіб, що їх займатимуть. Зокрема:

- суддя: громадянство України, вища юридична освіта, вік – від тридцяти до шістдесяти п'яти років, не менше п'яти років стажу діяльності у сфері права, володіє державною мовою відповідно до рівня визначеного Національною комісією зі стандартів державної мови [27];
- прокурор: громадянство України, вища юридична освіта, стаж роботи залежить від посади: окружна прокуратура – не ставиться вимога, обласна прокуратура – він трьох років, Офіс Генерального прокурора та Спеціалізована антикорупційна прокуратура не менше п'яти років, володіє державною мовою відповідно до рівня, визначеного Національною комісією зі стандартів державної мови [28];
- нотаріус: громадянство України, вища юридична освіта не нижче рівня магістра, володіє державною мовою відповідно до рівня визначеного Національною комісією зі стандартів державної мови, стаж роботи у сфері права не менш як шість років, з них помічником нотаріуса або консультантом державної нотаріальної контори – не менш як три роки, склав кваліфікаційний іспит і отримав свідоцтво про право на зайняття нотаріальною діяльністю [29];
- слідчий: громадянство України, вища юридична освіта (законами не врегульовано, але передбачено підзаконними нормативно-правовими актами), вільне володіння державною мовою;
- адвокат: фізична особа, яка має повну вищу юридичну освіту, володіє державною мовою відповідно до рівня, визначеного згідно із Законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», має стаж роботи в галузі права не менше двох років, склала кваліфікаційний іспит, пройшла стажування (крім випадків, встановлених цим Законом), склала присягу адвоката України та отримала свідоцтво про право на заняття адвокатською діяльністю [30];

- юрисконсульт: вимоги залежать від категорії: провідний юрисконсульт: повна вища освіта відповідного напрямку підготовки (магістр, спеціаліст). Стаж роботи за професією юрисконсульта I категорії — не менше 2 років. Юрисконсульт I категорії: повна вища освіта відповідного напрямку підготовки (магістр, спеціаліст); для магістра — без вимог до стажу роботи, спеціаліста — стаж роботи за професією юрисконсульта II категорії — не менше 2 років. Юрисконсульт II категорії: повна вища освіта відповідного напрямку підготовки (спеціаліст). Стаж роботи за професією юрисконсульта — не менше 1 року. Юрисконсульт: повна вища освіта відповідного напрямку підготовки (спеціаліст) без вимог до стажу роботи [31].

Отже, до загальних можна віднести вимоги до:

- громадянства – лише громадяни України (окрім адвокатів, оскільки профільний закон такої вимоги не встановив);
- освіти – вища (повна або неповна) юридична освіта;
- рівня володіння державною мовою - вільне або до рівня визначеного Національною комісією зі стандартів державної мови

До спеціальних вимог можна віднести:

- наявність стажу роботи в галузі права чи на певних посадах;
- вік (лише для посад суддів);
- наявність спеціального документа (свідоцтво про право на зайняття адвокатською чи нотаріальною діяльністю);
- складання присяги.

Таким чином, аудиторія видання в основному складається з осіб, які є громадянами України, мають вищу юридичну освіту, володіють державною мовою вільно чи в обсязі, що відповідає рівню, визначеному Національною комісією зі стандартів державної мови, мають стаж у галузі права чи на певних посадах.

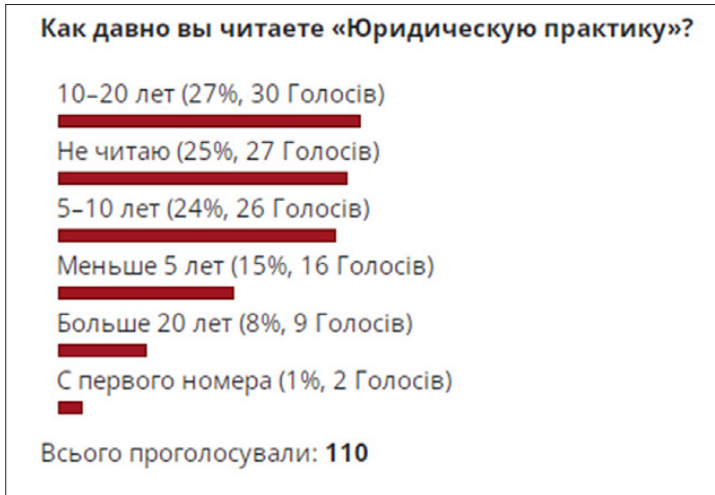
На платформі «Pravo.UA» редакція видання започаткувала рубрику «Vox Populi», де кожен читач має можливість взяти участь в опитуванні з важливих для галузі питань. Ті з них, що були нам цікаві в контексті дослідження, проводилися видавництвом «Юридична практика» ще до того часу, коли воно перейшло винятково на українську мову, тому інформація на скрінах відображена російською мовою.

Отже, фахове/спеціалізоване видання як основне джерело поповнення юридичних знань обрало лише 13 відсотків респондентів, що є меншим навіть за таке джерело, як соціальні мережі. Результати опитування демонструють, що аудиторія юридичних газет отримує мало професійної інформації від розсилок юридичних фірм, ділових медіа, телепрограм та суспільно-політичних ЗМІ.

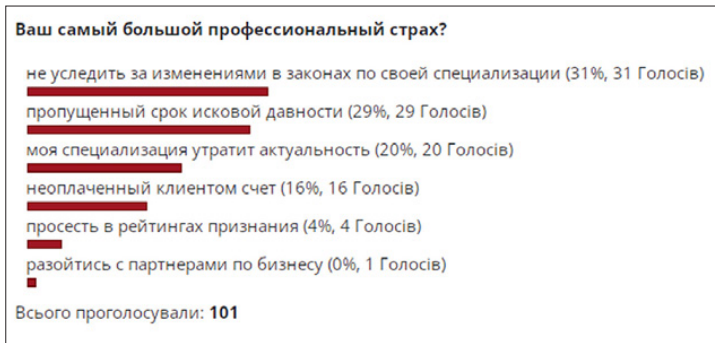
При тому, що, як відображено на Рис. 3, аудиторія видання є досить постійною, тобто понад 51 % тих, хто взяв участь у голосуванні, читає газету понад п'ять років. 15 % респондентів читають матеріали газет та журналів, що розміщені на цифровій платформі видавництва менше п'яти років. І лише двоє осіб – 1 % – відповіли, що



Рисунок 2. Опитування аудиторії видавництва «Юридична практика» щодо основних джерел юридичних новин [32]



**Рисунок 3.** Опитування видавництва «Юридична практика» щодо терміну належності до аудиторії видання [32]



**Рисунок 4.** Результати опитування аудиторії видавництва «Юридична практика» щодо найбільшого професійного страху [32]

рубрикації, тематичному спрямуванні матеріалів та стилі їх викладу. Стиль викладу більшості матеріалів газети має всі ознаки юридичного тексту, який, на думку К. Серажим та І. Царьової, є існуванням закону в нашій свідомості, це накладання правової інформації, яку ми отримуємо з цього тексту, і «нашого знання про обставини, спонуки його породження на ментально-чуттєве інформаційне поле нашого індивідуального «Я» [33; 34].

Юридичний текст структурується за відповідними функційними галузями права:

- 1) мова законів (законодавчі, абстрактні правові норми, призначені законодавцем як для фахівців, так і для неюристів);
- 2) мова юридичної науки та експертиз (коментарі та обговорення спеціальних питань фахівцями для фахівців);
- 3) мова відомчого писемного спілкування (формуляри, пам'ятки, повістки та ін.);
- 4) адміністративний жаргон (неофіційне обговорення спеціальних питань фахівцями) [34, с. 138-139].

У права, як рідно відзначає Н. Артикуца, специфічними засобами висловлення змісту є: юридична термінологія як система словесного вираження понять і категорій права; юридичні конструкції як логіко-правові феномени; юридична аргументація; моделювання і тлумачення норм права; юридичний текст як мовне (текстуальне) вираження юридичного мислення і репрезентації правового знання; юридично-технічні

читають видання з першого номера.

Мотиви читання спеціалізованих та фахових видань добре проілюстровані на Рис.4.

Законодавство нашої країни є мінливим. Щодня приймаються зміни до законів, створюються нові документи, на яких буде відбуватися правозастосовна діяльність і, відповідно, представники юридичних професій зобов'язані своїм статусом постійно відслідковувати ці зміни. Саме фахові та спеціалізовані видання, особливо ті, що знаходяться на цифрових платформах і не обмежені періодичністю, можуть оперативно інформувати своїх читачів про новинки законодавства, практику застосування норм та позиції різних судів у певних категоріях справ тощо.

Кожне видання, орієнтовуючись на свою цільову аудиторію, обирає цікаву їм проблематику й тематику. Це відображається в

правила побудови і формулювання правових норм, дефініцій термінів, нормативно-правових актів на основі вироблених у правотворчості, юридичній науці та практиці методів і прийомів [35, с. 27]. Аналізуючи матеріали газети, ми постійно зустрічаємо юридичні терміни та юридичні конструкції, скорочення, професійний жаргон, що частіше за все відомі фахівцям у галузі права або читачам, що цікавляться правом.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Аудиторія медіа – це реальні споживачі медійного продукту, який виробляють редакції різних видань. Якщо у минулому аудиторія була об'єктом, на який спрямовувалося медіа-повідомлення, то сьогодні через високу конкуренцію на ринку вже аудиторія впливає на тематику та проблематику контенту редакції, тобто колись зовнішній чинник творчості журналіста став сьогодні його замовником на певний вид інформації.

У контексті нашого дослідження особливої уваги заслуговує думка дослідників Е. Охміхен та К.-М. Рідер, які вважають, що за критерієм мотивів усі користувачі (аудиторія видання) поділяються на тих, хто орієнтований на інформацію певного виду, і на тих, хто шукає розваги, а на належність особи до того чи іншого типу користувачів впливають, у першу чергу, соціальний статус та вимоги професії.

Аудиторія юридичного видання складається переважно з осіб, які є громадянами України, мають вищу юридичну освіту, володіють державною мовою вільно чи в обсязі, що відповідає рівню, визначеному Національною комісією зі стандартів державної мови, мають стаж у галузі права чи на певних юридичних посадах.

1. ДСТУ 3017—2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення. К.: Держстандарт України, 2015.
2. Фісенко Т. В. До питання про класифікацію спеціалізованих видань. Обрії друкарства. 2019. №1(7). С. 206-216.
3. Різун В. Теорія масової комунікації. К.: Просвіта, 2008. 260 с.
4. Корольова О. В. Спортивні журнали незалежної України: сучасний стан, тенденції розвитку : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01. – К ...194 с.
5. Livingstone, S. M. (1996). On the continuing problems of media effects research. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass Media and Society* (pp. 305–324). London: Edward Arnold. [https://eprints.lse.ac.uk/9082/1/Media\\_audiences.pdf](https://eprints.lse.ac.uk/9082/1/Media_audiences.pdf)
6. McQuail, D. (1997). *Audience analysis*. London: Sage.
7. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2000. 210 с.
8. Іванов В. Соціологічні дослідження аудиторії мас-меді. URL:<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280>, (дата звернення 01.10.2023).
9. Іванова О., Мойсеева О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. URL: <http://www.ualocal.media/?p=433>, (дата звернення 12.12.2023).
10. Гусак О. Основні тенденції поведінки аудиторії сучасних інтернет-ЗМІ. URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/47236578.pdf>, (дата звернення 12.12.2023).
11. Синоруб Г., Синоруб М. Аудиторія цифрових медіа: способи залучення. URL:[http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/22742/1/20\\_Synorub\\_Synorub.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/22742/1/20_Synorub_Synorub.pdf), (дата звернення 12.12.2023).
12. Василик Л. Тенденції функціонування друкованих медіа в Україні. URL:<https://archer.chnu.edu.ua/jsru/bitstream/123456789/2879/1/kowal-w%20okr%C4%99gu%20oprasu%20%281%29.pdf>, (дата звернення 12.12.2023).
13. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році: дослідження «USAID-Internews». URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>, (дата звернення 12.12.2023).
14. Випуск в Україні газет за тематичними розділами та читацькою адресою: статистична інформація Книжкової палати України. URL:<https://skilky-skilky.info/wp-content/uploads/2023/06/Vypusk-periodychnykh-i-prodovzhuvanykh-vydan-1991-2022-rr.pdf>, (дата звернення 12.12.2023).
15. Зінгерман Є. Як визначити свою цільову аудиторію. Конспект лекцій. Bazilik Media. 2019. URL:<https://bazilik.media/nasha-tsilova-iak-vyznachaiut-svoiu-tsa-ukrainski-media/>, (дата звернення 01.12.2023).



