

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра соціальних комунікацій  
та інформаційної діяльності

**Кваліфікаційна робота магістра  
на тему «Інстаграм-проекти для популяризації української культури в  
умовах російсько-української війни: нарративне регулювання»**

Виконала: студентка 2 курсу магістратури,  
Групи: 8.0612-рз-з  
спеціальності 061 «Журналістика»  
(освітня програма «Реклама і зв'язки  
з громадськістю»)  
*Луценко А.В.*  
Керівник: д. соц. ком.,  
*Ковпак В.А.*  
Рецензент: проф., д.соц.ком.  
*Чернявська Л.В.*

## ЗМІСТ

Завдання .....	3
Реферат .....	5
Вступ.....	6
Розділ 1 .....	10
1.1 Популяризація культурної самобутності як чинника національної безпеки України в соціальних мережах	
1.2 Наративне регулювання як інструмент інформаційної безпеки в умовах війни .....	15
Розділ 2. Наративні технології інстаграм-проектів в умовах російсько-української війни на прикладі блогу @Krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam	23
Висновки .....	51
Список використаної літератури .....	56
Додаток А.....	62
Додаток Б.....	67
Summary .....	71
Декларація академічної доброчесності .....	72

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет журналістики**

**Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності**

*Рівень вищої освіти магістерський*

*Спеціальність 061 Журналістика*

*ОПП Реклама та зв'язки з громадськістю*

**ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
Березенко В.В.**

«\_\_»\_\_\_\_\_2023 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Луценко Анні Вікторівні

1. Тема роботи «Інстаграм-проекти для популяризації української культури в умовах російсько-української війни: нарративне регулювання» керівник роботи Ковпак Вікторія Анатоліївна, д. соц. ком., затверджені наказом ЗНУ від 03.05.2023 номер 660-с
2. Строк подання студентом роботи –
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: В'ятрович В., Гречка С., Ковпак В., Кодельник А., Копійка В., Корнійчук Ю., Ожеван М., Петренко Г., Сербіна Н., Reich R. та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: 1) охарактеризувати популяризацію культурної самобутності як чинника національної безпеки; 2) визначити основні характеристичні нарративного регулювання як інструменту інформаційної безпеки в умовах війни; 3) проаналізувати нарративні технології популяризації української культури інстаграм-проектів в умовах російсько-української війни на прикладі інстаграм-проектів блогу @krapka.krapka 4) виявити комунікаційні стратегії популяризації української культури в інстаграм проектах мікромедіа @yaktytam

## 5. Консультанти розділів роботи –

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Ковпак В. А., доцент		
1 розділ	Ковпак В. А., доцент		
2 розділ	Ковпак В. А., доцент		
Висновки	Ковпак В. А., доцент		

## 6. Дата видачі завдання –

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. Написати попередній варіант вступу і змісту.		Виконано
2.	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.		Виконано
3.	Написання вступу і змісту		Виконано
4.	Написання розділу 1		Виконано
5.	Написання розділу 2		Виконано
7.	Пройти попередній захист на кафедрі		Виконано
8.	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.		Виконано
9.	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.		

Студентка \_\_\_\_\_ А. В. Луценко

Керівник роботи \_\_\_\_\_ В. А. Ковпак

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ Т. В. Іванюха

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 85 джерел

**Об’єкт:** патріотично-просвітницький контент інстаграм-сторінок, що популяризують українську культуру в умовах російсько-української війни.

**Предмет:** нарративні стратегії популяризації української культури в умовах російсько-української війни на інстаграм-сторінках Софії Безверхої @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam

**Метою магістерської роботи є:** проаналізувати нарративні технології інстаграм-проектів як інструменти популяризації української культури в умовах російсько-української війни на прикладі блогу @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam

**Методологічну і теоретичну основу дослідження** складають праці таких вчених: В’ятрович В., Гречка С., Ковпак В., Кодельник А., Копійка В., Корнійчук Ю., Ожеван М., Петренко Г., Сербіна Н., Reich R. та ін

**Отримані результати:** досліджено теоретичні засади нарративу та нарративних інструментів з інтеграцією в інстаграм-контент, що популяризує українську культуру. Розглянуто приклади використання нарративних технологій на прикладі блогу @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam

**Ключові слова:** *нарратив, нарративне регулювання, нарративні технології, культура, мікромедіа, інстаграм-проект*

## ВСТУП

Культура України, традиції, українське слово – націоідентифікаційний фундамент, який опинився під прицілом абсолютного знищення в російсько-українській війні. Проти українського слова спрямовано як і фізичну зброю нищення бібліотек, музеїв та пам'яток культури, так і пропагандистську. Поширюючи дезінформацію, фейки, замовчуючи та оминаючи факти, вороги фальсифікують історичні дані. В інформаційному просторі контент, що має культурно-просвітницький, гуманітарний, націоідентифікаційний вимір, у тому числі інстаграм-проекти, в умовах широкомасштабного вторгнення росії в Україну набули посиленого просвітницького та безпекового потенціалу.

Культурні, мистецькі проекти сьогодні розгортаються динамічно саме в соціальних мережах, які в умовах війни стали основним каналом комунікації, освітніх практик та популяризації історії, культури, мови тощо. Мистецький контент у соціальних мережах почав інтенсифікуватися в українському сегменті мережі ще в умовах пандемії COVID-19 та запровадження дистанційного навчання, а в умовах війни отримав новий етап розвитку та прагматичний потенціал.

Блоги, що популяризують українську культуру в умовах російсько-української війни використовують низку різноманітних інструментів для розвінчення ворожих наративів, фейків тощо. Саме тому аналіз механізмів наративного регулювання популяризації української культури в умовах російсько-української війни на прикладах інстаграм-проектів блогів та мікромедіа є **актуальним в межах кваліфікаційної роботи**

**Мета наукової роботи** – проаналізувати наративні технології інстаграм-проектів як інструменти популяризації української культури в умовах російсько-української війни на прикладі блогу @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam

Для досягнення мети слід вирішити такі **завдання**:

- 1) охарактеризувати популяризацію культурної самобутності як чинника національної безпеки;
- 2) визначити основні характеристичні наративного регулювання як інструменту інформаційної безпеки в умовах війни;
- 3) проаналізувати наративні технології популяризації української культури інстаграм-проектів в умовах російсько-української війни на прикладі інстаграм-проектів блогу @krapka.krapka;
- 4) виявити комунікаційні стратегії популяризації української культури в інстаграм проектах мікромедіа @yaktytam

Для реалізації поставлених завдань були використані наступні **методи дослідження**: класифікація (види комунікаційних стратегій), елементи дискурс-аналізу (аналіз контенту з урахуванням історико-політичних та соціальних обставин), синхронічний метод (акцентуація на умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну). Метод моніторингу акаунтів соціальних мереж.

**Об'єктом дослідження є**: патріотично-просвітницький контент інстаграм-сторінок, що популяризують українську культуру в умовах російсько-української війни.

**Предмет дослідження** – наративні стратегії популяризації української культури в умовах російсько-української війни на інстаграм-сторінках Софії Безверхої @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam

**Науковою новизною** є те, що робота на прикладі проаналізованих механізмів наративного регулювання в мікромедіа @yaktytam та блозі @krapka.krapka, характеризує комунікаційні стратегії інстаграм-проектів як потужний інструмент популяризації української культури як чинника національної безпеки в умовах російсько-української війни

**Практичне і теоретичне значення:** матеріали цього дослідження можуть бути використані в діяльності СММ спеціалістів, контент-спеціалістів які працюють у мікромедіа та персональних мікромедіа (блогах). Робота може стати у нагоді під час створення стратегії контенту, просування, аналізу ефективності та визначенні подальшого напрямку інстаграм-проектів із популяризації української культури. Використання актуальних і сучасних інструментів нарративного регулювання в інстаграм-проектах зможе в довгостроковій перспективі і посприяти зростанню національної ідентифікації громадянського суспільства, що особливо важливо в умовах війни.

**Апробація результатів роботи:**

1) Виступ на міжнародній науково-практичній конференції «Європейські цінності і медійні стандарти: контекст російсько-української війни» на тему «Інструменти нарративного регулювання націоідентифікаційних інстаграм-проектів на прикладі блогу @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam.

Ковпак В.А., Луценко А. Інструменти нарративного регулювання націоідентифікаційних інстаграм-проектів на прикладі блогу @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam. *Європейські цінності і медійні стандарти: контекст російсько-української війни : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 19-20 жовтня 2023 року) / за ред. К. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. С.16–21.*

2) Ковпак В.А., Луценко А. Комунікаційні стратегії популяризації української культури на прикладі інстаграм-проектів Софії Безверхої @krapka.krapka Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2023. – № 4.

**Структура дослідження** зумовлена логікою викладу. Магістерська робота складається з вступу, двох розділів, висновку, списку використаної літератури (85 позицій).



## РОЗДІЛ 1

### **1.1 Популяризація культурної самобутності як чинника національної безпеки України в соціальних мережах**

Питання культурної ідентичності актуалізує проблему збереження та розвитку культурної самобутності, усвідомленого прийняття норм та ціннісних орієнтирів. Світові науковці у своїх дослідженнях розділяють кілька поглядів щодо питання збереження національної культури. Думки розділились - це питання розглядається і як негативне явище, що становить загрозу самобутності культур, і водночас, як те, яке сприяє збагаченню культур та міжкультурному діалогу.

Дослідник А. Шевченко, вивчаючи поняття етнічна ідентифікація тлумачить його як психологічний процес ототожнення індивідом себе з іншою особою або ж з групою [51].

В. Купрійчук зазначає, що завдяки сучасним засобам масової комунікації суспільство формує той образ світу в якому живе. Правдивість такого образу може бути неоднозначна, оскільки він може бути сформованим реципієнтами помилковим. Також цей образ може як і вивченим з усіх без винятку аспектів, так і незбалансовано розглянутим. Характер впливу на ці процеси визначаються самим автором контенту, який реципієнти використовують як інструмент для створення образу. Ключову роль тут грає джерело інформаційного потоку. Воно підкреслює важливість формування саме такого інформаційно-культурного простору, який буде цілісним в своїй структурі як середовище. Ці процеси є значущими в контексті їхнього впливу на культурний розвиток людини [24].

Саме зараз, коли внаслідок повномасштабної війни росії в Україні знищується велика кількість об'єктів культурної спадщини, коли вітчизняні та світові митці чинять опір на культурному тлі особливо важливе життя культурних проєктів, долучення і поширення яких є одним з ключів до досягнення національно-

культурних цінностей українського народу. Важливість засвоєння цих цінностей ґрунтується на становленні національно-культурної ідентичності, що має спиратись на: історичну правду, національну гідність, національну самосвідомість та патріотизм як чинників національної безпеки України та інструменти боротьби з ворожими наративами.

Засновниця мистецької платформи «Ковчег» Я. Винницька, зауважуючи, що Україні бракує усвідомлення культури як фактора національної безпеки, визначає культуру як один із найефективніших політичних інструментів. «Для мене справжня “висока” культура – це не про “розважитись”, “відволіктися” чи “гарно провести час”. Це завжди болісний процес рефлексій, усвідомлень, пошуку нових сенсів. І такі культурні проєкти мають право бути навіть під час війни. Тим паче, ця війна ведеться супроти нашої ідентичності, а культура – її основна складова» - говорить Винницька [29].

Українська мова, культура, історія, філософія – визначальний національно-ідентифікаційний, культурний код, який є фундаментальним елементом етнонаціональної ідентичності українців. В умовах російсько-української війни окупантами знищуються українські культурні і мистецькі пам'ятки, поширюється дезінформація шляхом використання пропагандистських інструментів, фальсифікації даних тощо.

Проєкти про культуру в інформаційному просторі є одними із потужних інструментів оборони, які допомагають розвінчувати ворожі наративи, спростовувати пропаганду за допомогою просвітницької діяльності.

Існує багато різних інструментів популяризації культурної самобутності як чинника національної безпеки України в соціальних мережах.

Варто виділити: інформаційні кампанії, просвітницькі ютуб-канали, діяльність освітніх порталів у соціальних мережах, медіа про культуру як інструменти підвищення обізнаності і, як наслідок, збереження національної

аутентичності та пізнання традицій.

Так одним з прикладів є присвячена долі культурної спадщини та стійкості культурного сектору під час війни інформаційна кампанія «#ARTvsWAR»[16].

Ініціатори запуску кампанії - Європейська служба зовнішніх справ (European External Action Service). Кампанія «#ARTvsWAR» тривала три тижні. Організатори пропонували:

1) Підтримати кампанію у соціальних мережах постами про докази знищення культурної спадщини України внаслідок вторгнення росії, збереження і захист культурної спадщини в умовах війни;

2) Поширити дописи через акаунти у наступних соціальних мережах: Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, використовуючи хештеги #ARTvsWAR #StandWithUkraine.

Користувачі Facebook підтримали реакціями і репостами пости кампанії з офіційної сторінки Європейської служби зовнішніх справ у Facebook European External Action Service – EEAS, а також створювали дописи публікуючи власні витвори мистецтва, музичні твори, вірші, ділились власним досвідом роботи в умовах війни тощо.

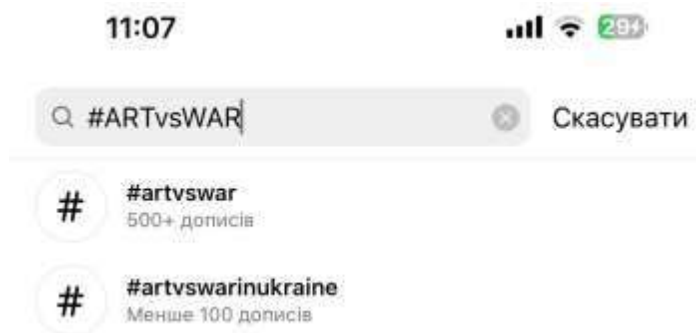
Серед тих, що набрали найбільшу кількість реакцій є пост (Рис.1.1.1), який станом на 20 листопада 2023 року має 473 лайки, 82 коментарі та 111 поширень[16].



*Рис.1.1.1 Скрін допису зі сторінки European External Action Service – EEAS у Facebook в рамках інформаційної кампанії «#ARTvsWAR»*

Користувачі соціальної мережі Instagram поширювали дописи зі сторінки Європейської служби зовнішніх справ EEAS, яка зареєстрована під ніком @eudiplomacy.

За допомогою системи пошуку хештегів і їхнього поширення у Instagram, було визначено, що хештег #ARTvsWAR використовувався користувачами 500 + разів (Рис.1.1.2), що свідчить про активне залучення аудиторії як складник досягнення мети інформаційної кампанії (підвищення обізнаності) завдяки швидкому поширенню інформації і підтримці.



*Рис.1.1.2 Скрін пошукової системи хештегів у Instagram, що свідчить про використання хештегу #ARTvsWAR користувачами 500 + разів*

Серед вищезгаданих інструментів популяризації культурної самобутності як чинника національної безпеки України в соціальних мережах діють просвітницькі ютуб-канали. Прикладом такого інструменту є багатокomпонентний проєкт «Твоя Підпільна Гуманітарка» (аббревіатура ТПГ) - Освітній портал присвячений гуманітарним наукам і просвітницький ютуб-канал і видавництво наукпопу (як зазначено на їхньому сайті) [47].

За даними Detector Media у 2020 році письменники та перекладачі Євген Лір, Остап Українець та перекладачка Катерина Дудка створили науково-популярний ютуб-канал «Твоя підпільна гуманітарка». В грудні того ж року канал став номінантом ютуб-премії «Паляниця Awards», започаткованої «Телебаченням Торонто»[4].