16. Пилипюк С. Цінність медіа визначається його аудиторією – Олексій Амьотов про медіа-тренди. The Village. 2017. URL: <https://www.village.com.ua/village/knowledge/lecture/256779-oleksiy-amotov-pro-trendi-v-media>, (дата звернення 01.12.2023).
  17. Бондаренко Т. Інформаційні взаємини в системі «медіа-аудиторія»: за результатами експертного опитування регіональних редакторів. Наукові записки. 2016. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/35.pdf>, (дата звернення 16.11.2023).
  18. Садівничий В. Типологічна система спеціалізованої медичної преси (на прикладі видань Наддніпрянської України середини XIX – початку XX ст.). Журналістика. 2015. Вип. 14. С. 57–70.
  19. Лалл Джеймс. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід : [пер. з англ.]. К. : К.І.С., 2002. 264 с.
  20. Охотнік Ю. 5 типових помилок онлайн-медіа при роботі з аудиторією. Medium. 2019. URL: <http://surl.li/qrnkh>, (дата звернення 16.11.2023).
  21. Oehmichen, Ekkehardt/Christa-Maria Rider (2003): Die Medien Nutzer Typologie. Baden-Baden, 276 p.
  22. Мак-Клейн Д. Теорія масової комунікації (перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків). Львів: Літопис, 2010. 538 с.
  23. Полюга Л. М. Словник синонімів української мови. Київ : Довіра, 2006. 477с.
  24. Словник української мови у 20 томах. Київ: Український мовно-інформаційний фонд НАН України, 2021. 1024 с.
  25. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. Київ: «Українська книга», 2000. 480 с.
  26. Словник української мови в 11 томах. 1978. Т. 9. URL: <http://sum.in.ua/s/seredovyshhe/>, (дата звернення 16.11.2023).
  27. Закон України «Про судоустрій та статус суддів». 2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19#Text>, (дата звернення 16.11.2023).
  28. Закон України «Про прокуратуру». 2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1697-18#Text>, (дата звернення 16.11.2023).
  29. Закон України «Про нотаріат». 1993. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3425-12#Text>, (дата звернення 16.11.2023).
  30. Закон України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність». 2013. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17#Text>, (дата звернення 16.11.2023).
  31. Юрисконсульт. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. URL: <https://jobs.ua/dkhp/articles-133>, (дата звернення 16.11.2023).
  32. Архів опитувань. Юридична практика. URL: [https://pravo.ua/pollsarchive?poll\\_page=1](https://pravo.ua/pollsarchive?poll_page=1), (дата звернення 16.11.2023).
  33. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія. К., 2002. 392 с.
  34. Царьова І. Сучасний український юридичний текст: лексико-дериваційна структура : монографія. Дніпро : ЛІРА, 2020. 446 с.
  35. Артикуца Н. В. Мова права у її функціональних різновидах. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/149235495.pdf>, (дата звернення 16.11.2023).
- 1.Derzhstandart Ukrainy [State Standard of Ukraine] (2015), «DSTU 3017—2015. Vydannia. Osnovni vydy. Terminy ta vyznachennia», Kyiv.
  2. Fisenko, T.V. (2019), «Do pytannia pro klasyfikatsiiu spetsializovanykh vydan», Obrii drukarstva [Horizons of printing], 1(7), pp. 206-216.
  - 3.Rizun, V. (2008), Teoriia masovoi komunikatsii, Prosvita, Kyiv, 260 p.
  - 4.Korolova, O.V. (2020), Sportyvi zhurnaly nezaleznoi Ukrainy: suchasnyi stan, tendentsii rozvytku: Thesis abstract...cand.sc., Kyiv, 194 p.
  5. Livingstone, S. M. (1996). On the continuing problems of media effects research. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), Mass Media and Society (pp. 305-324), Edward Arnold, London.
  - 6.McQuail, D. (1997). Audience analysis, Sage, London.
  - 7.Ivanov, V. F. (2000).Sotsiolohiia masovoi komunikatsii, Publishing house Kyiv University, Kyiv, 210 p.
  - 8.Ivanov, V. (2018), «Sotsiolohichni doslidzhennia audytorii mas-media», available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280>.



9.Ivanova, O., Moiseieva, O.& Steblyna, N. (2018), «Mistseva presa: posibnyk dlia ZMI. Yak rehionalnym zhurnalistam pratsiuvaty za chasiv novykh media ta kryzy demokratii», available at: <http://www.ualocal.media/?p=433>.

10.Husak, O. (2014), «Osnovni tendentsii povedinky audytorii suchasnykh internet-ZMI», Visnyk Knyzhkovoï palaty [Bulletin of the Book Chamber], 4, available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/47236578.pdf>.

11.Synorub, H. & Synorub, M. (2021), «Audytoriiia tsyfrovyykh media: sposoby zaluchennia», available at: [http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/22742/1/20\\_Synorub\\_Synorub.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/22742/1/20_Synorub_Synorub.pdf)

12.Vasylyk, L. (2019), «Tendentsii funktsionuvannia drukovanykh media v Ukraini», available at: <https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2879/1/kowal-w%20kr%C4%99gu%20prasy%201%281%29.pdf>.

13.USAID-Internews (2023), «Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2023 rotsi», available at: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>(accessed on 26 December 2023).

14.Knyzhkova palata Ukrainy [Book Chamber of Ukraine](2023), «Vypusk v Ukraini hazet za tematychnymy rozdilamy ta chytatskoïu adresoiu», available at: <https://skilky-skilky.info/wp-content/uploads/2023/06/Vypusk-periodychnykh-i-prodovzhuvanykh-vydan-1991-2022-rr.pdf>(accessed on 26 December 2023).

15.Zinherman, Ye. (2019), «Yak vyznachyty svoïu tsilovu audytoriiu. Konspekt leksii», Bazilik Media, available at: <https://bazilik.media/nasha-tsilova-ïak-vyznachaiut-svoïu-tsa-ukrainski-media/>(accessed on 26 December 2023).

16.Pylypiuk, S. (2017), «Tsinnist media vyznachaietsia yoho audytorieïu – Oleksii Amotov pro media-trendy», The Village, available at: <https://www.village.com.ua/village/knowledge/lecture/256779-oleksiy-amotov-pro-trendi-v-media>(accessed on 26 December 2023).

17.Bondarenko, T. (2016), «Informatsiïni vzaiemyny v systemi «media-audytoriiia»: za rezultatamy ekspertnoho opytuvannia rehionalnykh redaktoriv», Naukovi zapysky [Scientific notes], 2(53), pp. 286-302.

18.Sadivnychi, V. (2015), «Typolohichna systema spetsializovanoi medychnoi presy (na prykladi vydan Naddniproïnskoï Ukrainy seredyny XIX – pochatku XX st.), Zhurnalistyka [Journalism], 14, pp. 57-70.

19.Lall, J. (2002), Mas-media, komunikatsiia, kultura: hlobalnyi pidkhid: [transl. from Eng.], K.I.S., Kyiv, 264 p.

20.Okhotnik, Yu. (2019), «5 typovykh pomylok onlain-media pry roboti z audytorieïeu», Medium, available at:<http://surl.li/qrnk>(accessed on 26 December 2023).

21.Oehmichen, E. & Rider, C.-M. (2003), Die MedienNutzerTypologie, Baden-Baden, 276 p.

22.McKlein, D. (2010), Theory of mass communication [transl. from eng.Vozna, O. & Stashkiv, H.],Litopys, Lviv, 538 p.

23.Poliuha, L. M. (2006), Slovnyk sinonimiv ukrainskoï movy, Dovira,Kyiv, 477 p.

24.Slovnyk ukrainskoï movy u 20 tomakh (2021), Ukrainskyi movno-informatsiïnyi fond NAN Ukrainy, Kyiv, 1024 p.

25.Karavanskyi, S. (2000), Praktychnyi slovnyk sinonimiv ukrainskoï movy, «Ukrainska knyha»,480 p.

26.Slovnyk ukrainskoï movy v 11 tomakh (1978), available at: <http://sum.in.ua/s/seredovyshhe/>(accessed on 16 November2023).

27.Zakon Ukrainy (2016), Pro sudoustriï ta status suddiv, Verkhovna Rada Ukrainy, Kyiv, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19#Text>(accessed on 16 November 2023).

28.Zakon Ukrainy (2014), Pro prokuraturu, Verkhovna Rada Ukrainy, Kyiv, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1697-18#Text> (accessed on 16 November 2023).

29.Zakon Ukrainy (1993), Pro notariat, Verkhovna Rada Ukrainy, Kyiv, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3425-12#Text>(accessed on 16 November 2023).

30.Zakon Ukrainy (2013), Pro advokaturu ta advokatsku diialnist, Verkhovna Rada Ukrainy, Kyiv, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17#Text>(accessed on 16 November 2023).

31.Dovidnyk kvalifikatsiïnykh kharakterystyk profesii pratsivnykiv [Handbook of qualification characteristics of employees' professions], Iurykonsult, available at: <https://jobs.ua/dkhp/articles-133> (accessed on 16 November 2023).

32.Yurydychna praktyka [Legal practice] (2019), Arkhiv opytuvan, available at: [https://pravo.ua/pollsarchive?poll\\_page=1](https://pravo.ua/pollsarchive?poll_page=1) (accessed on 16 November 2023).

33.Serazhym, K. (2002), *Dyskurs yak sotsiolinhvalne yavyshe: metodolohiia, arkhitektonika, variatyvnist : monohrafiia*, Kyiv, 392 p.

34.Tsarova, I. (2020), *Suchasnyi ukrainskyi yurydychnyi tekst: leksyko-deryvatsiina struktura : monohrafiia*, LIRA, Dnipro, 446 p.

35.Artykutsa, V. (2008), «Mova prava u yii funktsionalnykh riznovydakh», available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/149235495.pdf> (accessed on 16 November 2023).

UDCo70:34]:316.775.4-057(477)”20”

## **AUDIENCE CHARACTERISTICS OF THE SPECIALIZED PRESS (ON THE EXAMPLE OF THE NEWSPAPER «YURYDYCHNA PRAKTYKA», KYIV, 1995-)**

**Haladzhun Zoriana**, PhD (Social Communications), Associate Professor,  
Lviv Polytechnic Nationality University, Lviv, Ukraine, e-mail: [zoriana.v.haladzhun@lpnu.ua](mailto:zoriana.v.haladzhun@lpnu.ua).  
ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3487-6057>

**Introduction.** The specialized press operating in the media market of Ukraine is represented by many publications in which the target audience is interested. In addition to business, medical, literary and artistic, and other magazines, the system of specialized press in Ukraine also includes legal publications. Researching the audience of the legal press is useful for many reasons, in particular, to know whom to direct communication to (who is the consumer of information), whose interests to take into account, what topics to choose, how to design the publication, etc.

**The purpose of the study** is to examine, on the basis of the analysis of the achievements of Ukrainian and foreign scholars and practitioners in the media sphere, the audience features of the specialized publication «Yurydychna Praktyka» and to form a portrait of its readership. To achieve the purpose of the study, general scientific and special methods were used, in particular: historical – to study the state of media audience research; comparative – to identify trends in the formation of the audience of a specialized newspaper based on the collected data; inductive – to summarize the identified trends and formulate conclusions; typologization – to differentiate information according to the elements of the structure of specialized publications. In solving certain research tasks at different stages of the study, empirical and theoretical methods were used: observation, description, classification and systematization.

**Results.** In the context of our study, special attention should be paid to the opinion of researchers Ohmichen E. and Reeder K.-M., who believe that, according to the criterion of motives, all users (the audience of the publication) are divided into those who are focused on information of a certain type and those who are looking for entertainment, and that a person's belonging to one or another type of user is influenced primarily by social status and the requirements of the profession. The audience of the legal publication mainly consists of persons who are citizens of Ukraine, have a higher legal education, speak the state language fluently or to the extent that corresponds to the level determined by the National Commission on State Language Standards, have experience in the field of law or in certain legal positions.

**Conclusions.** To summarize, the media audience is the real consumers of the media product created by different types of editorial offices. If in the past the audience was the object to which the media message was directed, today, due to high competition in the market, the audience influences the topics and issues of the editorial content, i.e., once an external factor of a journalist's creativity has become his or her customer for a certain type of information.

**Keywords:** *media audience, legal publication audience, legal press, Ukrainian print media, reader portrait.*

Стаття надійшла до редакції 26.02.2024 р.

Рекомендовано до видання 07.11.2024 р.

УДК: 82-6

## ЛИСТИ БОЛЮ, МУК, СТРАЖДАННЯ І НЕЗЛАМНОСТІ ДУХА ТА ВІДДАНОСТІ УКРАЇНІ (з епістолярної спадщини Григорія Антоновича Нудьги)

**ВЕРТІЙ Олексій,**

доктор філологічних наук, e-mail: [oleksiy.vertiy@gmail.com](mailto:oleksiy.vertiy@gmail.com)

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-7720-6611>

Епістолярна спадщина з архіву Г. А. Нудьги – джерело для дослідження діалектики формування і становлення його життєвих принципів, ідеалів, характеру та незламності життєвої позиції за обставин комуністичного всевладдя в Советському Союзі. Відтак опубліковані листи творять образ того часу, дають ключ до розуміння його суперечностей та викликів національно свідомої частини української інтелігенції суспільству суцільної диктатури, зла і несправедливості.

*Ключові слова:* лист, конфлікт, сила волі, стійкість, свідомість обов'язку.

### LETTERS OF PAIN, TORMENT, SUFFERING AND UNBREAKABLE SPIRIT AND LOYALTY TO UKRAINE (from the epistolary legacy of Grigoriy Antonovych Nudga)

The epistolary heritage from the archive of G.A. Nudga is a source for research dialectics of the formation his life principles, ideals, character and life position under communist conditions absolute power in the Soviet Union. Therefore, published letters create an image of that time, provide the key to understanding its contradictions and challenges the nationally conscious part of the Ukrainian intelligentsia to society as a whole dictatorship, evil and injustice.

*Key words:* letter, conflict, willpower, stability, consciousness, duty.

**П**одані у цій добірці листи Григорія Нудьги з домашнього архіву вченого, надані для друку головою Фонду його імені Анатолієм Михайловичем Бурдейним, – то яскравий образ підсоветської дійсності ХХ століття, дійсності жорстокої, підступної, жандармсько-кагебістської. Життя і творча діяльність Григорія Антоновича, які пройшли під її знаком, – одна з сторінок тієї доби. В листах до вченого і його листах до інших осіб яскраво окреслюються різні типи її представників – від щиро відданих Україні до пристосуванців, перестраховників, кар'єристів, свідомо цинічних і без будь-якої краплі людської совісті.

Ось два академіки – Максим Рильський і Олександр Білецький. Перший з них – директор Інституту мистецтвознавства, фольклору та етнографії АН УРСР, другий – директор Інституту літератури ім. Т.Г.Шевченка АН УРСР. Листування Максима Рильського та Григорія Нудьги – ділове, перейняте турботою про долю української науки й культури. Використовуючи можливості своєї посади та авторитет, Максим Тадейович, на протигагу цькуванням Григорія Антоновича, заборонам друкувати його праці, робить усе від нього залежне, щоб ці праці побачили світ, стали культурним надбанням українського народу. Після ґрунтовного аналізу творчого доробку Г. Нудьги автор

© Вертій О., 2024

відгуку на рукопис підготовленого ним до друку збірника «Пісні українських поетів» («Пісні літературного походження») робить такий вмотивований висновок: «Книга, укладена Г. А. Нудьгою, становить не тільки велику естетичну цінність, а й показує наочно той органічний зв'язок, який існував протягом століть між народною творчістю і передовою українською поезією. Видати її не тільки можна, а й доконче треба». І це незадовго після повернення Г. А. Нудьги після заслання, коли він перебував під пильним наглядом «недремного ока». Такий виклик М. Рильського тодішнім обставинам – вірєць не просто ділової підтримки переслідуваного і гнаного вченого, а й вірєць винятково чесної позиції поета, вченого, організатора української науки вірєць духовної досконалості української людини і громадянина.

Нічого подібного не маємо в листі О. Білецького. Кілька загальних фраз і майже цинічне: «Бажаю Вам успіхів в Вашій подальшій роботі: хотілося бути чи свідком, чи учасником того дня, коли Вам по заслугам буде присуджено ступінь доктора філологічних наук». Цинічне тому, що О. Білецький як директор Інституту літератури ім. Т. Г. Шевченка АН УРСР міг би багато зробити, щоб стати «свідком чи учасником того дня», коли Григорію Антоновичу «буде присуджено ступінь доктора філологічних наук», але, на відміну від М. Рильського, нічого для того не зробив. Такий само зміст має й відписка-вітання лауреата Ленінської премії, члена-кореспондента АН УРСР Є. Шаблювського. Як все це контрастує із змістом відгуку М. Рильського та листа Ю. Бачі, в якому йдеться про «свідомість обов'язку» та завдань, які справжній вчений «не може не виконати» Так чітко, виразно-контрастно у позиціях цих авторів відбився образ тієї епохи.

Так само чітко й виразно відбився він і в листах інших адресатів, заявах, зверненнях самого Григорія Антоновича. П. Жур, О. Федорук також жили за тих обставин, але і в них знаходили можливість якось морально та психологічно підтримати його – не браурними та окаямилювальними обіцянками, а порадами, підтримкою духу. Виконуючи обов'язки директора Інституту мистецтвознавства, фольклору та етнографії ім. М. Т. Рильського АН України, а значить і підконтрольним «власць імушим», О. Федорук, поділяючи зтурбованість Г. Нудьги тим, що В. Бойко та Ф. Погребенник, втративши почуття честі та гідності, використали без будь-яких покликань, у своїх виданнях його праці, пише, що це на їх сумлінні і рано чи пізно час розсудить все справедливо, запрошує до співпраці в журнал «Народна творчість та етнографія» тощо. Чи варто говорити, якою моральною підтримкою для Г. Нудьги було таке взаєморозуміння?

Подаємо листи й І. Ребешапки (Румунія), А. Сатмари (Угорщина), Ю. Бачі (Словаччина), П. Кремінського (Польща), співробітників Полтавського літературно-меморіального музею Панаса Мирного, подячні відповіді Г. Нудьги В. Іванисенкові та Г. Гримич на їх публікації про нього, інші матеріали, які свідчать про підтримку вченого зарубіжною науковою громадськістю, національно свідомими українцями тоді, коли, як писав сам Григорій Антонович (і це переконливо доводять матеріали, які тут оприлюднюємо), над ним знущались, його мучили, як самі хотіли.

Чимало нового до теми «Григорій Вашкевич і Григорій Нудьга» додає і лист онука Григорія Вашкевича Олександра Михайловича Данилова (читай у цій публікації його лист до Г. А. Нудьги).

Загалом же листування Г. Нудьги відкриває читачеві ще одну рису його характеру, зформовану обставинами і часом, в яких він жив, а саме: незвичайну його силу волі і стійкості, уміння організувати себе до творчої праці і твердо йти до своєї заповітної мети – усім своїм життям, усіма своїми помислами і працею самовіддано служити Україні. І хоча він часто скаржився в листах, що, оглядаючись на прожите і пережите, має більше болю, мук, страждань і так мало зробленого для України, все-таки бачимо, що здійснилося оте сподівання О. Федорука, що рано чи пізно час розсудить все справедливо. І справді, ті, хто цькував і переслідував Григорія Антоновича, хто робив собі кар'єру на украдених у нього працях – щезли, а його наукова спадщина (чого тут варті, скажімо, монографії «Українська дума і пісня в світі» у двох томах, «У колі світової

культури», «Республіка козаків») прийшла до сучасного і прийдешніх поколінь українців у всій своїй повноті та значимості і ще довго і довго формуватиме їх духовний світ, громадянську позицію і питома національну свідомість.

В опублікованих тут матеріалах повністю зберігаються особливості їх оригіналів – мова, правопис і навіть описки. В останніх листах до своїх знайомих Григорій Антонович скаржився, що в наслідку прожитого і пережитого, перенесених операцій, інсульту стрімко втрачає зір і погано розрізняє літери на друкарській машинці. Отож, навіть помилки, допущені у зв'язку з цим, вказують на виняткову працюватість вченого за таких тяжких фізичних обставин і характеризують його як самовідданого раз і назавжди обраній в житті справі, людину виняткової національної стійкості, справжнього нащадка українського козацького роду.

## № 1

### КНИГА

#### РЕГИСТРАЦИИ НОВОРОЖДЕННЫХ

Георгиевской церкви села Артюховки Глинской волости  
Полтавской губернии

1913 год

... 1913 года января 8 дня в козака Нудьги Антона Леонтиевича и козачки Нудьги Ирины Михайловной родился сын...  
наречен Григорием....

\* \* \*

## № 2

### ВІДЗИВ

про рукопис Г.А.Нудьги «Пісні українських поетів»  
(«Пісні літературного походження»).

Григорій Антонович Нудьга давно і плідно працює в галузі вивчення (і публікації) українських пісень та романсів літературного походження. Йому належить честь установлення авторства щодо багатьох пісень і романсів, які часом невірні приписувались тим, хто їх не складав, а часто й залишалися до недавнього часу анонімними, хоч літературність їх походження і була очевидною.

Перед війною в «Бібліотеці поета» («Радянський письменник») вийшов томик пісень і романсів літературного походження в упорядкуванні Г.А.Нудьги. Про цінність цього збірника не може бути двох думок. Той збірник, що лежить тепер переді мною, являє новий серйозний крок у праці тов. Нудьги. В ньому вміщено дуже багато як відомих, так і невідомих досі широкому загалу пісень і романсів, імена авторів яких у багатьох випадках пощастило вперше точно установити Г.А.Нудьзі, багато творів залишилося проте, та мабуть надовго, то й назавжди залишиться анонімними. Укладач подає в збірнику і кілька народних пісень, записаних у ХУІ-ХУІІ століттях, що, за слушною його думкою, показують, на які зразки орієнтувались поети дожовтневої доби ..... доставлена в збірнику), створюючи тексти пісень ..... набули великої популярності і кінець ..... ванья, стали народними. Дуже велики ..... в збірнику (в коментарях) переклади українських пісень на іноземні мови, – переклади, що свідчать про міжнародну славу української народної творчості, а також українські переклади революційних пісень.<sup>1</sup>

Збірник, крім самих текстів пісень, містить у собі солідний науковий апарат, який показує в особі т. Нудьги серйозного і вдумливого дослідника і міг би розростись у велику спеціальну монографію.

Книга, укладена Г.А.Нудьгою, становить не тільки велику естетичну цінність, а й показує наочно той органічний зв'язок, який існував протягом століть між народною творчістю і передовою українською поезією. Видати її не тільки можна, а й доконче треба.<sup>2</sup>

Максим РИЛЬСЬКИЙ

24.У.1955.



\* \* \*

**№ 3**

31 травня 1960 р.

Вельмишановний Григоріє Антоновичу

Тільки що одержав Вашу працю «Бурлеск і трагедія», – прошу прийняти від мене щирі подяки. Дуже цікавий підбір матеріалу, повчальна вступна стаття – але загадка «Оди малоросійської крест'янина» залишається для мене нерозв'язаною. Коли ще поживу, звернусь до дослідження цього твору. Бажаю Вам успіхів в Вашій подальшій роботі: хотілося бути чи свідком, чи учасником<sup>1</sup> того дня, коли Вам по заслугам<sup>2</sup> буде присуджено ступінь доктора філологічних наук.

З найкращими побажаннями  
Олександр Білецький

\* \* \*

**№ 4**

25. XI. 70

СЕКРЕТАРЕВІ ЛЬВІВСЬКОГО ОБКОМУ КПУ  
ТОВ. ПИРОЖАКУ КАЗИМІРУ ІВАНОВИЧУ

На протязі кількох років я працював над питанням вивчення і реставрації фонозаписів Лесі Українки. В процесі роботи було виявлено і запис голосу Лесі Українки. Громадськість цим зацікавилась. Львівська телестудія попросила розповісти про це телеглядачам. Я написав сценарій, його прийняли, в суботу 21 листопада мала бути передача. Я приготувався, поробили фотоілюстрації і т.д. Та раптом у п'ятницю, напередодні передачі, мені працівники телестудії заявили, що я не буду виступати, тільки прочитають мій текст. Чому – пояснень ніяких не дали.

Після закінчення передачі жодним словом не було сказано, хто ж є автором сценарію. Гадаю, що це було зроблено не випадково. Хтось заборонив це робити.

Чому, за які провини мені нанесено ще один незаслужений, особливо принизливий «ляпас»?

З пошаною *підпис* Г. Нудьга,  
кандидат філологічних наук

P.S. Редакція журналу «Жовтень» також несподівано, без будь яких пояснень, зняла мою статтю, уже заверстану. В чому справа?

\* \* \*

**№ 5**

15 січня 1973 р.

Вельмишановний і дорогий  
Григорію Антоновичу!

Від усього серця здоровлю Вас із славним Вашим ювілеєм – 60-річчям від дня народження! Ваша багаторічна плідна праця літературного критика, фольклориста, літературознавця – заслуговує високої оцінки і схвалення. Адже ряд Ваших досліджень воістину стали настільними книжками наших літературознавців – і молодих, і старшого покоління. Вони стали справжнім надбутком радянського літературознавства і фольклористики; їх знають і поважають – як у нас, на Радянській Батьківщині, так і серед прогресивних кіл зарубіжних. За це Вам честь і найщиріша подяка!

Зичу Вам, дорогий Григорію Антоновичу, на довгі-довгі роки міцного здоров'я, творчого горіння, нових звершень – завжди потрібних, завжди цікавих і завжди науково вагомих!

Завжди Ваш Євген Шабліовський<sup>1</sup>

\* \* \*

№ 6

21 січня 1973 р.

ВЕЛЬМИШАНОВНИЙ  
Григорію Антоновичу!