Станом на 20 листопада 2023 року канал має 171 тисячу підписників та нараховує понад 7 мільйонів переглядів відео (Рис.1.1.3).

)

### Відомості про канал



*Рис. 1.1.3 Відомості про Youtube-канал проєкту «Твоя Підпільна Гуманітарка» станом на 20 листопада 2023 року*

Через активізацію теми культурної самобутності України та унікальності й неповторності її культурного коду авторами ютуб-каналу поширено низку відеороликів (Рис. 1.1.4). За допомогою пошукового інструментарію було виокремлено найпопулярніші за кількістю переглядів ролики. Перше місце посідає робота «Культурні коди «Шуму» #Go\_A #Eurovision2021 (English Subtitles)» яка (станом на 20 листопада 2023) нараховує 369 тисяч переглядів.

Основними використаними інструментами для здійснення просвітницької діяльності, популяризації української культури в рамках цього відео є:

1) Ознайомлення аудиторії з феноменом слова «Шум» і історичною довідкою про ритуальні пісні (гаївки) як складової української культури;

2) Осмислення унікальності форми кола, яку використовує український гурт Go\_A у своїй хореографії;

3) Показ конотацій солярних символів, зокрема символу тисячі сонць і їхньої рецепції культурою як демонстрація унікального вписання у веснянку чорнобильського наративу.

Також до найпопулярніших за кількістю переглядів відеоробіт входять наступні:

- 1) «Українські діалекти» (340 тисяч переглядів);
- 2) «Чи матюкались давні українці? | Квантова філологія» (269 тисяч переглядів);
- 3) «Слова, які помилково віддали російській» (256 тисяч переглядів);
- 4) «Рутенія: Код Нації завдає удару у відповідь» (246 тисяч переглядів);
- 5) «Які українські слова запозичила англійська? 5 Ukrainian words that English borrowed» (201 тисяча переглядів);
- 6) «Російський суржик чи регіональна норма? | Квантова філологія» (187 тисяч переглядів).

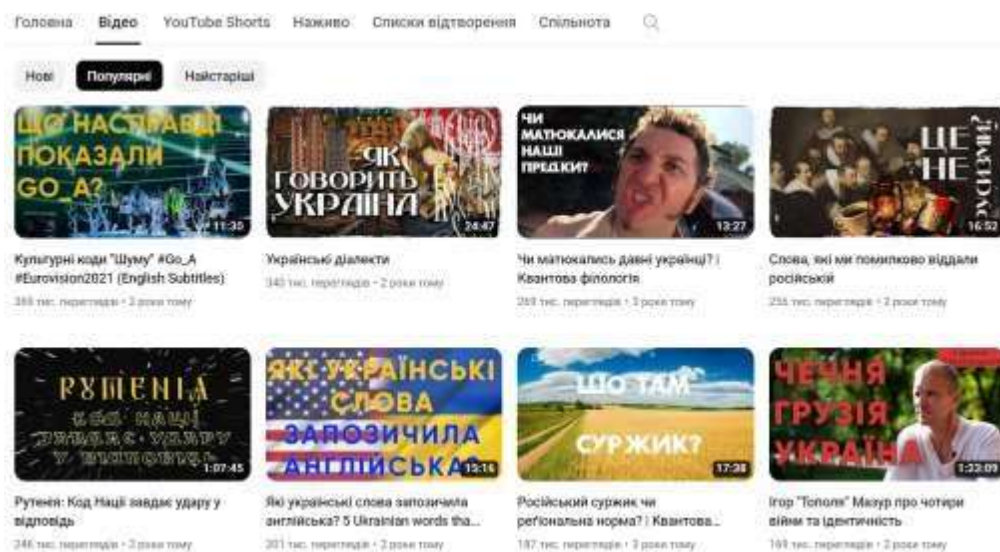


Рис. 1.1.4 Скрін головної сторінки ютуб-каналу проекту «Твоя Підпільна Гуманітарка»

У 2021 році творці «Твоїї підпільної гуманітарки» заснували власне однойменне видавництво, яке спеціалізується на виданні популярної гуманітаристики і наукопопу сучасного формату. В рамках діяльності спрямованої на підтримку української армії на сторінках проекту у соціальних мережах було

анонсовано та проведено акцію «Пожиттєва підписка на книжки ТПГ». Участь в акції і можливість стати учасником розіграшу пожиттєвої підписки на видання «Твої Підпільної Гуманітарки» забезпечувалась шляхом донату. Співзасновник «ТПГ» та однойменного ютуб-каналу Євген Лір, передає The Village. «Уперше в новітній історії української видавничої справи ви можете стати власником усіх книжок, що будь-коли вийдуть у видавництві. Наша мета — мільйон гривень на "Повернись живим"». Також видавництво здійснює популяризацію українського слова шляхом передачі книг у фінські бібліотеки. Завдяки сприянню «ТПГ» у центральних міських бібліотеках міст Еспоо і Гельсінкі, величезного культурного центру Vuotalo на острові Vuosaari з'явилась нова українська література [3].

Instagram-вимір проєкту почав своє життя в грудні 2021 року (Рис.1.1.5) і з того часу активно наповнюється контентом про українську культуру, історію літератури та знакові видавничі осередки які об'єднує істина про те, що «Гуманізація росіян – подарунок машині їхньої пропаганди» - за Євгеном Ліром.



Рис.1.1.5 Скрін Instagram-сторінки «Твоя Підпільна Гуманітарка»



В рамках діяльності команди проєкту «Твоя підпільна Гуманітарка» створено ютуб-канал «Твоя підпільна Катеринка» (Рис. 1.1.6.). Це канал для музичних етерів та живих лекцій «Твоєї підпільної Гуманітарки». Одним з найпопулярніших за кількістю переглядів відео є інтерв'ю дослідницею українського фольклору, етномузикологом, співачкою та авторкою першого повномасштабного всеукраїнського цифрового архіву «Народні пісні України» Марічкою Марчик («Гуманітарне підпілля | Марічка Марчик» - 2,6 тисяч переглядів).

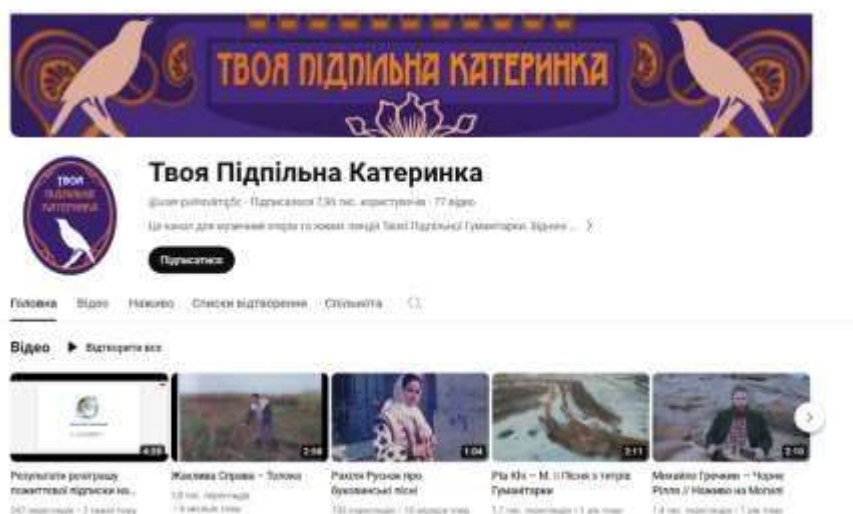


Рис. 1.1.6 Скрін головної сторінки ютуб-каналу «Твоя Підпільна Катеринка»

Вже існуючі та новонароджені медіа про українську культуру транслюють феномен української ідентичності через призму власної діяльності, зокрема через інтерв'ю з культурними діячами, обговорення та створення проєктів з їхньою підтримкою тощо.

В 2023 році стартувала робота нового медіа про культуру «Сенсор» (Рис.1.1.7.). Про появу такого медіа на своїй фейсбук-сторінці повідомила головна редакторка Настасія Євдокимова, яка надала коментар Detector Media: «Сьогодні

в Україні народилося нове медіа про культуру “Сенсор Медіа”, і я його головна редакторка. Чи воно потрібне? Звісно! Достатньої кількості майданчиків, щоб описати все, що ми пережили й переживаємо, нам ще довго бракуватиме, а у суспільному й культурному житті завжди залишатиметься так багато непроговореного, невідрефлексованого...» [20].

Як зазначає Настасія Євдокимова, назва «Сенсор» говорить про те, що команда налаштовує високочутливі локатори щоб спочатку самим сприймати події і сенси, а потім вже пояснювати їх своїй аудиторії [20].

У коментарі «Детектору медіа» редакторка розповіла, що ідея і концепція «Сенсора» належать їй, але «все обговорювалось і створювалось у співавторстві із співзасновником медіа Олексієм Ерінчаком» [20].

Засновники проєкту визначають, що фокус діяльності “Сенсора” широкий:

- Перформативні практики;
- Класична музика;
- Від книжок до урбаністики.

Метою проєкту визначено — пояснення культурних явищ і допомога реципієнтам у розумінні цих самих явищ для того, аби зробити контент про культуру доступнішим» [20].

На підтвердження цих тез одним з основних інструментів для поширення контенту серед різної аудиторії є мультиплатформність. «Сенсор» є одним з небагатьох медіа, яке транслює ключові тези через профілі у Twitter, Youtube, Instagram, Telegram, Facebook, Tik-Tok.

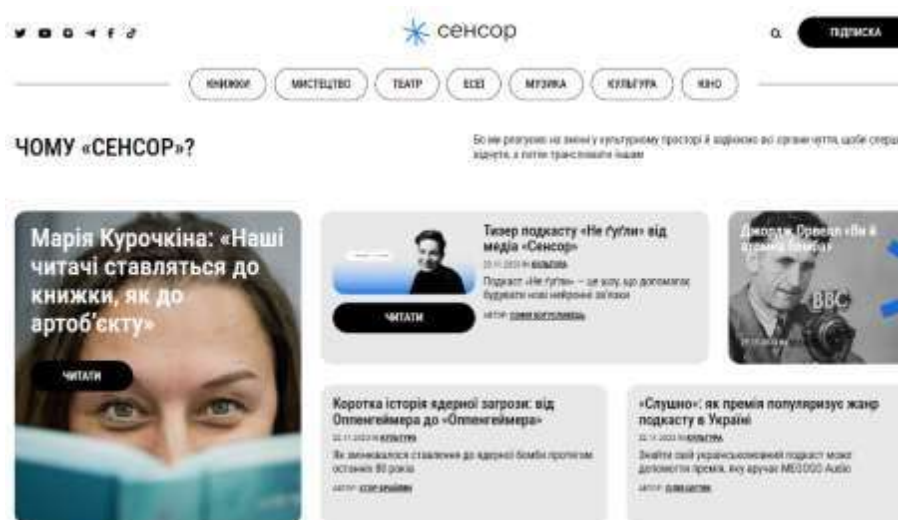


Рис.1.1.7 Скрін головної сторінки медіа про культуру «Сенсор»

Діяльність культурних проєктів у соціальних мережах чинить опір загрозам культурної самобутності України з боку ворогів. Серед таких загроз - розмивання національної ідентичності і культурних цінностей українців, використання маніпулятивних технік, поширення ворожих наративів тощо.

Збереження і розвиток національно-культурної самобутності України має спрямовуватись у взаємодію багатьох чинників зокрема поширенням інформації про культурне життя і історію українського суспільства шляхом діяльності культурних проєктів в медіа.

## 1.2 Наратив. Наративне регулювання як інструмент інформаційної безпеки в умовах війни

Вивченням дефініції наративу і його історичного значення та наукового контексту, понять «наративне упередження» та «наративне регулювання» займались багато науковців. О. Мішалова у своїй роботі «Історичний наратив як форма організації та репрезентації історичного знання» транслює ототожнення

понять «нарратив» з поняттям «описовість» в контексті аспекту історичних досліджень [28].

В своїй роботі дослідниця згадує античну традицію включення історичних нарративів до зразків літературної творчості.

О. Мішалова визначає нарратив поєднанням лінгвістичних та психологічних структур, що є вираженими в культурному та історичному вимірах, враховуючи рівень комунікативної і лінгвістичної майстерності індивіда [28].

Дослідниця З. Шелковнікова вивчаючи фахові аспекти та типології нарративів у мові науки дає тлумачення науковому нарративу. За її твердженням науковим нарративом є – інтенціональний, послідовний, зв'язаний, подієвий дискурс, що містить логічну креативність та інтригу, а також надає якісну інформацію, яка вочевидь перебільшує кількісні факти [52].

Її характеристика ознак нарративності містить наступні компоненти:

- описовий інструментарій;
- впевненість автора;
- якісна інформація, яка перебільшує кількісні факти;
- нарративна інтенціональність;
- факти набувають подієвого статусу;
- зрозумілість;
- доступність;
- креативність;
- логіка;
- інтрига;
- естетичність;
- функціональність[52].

Вивченням нарративного аналізу в мові науки дослідниця З. Шелковнікова виділяє структурно-композиційні нарративи відносячи до них:

- наратив-анонсування (флешфорвард)
- наратив-флешбек
- наратив-дигресію
- наратив-підсумовування

Описуючи наративи дослідниця дає характеристику кожному з них виділяючи їхні особливості. Так, наприклад характеристикою згорнутого наративу-анонсування З. Шелковнікова зазначає, вживання їх в заголовках або ж у вступках. Особливістю такого наративу, на думку дослідниці, є використання внутрішньої фокалізації як інструменту для переконання адресата. Згорнуті ж наративи-флешбеки на відміну від попередніх використовуються у висновках та подяках і його особливістю є вже прийом так званої зовнішньої фокалізації [52].

М. Руденко досліджуючи наративну структуру в контексті вивчення художньої прози відзначає тісний взаємозв'язок між усіма суб'єктами наративу і вважає, що оповідачем у творі стає сам наратор [41, 20 с.].

За визначеннями які подає наратологічний словник визначаємо наступні категорії:

- наратором є той, хто розповідає в тексті;
- в наративі існує щонайменше один наратор, який існує на тому ж рівні, що і наратор, до якого він апелює;
- у наративі може бути різна кількість нараторів [41, 20 с.].

Для чіткого і дієвого аналізу наративів варто звернутись до тлумачення поняття «нاراتивний аналіз» і його ключових категорій.

Юристка, яка працює у сфері цифрового маркетингу покращуючи роботу додатків та веб-сайтів за допомогою ASO та SEO, Д. Аббадія тлумачить термін «нاراتивний аналіз» як міждисциплінарний підхід, метою якого є вияв значення наративу спрямований на його розуміння та інтерпретацію його структури. [1].

Такий аналіз передбачає вивчення підходів, дослідження історії, для

визначення основних тем, закономірності та соціальні наслідки, які в них містяться. В основі наративного аналізу лежить визнання історій як потужного інструменту комунікації, самовираження та передачі культури [1].

Наративні формати за Д. Аббадією:

- Літературні оповідання;
- Художні твори, такі як романи, оповідання, поезія та п'єси;
- Заплутані оповіді, всебічно розвинені персонажі та тематичні розвідки;
- Усні оповіді;
- Особисті розповіді;
- Історичні наративи;
- Медійні наративи;
- Цифрові наративи;
- Інституційні наративи;
- Міфічні оповіді [1].

Редактори порталу Termin.ua розглядають такі техніки наративу:

1. Перший наративний режим: оповідь персонажем історії, що здійснюється від першої особи;
2. Третій наративний режим: історія розповідається оповідачем на відстані;
3. Оповідач: центром стає сам оповідач, який знає всі подробиці про персонажів;
4. Лінійний наратив: виклад історії в хронологічній послідовності;
5. Нелінійний наратив: на відміну від лінійного наративу хронологічна часова послідовність не дотримується чітко. Включає флешбеки, паралельні сюжети тощо;

6. Колаж-нарратив: історія, яка складається з різних відрізків, які можуть бути представлені в різних стилях, перспективах або техніках.