Вдячні полтавці шанують Вас за плідну працю літературного діяча і критика, шанують і пам'ятають Вас як великого ентузіаста по створенню музею Панаса Мирного.

Прийміть же й від нас, колективу працівників музею Панаса Мирного та його бувшого директора Михайла Панасовича Рудченка<sup>1</sup>, наші щирі вітання з нагоди Вашого ювілею. Дозвольте побажати Вам, нашому дорогому земляку, одному з перших мирнознавців, доброго здоров'я, нових творчих успіхів та щастя в особистому житті.

З глибокою повагою до Вас –  
Колектив працівників Полтавського  
літературно-меморіального музею Панаса Мирного.  
м. Полтава, січень 1973 року.

\* \* \*

№ 7

10.УІІ. 77, Львів

Першому секретареві Роменського РК КПУ<sup>1</sup>

Я родом з с. Артюхівка Роменського району, де тепер проживає моя сестра Нудьга Парасковія Антонівна. Їй тепер 53 роки.

В роки Вітчизняної війни, щоб не потрапити на німецьку каторгу, вона, дівчина, взимку ховалася в сні, застудила хребет, захворіла і навіки стала, по-суті, інвалідом, одначе все життя, як могла, працювала й працює в колгоспі.

Останнім часом до мене дійшли тривожні вісті, які й змусили мене написати до Вас оцього листа. Оскільки в даному питанні є щось більше, ніж особисте.

Цієї весни взаємини моєї сестри з місцевим сільським керівництвом чомусь загострилися. Дійшло до того, що, як мене сповістили, наказали їй «і хліба в магазині не давать, та почали люди кричать» і розпорядники втрималися від такого твердого заходу. Налякана цим, сестра перестала ходити в магазин за хлібом, який це був великий моральний удар по людині, яка все життя працювала на полях рідного села.

З якоюсь місією (без будь яких документів) її відвідали голова сільради з участковим міліціонером, наслідком чого вона втратила свідомість. До того ж серед білого дня у її хаті з'явився п'яний хуліган і жінці довелося втікати на дах, кричати до односельчан «рятуйте». Це не вперше, сестра зверталася до сільської влади, в суд, одначе бандитські наскоки не припиняються.

Цього року її послали працювати вантажницею (грузчиком) до млина, що, можливо, і стало причиною конфлікту з керівництвом колгоспу. Старшій жінці працювати вантажницею – далєбі важкувато! Та щоб там не було, немічну жінку, яка своїми руками виростила і збрала сотні тон зерна, буряків, взагалі все життя виробляла хліб – на старості літ зневажати, пробувати заборонити КУПУВАТИ хліб (хай навіть у той день, коли вона наперекір волі керівника, не змогла вийти на роботу) це, м'яко кажучи, не добре і не відповідає настановам Комуністичної партії і Радянського уряду про взаємини керівників з трудящими.

На жаль я лежу в ліжку після операції і не міг сам побувати в рідному селі, щоб пізнати справжні причини конфлікту, тому Вас наперед перепрошую, справу подаю за листами з села, хоч сама сестра чомусь мовчить.

Дуже прошу Вас доручити комусь пильно й об'єктивно вивчити дану справу і, якщо наслідком цього буде, як кажуть, «торжество справедливості» – це порадує людину, про яку я турбуюся, радітимуть сусіди, її ближчі подруги, радий буду і я, а Вам висловимо щире спасибі.

10.УІІ.77

Перепрошую за турботи!  
З пошаною Григорій Нудьга,  
член Спілки письменників Радянського Союзу

Львів – 44, Енгельса, 60, кв. 5  
Нудьга Григорій Антонович.

\* \* \*

№ 8

Budapest, 196 11.1.1973

|                           |                                    |
|---------------------------|------------------------------------|
| MUNKÁSDAL BIZOTTSÁGA      | Az Irodalmi Szövetség Elnökségének |
| Centre international pour | Lviv                               |
| Le Recher des Chansons    | Kedves elvtársak!                  |
| Ouvriers, Sectetaire de   | Engedjék meg, hogy a mi kedves     |
| La Commission Permanente  | barát unknak: Nugyga Grigorij      |
| 1105- Budapest X.         | Antonovicsnak, aki a Munkásdal-    |
| Körösi Csoma ut 43/D.     | kutató központunknak is tagja és   |
|                           | nekünk a magyar és ukránnyelvű     |

forradalmi dalok kutatásában, azok összefüggéseiben való kutatási eredményeivel igen nagy szolgálatot tett a szó ialista országok kutatóinak

EZEN UTON IS, 60 éves születésnapja alkalmából minden jót kívánjunk, eredményes munkát és tpvábbi sikereket nemzetközi munkásdalkutatás területén. Mi boldogok vagyunk, hogy nagy szomszédunk a Szovjetunió egyik olyan nagy szövetséges köztára sasága, mint Ukraina, amelynek története igen sokszor a, agyar történelemmel összefüggött ilyen értékes és neves kutatójával érintkezhetünk.

Elvtársi üdbözlettel:  
/ Dr Szatmári Anta/nidnuc  
kandidátus, titkár

Многоуважаемый Григорий Антонович! Сегодня я направил на венгерском языке вышестоящее письмо. На той стороне точное перевод на русском языке для вас. Благодарю и Вам, и Вашей милой супруге, да детям сердечный привет, желаю Вам долгой жизни, спокойство и бодрое настроение, успехов в работе, счастье в личной жизни. Все всегда конечном счете идет к лучшему. Мы теперь полным ходом работаем над интересными проблемами, тов. Галичу успехов учебе, стойкость и упорство желаю.

Ваш А. Сатмари.

На звороті:

Союзу писателєй Львів

Уважаемые товарищи!

Разрешите мне, чтобы мы и через вас нашему дорогому другу Нудьге Григорий Антоновичу, который член нашей Ассоциацией Изыскателей Революционных песен и нам много интересных работ представил о взаимосвязях венгерских и украинских революционных песен и таким образом дал большой вклад для научных изысканиях в социалистических государствах и по этому пути через Вас по случаю его 60 летие пожелали ему всего хорошего, успешную дальнейшую работу в области изысканиях международных взаимосвязи революционных песен. Мы счастливые, что в числе великого Советского Союза соседи таким великим союзным государством как Украина,

история которого на ходу столетия столько раз имел аналогических явлений и что мы из такой интересного соседа – страны имеем такого друга изыскателя.

С товарищеским приветом  
(др А.Сатмари) підпис  
кандидат наук, секретар<sup>1</sup>

\* \* \*

**№ 9**

Бухарест. 17.I.1973

Вельмишановний Григорію Антоновичу!

Із сонячного нашого Бухаресту прийміть і мої щирі привітання та поздоровлення з нагоди Вашого славного 60-річчя!

Ваше ім'я у нас стало давно відомим серед спеціалістів-філологів завдяки численним роботам, які рекомендують свого автора як солідного науковця, широко обізнану людину, здатну вирішувати і методично в'яснювати найскладніші питання своєї спеціальності.

Ваші праці – помітний внесок у розвиток філологічної науки.

В цей визначний для Вас і сім'ї день від щирого серця зичу Вам багато здоровля, молодечої наснаги, щоб Ваш багатий досвід, обізнаність, широка наукова перспектива та дисципліна і витончена методика праці примножували і надалі число чимраз важливіших робіт на користь філології, Вам – на славу.

Рік від року – токма до віку!

Іоан Ребошапка  
доктор філології  
лектор Бухарестського університету

\* \* \*

**№ 10**

Дорогий товаришу Нудьго!

Аж не віриться, але в газеті з Варшави пишуть, що Вам вже 60! Що ж! Не маю жодних відомостей про Вашу працю за останні роки, та я вірю, що Ви не марнували часу. Чую час від часу про таку чи іншу Вашу книгу чи працю, знаю які вони вагомі й потрібні наснажені фактами й духом...

Десь 15 років тому ми познайомились...! Бачив я Вас всього-навсього кілька разів, був учасником кількох розмов з Вами – і все, та все-таки ніколи не забував про Вас. Навіть більше: можу ствердити, що весь час відчував Вашу присутність десь біля себе.

Колись ми писали один одному. Однак, в наш час з листів тратився зміст, губився сенс листування та й інші причини склалися на те, що я вже давно Вам не писав. Не знаю навіть чи ви самотній, чи є жінка, діти, знаю лише, що недавно Ви були молодшим наук. працівником...! Ха-ха! А Вам вже 60!

Про новини навколо мене не пишу – їх багато, та вони вже не нові і Ви про них напевно чули. Працюю на заводі, та все-таки прагну хоча б читати, коли вже від писання болять і рука...

Що ж Вам побажати до ювілею! Може я занадто зістарів, але вважаю, що всякі там бажання то в якійсь мірі обман.

Людина – тим більше з таким життям як Ви – сама прекрасно знає, що в неї єдине, що є – час, єдине, що може використати і втратити – час! Є ще свідомість обов'язку, завдань, які не може не виконувати...

То ж, все-таки! – бажаю Вам і надалі ясного усвідомлення обов'язку і багато часу для його виконання. Сил і витримки – вірю – у Вас вистачає.

Бажаю хороших людей довкола Вас!  
Бажаю зустріти Вас і знову набратись сил і того розуміння обов'язку..!  
Нехай ця згадка на Вас буде Вам приємною, як приємно мені згадувати Вас, Ваш Львів, наш Київ, нашу Україну!

З пошаною  
Ваш Юрій Бача<sup>1</sup>

Пряшів 28 січня 73 р.

\* \* \*

**№ 11**

Гданськ, 18 лютого 1973

Дорогий і шановний Пане Професоре!

Сердечно поздоровляю Вас з ювілеєм 60 ліття! Від себе особисто як і від цілої гданської громади бажаю Вам надалі доброго здоров'я, успіхів у всьому, а передовсім сповнення всіх задумів видавничих які є так цінні для нас всіх.

Всі ми високо цінимо Ваш науковий труд, віримо що удасться Вам ще не раз порадувати нас цікавими і цінними виданнями.

В нас все по старому. Живемо-працюємо. Надіємось, що все таки удасться Вас зобачити в нас в Гданську. Сердечно обнімаємо Вас з родиною.

Павло Кремінський<sup>1</sup>

\* \* \*

**№ 12**

**ГЕОЛОГ В ЛИТЕРАТУРЕ<sup>1</sup>**

Ніколи не писав о критиках и литературоведах. Но вот украинскому ученому Григорию Антоновичу Нудьге исполнилось 60 лет. И захотелось мне сказать о нем доброе слово. Именно – доброе!

Он литературный критик, фольклорист, литературовед. Так написано о нем в справочнике «Письменники Радянської України». И еще сказано. Что он автор «многих исследований о всемирном значении украинских дум и песен», что отдельными изданиями вышли его научные труды: «Українська пісня серед народів світу», «Заповіт» Тараса Шевченка», «Пісні та романи українських поетів», «Українська балада» и др.

Мне же хочется остановиться на его монографии «Пародія в українській літературі» и на антології «Українські пародії», в составление которой он также вложил очень много труда. Тем более, что я принадлежу к числу старейших украинских сатириков и еще в 1932 году издал чуть ли не единственный в то время сборник литературных шаржей, пародий и эпиграмм. Мы с Григорием Антоновичем Нудьгой – литературные побратимы, хотя виделись все лишь один раз...

Удивительный человек! Прекрасный труженик! Думая о нем, я пришел к выводу, что это не просто критик и литературовед, а геолог в литературе. Он обходит то, что всем доступно. И это подтверждается прежде всего тем, что он отыскал и тщательнейшим образом проанализировал огромное количество древнейших и самых современных литературных пародий. Выпущенная издательством Академии наук УССР монография «Пародія в українській літературі» включает в себя и «пародію в українській народній творчості», а составленная им антологія «Українські пародії» не имеет равной себе в других литературах; она отлично иллюстрирует его монографию, доставляет большое наслаждение любителям этого жанра. Достаточно сказать, что Гр.А.Нудьга поместил в ней несколько вариантов знаменитого ответа запорожцев турецкому султану...

Это ученый, который ищет и пишет вдохновенно, анализирует весьма объективно



и собственным примером умеет зажечь литературную молодежь!

Счастья Вам и творческих спехов, дорогой Григорий Антонович, на долгие-долгие годы!

Москва

Федор КРАВЧЕНКО, член Совета  
по украинской литературе при Союзе  
писателей СССР.

Москва Д-22, Малая Грузинская 19-2, кв. 19  
Федору Тихоновичу Кравченко (підпис)  
Дом. Тел 255-07-67

\* \* \*

№ 13

02.07.76 (дата на поштовому штемпелі,  
лист з Харкова від Данилова О. М.,  
онука Г.Вашкевича)

Уважаемый Григорий Антонович!

Я был в Киеве и только 26.УІ прочел Ваше письмо. О Вашкевиче могу сообщить следующее: его отец участвовал в 1830 г. в Польском восстании и был выслан на Украину. Григорий Станиславович родился в 1837 г.<sup>1</sup>— умер в 1923 г.

С Тарасом Григорьевичем он познакомился в Питербурге, повидимому после возвращения его из ссылки. Сына своего он назвал Тарасом. Вашкевич брат моей бабушки. Отец мой сидел 3 года в Петропавловской крепости и затем сослан на 10 лет.<sup>2</sup> (в уже згаданому варіанті цього ж листа зазначено: Брат его погиб в Петропавлоаской крепости. Фамилия наша была Желтобрюх, но поскольку украинцы преследовались царским правительством поменяли на Даниловых в честь нашего прадеда «Данила»).

Сведения о Вашкевиче и его связях с Шевченком собирал наш земляк Белинский Иван Гаврилович, он учительствует в Сумской обл., с. Вовно Шосткинского р-на п/и 245040. Лето проводит в Глинске. Советую Вам связаться с Белинским. Говорят, что Тарас Гр. приезжал к Вашкевичу который даже в своих трудах упоминает о некоторых моментах своего пребывания на нашей родине. Фотографии Шевченка и Гр. Ст. у меня имеются. Желательно встретится с Вами, т. к. для описания жизни и деятельности Вашкевича необходимо затратить много времени. Я буду в Ромнах и в Глинске в августе м-це на открытии охоты. В Глинске Гр. Ст. открыл Керамическое училище и Гимназию. В Ромнах по его инициативе открыт памятник Т. Гр., построен водозавод и электростанция. В Москалівці3 построил за свои деньги школу и его дочка бесплатно обучала детей грамоте.4 Дети его все давно умерли. В моей памяти осталось много воспоминаний о семейных делах. Отец мой после возвращения из ссылки жил в Глинске под надзором полиции, въезд в столичные и губернские города был запрещен. В Ромны он мог ездить с охранником и т.д. Маска Т. Гр. хранилась у нас, а потом мы ее сдали в музей. С пр. А.Д.

P.S. Звоните мне по тел. 430855

\* \* \*

№ 14

31/І. 1985  
Ленінград

Дорогий Григорію Антоновичу!

Ви, напевне, вже й перестали чекати моєї відповіді на Ваш лист. Щиро перепрошую за затримку відгуку на Ваше питання про рукопис Семена Климовського: все то хворів,

то не було зайвої хвилини відвідати бібліотеку, а роботи по редакції «Звезды» привалило стільки, що зміг лише днями побувати в Публічці. Там цього рукопису нема. Тепер буду справлятися в бібліотеці Академії наук. Думаю, що кінці рукопису знайдуться, і я зможу виконати Ваше прохання.

Читав дуже цікаву статтю Вашу про Г.С.Вашкевича. Якщо будете про нього ще писати, мабуть, зможу Вам де в чому допомогти й своїми довідками.<sup>1</sup>

Зараз готуюсь до чергового Шевченківського вечора в Академії художеств. Обіцяє бути змістовним. Він у нас пройде під знаком 40-ї річниці Перемоги. Доповідь «Кобзар на дорогах Великої вітчизняної» зробить працівник Музею Т.Г.Шевченка (з Києва), буде виступ про Шевченка й Петербурзький університет, виступ архітектора-ленінградця про будову міста Шевченко, яку проєктують у нас, в інституті на берегах Неви. Другу частину вечора займе концерт, в якому виступить чудовий самодіяльний робітничий хор (ленінградський), котрим керує талановитий композитор Константин Михайлович Нікітін, автор оди Шевченку (на слова М.Рильського) і ряду пісень на слова Кобзаря. Буде також співати народний бандурист, земляк Шевченка, учасник сталінградської битви Олексій Чупринка.

На все добре!

Ваш П.Жур.

P.S. Моя «Дума про Огонь» виходить у видавництві «Дніпро» цього року, може встигне побачити світ ще в березні.

П.Ж.

\* \* \*

№ 15

6.2.85

Дорогий Петре Володимировичу!

Мені приємно було одержати від Вас листа, хоча тут же мушу перепросити за турботу й «крадіжку» Вашого дорогоцінного часу. Та найперше добре, що виздоровіли і почуваєте себе творчо. Ми тут завжди з великим інтересом читаємо Впші оригінальні, наповнені новими думками й матеріалами твори. Таких речей буває не густо на нашій ниві. Як добре, що Ви у нас є і що так плідно працюєте. Талановито й з великою любов'ю до Шевченка і всіх нас. Спасибі Вам.

Що ж до рукопису Климовського, то прошу Вас не турбуватися, я одержав з Бібліотеки АН усі відомості про нього. Пошуки мої викликала неввірна інформація, надрукована в журналі «Прапор» (Харків), у якій сказано, що рукопис Климовського, якого я оглядав у Бібліотеці АН, тепер переходить в Бібліотеці ім. Салтикова. Я не повірив, послав листи до обох бібліотек, але вони з відповідями не поспішали і я (вибачаюсь) насмілювався потурбувати Вас. Тепер, коли бібліотека АН мені подала точні інформації, Вам уже немає потреби цим займатися, я тільки ще раз перепрошую за клопоти.

Я часто, разом з своїми колегами, згадую Вас і дуже теплим словом ті чудесні години, які ми разом провели у Ленінграді, ходячи по місцях Шевченка. На мене все те, зробило незвичайне враження, від якого не можу позбутися й досі. Третє відділення... фарба на стіні горища, де жив поет, ті вулиці... Дякую, що воскресили.

Тепер у Вас готується вечір Шевченка. І знову Ви. Великий наш повпред. Ми думка-ми з Вами, а наш приятель Чуприна хай зворушить усіх присутніх нашою піснею.

Ви порадували мене ще й тим, що згадали про мого земляка Вашкевича, про матеріали, які є у Вашому розпорядженні. Про нього треба буде дати статтю в Укр. літ. енциклопедії. Мені не випадає скористатися Вашими матеріалами, а коли Ваша ласка – можна подати статтю за Вашим і моїм підписом, спільну.

*(на цьому цей лист-відповідь Григорія Нудьги на лист Петра Жура, на жаль, обривається, можливо копія його закінчення не збереглася в приватному архіві автора)*

\* \* \*

№ 16

6. 9.88

Директорові Інституту мистецтвознавства, етнографії і фольклору ім. М.Т.Рильського тов. Зубкову С. Д.

Шановний Сергію Дмитровичу!

Справа, з якою звертаюся до Вас, може видатися за давненою, та я гадаю доки живе людина, до тих пір і справи, пов'язані з нею, можуть бути незадавеними.

А річ ось у чім.

Ще коли був директором Інституту М.Т.Рильський і планувалося видання серії збірників українського фольклору, він мені якось сказав, що том пісень літературного походження Інститут замовить підготувати мені, оскільки тоді цим питанням на Україні займався я і підготував кілька видань та розкрив авторство багатьох пісень. Я дав згоду. Пізніше, коли дійшла черга до видання тому пісень літературного походження, я написав листа до Вас, як директора Інституту, сповістив про колишню домовленість з М.Т.Рильським і висловив готовність працювати над томом. Ви відповіли, що цей том буде доручено підготувати комусь із працівників Інституту. (Доручили О.Г.Бойку). Річ звичайна. Законно. І я не згадував би про це, коли б не деякі не зовсім делікатні факти. У підготовленому й опублікованому томі «Пісні літературного походження», який по суті укладений за матеріалами і навіть за композиційними схемами моїх збірників «Пісні та романси українських поетів» (1940, 1956 – 2 томи, 1960) і публікаціями в періодиці, мого прізвища як першого радянського дослідника даної проблеми – ні разу не згадано, про що були натяки навіть у рецензіях. Складається вражіння, що все опубліковане – наслідок довголітніх досліджень О.Бойка. Мене усунути від усього було легко, бо я ходив тоді у «реабілітованих» (навіть двічі – один раз Президією Верховної ради, а другий раз судом). Документи ці були Вам відомі, Ви їх читали, коли я захищав дисертацію «Пісні літературного походження». Та дехто (О.Дей, в пориві заздрощів) та й інші цього не хотіли й знати, нечесними способами намагалися кинути тінь на мою особу як «політично ненадійну». Так легко можна позбутися конкурента, розчистити собі прямий шлях. Безчесний, але шлях, а до суті хто й коли буде там докопуватися. Мене всюду з фольклористики – без будь яких причин викреслювали. А я ж був один з перших співробітників новоствореного Інституту фольклору. А перше дослідження «Пісні літературного походження в українському фольклорі» (3,5 др.арк) опублікував у Наукових записках Інституту літератури у 1939 р., а в 1940 р. вийшла перша антологія «Піні та романси українських поетів». Були й наступні публікації, але про них у виданні Інституту ні слова, так, ніби все почалося з О.Бойка. Тоді ж у працях співробітників Інституту Ф.Лаврова, А.Омельченка, О.Дея були подібні «казуси», навіть читати з моїх праць (наведені в лапках) подавалися без згадки мого імені як автора. Чому? Не знаю.

Ви скажете, що це справа авторів, а не Ваша. До них слід звертатися. Ні! У мене зберігся лист від Вас, у якому Ви пишете, що у томі пісень літературного походження, який готується, буде згадане моє видання (яке? – не знаю), а прізвище не буде згадане. Чому – не пояснено. Забороняти згадувати прізвище в друкованій формі було завжди компетенцією відповідних державних органів, а не осіб і наукових установ. Тим більше, що мої роботи в ті роки друкувалися в багатьох виданнях, отже ім'я не належало до «заборонених».

Тоді на Ваш лист я не міг відповісти і опротестувати самочинство – був тяжко хворий, мав 2 операції, а потім інфаркт та інсульт.

Тепер я хотів би знати, на якій підставі у виданні «Пісні літературного походження» (для підготовки якого використані мої розвідки) обійдено моє прізвище, як дослідника даної проблеми, не названо нічого, зробленого мною, так, ніби мене й на світі не було? Тоді ж був уже двічі реабілітований, а не «ворог народу». Чи мали Ви, як директор Ін-

ституту спеціальну вказівку від відповідних органів, а чи це була Ваша особиста воля? Це стосується усіх видань.

Хочу знати правду. Адже мене зовсім безпідставно принижено, скривджено, кинуто на мою особу й працю чорну тінь, від якої й тепер не можу позбутися.

Хотів би, щоб Інститут, або автор (ще один живий) якось знешкодив цю несправедливість. Можливо й через журнал «Народна творчість та етнографія». В цьому є велика потреба.

З пошаною Г.Нудьга

Львів-20, Торф'яна, 10, кв. 73, Нудьга Григорій Антонович.

\* \* \*

№ 17

24.XII.88

Редакції Сумської обласної газети «Ленінська правда»<sup>1</sup>

Шановні товариші!

Посилаю Вам статтю-спогад про приятеля Т.Шевченка Г.Вашкевича для публікації. У більшому обсязі вона готується до друку в одному з українських журналів у 1989 р. У статті чимало нового й невідомого, важливого до вивчення питання Шевченко й Сумщина.

Якщо для Вашої газети стаття не підійде – прошу переслати її до роменської районної газети або повернути мені.

Додаю фото.

З пошаною Г. Нудьга

Львів-20, Торф'яна, 10, кв. 73, Нудьга Григорій Антонович.

\* \* \*

№ 18

ДИРЕКТОРУ ІНСТИТУТУ СУСПІЛЬНИХ НАУК АН УРСР У ЛЬВОВІ.  
ВЧЕНІЙ РАДІ ІНСТИТУТУ

Григорія Антоновича Нудьги

ЗАЯВА

У 1936 році, коли я був ще студентом Київського державного університету, мене зачислили до праці в АН спочатку лаборантом, а скоро зарахували й молодшим науковим співробітником. Потім була війна..... Фронти... З 1944 року (мав «бронь») почав працювати в.о. старшого наукового працівника філіалу АН у Львові. Потім (1945) був безпідставно заарештований, страшна Колима, реабілітували, вибачилися, але після повернення на роботу до Інституту суспільних наук мене уже «тримали» 17 років молодшим науковим співробітником, хоч я уже мав опубліковані монографії, сотні робіт різного змісту й обсягу. Я багато разів подавав заяви на конкурс заміщення посади старшого наукового співробітника відділу літератури, але кожного разу невідооргани відхиляли мою кандидатуру. Одночасно викреслювали зі списку тих, що мали б захищати докторську дисертацію.

Був момент (за Хрущовської «відлиги»), коли відділ науки Львівського обкому КПУ дозволив допустити мене до конкурсу на заміщення посади старшого наукового співробітника, однак зав відділом тов. Щурат С.В. не побажав це робити, мотивуючи:

– Вони сьогодні дозволять. А завтра будуть мене бити, що допустив Вас до цієї посади. Подібний опір виявили й директор Інституту М.Олексюк та його заступник М.Івасюта.