7. Епізодичний нарратив: тобто історії, що складаються з окремих епізодів;

8. Повторюваний нарратив: не просто історія, яка повторюється не один раз. Такий повтор має бути здійснено з різних точок зору, або, можливо, різними техніками;

9. Внутрішній нарратив: здійснюється шляхом внутрішнього діалогу (монологу) персонажа;

10. Фрейм-нарратив: одна або кілька історій в рамках однієї оповіді;

11. Змішана перспектива: техніка нарративу, що має на меті зміну точок зору між різними персонажами, що як наслідок визначає різні перспективи на події та ситуації;

12. Антигероїчний (Антагоністичний) нарратив: оповідання, в якому головний персонаж не є традиційним героєм (протагоністом), має вади, суперечності та не завжди діє морально чи правильно.

13. Алегоричний нарратив: герої, події та обставини є символічними, відображаючи більш загальні ідеї, моральні або філософські питання. Алегорії використовуються для висвітлення складних ідей або проблем у доступній формі [33].

В рамках вищезазначеної класифікації автори виокремлюють наступні типи нарративів:

1. Міфологічний нарратив:

- заснований переважно на легендах та фольклорі;
- може відображати релігійні чи культурні уявлення про світ і його створення, про людське життя і навіть про надприродне.

2. Біографічний нарратив: або заснований на реальних подіях.

- транслюється від першої чи третьої особи;
- акцентує увагу на ключових моментах життя.

### 3. Психологічний наратив:

- грає свою роль переважно з врахуванням психологічного стану;
- враховує емоції та можливі внутрішні конфлікти.

### 4. Детективний наратив:

- ключова роль автора – детектив;
- мета наративу – розкрити якусь загадку, знайти відповіді на якісь питання тощо.

### 5. Фантастичний наратив:

- нереальні вигадані світи;
- звернення до надприродного, але на відміну від міфологічного наративу, надприродне містить у собі підґрунтя фантастичності.

### 6. Науково-фантастичний наратив:

- фантастичні термінологічні і технологічні зв'язки, які засновані на наукових ідеях, винаходах, технологіях та їх потенційному впливі на майбутнє людства.

### 7. Епічний наратив:

- вирізняється великим масштабом;
- характерний тривалий проміжок часу або велика кількість персонажів;
- епічні наративи часто зосереджуються на історичних подіях, боротьбі за владу та великих подвигах героїв.

### 8. Пародійний наратив:

- використання не тільки гумору, а й навіть сатири для висміювання інших творів, жанрів, стилів, авторів чи суспільних явищ;
- цікавість і унікальність такого типу наративу полягає у тому, що він може бути або кліше або трендом одночасно.



### 9. Пригодницький наратив:

- історії, що зосереджуються на пригодах, подорожах та випробуваннях головних героїв;

### 10. Антиутопічний наратив:

- історії, що розповідають про дистопічні світи, де людська свобода, щастя та гармонія сильно обмежені або відсутні через тоталітарні режими, екологічні катастрофи чи технологічний контроль [33].

<b>Міфологічний наратив</b>	<b>Міфи, легенди, фольклор</b>
Біографічний наратив	Реальні життєві події
Психологічний наратив	Психологічний стан
Детективний наратив	Розгадування
Фантастичний наратив	Нереальне
Науково-фантастичний наратив	Засновані на науковому
Епічний наратив	Масштаб
Пародійний наратив	Гумор, сатира
Пригодницький наратив	Пригоди, подорожі
Антиутопічний наратив	Дистопічні світи

*Рис.1.2.1 Узагальнення і виділення «ключових сил» типів вказаних наративів на основі даних порталу Termin.ua [33].*

Дослідники термінологічної системи понять виділяють гранд-нاراتив, стратегічний наратив та протинаратив. Термін «гранд-нاراتив» запровадив філософ-постмодерніст Жан-Франсуа Ліотар у 1979 р. Тлумачення поняття розкриває «гранд-нاراتив» як набір понять ідей та символів. Автор статті «Гранд-нاراتив у історії» М. Казаков визначає гранд-нاراتив як спосіб організації наявної інформації з минулого. Окрім цього, гранд-нاراتив має визначати фактичну складову розповіді (зокрема її важливість). Автор також вказує, що кожен гранд-

нарратив включає переконання, що єдине правильне розуміння історії забезпечується ним (і тільки завдяки йому), а всі інші розуміння визначає хибними. Творці гранд-нарративів створювали конструкцію з історичних фактів, що є потужним інструментом який має певну, можливо не завжди усвідомлену, мету [15].

Тлумачення «нарративних стратегій» запропонував історик С. Ковалів: «Кожний базовий бойовий нарратив має свою концепцію представлення, на основі якої створюється відповідний контент (меми, інфографіка, тексти, відео, фото). У нарративістиці така концепція визначається як «нарративна стратегія», вона являє собою «сукупність оповідних (розповідних) процедур чи засобів, що використовуються, задля досягнення очікуваної мети при репрезентації нарративу» [17].

Доктор філософських наук М. Ожеван у своїй роботі «Глобальна війна стратегічних нарративів: виклики та ризики для України» згадує американський польовий статут, присвячений протиповстанській діяльності (US Army Field Manual 3-24, Counterinsurgency), де дається визначення стратегічних нарративів як «організаційних схем, виражених в оповідній формі». За його трактуванням нарративи є важливою складовою різноманітних емоційно «навантажених» комунікацій. Також М. Ожеван зазначає, що модель комунікацій нарративного типу є повною протилежністю раціоналістичної моделі так званого «чистого споглядання», до якої закликають Бенедикт Спіноза, Людвіг фон Вітгенштейн та інші [34].

На думку Миколи Ожевана, стратегічними нарративами у політичному сенсі є засоби, до яких вдаються політичні актори, щоб сконструювати смисли та значення як внутрішньої, так і зовнішньої політики тощо. Цінністю таких нарративів, як він вважає, є їхня спроможність до більш-менш безконфліктного розповсюдження, тобто вони «організують поведінку політичних акторів на

засадах відданості певним ціннісним системам, що утворюють «тіло» того чи іншого наративу». Отже стратегічні наративи, згідно з думкою Ожевана, є тими інструментами, за допомоги яких національні держави, корпорації, громадські та партійні структури тощо артикулюють свої інтереси, цінності та аспірації» [34].

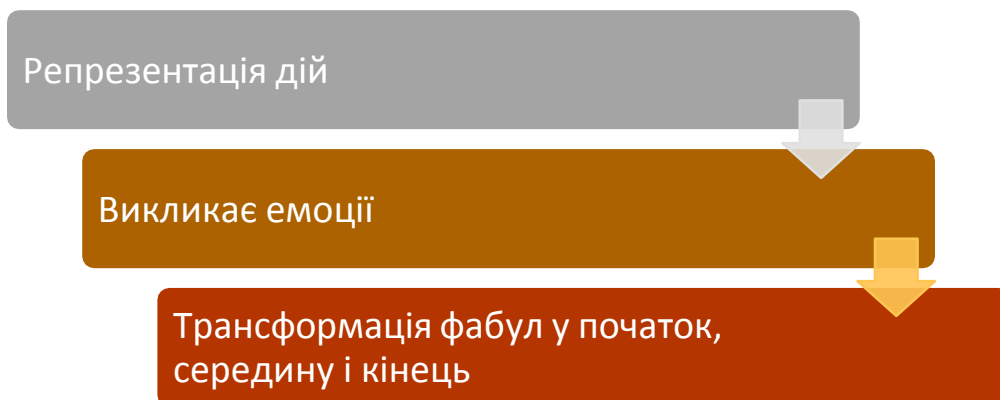
Думки дослідників складають ідею гранд-нاراتиву як універсальної історії, яка відіграє роль у формуванні сприйняття світу і його процесів. Однією з місій гранд-нاراتиву є транслювати значущі події та явища в історії людства, а також відображати основні цінності та переконання певної культури чи суспільства. Гранд-нاراتиви відіграють ключову роль у формуванні нашого сприйняття світу, історії та соціальних процесів.

Як зазначає М. Ожеван гранд-нاراتиви грають ключову роль в розумінні індивідами свого місця і ролі у суспільстві. А також мають вплив на цінності та переконання. Дослідник підкреслює можливість негативних наслідків гранд-нاراتивів, коли вони використовуються для підкріплення ідеологій, маніпуляції свідомістю та підтримки домінування певних груп чи інтересів. Розуміння дефініції гранд-нاراتивів і їхнього впливу на наш світогляд може допомогти бути критичними та рефлексивними стосовно сприйняття реальності реципієнтами, формування думок як інструменту інформаційної безпеки в контексті наративного регулювання [34].

О. Назарук, у своєму дослідженні «Метод наративу як проективний метод дослідження досвіду особистості» зазначає, що метод наративу дозволяє встановити досвід особистості, а для переведення отриманих методом наративу показників у маркери було розроблено спосіб оцінки наративів [31].

В історії наратології перші спроби опису наративу пов'язують з традицією літературного аналізу, основні принципи якого були викладені в «Поетиці» Аристотеля (Рис.1.2.2):

- 1) Наратив є «імітацією» або «репрезентацією» дій;
- 2) Наступним кроком «репрезентація» має викликати емоції (зокрема співчуття і страху);
- 3) «правильні» фабули організовані як ціле, що має початок, середину і кінець [31].



*Рис. 1.2.2 Графічна візуалізація послідовностей традиції літературного аналізу за Аристотелем*

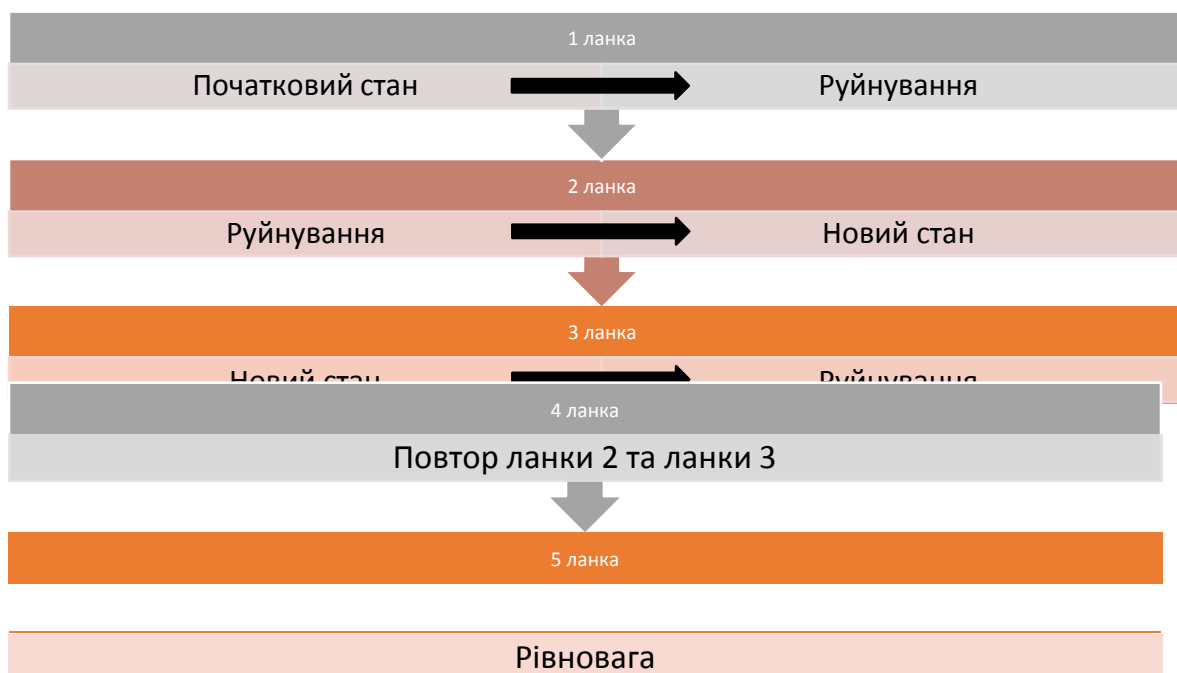
Ці три характеристики, на думку сучасних дослідників [31], дозволяють скласти базове уявлення про темпорально зумовлену організацію наративу:

- 1) Події з послідовним розгортанням в часі;
- 2) Емоції страху і співчуття фокусують читацьку увагу на наближенні фінальної розв'язки;

3) Єдність такої репрезентації за вказаною характеристикою забезпечується катафоричною функцією початку і анафоричною функцією кінця [31].

Як зазначають дослідники [31], в основі будь-якого наративу лежить зміна стану персонажа та / або трансформація початкової ситуації через різку зміну напрямку дії (перипетію, за Аристотелем). Представлений приклад наративної послідовності демонструє наступні складові:

- 1) Від початкового стану до руйнування;
- 2) Від руйнування до нового стану;
- 3) Від нового стану до руйнування;
- 4) Періодичний повтор вищезгаданих ланок (2 і 3) циклу нарративної послідовності;
- 5) Фінальний етап рівновага [31].



*Рис. 1.2.3 Графічна демонстрація циклу ланок нарративної послідовності за Аристотелем [31]*

Зовнішня побудова нарративу ставала об'єктом вивчення в роботах різних теоретиків нарративу.

Докторка філологічних наук Г. Лещенко у своїй статті «Стратегії аналізу структури нарративу: лінгвокогнітивний аспект» [27], окрему увагу звертає на модель У. Лабова і Дж. Валетські, створеної спочатку для соціолінгвістичного аналізу усних нарративів афроамериканців нью-йоркського Гарлема.

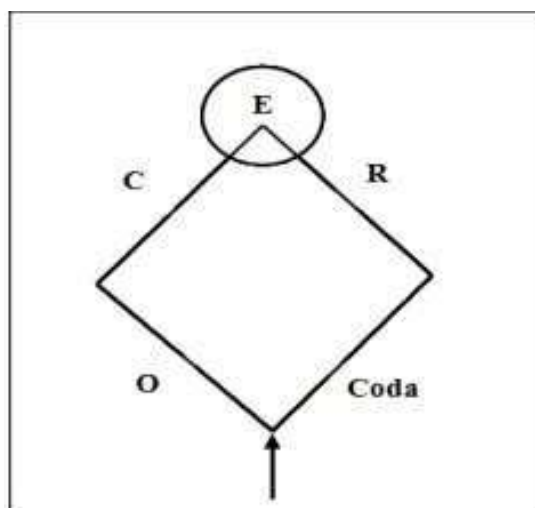
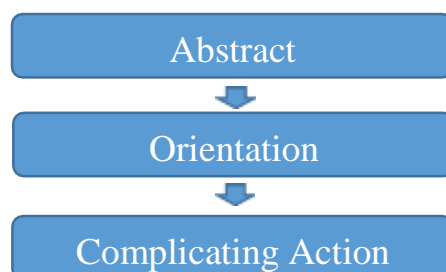
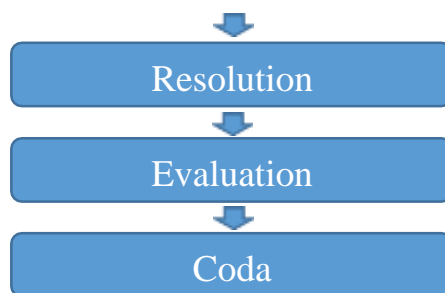


Рис.1.2.4 Модель наративної структури У. Лабова і Дж. Валетські., де O – Orientation (Орієнтація), C – Complication (Ускладнення), E – Evaluation (Оцінка), R – Resolution (Рішення), Coda – Підсумок [27].

Дослідниця Г. Лещенко виділяє модель наративу запропоновану соціолінгвістом У. Лейбовим в 1972 році [27], згідно якої наратор, вибудовуючи наратив, намагається відповісти на такі запитання:

1. Анотація (Abstract). Як це все сталося і з чого усе почалося?
2. Орієнтація (Orientation). Хто/що були у це задіяні, коли й де?
3. Кульмінація (Complicating Action). Що ж трапилось?
4. Розв'язка (Resolution). Чим же це, зрештою, закінчилося?
5. Оцінка (Evaluation). Як до цього ставитися?
6. Фінал (Coda). Що це все означає? [27],





*Рис.1.2.5 Графічне висвітлення моделі наративу запропонованої соціолінгвістом У. Лейбовим складено на основі його концепції*

Філософ Ж. Лакан визначає стратегічний наратив як варіацію гранд-нاراتиву [12].

Варто зазначити, що існують так звані «малі наративи», які, на думку Ж. Лакана, виконували деструктивну роль щодо стратегічних наративів. Підтверджуючи свою думку він провів аналогію з науковими дослідженнями, коли стратегічний наратив постійно «атакується» малими наративами, які вказують на межі того самого стратегічного наративу [12].

Роберт Райх, зокрема, виокремлює такі характерні для соціуму чотири універсальні наративи, які можуть використовуватися в релігії, політиці, економіці, бізнесі, міжособистих стосунках тощо:

- 1) «переможна особистість» (the triumphant individual);
- 2) «співдружність доброзичливих однодумців» (the benevolent communit);
- 3) «варвари біля воріт» (mob at the gates);
- 4) «зіпсований представник істеблішменту» (the rot at the top; укр. – риба з голови гниє) [84].

Цільовим призначенням перших двох наративів («переможна особистість»; «співдружність доброзичливих однодумців») автор визначає обнадіювання, тоді як призначенням двох наступних наративів є залякування або груп людей

(цільових аудиторій) або окремо взятих індивідів [84].

Аналіз вищезазначених моделей наративу та їхнє прагнення зафіксувати за собою план виняткової точності викликає конфлікт наративів, який перетворюється на конфлікт свідомостей, що може призводити до формування наративних упереджень.

Одним з аспектів розуміння терміну «нарративне упередження» з Д. Золотухіним є «схильність людей пов'язувати в єдину історію інформацію з різних джерел (в тому числі непідтверджену) і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між частинами історії, незалежно від того, чи відповідає така історія дійсності чи ні» [14].

Відповідно до трактування Д. Золотухіна, нарративним регулюванням можна назвати процес створення нарративного упередження («схильність людей пов'язувати в єдину історію інформацію з різних джерел (у тому числі непідтверджену) і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між частинами історії, незалежно від того, чи відповідає така історія дійсності чи ні») із метою спонукання саме до такої оцінки реальності, яку веде «регулятор». Деструктивний чи конструктивний характер впливу такого нарративного регулювання можна визначити залежно від мети його застосування. Як приклад одного з найбільш поширеного когнітивного упередження Дмитро подає ефект Данінга-Крюгера, з яким дуже часто стикаються українці [13].

В. Ковпак у своїй науковій статті присвяченій інформаційно-комунікаційній діяльності світового українства як «м'якої сили» зазначає, що «запити українського суспільства на російській маскульт свідчать про те, що воно не готове стояти на сторожі безпеки культурно-інформаційного простору і, відповідно, роз'яснювальні, регуляторні кроки мають здійснювати національні публічні інтелектуали, просвітницькі кола» [18, с.30–62].

Вона вказує, що «вагомість цієї проблематики стає ще більш значущою і



виразною, коли смисли нарративу «культура як елемент національної безпеки» формують гранд-нарратив, тобто нарратив загальнонаціональний, що транслюється за кордон, формує образ держави у зовнішньому геополітичному, культурному, медійному просторах» [18, с.30–62].

Багато українських дослідників, зокрема Ю. Опалько, вважають, що «інформаційна агресія розпочалася задовго до лютого 2014 р., коли російське вторгнення перейшло від латентної до відкритої фази. Інформаційні впливи антиукраїнської спрямованості здійснювалися з боку РФ від самого проголошення незалежності України у 1991 р.» [37].

Автори культурних проєктів на різних платформах, зокрема в соціальній мережі Instagram використовують комплекс комунікаційних стратегій, що мають на меті ведення культурознавчої та просвітницької діяльності для протидії ворожим нарративам і захисту інформаційної безпеки України. Дослідження проведене plusone social impact [42].показує, що останні показники підтверджують випередження Instagram за кількістю користувачів на противагу Facebook (Рис. 1.2.6 ). Як зазначається в дослідження, за роки українська аудиторія Instagram зросла на 2,3 млн та сьогодні становить більше ніж 17,3 млн користувачів станом на 2022 рік і зараз ця цифра активно збільшується.

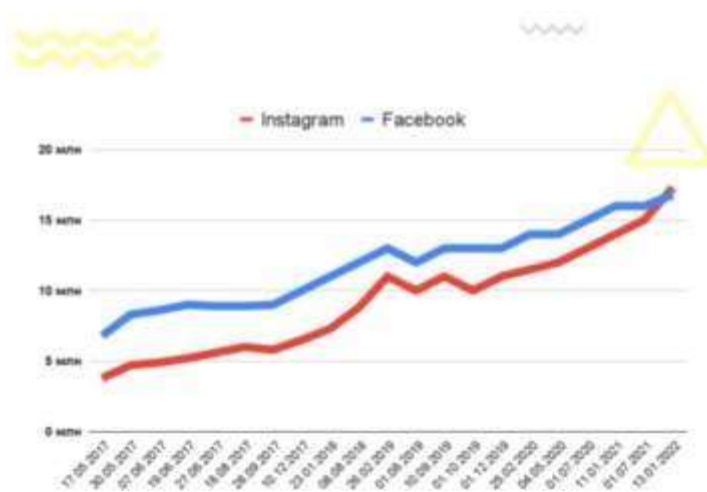


Рис. 1.2.6 Показники дослідження проведеного plusone social impact[42].

Починаючи з 2017 року соціальні мережі активно набирають обертів і все частіше випереджують телебачення за різними показниками. Результати щорічного опитування USAID-Internews (Рис. 1.2.7) демонструють, що у 2019 році вперше інтернет-медіа та соціальні мережі обійшли телебачення за популярністю в Україні [36].



Рис. 1.2.7 Результати щорічного опитування USAID-Internews проведеного у 2019 році [36].

Про визначну роль соціальної Instagram, як одного з найшвидших інструментів для поширення інформації, мовою фактів:

1) Центр аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту (MPI) у рамках програми «Мріємо та діємо» провів дослідження уподобань молоді. За підсумками опитування найпопулярнішою соціальною мережею визначено Instagram. У віковій категорії 13-15 років 82% користувачів. Відсоток ж старших користувачі (16-35 років) становить 64%. Молодь віком 16-35 років «розмістила» соціальну мережу Facebook на другому місці. Відсоткове співвідношення становить 61%. Окрему увагу приділено месенджерам Viber та Telegram. Соціальна мережа TikTok очікувано здобуває популярність серед молоді віком 10-15 років. Як зазначено, в опитуванні взяло участь 2503 молодих українців та українок віком від 10 до 35 років. Опитування

здійснювалось методом телефонного інтерв'ю (САТІ) з 22 лютого по 28 березня 2021 року [32].

2) За повідомленням Міністерства закордонних справ у 2022 році сторінка Ukraine.ua увійшла до п'ятірки найбільш популярних офіційних сторінок країн світу в Instagram і набрала понад мільйон підписників [79].

3) Дослідниці Н. Семен та Ю. Казімова у роботі «Соціальна мережа Instagram як сучасна платформа популяризації українського контенту» виділяють перевагу систематичних оновлень Instagram та систему хештегів, яка забезпечує ефективний результат у «просуванні» свого акаунту та контенту в цій соціальній мережі [43].

4) За даними дослідження Kantar Україна, Instagram входить до трійки найпопулярніших застосунків серед мобільних інтернет-користувачів [40].

Культурні проєкти відкривають багато можливостей, як-то:

- створення різних застосунків, що допомагають удосконалювати знання, наприклад, з української лексики завдяки візуальному контенту;
  - зручне вивчення мови у розмовному клубі;
  - створення мистецьких онлайн-галерей;
  - організація і проведення просвітницьких конкурсів;
  - колаборації з авторами чи інстаграм-мейкерами для спецпроєктів;
  - публікації рецензій, оглядів мистецьких творів, тематичних лонгвідів та можливості їх збереження у папочках «Актуальне»;
  - онлайн-інтерв'ю з авторами, блогерами, митцями;
- презентація блогу в рамках регіональних чи всеукраїнських зустрічей;
- можливості створення онлайн- круглого столу і багато іншого.

Починаючи з 2014 року, а ще більше після повномасштабного вторгнення росії в Україну проєкти в соціальній мережі Instagram стали однією з найпопулярніших форм поширення української культури в медіапросторі.

Переважно такі ініціативи мають вигляд сторінки з набором ключових елементів: назва; мета або ключові цінності, які зазначаються у «шапці» профілю.

Серед видів контенту інстаграм-проекти, покликані популяризувати українську культуру як складник національного контрдискурсу в умовах війни, найчастіше обирають залучаючий контент, проте при формуванні контент-плану поєднують з інформаційним, розважальним, вірусним, продаючим контентом.

Такі інстаграм-сторінки можуть бути: проектами в межах особистої сторінки, волонтерськими проектами, культурно-освітніми майданчиками, історичними платформами, мистецькими онлайн-музеями, виданнями про культурно-мистецьке життя певного регіону тощо.

Інструментарій цих сторінок та їхнє наповнення є однією з видів інформаційної зброї, яка здатна нищити ворожі наративи шляхом просвітницької діяльності як одним механізмів підтримки інформаційної безпеки України.

## РОЗДІЛ 2

### НАРАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ПРИКЛАДІ БЛОГУ @КРАРКА.КРАРКА ТА МІКРОМЕДІА @УАКТУТАМ

Відповідно до добірки інстаграм-каналів, що популяризують українську культуру, підготовленої Dovkola.media, один із найпопулярніших каналів – блог Софії Безверхої «@Krapka.krapka» [10].

Станом на листопад 2023 року канал має 165 тисяч підписників. В описі профілю зазначено статус – «амбасадорка всього українського – культури, мови, мистецтва, традицій». Блог, що популяризує теми відродження української культури, обрядів і традицій створювався спочатку як каталог авторських арт-прикрас для продажу, світлини яких супроводжувались публікацією цитат та поезій українських поетів, письменників, митців.

Комунікаційною стратегією блогу було визначено протистояння зросійщенню та популяризацію української мови, що реалізується зокрема завдяки рубриці блогу, що пояснює маловживані українські слова, діалектизми.

Через призму культурологічно-просвітницької діяльності створено допис «вступ: українську забороняли 70 разів і після цього ви кажете, що мова не має значення? аргумент: мова — це кордон. мова — це зброя. мова — це спосіб розрізнити свій/чужий. мова — це спосіб осягнення світу і самоідентифікації...», де авторка дописом у формі історичної довіки подає по одному факту з кожного століття утисків української мови:

- Заборона ввозити українські видання та запровадження цензури для контролю за діяльністю українських книговидавців у 17 столітті;

- Указ Катерини II про заборону викладати українською мовою в Києво-Могилянській академії у 18 столітті;
- Валуєвський циркуляр про заборону цензурного дозволу на друкування україномовної літератури. «Никакого малоросійського язика не было, неть и быть не можеть» - зазначалось в документі;
- Московсько-більшовицькі інтервенти розстріляли 5 тисяч осіб, які розмовляли українською мовою, носили національний одяг або ж мали вдома портрет Тараса Шевченка, 20 століття;
- Прийняття Верховною Радою СРСР закону про мови народів СРСР, де російській мові надавався статус офіційної [56].

Софія Безверха підкреслює важливість збереження сили духу, плекання і збереження української мови та культури зазначаючи - «Гортайте карусель і ще раз переконуйтесь, що мова і культура ніколи не були і не можуть бути поза політикою. Це я зібрала по одному факту з кожного століття утисків. тільки по одному! P.S. до речі, ще один аргумент на користь мови. вслухайтесь — літепло, закапелок, багрянний, ошелешений, ватра. Українська мова ще й дуже красива. особливо якщо нею кохати» [56].

Авторка розповідає, що після початку повномасштабного вторгнення «з'явилася потреба говорити про апропріацію українською культури росією, про ті всі страшні злочини, які повторюються...». Через актуалізацію теми національноідентифікаційної оборони на сторінці @krapka.krapka з'являються такі дописи:

1.«Як росія вбивала наших поетів «Читай – нищила культуру» [67] - висвітлюючи сторінки історії авторка подає наступні факти про діячів культури і мистецтва, які, з огляду на повномасштабну агресію росії у наші часи, ми не маємо права забувати:

- Арешт поета, літературознавця та перекладача античної літератури

Миколи Зерова, засудження його до 10 років ув'язнення. Знищення рукопису-перекладу українською мовою «Енеїди» Вергілія. Розстріл Миколи Зерова;

- Трагедія «Розстріляного відродження». Капітан Матвєєв розстріляв 1111 в'язнів, серед убитих сотні вихідців з України, зокрема митці, професори-історики, письменники та міністри освіти;

- Звинувачення поета та основоположника українського футуризму Михайля Семенка в участі в Українській фашистській націоналістичній терористичній організації, якої насправді не існувало;

- Арешт поета Володимира Свідзінського за звинуваченням у антирадянській агітації. Тоді арештантів загнали в покинуту будівлю, яку облили бензином і підпалили. В полум'ї згоріли рукописи творів Володимира Свідзінського;

- Масові арешти українців, зокрема українських поетів у 1972-1974 роках. Авторка узагальнює допис меседжем із закликом вчити і пам'ятати нашу історію - «на окупованих територіях спершу вимикають теле- і радіозв'язок, тобто всю правдиву інформацію, відбирають книжки українською, викрадають і катують журналістів, вчителів, працівників культури. Це вже було. Давайте вчити історію і робити все, аби це був останній раз. У серії — кілька нагадувань про те, що виробляла росія із нашими поетами. Просто за те, що вони писали правду українською. Просто тому, що вони українці» [67].

2. «Як росія вбивала наших художників (або розстріляне відродження живопису) – Софія Безверха виділяє новаторство українського художника і графіка Михайла Бойчука який працював над розписами і фресками, що підкреслює звернення митця до історичної спадщини, яку в той час називали «куркульською». Монументальні роботи Бойчука було знищено, а його самого страчено і поховано в Биківнях. «Так росія нищила наших художників. Так вона нищила нашу культуру. А що не нищила – те крала» - підсумовує авторка [68].

3. «Як росія вбиває нашу інтелігенцію»[66] - добіркою історичних фактів авторка подає інформацію про знищення всього цвіту сім'ї Крушельницьких, через їхню боротьбу за українську державність.

4. «Як розрізнити шароварну і автентичну культуру» [65] - культурологічно-просвітницький матеріал Софія підкреслює самотність і колорит української мистецької ниви, спростовуючи ворожі наративи які довгий час намагаються позбавити Україну культурної та історичної пам'яті, серед таких наративів – «ось вам ваші пісеньки і костюмчики, грайтеся», «мусите лишатись недонацією», «Україна це регіональний різновид імперії», «рушник – полотенець» тощо.