Працював я весь час під тяжким гнітом, терплячи зневагу й приниження. Панувало свавілля. Його, очевидно, підтримувала й партійна організація. Порушуючи найеле-

ментарніші закони, мене згодом без будь-яких пояснень за що – звільняють тричі з посади молодшого працівника й тричі поновлюють, але вимагають уже самому подати заяву на звільнення, бо інакше напишуть мені у трудовій книжці, що звільнений з політичних мотивів.

Мені тоді не було ще 60 років. Згодилися почекати...

Дали мені пенсію 96 крб., а в мене діти ще вчилися.

Рідкісний факт: у 1936 році став молодшим науковим співробітником АН у Києві. Через 40 років звільнили як молодшого наукового співробітника АН у Львові! Чи я бездарність? Але ж мав сотні робіт, був членом двох міжнародних наукових товариств. А за що ж така кара? Адже я реабілітований, а колимський «стаж» записано до трудової книжки як працю в АН. То що ж? Помста, свавілля. Знову: – За що?

Після звільнення я захворів, мав 2 операції, два інфаркти, інсульт, гіпертонію і злидні, бо при 96 крб. спробував дещо надрукувати – мені знизили пенсію до 77 крб. місячно, хоча середньомісячний мій гонорар був 6 крб. Отак і живу, хоча останнім часом трохи підтримала Спілка письменників.

Моє життя проминуло під тяжким гнітом, цькували як хотіли... Я цілком усвідомлюю, що повернути тепер нічого неможливо – ні права захищати докторську дисертацію, ні одержати посаду наукового співробітника (піду з цього світу почесним «молодшим»), ні підвищення пенсії (96 крб.!) Усе потоптано.

Але хотілося б, аби мені сказали хоча б тепер, - За що мене так жорстоко переслідували й цькували? Адже я не виволанець! Реабілітований. Є ж іще в Інституті люди, які мали до цього певне відношення (Д.Гринчишин, М.Гурладі, парторганізація).

Скажіть хоча б тепер: за що?

У інших країнах – за беззаконня вибачаються. А в нас?

З пошаною

Львів-20, Торф'яна, 10, кв. 73. Нудьга Григорій Антонович.  
25 грудня 1989 р.  
Тел. 52-13-92

\* \* \*

№ 19

03.02.89<sup>1</sup>

Дорогий Григоріє Антоновичу!

Велике спасибі, що відгукнулися. Щиро вдячні Вам за листа, за цінне надіслане, за чуйні поради, за добрі слова, за велику підтримку.

Вибачте за мовчанку, боїмося дуже забирати Ваш дорогоцінний час. Та й що нового можемо Вам повідомити? Але ж не хотілося б, аби Ви мали нас за невдячних.

Тож якраз є нагода: може, Вас якось зацікавить моя писанина. Хай те буде вісточкою з рідного краю. Надсилаю витинки з районної та обласної газет. До речі, мої гуртківці розуміють, що Колтоновські – видатні земляки (Хразом збирали матеріали). А працівникам районного Товариства охорони пам'яток історії та культури, голові сільради це ще треба доводити...

Якщо зможете, пишіть. Будемо дуже раді Вашим листам.

Доброго Вам здоров'я, творчого натхнення.

З щирою шаною  
Надія Карпенко.<sup>2</sup>



\* \* \*

№ 20

17/ІУ. 1989

Ленінград

Сердечне спасибі Вам, дорогий Григорію Антоновичу, за «Жовтень» і Вашою змістовною розвідкою про Вашого тезку, друга Шевченка – Вашкевича.<sup>1</sup> У Шевченківському номері журналу це найінтересніший матеріал.

Подобаються також вірші Богдани Криси<sup>2</sup>, особливо У-й і УІ-й, Вам присвячений.

А ми в Ленінграді в Шевченківські дні заклали пам'ятник Кобзареві на вулиці Шевченка, а – неподалік, на Смоленському кладовищі встановили пам'ятний знак – там, де поет був вперше похований.

До цього свята я завершив роботу над своїм п'ятикнижжям про Тараса – написав «Шевченківський Петербург». Він друкуватиметься в журналі «Дніпро», починаючи з третього номера.

В травні сподіваюсь побувати на Україні в дні Шевченківських торжеств, на які мене запрошено теж. Чи не побачимось там з Вами?

На все добре! Козацького Вам здоров'я і нових творчих звершень.

З повагою Ваш П.Жур.

P.S. У вашій роботі на стор. 121 трапилась друкарська помилка. Замість «М.Каменський» треба – «Ф.Каменський».

П.Ж.

\* \* \*

№ 21

Видавництву «Музична Україна»

Шановні товариші!

Питання, яке порушую в цьому листі, виходить за рамки особистих інтересів. Через нього проглядає хвороба часу, отже на нього слід звернути увагу аби хоч якось покращити наші моральні засади.

Коли у нас повсюду панували насильство і беззаконня – багато імен викреслювалося з нашого культурного процесу. Дехто цим скористався: викреслили з процесу якогось автора, а його працею можна скористатися безборонно, бо він не може себе захистити. Було так і зі мною, коли за «антисоветскую агатацію» мене заслали на 10 років на Колиму. У вирокі трійці записали: 1. «Клеветал на товарища Сталина, що он угнетает народы, национальные культуры». 2. «Извращает язык украинский в националистическом духе». 3. «Утверждал, что в творчестве Шевченко больше национальных мотивов, чем социальных»... «И то 10 лет».

Помер Сталин. Мене звільнили, реабілітували, але за Брежєва знову почали переслідувати уже як «реабілітованого». Або не друкували зовсім, або ж дозволяли «дрібнички». Видавництво «Музична Україна» знає як тяжко пробивалася до друку моя робота «Українська пісня в світі». 20 років її не хотіли видавати. Не друкували й інших праць.

Та це ще невелика біда. Раніше надруковані мої праці безсоромно крали, трошки підправляли й видавали під новим прізвищем. А я, як «політично ненадійний» не міг нічого зробити. Бо передомною стояли монополісти з центральних установ, а за ними партпарат. Ось приклад.

Ще з 1936 року я розробляв проблему впливу літератури на фольклор, зокрема переходу літературних творів у пісенний репертуар народу. Написав велику роботу «Пісні літературного походження» (надрукована в 1939 р.), видав 4 томи пісень українських поетів, встановив десятки авторів популярних у народі пісень. Опублікував на цю тему десятки статей..... М.Рильський писав, що «пріоритет у розробці даної проблеми у на-

шій літературі належить Г. Нудзі». Та справа не в пріоритеті, як .... Знову грабунок «серед білого дня»...

У 1978 році працівник Інституту фольклору АН УРСР тов. В.Бойко видав збірку «Пісні літературного походження». Змістом і навіть текстуально (на це звернув увагу навіть Погребенник) вона вся виходить з моїх публікацій, однак моє прізвище ніде не згадане жодного разу.

Я написав протест директору Інституту, але ніхто мені нічого не відповів. Про минуло беззаконня брежнівщини, але залишилися методи подальшої дискримінації «бувших». І в «Музичній Україні». Ось доказ. Вийшла книжка Ф.Погребенника «Наша дума, наша пісня» («Музична Україна», 1991), і в ній автор, безперечно користуючись і моїми роботами (для годиться згадав і моє прізвище), виставляє так усе, ніби він є першовідкривачем, а до нього все було «чистим полем». Те, про що я писав Погребенник веде розмову як про першовідкриття. Ось один тільки приклад. У моїй антології «Пісні та романси...» т. 2 (1956) надруковано романс «Ти несись, мій спів, з мольбою» з приміткою «переклад німецького романсу невідомого автора». Я й справді тоді не знав, хто його написав, але через рік установив автора (Л.Рельштаб), а одночасно відкрив авторство й багатьох інших пісенних творів. Про це я й розповів у «Літературній газеті» (1958, № 96). Звичайно, коротко. Ф.Погребенник у книзі «Наша дума, наша пісня» говорить про німецького автора як про відкриття, хоча дещо є в нього й нового. Якщо він скористався моїми матеріалами, то варто було б про це якось згадати. Якщо мої публікації йому невідомі – то в книжці все повинно б бути інакше. Більшість пісенних творів, які розглядає Ф.Погребенник, були предметом моїх досліджень, але про це він чомусь мовчить.

Не писав би я про все це, коли б до замовчування своїх попередників у розробці проблемних питань не вдавалися й інші автори. А треба якщо не шанувати, то бодай згадувати своїх сучасників і попередників.

ДИРЕКТОРУ ІНСТИТУТУ ФОЛЬКЛОРУ ТА ЕТНОГРАФІЇ: Чи не варто було б хоча б вибачитися (Бойку й редколегії) за брутально потоптану мою працю й ім'я? Адже я давно реабілітований.

З пошаною

Львів-20, Торф'яна, 10, кв. 73 Нудьга Григорій Антонович  
20.07.91

\* \* \*

№ 22

06.08.91 №133/278  
Львів-20,  
вул. Торф'яна, 10, кв.73  
Нудьга Г.А.

Вельмишановний Григорію Антоновичу!

Сумно і прикро читати Вашого листа, який сьогодні надійшов на адресу Інституту. Я належу до того покоління, яке глибоко шанує Вашу сподвижницьку самовіддану працю на ниві нашої культури. Знаємо і пам'ятаємо, що Ви багато зробили задля її розвитку. Кожна Ваша публікація сприймається нами як відкриття, якого шанувальники народної творчості давно очікували.

Що можу писати про В.Бойка, який багато років у нас уже не працює й нинішній склад колективу навіть його не знає? Очевидно, що справа честі кожного вченого дбати про свою репутацію і не мені, мистецтвознавцю, судити про наукову вартість зробленого В.Бойком. Те ж і про «Пісні літературного походження». Якщо він не зробив того, що повинен робити вчений, то це лежить на його сумлінні і рано чи пізно, але час розсудить справедливо.

Книжка Ф.Погребенника, який працює в Інституті літератури ім. Т.Г.Шевченка, одержує схвальні відгуки. Ви маєте до неї, як на мій погляд, справедливі претензії. То чому б Вам і не виступити в пресі? Не думаю, що хтось посміє відмовити Вам в надрукуванні серйозної об'єктивної рецензії. Залишаюсь з глибоким переконанням, що незважаючи на прикрі удари долі, Ви знайдете в собі сил для подальших наукових досліджень. Ми чекаємо Ваших нових публікацій, дорогий Григорію Антоновичу. Чому б Вам не вийти до Вашого НТШ? Від щирого серця бажаю Вам творчого настрою, нових відкриттів у нашій культурі, для якої Ви немало зробили. Чекаємо від Вас пропозицій для публікації в журналі «Народна творчість та етнографія». З найкращими побажаннями.

В.о. директора Інституту (підпис) О.Федорук

\* \* \*

### № 23

26.4.93

Вельмишановний і самою долею мені посланий  
ВІКТОРЕ ПАНАСОВИЧУ!

Пробило мені 80. Не радуюсь. Оглянувся назад, а там нічого не побачив. Тільки жалі та муки. І радуюся тим, що проходить на Україні, й боюся: ми за традицією любимо повторювати помилки. Коли б їх хоч тепер пощастило обійти, хай і з силою. Без сили теперішній світ все таки не обходиться. Але хотілося б умерти з надією, що Україна все таки буде. «А буде таки колись»!

Очевидно, не без Вашої допомоги я маю «Слово і час» № 2, де Ви так по діловому й об'єктивно потішили мене, сказавши за довгі роки «слово про битого». Дякую дуже за мудрість і за розуміння моїх принципів, які варто було б тепер виставити на перший план, бо пройде ще кілька років і не буде про що говорити – факти зникнуть «по божему велению». Особливо страшно за давні, козачі часи, коли у нас був такий розквіт культури. А ми його не знаємо і не публікуємо.

Я переборював 15 зміїв, а тепер мене атакує найстрашніший – падає стрімголов зір. Уже ледве бачу літери на клавішу машинки.

Отож і пишу мало.

Обнімаю і прошу долю Вас берегти, як велику цінність духу нашого народу.

З великою пошаною, любов'ю і подякою

Ваш (без підпису)

\* \* \*

### № 24

2 березня 1993 р.

Шановний Борисе Петровичу!

Пишу дуже коротко, бо вже майже не бачу літер.

1. «Літературну газету» я почав читати з першого числа її виходу. Збереглися у мене навіть перші її числа. Співробітничав у ній з 1934 р. До 80-х років у мене з редакцією цього видання були добрі взаємини, та ось починаючи з 1983 року раптом вони зіпсувалися. Надішлю якийсь матеріал до редакції одержу відповідь: «Друкуємо», згодом рукопис кудись зникає (Про могилу Т.Шевченка, українську мову та ін. Пояснювали: «загубилося»). Про це я мав з Вами розмову у вашому кабінеті. Все залишилося без змін.

2. Моє прізвище чомусь обходили. «Л.У» чомусь не подала мого прізвища в добірці довідок про репресованих письменників. А я ж довгенько був на Колимі. У пеклі! Знову пояснили: - Забули.