Рис. 2.1 Скрін інстаграм-сторінки Софії Безверхої @krarka.krarka

Заголовки дописів на сторінці @krarka.krarka, інколи доповнені хештегами-пересторогами, як-то: #какая\_разніца [58]: «Коротка історія лінгвоциду» та інші. Дописом «Репресована українська Ї та сотні мовознавців» [62] в рамках історичного контексту авторка подає низку фактів, що свідчать про ворожі



намагання зросійщувати українську мову наближенням більшості лексем до російських буцімто в рамках показу «братерства мов і народів» (огнисько-огнище, Великий Віз-Велика Ведмедиця, садовина-фрукти, варіант-варіант) та репресування літери г за принципом цариці Катерини з посиленням ворожого нарративу - «Дабы никакой розни не было».

Допис «Чому не українською? Як захистити свої мовні права в публічному просторі та інтернеті» [63] створений в колаборації з адвокатесою Наталією Петльованою регулює порушення мовного закону та виконує важливу просвітницьку місію щодо важливості захисту прав.

В рамках популяризації української мови та неологізмів в блозі Софія створює допис (Рис. 2.2) «Неологізми Василя Стуса» [60] який, за допомогою візуальних технік, посилює дію культурологічного інструменту.



Рис. 2.2 Скрін допису «Неологізми Василя Стуса» на сторінці блогу @krarka.krarka

Серію плакатів у стилі Pantone «Мої улюблені кольори моєї країни» [59] на сторінці @krarka.krarka, визначаємо як популяризаційний культурно-патріотичний інструмент ілюстративно-наочного відображення, що поєднує географічні відповідники з кольоровими елементами, наприклад:

- «Рожеві озера Херсонщини»;
- «Перший світанок на узбережжі Криму»;
- «Українська ніч в українському Маріуполі»;
- «Херсонські кавуни наступного врожаю»;
- «Незламний Харків»;
- «Кам'яні вишиванки Таврії»;
- «Фантастична Київщина»;
- «Залляті сонцем терикони Донбасу»;
- «Останні метри до вершини Говерли»;
- «Вічна Незалежність».

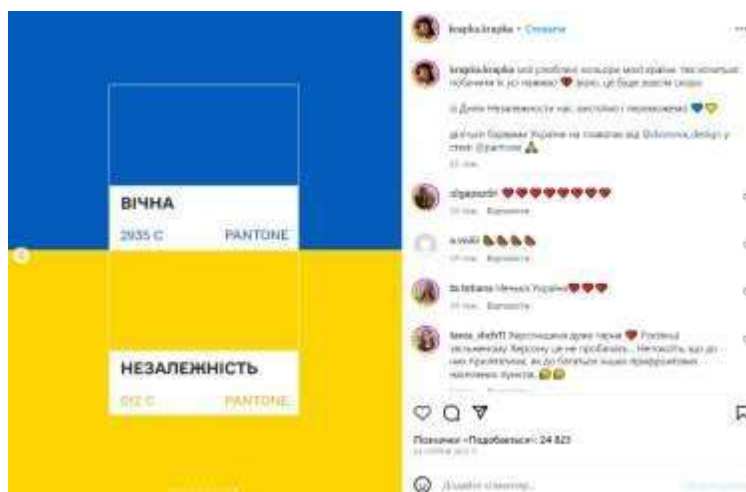


Рис. 2.3 Скрін допису з серією плакатів у стилі Pantone на сторінці @krapka.krapka

Потужним спецпрое́ктом став благодійний постер «Воскресла абетка» (Рис. 2.4) із маловживаними словами – мистецький проєкт Софії Безверхої та художниці, онуки Алли Горської, Олени Зарецької на підтримку ЗСУ, який за перший місяць продажу дав змогу переказати 17 тисяч гривень у благодійний фонд «Повернись живим». Зацікавленість проєктом у межах сторінки засвідчують охоплення на основі аналізу кількості реакцій (вподобайок, коментарів, репостів).



Рис. 2.4 Скрін допису про Благодійний постер «Воскресла абетка»[57] на сторінці Софії Безверхої @krapka.krapka

Софія Безверха не тільки занурює читачів в українську культуру, а й говорить про важливість підтримки митців. Допис на сторінці з меседжем «Цей допис не лише познайомить вас із українським мистецтвом, а й врятує життя», про модельєрку і художницю-шісдесятницю лауреатку премії ім. В. Стуса Любов Панченко, яка голодувала місяць під час російської окупації в Бучі, розкриває біографічні сторінки мисткині:

- «Дитинство і початок творчості»;
- «Перші кроки художниці»;
- «1960-ті – творчий розквіт»;
- «Натхнення з природи»;
- «Серія «Кавказ»»;
- «Найкраща модельєрка»;
- «Колажі із пальто»;
- «Невідома, бо надто вільна»[54].

У створеному дописі-каруселі авторка:

- Виділяє унікальність стилістики та естетики шрифтів якими Любов Панченко створювала афіші для літературних вечорів і малювала портрети Тараса Григоровича Шевченка;
- Розміщує зразки картин пані Панченко натхненними красою Київщини, неймовірних Карпат;
- Виокремлює унікальний творчий стиль моделей одягу створених українською мисткинею, що є її власним творчим осмисленням – поєднання традиційного крою з яскравим дизайном композицій та орнаментів;
- За допомогою історичної довідки розкриває силу духу української мисткині «від шиття залишалось чимало обрізків тканини, Любов Підбирала їх за кольорами і фактурами – і творила колажі-аплікації на пресованому картоні. Це були 1970-ті, час придушення українства. Було закрито кафедри прикладного мистецтва в художніх закладах...» - йдеться в дописі.

Закінчує допис Софія розміщенням інформації про можливість підтримки художниці, дім якої зруйновано російськими окупантами (Рис. 2.5).



Рис. 2.5 Скрін допису про Любов Панченко на сторінці @krarka.krarka

Унікальний диптих серій публікацій на сторінці @kparka.kparka висвітлює сторінки життя та творчості Марії Приймаченко [55], діяльність якої є частиною українського культурного коду, що є одним із інструментів просвітницької діяльності в рамках популяризації української культури в блозі.

Одним із важливих факторів привернення уваги до контенту є візуальний складник інстаграм-образу блогерки. Наприклад, під час активізації акції на тимчасово окупованих російськими військами територіях України підпільного руху опору – використанні літери «І» як символу спротиву окупантам.

Показана в блозі естетика, стилістику образів українських панянок різних історичних періодів, автентичні традиційні прикраси відіграють роль візуального смислового навантаження в контексті популяризації національного строю, української вишивки, що має особливості у певних регіонах.

Instagram Stories інфлюенсерки наповнені відео навчання Софії шиттю і вишиванню у знаних майстринь, імена яких також популяризуються таким чином.

Комунікаційна стратегія Софії Безверхої – нестандартність, оригінальність, провокативність. Відомі імена та теми розкриваються з несподіваного ракурсу:

- «Розбір гардеробу Соломії Крушельницької»,
- «Як кохатися українською? Відповідають поети-класики»,
- «Зніміть з нього атласні шаровари, або Що носили українські чоловіки понад 100 років назад»,
- «Ах, дырка!, або Як екатеріна II називала всі українські міста і села, навіть там жодного разу не бувавши» тощо.

Серед інструментів популяризації української культури також є:

1) рекомендації добірок літератури про Україну:

- Історичної;
- нон-фікшн;
- художньої;

- просвітницької.

2) онлайн- та офлайн-лекції як інструмент деколонізаційної політики, просвітницької діяльності для розвінчання культурних та історичних стереотипів – реалізації так званої політики «деокупації мислення»;

3) створення відео-reels з виставок традиційного українського одягу XIX та XX століття, опис його регіонально-локальних особливостей;

4) колаборації, наприклад із майстринею Світланою Погонєць, метою якої був розіграш буковинської вишитої сорочки за донат на автівку для ППО; колаборація з популяризаторкою кримськотатарської культури Сафіє Лентер-Кизи до Дня пам'яті жертв геноциду кримськотатарського народу – створення допису з аудіоелементами та можливістю послухати оригінальну вимову слів кримськотатарською голосом Сафіє (Рис. 2.6);

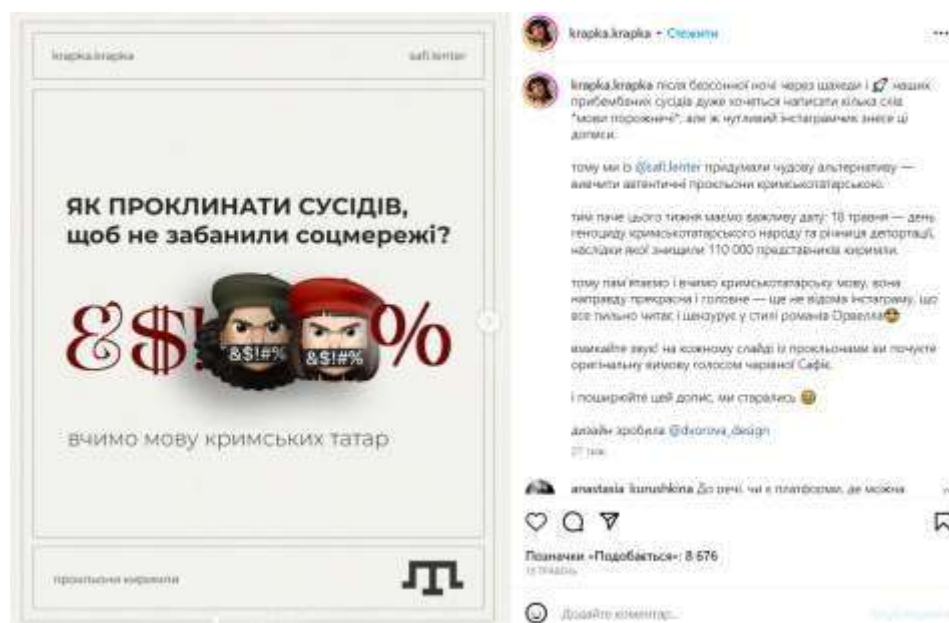


Рис. 2.6 Скрін допису «Як проклинати сусідів, щоб не забанили соцмережі?»[64] на сторінці блогу Софії Безверхої @krarka.krarka

5) влоги, присвячені українським традиціям (напр., «Дідух чи ялинка?», «Геловін по-українськи», «Проводи русалок», «Розпаковка з Опішнього», «Новий

рік без Діда Мороза та олів'є: магічна ніч, «голодна кутя» та «розстріл коляди» та ін.);

6) розіграші оригінальних етнічних прикрас, елементів одягу за донати;

7) запис подкастів;

8) інтерв'ю ЗМІ, мікромедіа;

9) офлайн-лекції як інструмент розвінчення стереотипів про українську культуру, наприклад – лекція «Чому українська культура — це космос, а не лише шаровари, горілка і сало», що проходила у Voitok Gallery. Підтвердження унікальності та популяризація глибоких сенсів і шарму українського культурного фонду відбувалась шляхом висвітлення наступних питань:

- Чому в буремні часи ми звертаємося до свого коріння?;
- Витоки справжньої української культури;
- Як московія паплюжила і знищувала українську мову та ідентичність;
- Відомі у світі українці, про яких ми майже нічого не знаємо;
- Чому кожен з нас — амбасадор України у світі [61].

Пізніше, також у Voitok Gallery, лекцією «Як жили, кохали, творили і вмирили наші 20-ті?» Софія розвінчує ворожі наративи історичними довідками про Розстріляне відродження.

Популяризації самого блогу сприяють також згадки про Софію в інших соціальних мережах, найбільше, зокрема, у Фейсбучі. Серед топових статей у Фейсбучі такі:

1) Софія Безверха (kparka.kparka): українська естетика, давня мода, стиль Франка та Лесі, совок і ми

- інтерв'ю Еммі Антонюк у YouTube -проекті «Це Ніхто Не буде Дивитись»;
- 179 593 переглядів на YouTube.

2) «Софія Безверха: Де не доїдемо ми, доїдуть росіяни»

- інтерв'ю на радіо «Автохвиля 102.1 фм Кременчук» у програмі «Нові правила»;
- 1 050 переглядів на YouTube;

3) «Відома блогерка Софія Безверха: “Так, я виросла у Кременчуці і постійно чула легенди про Катерину II”»

- інтерв'ю сайту Кременчук. Today.

Серед найпопулярніших відео в Youtube з участю Софії Безверхої такі:

1) СОФІЯ БЕЗВЕРХА (krapka.krapka): українська естетика, давня мода, стиль Франка та Лесі, совок і ми

- ютуб канал «Це Ніхто Не Буде Дивитись»;
- 181 тисяча переглядів.

2) Популяризація українського, «братня культура» та мова – Софія Безверха (@krapka.krapka) | по-своєму подкаст

- 14 тисяч переглядів;

В подкасті «Софія Безверха (@krapka.krapka) || Про шароварщину, зросійщення та РПЦ» Софія говорить про потребу створення корисної пропаганди, як антоніму російській пропаганді. Серед інструментів для поширення просвітницьких наративів вона виділяє:

- Розповіді про українських діячів, яких вбила росія;
- Розповіді про Голодомор;
- Розповіді про заборону української мови.

Виявлені комунікаційні стратегії блогу Софії Безверхої @krapka.krapka демонструють ефективну динаміку зацікавлення читачів:

- тематичні дописи контрпропаганди щодо української культури;
- спецпроекти;
- колаборації з митцями;



- онлайн- та офлайн-лекторії;
- подкасти;
- тематичні reels про арт-захоплення: створення авторських прикрас, української вишиванки;
- влоги, присвячені українським традиціям;
- добірки літератури;
- створення оригінальних образів авторки (татування, прикраси тощо). Такі стратегії стали функціоналом нарративного регулювання в інформаційно-когнітивній війні, інструментарієм зацікавлення масової аудиторії під час війни, яка має запит на «деколонізацію мислення».

Потужною комунікаційною стратегією популяризації блогу є вихід у публічний інформаційний простір авторки, її медійність, запит на діалог з якою мають формувати її топові теми.

Насьогодні є перспективним аналіз інстаграм-проектів, що популяризують культуру як складову національної безпеки, не лише блогерів, а й мікромедіа в соціальних мережах, кількість яких збільшилася з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну.

За даними шорт-листа Агенції медійного росту «Або», серед акаунтів, на які варто мати підписку, тримає свою позицію мікромедіа «Яктитам»/@Yaktytam – регіональний проєкт (Запоріжжя) [2].

Станом на листопад 2023 року, сторінка мікромедіа в Instagram має 19,7 тисяч підписників. В описі профілю зазначено «платформа свідомих запоріжців; для тих, хто далеко і поруч». Одними з найважливіших інструментів для систематизації та поширення інформації на сторінці регіонального мікромедіа у Instagram є дописи, stories, reels.

Рубрикою про соціально-відповідальні заклади харчування автори здійснюють інформаційну довідково-пошукову діяльність, яка допомагає читачам

отримати актуальну інформацію про заклади, де годують військових та переселенців. «У мирний час вони допомагали нам розслабитися та відпочити. А зараз слідкують, щоб наші воїни та переселенці були нагодовані. Ми починаємо нову рубрику, в якій розкажемо про соціально-відповідальні заклади. Всі вони можуть бути прикладом для інших кафе й ресторанів. Сьогодні говоримо про першу трійку – @jobs\_cafe @california.zp @onegogi.zp» – йдеться в дописі [72].

Автори популяризують інформацію про діяльність українських митців на тему російської агресії. Зокрема, допис «Цей художник із Токмака створює мінімалістичні плакати про війну» [76] не тільки поширює інформацію про життя і творчість художника Миколи Коваленка, а й ілюструє приклади плакатів за допомогою їхнього впорядкованого розміщення у «каруселі», що є інструментом популяризації. .

Дописом «Люди репостять волонтерську групу «Допомагаємо виїхати». Ось чому вона не однозначна» [73] команда мікромедіа:

- розкриває наративні блоки «волонтерського проекту», який на своєму сайті використовує ворожий наратив – «зона військового конфлікту»;
- актуалізує інформацію про власницю банківського рахунку доповнюючи інформацією про її переконання в тому, що «російський народ не винен у нападі на Україну» - цитата;
- за допомогою аналітичних даних викриває географічне поле волонтерського проекту, члени команди якого працюють в команді політика Алексея Навального;
- акцентує увагу на важливості перевірки даних при вивченні волонтерської групи «Допомагаємо їхати», адже поширення її діяльності у довгостроковій перспективі підкріплює наратив «росіяни готові на все заради миру».

«Як росія заважала Україні на Євробаченні»[78] - допис-карусель мікромедіа, що виконуючи просвітницьку діяльність, покроково відкриває сторінки історії пісенного конкурсу Євробачення висвітлюючи ті наративи, які поширювала росія під час своєї участі в ньому. Серед них:

- поширення ідеї «дружби народів», запросивши у 2009 українську співачку Анастасію Приходько співати від росії. Головним символом «дружби народів» росіяни називали пісню українки, акцентуючи увагу на її двомовності;
- намагання продовжити участь Анастасії Приходько на Євробаченні наступного ж року, акцентуючи увагу на вже вищезгаданій «дружбі народів» та посилюючи нарративну символічність «дві країни одна пісня»;
- організація російською пропагандисткою кампанії проти української співачки Джамали та її пісні про депортацію кримських татар «1944» [78].

Мікромедіа протистоїть ворожим настроям та акцентує увагу на підтримці сили духу за допомогою музики, поширюючи таким чином рядки пісень українських виконавців та популяризуючи українське слово. Наприклад дописом «Вакарчуку – 47. Ось його рядки, які нас визначили» [70], автори виділяють слова:

- «Вставай! Мила моя, вставай! Мила моя давай!»;
- «Вище неба, Вище неба! Мила моя, як-то я без тебе»;
- «Все буде добре для кожного з нас»;
- «Там, де лани, гори, поля – Там починається моя Земля»;
- «Небо над Дніпром, хто без тебе я?»;
- «Моя маленька незалежність»;
- «Коли настане день, закінчиться війна»;
- «Ми продовжуєм нести свій прапор, а не хрест» [70].

Мікромедіа @yaktytam інформує актуальними добірками про українців, які влаштовують збій російській матриці, зокрема пост «Голова Мінцифри @michael.fedorov очолив рейтинг Tech 28!», де автори подають фактаж, який

свідчить про сприяння Михайла Федорова до «культури скасування» росії брендами та створення чат-боту «єВорог».

Також регіональне мікромедіа активно висвітлює інформацію про допомогу для внутрішніх переселенців – дописом «Як отримати гуманітарку в Запоріжжі?» @yaktytam поширює можливості державної допомоги покровою.

Команда мікромедіа у дописі «Що робити з цими запорізькими вулицями?» (Рис. 2.7) за допомогою історичної довідки посилює його просвітницьку функцію, наприклад розкриваючи, що Таганська вулиця – пов’язана з столичним московським районом Таганкою, або ж Бутирський провулок – назва пов’язана з російською в’язницею Бутиркою, де свого часу ув’язнювали українців [77]. Допис піднімає питання важливості якнайшвидших дій для того аби позбутись ворожих назв які несуть за собою ворожі наративи «єдиний народ і все спільне», тим самим становлять загрозу національній безпеці України.

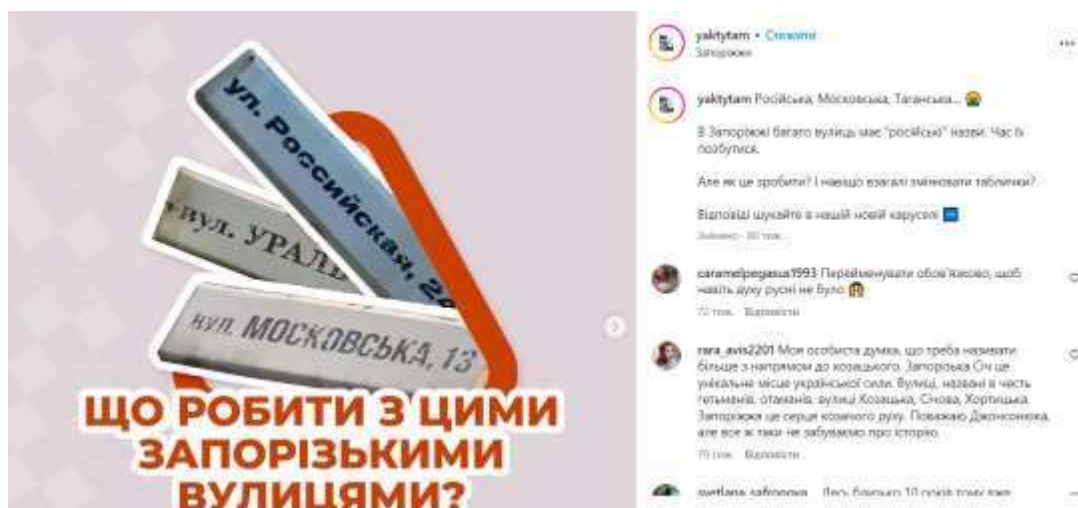


Рис. 2.7 Скрін допису інстаграм сторінки мікромедіа @yaktytam

Потужним спецпроектom є колаборація мікромедіа з журналістом Денисом Астаф’євим, керівником Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, психологом Богданом Остапчуком в рамках створення допису «Все пропало? Чому пошук зради може бути небезпечним» [71]. Авторами було

визначено, що новини про зраду мають спільні ознаки: замість правди – припущення, зливи; мало фактів, які можна перевірити; коментування невідомими експертами тощо.

В рамках популяризації діяльності запорізьких діячів культури та мистецтва, регіональним мікромедіа створено допис-виставку (Рис. 2.8) «Ми вистоїмо! Запоріжанка Наталія Лобач створює сатиричні плакати про війну», яка ілюструє роботи дизайнерки та ілюстраторки Наталії Лобач – «Я читаю новини і реажую на них. Наприклад, плакат про Мелітополь. Окупант лежить мертвий, в нього на обличчі книга. Я намалювала це після новини, що ворог знищує українські книги. Ще я надихаюся архітектурою міст. Наприклад, «тарілка» на блокпості у Василівці, це модернізм другої хвилі. Коли вже почалася війна, я постійно шукала інформацію, чи не постраждала вона. Або автобусні зупинки чи вхідні знаки, багато з яких також є мистецькими. Все це також з'являється на плакатах» - розповіла Наталя команді @yaktytam [74].

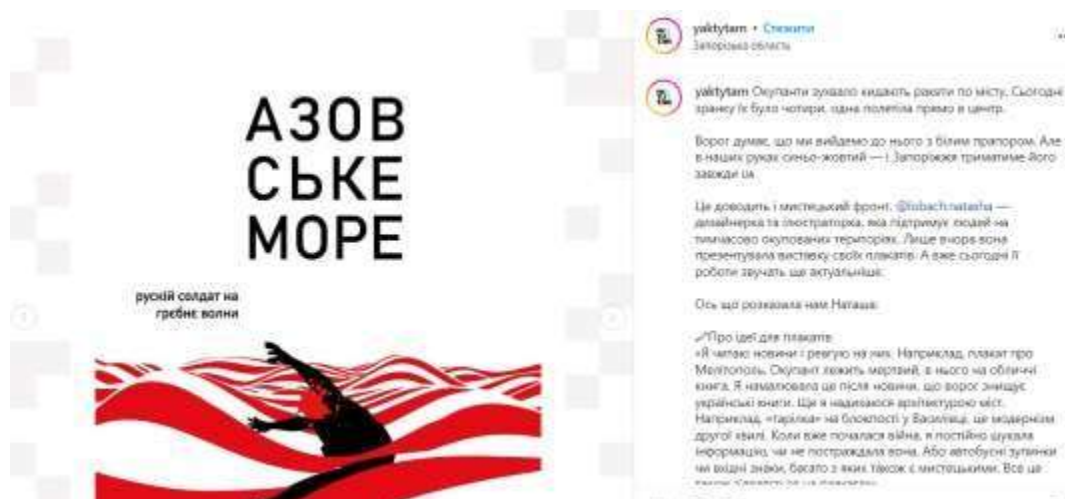


Рис. 2.8 Скрін допису інстаграм сторінки мікромедіа @yaktytam

В серії плакатів, що підтримують бойовий дух та посилюють віру в перемогу України над ворогом містяться наступні сатиричні підписи, які посилюють меседж:

- «Рускій солдат не пройшов блокпост»;
- «Рускій солдат вколовся і заснув»;
- «Рускій солдат на гребне волни»;
- «Рускій солдат відкрив український підручник – і все»;
- «Рускіє солдати замінували древній вівтар – і нічо»;
- «Наукова оптика Якова Новицького знищує рускіх солдатів».

Можливість підтримки ЗСУ за допомогою донатів в рамках діяльності мікромедіа @yakytam здійснюється за допомогою допису-каруселі з незвичайним візуальним рішенням та виділенням конструкцій за допомогою пунктуаційних особливостей для посилення змістової складової дій окупантів на українських землях. Як-то серія дописів «Фестиваль орків 2022»( Рис. 2.9):

- «Запоріжжя. Вибух в центрі міста. Безробіття. Евакуація. Відсутність пального. Розбите скло. Окупація. Черги. Світломаскування. Протитанкові їжаки. Сирени. А також: 11 тривога за день! – скасууй фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;
- «Бердянськ. Фейкова влада. Рейдерство. Окупація. Пропаганда. Триколон. Рублі. Блокада. Патрулі. Закриті магазини. Арешти. Пусті пляжі. Переслідування. А також: двірник і слюсар при владі! – скасууй фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;
- «Мелітополь. Російські танки. Салют на 9 травня. Радянщина. Чичеріна. Ворожі паспорти. Грабежі. Вивіз зерна. Захмарні ціни. Провокації. Таврійська губернія. А також: викрадення мера! – скасууй фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;
- «Енергодар. Захоплення ЗАЕС. Блокпости. Обстріли. Псевдомер. Референдум. Ядерний тероризм. ОПЗЖ. Допити. Повернення у 90-ті. Снайпери на дахах. Репресії. А також: весь світ на нервах! – скасууй фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;
- «Василівка. Підірваний міст. 60 км до Запоріжжя. Пожежі.

Блокування. Вода за 75 грн. Обстріли. Профілактичні бесіди. Бої. Обстріли. Російське озброєння. А також: мер – керівниця модельної школи! – скасує фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;

- «Токмак. Загиблі цивільні. Приниження. Евакуація. Складні зелені коридори. Викрадення. Авіаобстріли. Провокації. Контакти з рф. Відсутність води, світла і палива. А також: розкрадання гуманітарки – скасує фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;

- «Гуляйполе. Постійні обстріли. Підірвані дороги. Бої. Авіаудари. Руйнування. Важка артилерія. Пожежі. Знищені історичні пам'ятки. Російські військові злочини. А також: поранені та загиблі – скасує фестиваль – відправ гроші на ЗСУ»;

- «Пологи. Полон. Розстріли. Дефіцит ліків. Грабежі. Бойовики «ДНР». Танки – скасує фестиваль – відправ гроші на ЗСУ [75].

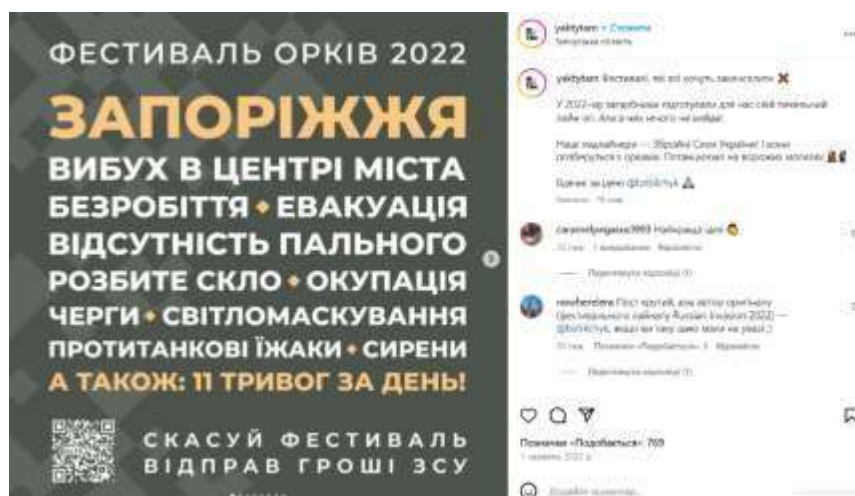


Рис. 2.9 Скрін допису інстаграм сторінки мікромедіа @yaktytam

Поширенням інформації для розвінчання ворожих наративів є пост «Окупанти роздають газету «Красная звезда». У дописі-каруселі автори подають

приклади фейків, які поширює ворожа пропагандистська машина щодо Запорізького регіону в газеті «Красная звезда», яку розповсюджують на окупованій території Запорізької області:

- «Запорізькі лікарні перетворили на вогняні позиції»;
- «Літак на бульварі Шевченка демонтували для продажу колекціонеру»
- «Із Запоріжжя на Енергодар поїхала колона з небезпечним вантажем для знищення Енергодарської АЕС»;
- «В Запоріжжі створили загін бойовиків, які пересуваються містом під час комендантської години і знущаються над жінками, дітьми, пенсіонерами»
- «Окупанти не стріляли по «Аврорі». Ракетного удару не було. Усі відео та фото в українських пабліках – фейки».

Команда мікромедіа @yakytyam на своїй сторінці в Instagram інформує про паплюження росіянами української культури та пропагандистський шум дописом «Росіяни переспівують Океан Ельзи та Go\_A». За допомогою мультимедійних вставок у дописі-каруселі окрім текстової частини розміщені фрагменти відео, в яких пісні «Шум» та «Не твоя війна» переспівуються російською. Як повідомляє Національна академія СБУ «Такі кавери популярні серед російської молоді. Причини різні – продемонструвати «спільні цінності», просунути ідею «ми браття» та виразити протестні антивоєнні настрої» - йдеться в дописі.

Допис «Війна – це мир. Як росія живе в орвеллівському 1984-му» презентується авторами як порівняльна історична стрічка подана мовою фактів. Дані розміщено у таблицю(Таблиця 2.1):

*Таблиця 2.1*

В «1984»	В росії
Не вчинок, а думка про нього.	«Експертиза визнала, що чистий папір викликає у росіян «думки, направлені на дискредитацію влади» - подається в



	дописі.
Намагання позбавитись слів, які не подобались владі. Пошук безневинних відповідників.	Пошук безневинних відповідників Не війна, а «спецоперація»; не падіння, а «негативний ріст»; не вибух, а «хлопок».
Віра у два переконання, які суперечать одне одному.	«путін в одному інтерв'ю зазначає, що не вважає Україну державою, а в наступному запевняє, що вважає Україну суверенною країною» - зазначається в дописі.

Мікромедіа зосереджує увагу на важливості участі в благодійних аукціонах для підтримки української армії, акцентуючи на низці найкращих лотів дописом «Продано! Найдорожчі благодійні лоти заради перемоги»:

- ручка Байдена – кошти з придбання якої пішли на створення 47 батальону під командуванням Валерія Маркуса;
- кубок Євробачення + рожева панамка – гроші пішли на комплекс безпілотників PD-2 для української армії;
- вишиванка Зеленського – кошти пішли у фонд допомоги Україні United 24;
- дорожній знак – кошти пішли на рахунок Нацбанку для ЗСУ;
- футболка Кузьми, в якій він послав путіна – кошти пішли на автівки для ЗСУ, медикаменти для військових.