3. Нарешті ось мені проминуло 80 років. Зі Львова заздалегідь послали до редакції ювілейну довіку (таку ж, як і про всіх). Минуло 1,5 місяці після мого дня народження – газета не опублікувала ні слова. Чекав, що «наслідок» щось подадуть. Мовчанка. Нарешті 25 лютого подали інтерв'ю зі мною, яке мало бути опубліковане ще 1,5 роки тому. А львівську ювілейну довідку знову загубили. А, можливо, хтось порвав!

4. Дивно, що зникають, губляться, забуваються матеріали про мене. Можливо діє рука того, хто колись робив на мене доноси?

5. Прошу виправити несправедливості. Матеріал, надісланий зі Львова, слід надрукувати. Чи в ньому є якісь цензурні перепони?

Я розумію, що тепер не до ювілеїв, можливо мені варто було б мовчати. Але ж усі ми рівні. Чому ж несправедливість, упослідженість падає тільки на мене?

На жаль, через хворобу не можу стати перед Вами, щоб захиститися. Я перед Вами безсилий.

З пошаною

Львів-20, Торф'яна, 10, кв.73 Нудьга Григорій Антонович.

\* \* \*

№ 25

26.4.93 р.

Високоповажна Галино Михайлівно!<sup>1</sup>

У дні мого 80-річчя приємною несподіванкою став для мене 25 збірник «Журналістика», в якому є матеріал і про мене, написаний Вашою доброю рукою і справедливим серцем. Якраз у цей день мені з Спілки письменників дали для заповнення анкети, де я натрапив на цілий вінок запитань, типу: маєте нагороди?, грамоти?, подяки?, премії, та інші відзнаки пошани за працю. На всі відповіді: НЕ МАЮ. Так, ніби й на світі не жив. Навіть путівку до будинку відпочинку одного разу призначили, а на другий день відібрали, бо комусь була потрібна. Був я усе життя упослідженим, але працював, «уповаючи на небо». Чи уявляєте собі, як то було тяжко й навіть страшно. «...чи хто згадає, чи забудуть...». Та ще до всього й голод 1933 р., проти організаторів якого я підняв свій слабенький голос. А потім переслідування, 1937 р. війна, полон, німецькі концтабори, тюрми, далі ревтрибунал, Колимська каторга... Напівлегалізація, три інфаркти, три хірургічні операції, інсульт, гіпертонія... зли пі... І як я вижив та ще дещо й зробив. А прогнали з роботи, коли мені не було й 60 років, «молодшим науковим співробітником». Дійсно, не спишеш усього й на воловій шкурі.

І тут, голубко, Ваша стаття та ще й такому лаштунку!

Дякую. Це мене глибоко зворушило, хоч, як і у всяких ювілейних статтях, є гіперболи, бо мені, як тій придорожній вербі, не дали навіть мінімально, розпустити гіллячко.

Дякую ще раз Вам посланцю з самого неба.

Дякую і мудрому Іванисенку за статтю в журналі «Слово і час» № 2. У Львові також виявили увагу і видання, і радіо, й телебачення... Ніби й добре, але не радуюсь. Адже 80. А де попередні? Але й то добре, що вижив і можу спілкуватися з такими добрими і мудрими людьми, як Ви.

Дай Вам і Вашому роду добра, щастя й здоров'я в нашій Україні.

Ваш

Львів-20, Торф'яна, 10, кв. 73 Г.А.Нудьга.

## КОМЕНТАРІ

**Лист № 2.** <sup>1</sup> ..... тут і в наступних рядках, де позначено багатокрапками, машинопис відзиву пошкоджений і текст неможливо відновити.

<sup>2</sup> підкреслено М.Рильським.

**Лист №3.** <sup>1</sup> вчастником. – Так написано рукою акад. О.Білецького.

<sup>2</sup> по заслугам. – Так написано рукою акад. О.Білецького.

**Лист № 5.** <sup>1</sup> Шаблівський Євген Степанович, лауреат Ленінської премії, член-кореспондент АН Української РСР, доктор філологічних наук.

**Лист № 6.** <sup>1</sup> Михайло Панасович Рудченко – син Панаса Мирного.

**Лист № 7.** <sup>1</sup> В архіві Г.А Нудьги на зворотній сторінці цього листа, надрукованого на друкарській машинці, зберігся такий його початок:

*Першому секретареві Роменського РК КПУ*

*Народився я, проживав і виріс в с. Артюхівці Роменського району, де тепер проживає моя сестра-колгоспниця Нудьга Параскевія Антонівна. Їй тепер 53 роки.*

*В роки Вітчизняної війни, щоб не потрапити на німецьку каторгу, вона, дівчина, взимку ховалася в сні, застудила хребет, захворіла і навіки стала, по-суті, інвалідом, однак все життя, як могла, працювала й працює у колгоспі.*

*Останнім часом до мене дійшли прикрі вісті, які й змусили мене написати оцього листа до Вас, оскільки в даному питанні є щось більше ніж особисте.*

*Як виявляється, цієї весни взаємини моєї сестри з місцевим сільським керівництвом чомусь загострилися. Діло дійшло до того, що, як пишуть мені, наказали їй «і хліба в магазині не дають, та почали люди кричати» і розпорядники втрималися від такого «твердого» заходу. Стурбована таким різкими заходами, сестра перестала ходити в магазин за хлібом, хоч це не було легко людині, життя якої пройшло на полях села.*

*З якоюсь місією (без будь яких документів) її відвідали голова сільради з участковим міліціонером...*

*З 1.IX. по 6. XI. 1971 автор публікації цих матеріалів як студент Сумського державного педагогічного інституту ім. А.С.Макаренка проходив педагогічну практику в Волошнівській середній школі Роменського району Сумської області, що неподалік с. Артюхівка, в якому тоді й жила сестра Григорія Антоновича Нудьги Парасковія Антонівна. У Волошнівці жила родина Григорія Андріяновича Нудьги, небожа Григорія Антоновича та Парасковії Антонівної. Григорій Андріянович та його дружина Віра Андріївна працювали учителями місцевої школи, а Григорій Андріянович ще й завучем школи. Якраз тоді Григорія Андріяновича без будь яких підстав було звільнено з посади завуча, а їх сина, учня 10 класу Миколу ввечері збила машина, і він мав струс мозку. Як учасник Другої світової війни Григорій Андріянович відстояв себе і його поновили на посаді, щоправда не на посаді завуча, яка вже була зайнята, а на посаду заступника директора з виховної роботи. Очевидно все це не було випадковим, а було способом тиску і на родину Григорія Андріяновича, і на самого Григорія Антоновича, про що він дізнався під час єдиної нашої зустрічі на якійсь нараді в Інституті мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т.Рильського НАН України вже в перші роки Незалежності України.*

**Лист № 8.** <sup>1</sup> Лист Сатмарі цікавий тим, що доповнює опублікований у книзі «Григорій Нудьга. Біобібліографічний покажчик» (2007) лист про обрання Г.А.Нудьги членом Асоціації дослідників народних і революційних пісень.

**Лист № 9.** <sup>1</sup> Іван Ребошакка – румунський фольклорист-україніст, педагог, перекладач. Професор Бухарестського університету. Є автором підручників з української мови та літератури для загальноосвітніх шкіл Румунії з українською мовою навчання.



**Лист № 10.** <sup>1</sup> Юрій Бача (13 травня 1932 – 25 січня 2021) – словацький та український публіцист, письменник, громадський діяч. Саме він вивіз за кордон машинопис книги Івана Дзюби «Інтернаціоналізм чи русифікація?», за що потім був звільнений з роботи, зазнав тюремного ув'язнення та переслідувань, але вийшовши з в'язниці, до кінця свого життя продовжував літературну та громадську діяльність. Докладніше про Ю.Бачу читай: Іван Хланта. Юрій Бача. Біобібліографічний покажчик. – Ужгород, 20124; Олексій Вертій. У боротьбі за право бути ЛЮДИНОЮ: історичний контекст і сучасність. (До виходу третього тому «Вибраних творів» Юрія Бачі. – Ужгород, «Мистецька лінія». – 2014. – 548 с. // Олексій Вертій. Національне самопізнання, самоусвідомлення та самоствердження українців. – Житомир, 2024. – С. 206-216 .

**Лист № 11.** <sup>1</sup> Павло Кремінський – польський та український вчений та громадський діяч.

**Лист № 12.** <sup>1</sup> Дату листа встановити не вдалося.

**Лист № 13.** <sup>1</sup> В іншому варіанті цього ж листа уточнюється, що Г.Вашкевич народився в Ромнах.

<sup>2</sup> В уже згаданому варіанті цього ж листа зазначено: Брат его погіб в Петропавловской крепости. Фамилия наша была Желтобрюх, но поскольку украинцы преследовались царским правительством поменяли на Даниловых в честь нашего прадеда «Данила».

<sup>3</sup> ... в Москалівці. Так написано в оригіналі. Село Москалівка поблизу Глинська

<sup>4</sup> Документально довести наведені О.Даниловим дані про відкриття Г.Вашкевичем за свій кошт художньо-керамічної школи та гімназії в Глинську покищо не вдалося, хоча достеменно відомо, що він був наглядачем (громадським директором) цієї школи. Говорить Г.Нудьга і про участь Г.Вашкевича у відкритті в околиць селах початкових шкіл, то ж цілком можливо, що його донька працювала вчителькою у школі с. Москалівка, про його участь у будівництві водогону та електростанції в Ромні (читай про це у споминах Г.Нудьги «Мої зустрічі з приятелем Т.Г.Шевченка» в журналі «Жовтень», за 1989, №3 (533), березень. – С.118-123).

Маловідомі дані про діяльність Г.Вашкевича на Роменщині розшукав досвідчений краєзнавець Григорій Діброва з Ромна, які подаємо тут, за що висловлюємо йому глибоку вдячність.

### **Г. Вашкевич – член бюджетної комісії РПЗЗ**

В 1905 році Г.С. Вашкевич був членом бюджетної комісії Роменського повітового земського зібрання. 20 червня 1905 року йому було доручено особисто ознайомитися з порядком ведення господарства в роменській лікарні. (Журнали и доклады XXXXI очередного Роменского уездного земского собрания 1905 года. – Ромны, 1906. – С. 87.)

Бюджетна комісія Роменської повітової земської управи засідала 4 липня 1909 року за участю П. Шкляревича, Г.С. Вашкевича, Ф.И. Саливона, И.В. Коробки, голови управи А.М. Раєвського і члена управи І.Ф. Безпальчева. Попередньо обговорювались питання про закупівлю землі для Глинської лікарні і Глинської керамічної школи. Наступного дня відбулось надзвичайне засідання роменського повітового земства. (Журнали и доклады чрезвычайного Роменского уездного земского собрания 5 июля 1909 года. – Ромны, 1909. – С.19.)

### **Г. Вашкевич і медична справа на Роменщині**

В 1905 році Г.С. Вашкевич був членом бюджетної комісії Роменського повітового земського зібрання. 20 червня 1905 року йому було доручено особисто ознайомитися з порядком ведення господарства в роменській лікарні. (Журнали и доклады XXXXI очередного Роменского укдного земского собрания 1905 года. – Ромны, 1906. – С. 87.)

Про будівництво Глинської лікарні і Вашкевича (Журнали и доклады XXXXI очередного Роменского уездного земского собрания 1905 года. – Ромны, 1906. – С. 191-.)

На вечірньому засіданні 48-го чергового Роменського повітового зібрання 29 жовтня 1912 року виступив Г.С. Вашкевич, який сказав, що розмір платні, на його думку, є не єдиною і не головною причиною частої зміни лікарів. Він наголосив на тому, що необхідно на медичній раді виявити ці причини. Він, зокрема, назвав одну з причин – відсутність лікарень, що приводить до переважання роз'їздної системи, через що лікарі не мають змоги надавати хворим дієву допомогу. (Журнали и доклады 48-го очередного Роменского уездного земского собрания 1912 года. – Ромны, 1913. – С. 40.)

На вранішньому засіданні 30 жовтня, на якому розглядався бюджет земства на 1913 рік і питання будівництва лікарні в Глинську, Григорій Станіславович Вашкевич запропонував, щоб визначене бюджетною комісією асигнування на будівництво лікарні в Глинську в сумі 2000 крб. було збільшене на 1000 крб., що дасть можливість приступити до будівництва лікарні в 1913 році, а ту суму, якої не вистачить на будівництво, внести в кошторис 1914 року. На жаль, гласні не підтримали його пропозицію. (Журнали и доклады 48-го очередного Роменского уездного земского собрания 1912 года. – Ромны, 1913. – С. 50.)

### **Г. Вашкевич і медична рада РПЗЗ**

В 1909 році медична рада збиралася медична рада Роменської повітової земської управи щомісячно. В ній, окрім складу управи, брали участь всі лікарі, що служили в повітовому земстві, два представники від фельдшерів та акушерів, від членів повітового земського зібрання були вибрані Андріанопольський Петро Миколайович і Вашкевич Григорій Станіславович. (Отчет Роменской уездной земской управы за 1909 год. – Ромны, 1909. – С. 10.)