Однією з цікавих форм подачі контенту є використання закодованих графічних символів у дописах. Іноді потужне навантаження сенсів міститься в дописі за рахунок лише самого зображення. Наприклад у пості «У день росії пояснюємо на кубиках, що означає ця країна для нормальних людей» графічні

елементи кубічної форми розміщені таким чином, що слово «росія» складається зі слів: брехня, терор, вбивства, війна, тягар.

Команда мікромедіа працює з дописами на чутливу тему. Серед тих, що мають найбільшу кількість реакцій реципієнтів та поширень такі:

- «Історії дітей, чиї життя забрав «русскій мір»;
- «19-річну Катерину згвалтував росіянин»;
- «Перемога країни буде моєю перемогою»;
- «Одностатеві шлюби».

Інколи у назвах постів зустрічаються відсилання на елементи української культурної спадщини та світової класики літератури і кіно, зокрема:

- «Червоне – то любов. Це запоріжці, які постійно здають кров»;
- «Кремлівські смертежери. Ось чому путінська влада схожа на злодіїв з Гаррі Поттера»;
- «451 за Фаренгейтом. Як росіяни спалюють книги»;
- «Так мало ту тебе. Як підтримати людину яка пережила горе».

Через актуалізацію теми національної ідентифікаційної оборони на сторінці @yaktytam з'являються такі дописи:

- «105 років тому ми стали самостійними, але росіяни були проти»;
- «Як приймали Конституцію. Ми знайшли переписки з депутатських чатів»;
- «Замальовую фарбою страхи запоріжців»;
- «Об'єднані борщем»;
- «Їм нас не розділити»;
- «Народний авангард»;
- «Їж, пий, сортуй»;
- «Ці запоріжці біжать за «Азовсталь»;

- «Привіт, Бог! Як ми всі похрестилися»;
- «Не Михайло, а Міхаїл. Ось чому школярам не варто читати Булгакова»;
- «Язык замість мови. Ось як 10 років тому вбивали українську»;
- «Смертельна хвиля. 81 рік тому Сталін вбив 1000 запоріжців».

Унікальністю подачі контенту в мікромедіа є поєднання статистичних даних чи низки фактажу в незвичайну форму, наприклад у дописі «Кінгу і не снилося» автори розвінчують ворожі фейки одночасно шукаючи паралелі у фантастичних книжках, піснях і серіалах:

- Фейк у дусі Stranger Things – росіяни створили фейк, що під Харковом є лабораторія де знущаються з людей корпорації Pfizer та Moderna;
- Фейк у дусі пісні Лани Дель Рей – нібито під Луганськом пролетів український літак та викинув на землю банківські купюри заражені туберкульозом;
- Фейк у дусі романів Стівена Кінга – нібито в Маріупольській лабораторії експериментували над холерою, сибірською виразкою та туляремією, і нібито весь світ стояв на порозі знищення через нову біологічну зброю.



Рис. 2.10 Скрін допису інстаграм сторінки мікромедіа @yaktytam

Серед дописів з незвичним способом подання інформації також виокремлюється такий: «Як різні люди реагують на війну? Пояснюють пірати Карибського моря» (Рис. 2.11). Команда @yaktytam в колаборації з психологинєю Оленою Флорінською у порівняльному аспекті виділяють типи темпераменту людини наділяючи їхніми рисам піратів з однойменного фільму:

- Сангвінік – капітан Джек Горобець;
- Холерик – Елізабет Суонн;
- Флегматик – Вілл Тернер;
- Меланхолік – Дейві Джонс.



Рис. 2.11 Скрін допису інстаграм сторінки мікромедіа @yaktytam

Відомі імена та теми розкриваються на сторінці з несподіваного ракурсу: «Залужний – Краш. Фантазуємо про нього в тіндері» тощо.

Одним з унікальних серій дописів серед мікромедіа, в тому числі регіональних є серія аудіо-дописів «ASMR звуки рідного міста». «Яктитам» одне з небагатьох регіональних мікромедіа, яке має свій мерч, що складається з сумок, павербанків та патріотичних худі, як елементу популяризації української

культури.

В рамках Другого Всеукраїнського форуму журналістики рішень «Конструктив під час війни» однією зі спікерок була співзасновниця мікромедіа «Яктитам» Ольга Мішевська. Ключовими темами обговорення були:

- Важливість залишатись in touch зі своєю аудиторією;
- Пошук тем для матеріалів;
- Організація роботи регіональних медіа[39].

Як зазначила спікерка, спочатку команда «Яктитам» працювала над сайтом і створенням відеоконтенту для платформи на Youtube, який мав 17 тисяч підписників. «Ми обрали Інстаграм, адже хотіли, щоб наші матеріали були максимально вірусними і щоб їх якомога більше поширювали. Наша аудиторія переважно 25-35 років, з яких 80% — жінки, 20% — чоловіки. Як показує практика та статистика, дівчата більше діляться в історії, більше люблять писати відкриті коментарі та легше йти на контакт. Проте є і частина хлопців, які теж активно пишуть коментарі» - зазначає Ольга[39].

Співзасновниця команди «Яктитам» описуючи структуру роботи мікромедіа вказує, що ключовою метою було створити медіа для себе і друзів тобто «для своїх».

Описуючи активність реципієнтів та кількість реакцій Ольга Мішевська визначає, що аудиторія швидко зростала завдяки миттєвим поширенням та коментарям від читачів. «За першу добу у нас було 1000 підписників і перший знесений пост інстаграмом, тому це також специфіка роботи із соціальними мережами, адже нам доводилося знаходити тисячу і один спосіб замінити слово «русня» й інші слова, тому що Meta нас постійно блокує» - говорить спікерка[39].



Рис. 2.12 Скрін Інстаграм-сторінки мікромедіа @Yakytam

На питання «Що читають зараз люди?» спікерка Ольга Мішевська акцентувала увагу на пості «Ачуметь! Як няня Віка принижувала Маріуполь»: «Найпопулярніший пост, який ви можете знати, це про російський серіал «Моя прекрасная няня». Наш редактор передивився 7 чи 8 сезонів, і ми написали про це пост, який розлетівся на 70 тисяч лайків, мільйони поширень та ін. Як виявилось, в цьому серіалі є постійне пригнічення Маріуполя та його мешканців» - зазначає Ольга Мішевська [39].

Станом на листопад 2023 року пост має більше 72 тисяч лайків, що робить його дописом з найбільшою кількістю реакцій.



Рис. 2.13 Скрін посту «Як няня Віка принижувала Маріуполь» Інстаграм сторінки мікромедіа @Yakytam [69]

За ініціативи «Яктитам» було проведено кампанію підтримки міст Запорізької області – створення і розміщення бордів, сітілайтів, присвячених тимчасово окупованим росіянами Токмаку, Гуляйполю, Василівці, Кирилівці, Мелітополю, Оріхову, Бердянську, Пологам та Енергодару [35].

В межах інстаграм-активностей команди «Яктитам» є дописи, рілз, подкасти та вищезазначений власний мерч. Серед збережених у папці «Актуальне» сторіс зберігається інформація про історію створення, можливості співпраці та власний фільм.

«Яктитам» – одне з небагатьох регіональних мікромедіа, що має у своєму кейсі власний створений документальний фільм «У мене немає дому. Шрами Запоріжжя | фільм мікромедіа «Яктитам».

Поширений на Youtube каналі «Громадське ТБ Запоріжжя» фільм станом на листопад 2023 року має 44 тисячі переглядів. «Цей фільм розповідає про жовтневі обстріли прифронтового Запоріжжя. В ньому ми зібрали історії людей, яким пощастило залишитись в живих попри влучання російських ракет в їхні домівки.

Тут ми намагаємось нагадати вам про те, як сильно змінилися наші життя та як місто продовжує жити далі з цими шрамами» - йдеться в дописі.

53 хвилини фільму поділені на умовні блоки, які несуть хронологію подій і є важливими для акцентування уваги на кожній з них:

- 00:01 - як війна прийшла у Запоріжжя;
- 01:40 - розстріл гуманітарної автоколони;
- 08:11 - будинок на Соборному;
- 15:25 - будинок на Сталеварів;
- 21:04 - платформа пам'яті Меморіал;
- 21:54 - будинок на Зестафонській;
- 31:15 - будинок на Незалежної України;

- 43:42 - на що очікувати постраждалим;
- 49:05 - як змінилося життя в місті після жовтневий обстрілів;
- 49:33 - в гостях у Кості;
- 52:20 - Слава Україна!

За сприяння команди «Яктитам» фільм має субтитри англійською мовою, що значно розширює його глядацьку аудиторію.

Виявлені комунікаційні стратегії мікромедія @yaktytam демонструють ефективну динаміку зацікавлення читачів:

- тематичні дописи контрпропаганди щодо української культури;
- спецпроекти;
- колаборації з митцями, психологами;
- подкасти, серед яких подкасти у Apple Podcasts Preview:

ЯКТИТАМ #1: про смерть, заповіт, "романтику" та тривожну молодість;

ЯКТИТАМ #2: про «рекордні» тривоги Запоріжжя, дітей підземелля, КАБи та с300;

ЯКТИТАМ #3: про блекаути та гаджети з якими вони не страшні;

ЯКТИТАМ #4: риторичні питання про вечірки під час війни та чи є там місце совісті;

ЯКТИТАМ #5: про нові старі традиції святкування Різдва та Нового року без присмаку олів'є).

- тематичні reels про арт-захоплення;
- власний мерч та один з найперших фільмів створених регіональним мікромедіа;
- добірки літератури, фільмів, музики та патріотичний ASMR-контент;
- створення оригінальних візуальних рішень для кожного допису, історичні довідки, інтерв'ю, матеріали на чутливу тематику.
-



Такі стратегії стали функціоналом наративного регулювання в інформаційно-когнітивній війні, інструментарієм зацікавлення масової аудиторії під час війни, яка має запит на «деколонізацію мислення». Інструментарій для реалізації та поширення контенту на сторінці регіонального мікромедіа @yaktytam визначає активний вплив на реципієнта завдяки своїй мультимедійності, різноплановості та активному залученню експертів які викликають довіру.

## ВИСНОВКИ

Інформаційна війна є одним з вирішальних факторів перемоги. Особливо важливим для підтримки України є посилення в інформаційному просторі, зокрема у соціальних мережах тих медіасил, які своєю діяльністю не тільки розвінчуюватимуть ворожі строї, а й популяризуватимуть українську культуру світом. Просвітницька діяльність та визначальність поширення контрнарративів є вагомим підтримкою національної безпеки України. Оскільки від масштабів такої діяльності залежить і масштаб допомоги на міжнародному рівні.

Існує багато різних інструментів популяризації культурної самобутності як чинника національної безпеки України в соціальних мережах. Серед них ми виділили: інформаційні кампанії, просвітницькі ютуб-канали, діяльність освітніх порталів у соціальних мережах, медіа про культуру як інструменти підвищення обізнаності і, як наслідок, збереження національної аутентичності та пізнання традицій.

Діяльність культурних проєктів у соціальних мережах чинить опір загрозам культурної самобутності України з боку ворогів. Серед таких загроз - розмивання національної ідентичності і культурних цінностей українців, використання маніпулятивних технік, поширення ворожих нарративів тощо.

Збереження і розвиток національно-культурної самобутності України має спрямовуватись у взаємодію багатьох чинників зокрема поширенням інформації про культурне життя і історію українського суспільства шляхом діяльності культурних проєктів в медіа.

Одним з основних напрямків інформаційної протидії ворогу ми виділили інстаграм-проєкти, що популяризують українську культуру, та протидіють

ворожим нарativenам. Досліджуючи характеристики ознак наративності ми виділили такі компоненти як: описовий інструментарій, впевненість автора, якісна інформація, яка перебільшує кількісні факти, наративна інтенціональність, факти набувають подієвого статусу, зрозумілість, доступність, креативність, логіка, інтрига, естетичність, функціональність.

Вивчаючи існуючі наративні формати ми визначили, що існують наступні типи наративів: літературні оповідання, художні твори, заплутані оповіді, усні оповіді, особисті розповіді, історичні наративи, медійні наративи, цифрові наративи, інституційні наративи, міфічні оповіді. В рамках вивчення їхніх технік ми дійшли висновку, що вони можуть: оповідатись від першої особи; розповідатись оповідачем на відстані; оповідач може бути центром події; історія може викладатись лінійно в хронологічній послідовності; наративи можуть бути нелінійні та включати флешбеки; складатись з кількох відрізків та можуть бути представлені в різних стилях і техніках, повторюватись з кількох точок зору, здійснюватись шляхом монологу, мати змішану техніку перспективи за рахунок різних точок зору, відображати моральні чи філософські питання.

Вивчаючи поняття наративне регулювання ми визнаємо його процесом створення наративного упередження («схильність людей пов'язувати в єдину історію інформацію з різних джерел (у тому числі непідтверджену) і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між частинами історії із метою спонукання саме до такої оцінки реальності, яку веде «регулятор».

Досліджуючи специфіку роботи культурних проєктів на різних платформах, зокрема в соціальній мережі Instagram ми виявили, що автори використовують комплекс комунікаційних стратегій, які мають на меті ведення культурознавчої та просвітницької діяльності для протидії ворожим нарativenам і захисту інформаційної безпеки України.

Серед набору ключових елементів сторінки інстаграм-проєктів ми

визначили наступні:

- 1) назва;
- 2) мета або ключові цінності, які зазначаються у «шапці» профілю.

Як показало дослідження видів контенту, інстаграм-проекти, покликані популяризувати українську культуру як складник національного контрдискурсу в умовах війни, найчастіше обирають залучаючий контент, проте при формуванні контент-плану поєднують також з:

- 1) Інформаційним контентом;
- 2) Розважальним контентом;
- 3) Вірусним контентом;
- 4) Продаючим контентом.

Ми визначили, що такі інстаграм-сторінки можуть бути:

- 1)Проектами в межах особистої сторінки;
- 2)Волонтерськими проектами;
- 3)Культурно-освітніми майданчиками;
- 4)Історичними платформами;
- 5)Мистецькими онлайн-музеями;

6)Виданнями про культурно-мистецьке життя певного регіону тощо.

Інструментарій сторінок блогу @krapka.krapka та мікромедіа @yaktytam і їхнє наповнення є однією з видів інформаційної зброї, яка здатна нищити ворожі наративи шляхом просвітницької діяльності, як одним механізмів підтримки інформаційної безпеки України.

Серед інструментів популяризації української культури в блозі @krapka.krapka ми виділили:

- 1) Рекомендації добірок літератури про Україну;
- 2) Створення відео-reels з виставок традиційного українського одягу XIX та XX століття, опис його регіонально-локальних особливостей;

3) Тематичні дописи контрпропаганди щодо української культури як інструмент деколонізаційної політики, просвітницької діяльності для розвінчання культурних та історичних стереотипів – реалізації так званої політики «деокупації мислення»;

4) Спецпроекти;

5) Колаборації з митцями;

6) Онлайн- та офлайн-лекторії як інструмент деколонізаційної політики, просвітницької діяльності для розвінчання культурних та історичних стереотипів – реалізації так званої політики «деокупації мислення»;

7) Подкасти;

8) Тематичні reels про арт-захоплення: створення авторських прикрас, української вишиванки;

9) Влоги, присвячені українським традиціям;

10) Добірки літератури;

11) Створення оригінальних образів авторки (татуювання, прикраси тощо.