### **Г. Вашкевич і освіта**

В 1893-1894 роках Г.С. Вашкевич був членом-соревнователем Роменської чоловічої недільної школи. Тобто не вчив, а допомагав фінансово. (Роменская мужская воскресная школа в первый год её существования. – Ромны, 1895. – С. 11.)

В 1909 році Г.С. Вашкевич був членом шкільної комісії, що діяла при повітовій земській управі. Разом з ним до її складу входили Шкляревич П.Д., Коробка І.В., Калугін П.Ф., Полунін В.Н., Ф.І. Салівон, И.Ф. Чигринцев, інспектор народних училищ А.В. Коваленко. (Журнали и доклады чрезвычайного Роменского уездного земского собрания. 5 июля 1909 года. – Ромны, 1909. – С. 16.)

Г.С. Вашкевич ніколи не стояв осторонь турботи земства про освіту на теренах рідного краю. Показовим щодо цього є виступ Григорія Станіславовича під час обговорення гласними повітового земства про купівлю автомобіля для обслуговування транспортних потреб земців. На засіданні чергового 48-го повітового земського зібрання Г.С. Вашкевич запропонував придбання автомобіля відкласти на майбутній рік, оскільки при збільшенні кількості коней на земських станціях роз'їзди земських службовців будуть обслуговуватися повністю. До того ж, значно побільшене утримання і самих станцій у порівнянні з минулим 1912 роком. Він запропонував спрямувати більше коштів на освіту і медицину. (Журнали и доклады 48-го очередного Роменского уездного земского собрания 1912 года. – Ромны, 1913. – С. 191.)

Г.Вашкевич, зокрема, на вечірньому засіданні гласних 48-го зібрання Роменського повітового земства пропонував підняти клопотання перед губернським земством про запровадження для вчителів Полтавщини (Роменський повіт тоді входив до складу Полтавської губернії. – О.В.) одноразових періодичних надбавок до платні. Однак ця пропозиція Вашкевича була відхилена більшістю роменських земців. (Журнали и доклады 48-го очередного Роменского уездного земского собрания 1912 года. – Ромны, 1913. – С. 21.)

### **Г. Гарячун. Ювілей глинського гончарства. Вісті Роменщини. – 2000. - № 10. – 2 лютого.**

Подія, яка відбулася в Роменському краєзнавчому музеї – відкриття творів майстрів Глинської керамічної школи. – небуденна і вельми знаменна. Адже в період державот-

ворення і зміцнення незалежної України ми знову поглиблюємо замулені джерела, повертаємось до свого коріння, до самих себе і утверджуємось не тільки в своїх силах, а й в очах світового співтовариства. І, мабуть, не випадково, що це відбулося у переддень святкування в нашій країні свята об'єднання, свята соборності українських земель, яке вперше відбулося 22 січня далекого 1919 року і ось знову повернулося до нас. Як свято оновлення, свято самоочищення, свято єднання всіх земель українських, усіх українців.

Глинська керамічна школа, яка була створена століття тому, залишила по собі яскравий слід у багатомілітній історії українського народного мистецтва. І нині вона дивує нас своєю багатобарвністю, вишуканими формами своїх виробів. А за ними стояли десятки і сотні відомих і невідомих майстрів-гончарів, які з покоління в покоління передавали наступним поколінням уміння, тепло своїх сердець і рук. Вона готувала прекрасних майстрів, здібних організаторів керамічного виробництва, майбутніх художників і мистецтвознавців.

Згадаємо з-поміж них директора школи А.Ф.Гофмана, художника М.І.Зінов'єва, попечителя школи приятеля Т.Г. Шевченка Г.С.Вашкевича, її відомих випускників мистецтвознавця П.Н.Мусієнка, художника з розпису кераміки П.М.Іванченка та багатьох-багатьох інших.

Випускники Глинської школи інструкторів з гончарного виробництва були не лише вмілими гончарами, майстрами-художниками, а й досвідченими педагогами, котрі працювали в багатьох куточках колишньої Російської імперії.

Найголовніше те, що по собі вона залишила безліч виробів: куманців, баранців, різноманітний посуд, а ще — скульптурні твори. В Роменському краєзнавчому музеї, наприклад, зберігаються поруддя Т.Г.Шевченка, Л.М.Толстого, які були в свій час створені в Глинську.

На виставці в музеї представлені ті твори, які зберігаються у фондах Роменського краєзнавчого музею і надійшли сюди в різні роки. А ще тут можна побачити твори П.М.Іванченка, творчий доробок П.Н.Мусієнка, вироби сучасних майстрів із заводу будівельних матеріалів.

Виставка нагадує нам не тільки про вагомий здобутки майстрів Глинської керамічної школи, а ще і про необхідність відродження цього цікавого і прекрасного ремесла в нашому краї. Першу екскурсію для гостей, які прийшли на свято відкриття виставки, провели науковці музею М.М.Полуян та Г.В.Діброва, котрі підготували її. Їх слухачами стали місцеві художники, творча інтелігенція, учні Роменського політехнічного технікуму.

**Лист № 14.**<sup>1</sup> «...зможу Вам де в чому допомогти й своїми довідками». В архіві Г.Нудьги зберігаються написані почерком дуже схожим на почерк Петра Жура два аркуші з такою інформацією:

*Шевченко*

*1858 р. 10 березня о 11 годині вечора прибув до Москви і зупинився у готелі. Рано відвідав М.Щепкіна і оселився у нього. По дорозі простудився сталося запалення лівого ока і затримався в Москві, поселившись у актора М.Щепкіна. Лікується. Переписує твори, відвідують знайомі, оглядає Москву. 15 днів жив. 26 березня 1858 о 2 год. ня виїхав до Петербургу. Другого дня, 27 березня 1858 р. о 8 год. вечора прибув до Петербургу і зупинився, поселився у М.Лазаревського (Набережна Мойки, 88 (тепер 93)).*

*І ось тут вони зустрілися студент Григорій Вашкевич жив у Лазаревських як їх давній родич.*

*Квітень 11, 1958.*

*«Поезія Т.Шевченка» – доручив клопотання у цензурі про вид. зб. Д.Каменецькому минав квітень*

*У травні*

*На квартирі незручно, клопочеться про постійне мешкання.*

У червні 1858 р. Шевченко переїхав з пом. Лазаревського до Академії художеств, де жив до кінця життя. Тут його відвідував молодий Вашкевич.

В одному помешканні прожили разом з 27 березня по червень – майже три місяці. Далі на окремому аркуші тим самим почерком дописано:

Для нас цей недавно виявлений лист Г.Честахівського дуже важливий ще й тому, що є документальним свідченням підтвердження, де й коли познайомився молодий студент із Ромен Г.Вашкевич з геніальним поетом Т.Шевченком.

Відомо, що 21 липня 1857 року об 11 год. ранку у Новопетровському укріпленні підпоручик М. Бажанов сповістив Шевченкові, що його звільнено. Шевченко прагне якнайскоріше прибути до Петербургу, але на його шляху уряд наставив скільки усяких перепон, що повертався до своєї домівки майже рік. З великими труднощами йому пощастило 10 березня 1858 року об 11 годині вечора прибути до Москви. Поселився в готелі, а далі забрав його до свого дому відомий артист М. Щепкін. Їхати до Петербургу не міг, – захворів (запалення лівого ока), лікувався та зустрічався з інтелігенцією Москви. Минуло 15 днів, і ось 26 березня 1858 року о 2 годині дня він виїхав до Петербургу, а наступного дня, 27 березня, о 8 годині вечора прибув до столиці і відразу ж поїхав до свого друга М.Лазаревського на Мойку. А там, як стверджує у новознайденому листі Г.Честахівський, мешкав Г.Вашкевич. Якщо він у цей час був вдома, то можна припустити, що зустрілися вони й познайомилися вечером 27 березня 1858 р. на квартирі М.Лазаревського. Тут Т.Шевченко жив до червня 1858 року, отже Г.Вашкевич у одній хаті перебував з Кобзарем майже три місяці. Далі Шевченко поселився в Академії художеств, і молодий студент міг його тут навідувати, коли допомагав поету готувати до друку «Кобзаря» (1860 р.). Це були, очевидно, дні найближчого спілкування юного студента-юриста і славного поета-академіка.

Про згаданий лист Г.Честахівського та лист, про який йдеться вище, у своїх спогадах «Мої зустрічі з приятелем Т.Шевченка» («Жовтень» за 1989, №3 (533), березень) на стор.120 Г.Нудьга пише: «Лазаревські й Вашкевичі були ріднею, про що маємо свідчення у листі Ф.М.Лазаревського до М.К. Чалого, одного з перших біографів Т.Шевченка: «Вашкевич Григорій Станиславович – наш родственик (деды наши Лазаревские были родные братья)» (Архів Інституту літератури ім. Шевченка АН УРСР, ф. 92, № 31). Г. Вашкевич був товаришем Івана Матвійовича Лазаревського, який також належав до знайомих Т.Шевченка. Повернувшись із заслання, Шевченко 27 березня 1858 року зуپинився в М.Лазаревського тут (Наб. Мойки, 88) Вашкевич і жив деякий час разом з Кобзарем.

Як прийняли Г.С.Вашкевича в колі друзів Т.Г.Шевченка і як шанували його як людину й особистість є дуже цікаве й важливе свідчення одного з найближчих і найщиріших приятелів Кобзаря – Григорія Честахівського, того самого, що з Вашкевичем супроводжував домовину поета з Петербурга до Канева й організував похорон на Чернечій горі та разом із селянами насипав першу високу могилу. У листі до матері братів Лазаревських Агафії Олексіївній Лазаревської від 11 лютого 1868 року він пише: «Дуже добряча людина отой Вашкевич, а се ваші сини-соколи довели його до того. Я знаю, яким він був спершу, як приїхав у Петербург до Михайла Лазаревського, і який гарний став тепер. Як сонце вияснився і прихилився думкою й любов'ю до своєї України – став чоловік як змитий» (Чернігівський історичний музей. Ал. 36-1-7(523) За вказівкою на джерело щиро дякую П.Журу). Таким чином встановлюємо авторство П.Жура означеного вище листа без підпису і вносимо ясність щодо самого, згадуваного ним та опублікованого у спогадах Г.Нудьги, листа Г.Честахівського.

**Лист № 17.** Уривок з цих спогадів «Під одним дахом з Кобзарем жив три місяці роменець Григорій Вашкевич» було тоді опубліковано Геннадієм Петровим в незалежному тижневику журналістів Сумської області «Панорама Сумщини» (№ 10 (114) від 5 березня 1992 р., стор. 3).

**Лист № 19.** 03.02.89<sup>1</sup> – дату подано за штемпелем на конверті

<sup>2</sup> Надія Карпенко – донька переслідуваного советськими властями друга Леоніда Пархомовича (Леоніда Полтави) учителя і поета Йосипа Дудки.

**Лист № 20.** <sup>1</sup> Йдеться про журнал «Жовтень» за 1989, №3 (533), березень, про який уже згадано в коментарі до листа № 14.

<sup>2</sup> Богдана Крива – згодом доктор філологічних наук, професор кафедри української літератури Львівського національного університету ім. І.Я.Франка

**Лист № 23.** Вельмишановний і самою долею мені посланий ВІКТОРЕ ПАНАСОВИЧУ!<sup>1</sup> Лист адресований літературознавцеві Вікторові Панасовичу Іванисенкові, про що Г.А.Нудьга згадує у листі № 25 до Галини Гримич.

**Лист № 24.** Шановний Борисе Петровичу!<sup>1</sup>. Йдеться про тодішнього редактора газети «Літературна Україна» Б.П.Рогозу.

**Лист № 25.** Високоповажна Галино Михайлівно!<sup>1</sup>. Числюсь рукою дописано «Гримич». Український літературознавець.

Стаття надійшла до редакції 25.10.2024 р.

Рекомендовано до видання 07.11.2024 р.



Наукове видання  
Scientific edition

**ОБРАЗ**  
Науковий журнал

**OBRAZ**  
Scientific Journal

Випуск 3 (46) ' 2024

Issue 3 (46) ' 2024

Над випуском працювали:

*Наталя Сидоренко,  
Володимир Садівничий*

Підписано до друку 15.11.2024  
Формат 70x108/16. Гарнітура Georgia. Обл.-вид. арк. 7,75. Ум. друк. арк. 8,58.  
Наклад 100 примірників

**Адреса редакції:**  
40007, м. Суми, вул. Харківська, 116,  
Кафедра журналістики та філології, кімн. 1107,  
тел. +38-0542-68-78-50, e-mail: obraz@sumdu.edu.ua

Видавець і виготовлювач:  
Сумський державний університет  
40007, м. Суми, вул. Харківська, 116.  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру ДК № 3062 від 17.12.2007.