Виявлені комунікаційні стратегії мікромедіа @yaktytam демонструють ефективну динаміку зацікавлення читачів:

1) Тематичні дописи контрпропаганди щодо української культури;

2) Спецпроекти;

3) Колаборації з митцями, психологами;

4) Подкасти у Apple Podcasts Preview;

5) Тематичні reels про арт-захоплення;

6) Створення патріотичного мерчу;

7) Один з найперших фільмів створених регіональним мікромедіа;

8) Добірки літератури, фільмів, музики;

9) Патріотичний ASMR-контент;

10) Створення оригінальних візуальних рішень для кожного допису;

11) Історичні довідки, інтерв'ю, матеріали на чутливу тематику.

Такі стратегії стали функціоналом наративного регулювання в інформаційно-когнітивній війні, інструментарієм зацікавлення масової аудиторії під час війни, яка має запит на «деколонізацію мислення». Інструментарій та його різноманітність для реалізації та поширення контенту на сторінці регіонального мікромедіа @yakytam визначає активний вплив на реципієнтів завдяки своїй мультимедійності, різноплановості та активному залученню експертів які викликають довіру.

Приклади дописів вказані у дослідженні та статистика переглядів, аналіз кількості реакцій демонструють цікавість реципієнтів та ефективність діяльності таких культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аббадія Д. Професійний нарративний аналіз. URL: <https://mindthegraph.com/blog/uk/author/jessica/page/2/> (дата звернення: 25 жовтня 2023 р.).
2. Агенція медійного росту «Або». На які українські пабліки в Instagram варто підписатися, рекомендує АБО. URL: <https://agency-abo.medium.com> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).
3. В Україні заснували видавництво популярної гуманітаристики. URL: <https://chytomo.com/v-ukraini-zasnuvaly-vydavnytstvo-populiarnoi-humanitarityky/> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).
4. Видавництво «Твоя підпільна гуманітарка» розіграє позиттєву підписку на книжки за донат у фонд «Повернись живим». URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/33269/2023-10-21-vydavnytstvo-tvoya-pidpilna-gumanitarka-rozиграie-pozhyttievu-pidpysku-na-knyzhky-za-donat-u-fond-povernys-zhyvym/> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).
5. Війна і міф. Невідома Друга світова / за заг. ред. О. Зінченка, В. В'ятровича, М. Майорова. Харків : Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2016. 272 с.
6. Галушко К., Гоменюк І., Грицак Я., Громенко С., Єрмоленко В., Єфіменко Г. Ре-візія історії: Російська історична пропаганда та Україна. Київ :К.І.С., 2019. 99 с. URL : [https://internews.ua/storage/app/media/Re\\_vision\\_2019\\_ua.pdf](https://internews.ua/storage/app/media/Re_vision_2019_ua.pdf) (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).
7. Горчинська О. «Треба розрізняти сатиру та фейки». Остап Українець — про вигадані новини UaReview та «підпільну гуманітарку» по-українськи. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/26385/2021-01-13-treba-rozriznyaty-satyru-ta-feyky-ostap-ukrainets-pro-vygadani-novyny-uareview-ta->

[pidpilnu-gumanitarku-po-ukrainsky/](#) (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

8. Гречка С. Наративні технології моделювання іміджу України в умовах інформаційно-психологічного протиборства. *Young Scientist*. 2020. №8 (84) С. 183–189. URL :

<https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/793/763> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

9. Гудінова І. Протонаративи як ціннісно-сміслові регулятори проектування життєвих реалій. URL: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v12/i20/11.pdf> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

10. Данилюк Г. 9 Instagram-каналів про українську культуру, історію та мову. Довкола медіа. URL: <https://dovkola.media/9-instagram-kanaliv-pro-ukrainsku-kul-turu-istoriiu-ta-movu/> 1. (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

11. Довженко О. По той бік екрану. *Детектор медіа*. 2021. URL : <https://go.detector.media/po-toj-bik-ekrana-analiz-mediaspohivannya-ta-dezinformatsiyi-v-ukrayinskomu-informatsijnomu-seredovishhi/> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

12. Дубов Д. «Стратегічний наратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні». Аналітична записка. URL: [https://www.nas.gov.ua/siaz/Ways\\_of\\_development\\_of\\_Ukrainian\\_science/article/16126.1.051.pdf](https://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/16126.1.051.pdf) (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

13. Золотухін Д. Когнітивна війна: новомодне словосполучення чи концепція шостого поля бою. Детектор медіа. 06 липня 2021 р. <https://detector.media/infospace/article/189826/2021-07-06-kognityvna-viyna-novomodne-slovspoluchennya-chy-kontseptsiya-shostogo-polya-boyu/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).



14. Золотухін Д. Наративне регулювання, або Як ми маємо скористатися методами Іллі Хржановського. Детектор медіа. 09 травня 2020 р. URL: <https://detector.media/infospace/article/177031/2020-05-09-naratyvne-regulyuvannya-abo-yak-my-maiemo-skorystatsya-metodamy-illi-khrzhanovskogo/> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

15. Казаков М. Гранд-наратив у історії. URL: <https://commons.com.ua/uk/grand-narativ-u-istoriyi> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

16. Кампанія в соціальних мережах про культурну спадщину та культурне життя в Україні під час війни. URL: <https://www.prostir.ua/?news=kampaniya-v-sotsialnyh-merezhah-pro-kulturnu-spadschynu-ta-kulturne-zhyttya-v-ukrajini-pid-chas-vijny> (дата звернення: 20 жовтня 2023 р.).

17. Ковалів С. Літературознавчий словник. 2007. С. 148. URL : <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001094> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

18. Ковпак В. Інформаційно-комунікаційна діяльність світового українства як «м'яка сила»: документні ресурси, стратегічні наративи. *Стратегічні комунікації суб'єктів політики в умовах сучасної політичної дійсності*: колективна монографія, 2021. С. 30–62. URL : [file:///C:/Users/cinem/Desktop/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82\\_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F\\_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96\\_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97\\_%D1%81%D1%83%D0%B1%E2%80%99%D1%94%D0%BA%D1%82%D1%96%D0%B2\\_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8.pdf](file:///C:/Users/cinem/Desktop/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D1%81%D1%83%D0%B1%E2%80%99%D1%94%D0%BA%D1%82%D1%96%D0%B2_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8.pdf) (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

19. Кодельник А., Ілюк О., Ре-візія історії: російська історична пропаганда та Україна. ГО «Інтерньюз-Україна», 2019. URL : <https://internews.ua/opportunity/revision> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

20. Котубей О. З'явилося нове медіа про культуру "Сенсор". URL: <https://suspilne.media/culture/622733-zavilosa-nove-media-pro-kulturu-sensor/> (дата звернення: 25 листопада 2023 р.).

21. Котубей О. Чи створені соцмережі для серйозних розмов? Говоримо з популяризаторкою української культури krapka.krapka. URL: <https://suspilne.media/culture/249590-ci-stvoreni-socmerezi-dla-serjoznih-rozmov-govorimo-z-popularizatorkou-ukrainskoi-kulturi-krapkakrapka/> (дата звернення: 01 жовтня 2023 р.).

22. Краснокутський Г.Є., Овчаренко Т.С. Актуалізація етнонаціональних культурних кодів у геральдиці та фалеристиці: культурно-комунікаційний та соціально-філософський аспекти. URL: [http://apfs.nuoua.od.ua/archive/22\\_2018/23.pdf](http://apfs.nuoua.od.ua/archive/22_2018/23.pdf) (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

23. Культура України – основа ціннісного та економічного фундаменту держави, - Євген Нищук. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/4059> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

24. Купрійчук В. Культурна політика як стратегічний ресурс модернізації держави. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/37623/1/578-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-2193-1-10-20221230.pdf> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

25. Курбан О. Бойові наративи в системі сучасних геополітичних інформаційних війн. Київський університет імені Бориса Грінченка, 2021. URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/471> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

26. Кушнірова Т. Тип «множинного» наратора в оповідній структурі художнього тексту. URL: [https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/6640/1/%D0%9A%D1%83%D1%88%D0%BD%D1%96%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D1%82%D0%B8%D0%BF%20%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0.pdf](https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/6640/1/%D0%9A%D1%83%D1%88%D0%BD%D1%96%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D1%82%D0%B8%D0%BF%20%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0.pdf) (дата звернення: 17 вересня 2023 р.).
27. Лещенко Г. Стратегії аналізу структури наративу: лінгвокогнітивний аспект. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/2582/3/document.pdf> (дата звернення: 17 вересня 2023 р.).
28. Мішалова О. Історичний наратив як форма організації та репрезентації історичного знання. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268530688.pdf> (дата звернення: 17 вересня 2023 р.).
29. Молодій В. «Україні бракує усвідомлення, що наша культура – це національна безпека», – Ярина Винницька. Локальна історія. 16 жовтня 2023 року. URL: <https://localhistory.org.ua/texts/interviu/ukrayini-brakuie-usvidomlennia-kulturi-iak-faktora-natsionalnoyi-bezpeki-iarina-vinnitska/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).
30. Муран Р. Між хайпом і хейтом: як вести соціальні проєкти в соцмережах — SMM-гайд. URL: <https://vctr.media/ua/mizh-hajpom-i-hejtom-yak-vesti-soczialni-proyekti-v-soczmerezhah-193673/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).
31. Назарук О. Метод наративу як проєктивний метод дослідження досвіду особистості. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/30899> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).
32. Найпопулярнішою соцмережею серед української молоді є інстаграм – опитування. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/news-molod-sotsmerezhi-doslazhennya/31406410.html> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).

33. Наратив — що це таке, суть, визначення, види, типи та приклади наративів. URL: <https://termin.in.ua/naratyv/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).

34. Ожеван М. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41) URL : <http://ippi.org.ua/sites/default/files/ozevan.pdf> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).

35. Олійник С. На вулицях Запоріжжя з'явилися плакати, присвячені містам Запорізької області в окупації. URL: <https://zprz.city/news/view/na-vulitsyah-zaporizhzhya-z-039yavilis-plakati-prisvyacheni-mistam-zaporizkoi-oblasti-v-okupatsii> (дата звернення: 15 жовтня 2023 р.).

36. Онлайн медіа та соціальні мережі перехопили лідерство у телебачення за популярністю в Україні, — нове опитування USAID-Internews щодо споживання ЗМІ. URL : <https://internews.in.ua/uk/news/onlajn-media-ta-sotsialni-merezhi-perehopyly-liderstvo-u-telebachennya-za-populyarnisty-u-ukrajini-nove-opytuvannya-usaid-internews-schodo-spozhyvannya-zmi/> (дата звернення: 10 жовтня 2023 р.).

37. Опалько Ю. Роль громадянського суспільства України у протидії зовнішній агресії. 2019. URL : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=sra\\_2015\\_3\\_6](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=sra_2015_3_6) (дата звернення: 10 жовтня 2023 р.).

38. Петренко Г., Довженко О. По той бік екрану. *Детектор медіа*. 2021. С. 19–21. URL: [https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/188114/On\\_the\\_other\\_side\\_DM\\_final\\_UKR\\_WEB.pdf](https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/188114/On_the_other_side_DM_final_UKR_WEB.pdf) (дата звернення: 10 жовтня 2023 р.).

39. Пліс В. «Як залишатися in touch зі своєю аудиторією». URL: <https://osvita.nakypilo.ua/yak-zalyshatysya-in-touch-zi-svoyeyu-audytoriyeyu/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).

40. Рейтинг сайтів Kantar: Telegram наздоганяє Facebook за розміром аудиторії. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/29617/2022-06-06-reytyng-saytiv-kantar-telegram-nazdoganyaie-facebook-za-rozmirom-audytorii/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).
41. Руденко М. І. Наративна структура художньої прози Миколи Хвильового : автореф. дис. ... канд. філолог. наук : спец. 10.01.01 – українська література. К., 2004. 20 с.
42. Сакали О. Користувачів Instagram в Україні більше, ніж Facebook — дослідження. URL : <https://bazilik.media/korystuvachiv-instagram-v-ukraini-bilshe-nizh-facebook-doslidzhennia/> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).
43. Семен Н., Казімова Ю. «Соціальна мережа Instagram як сучасна платформа популяризації українського контенту». URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/aug/17795/17.pdf> (дата звернення: 10 листопада 2023 р.).
44. Сербіна Н., Культурна самобутність як чинник Національної безпеки України. *Wschodnioznawstwo* 3, С. 175-182
45. Софія Безверха — «Моя ціль — закохати українців в Україну». URL: <https://persona.org.ua/sofiya-bezverha/> (дата звернення: 04 листопада 2023 р.).
46. Стахурська І. «Твоя підпільна гуманітарка» видає свою першу книжку. URL: <https://tyktor.media/polytsia/tvoia-pidpilna-humanitarka-vydaie-svoiu-pershu-knyzhku/> (дата звернення: 04 листопада 2023 р.).
47. Твоя підпільна гуманітарка – це просвітницький ютуб-канал і видавництво наукпопу. URL: <https://humanitarka.com/kontakty/> (дата звернення: 04 жовтня 2023 р.).
48. Ткачук О. Наратологічний словник. Тернопіль : Астон, 2002. 173 с.
49. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. *Internews*. листопад 2023. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media->

stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf (дата звернення: 04 листопада 2023 р.).

50. Франківський проєкт "Твоя підпільна гуманітарка" став видавництвом. URL: <https://kurs.if.ua/culture/frankivskyj-proyekt-tvoya-pidpilna-gumanitarka-stav-vydavnyctvom/> (дата звернення: 04 листопада 2023 р.).

51. Шевченко А. Етнічна ідентифікація. Українська етнографія. Етнічний довідник: поняття і терміни. URL: <http://etno.uaweb.org/glossary/e.html> (дата звернення: 04 листопада 2023 р.).

52. Шелковнікова З. Фахові аспекти та типологія наративів у мові науки. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження та перспективи*. URL: [https://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202017/24\\_Shelkovnikova.pdf](https://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202017/24_Shelkovnikova.pdf) (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

53. #ВліпиЗаСебе. Як українці закривають збори на ЗСУ: автостоп, поезія і забуті українські слова. Підбірка від #ВліпиЗаСебе. URL: <https://svidomi.in.ua/page/yak-ukrainsi-zakryvaiut-zbory-na-zsu-avtostop-poeziia-i-zabuti-ukrainski-slova-pidbirka-vid-vlipyzasebe> (дата звернення: 12 листопада 2023 р.).

54. @krapka.krapka. Любов Панченко. Українська модельєрка і художниця-шістдесятниця, що місяць голодувала в Бучі. URL: [https://www.instagram.com/p/Cc8Uue0NuB0/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cc8Uue0NuB0/?img_index=1) дата публікації 29 квітня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

55. @krapka.krapka. Марія Примаченко. Життя. URL: [https://www.instagram.com/p/CdL0XBbtkaR/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CdL0XBbtkaR/?img_index=1) дата публікації 05 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

56. @krapka.krapka. 70 разів забороняли українську мову. URL: [https://www.instagram.com/p/CbajDOdNnnO/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CbajDOdNnnO/?img_index=1) дата публікації - 22 березня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

57. @krapka.krapka. Благодійний постер «Воскресла абетка». URL:

[https://www.instagram.com/p/CgxEF8kt\\_wu/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CgxEF8kt_wu/?img_index=1) дата публікації 02 серпня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

58. @krapka.krapka. Какааа різниця. URL:

<https://www.instagram.com/p/Cjvb2WyNUz1/> (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

59. @krapka.krapka. Мої улюблені кольори моєї країни. URL:

[https://www.instagram.com/p/ChogQ3Vt1Fs/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/ChogQ3Vt1Fs/?img_index=1) дата публікації 24 серпня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

60. @krapka.krapka. Неологізми Василя Стуса. URL:

[https://www.instagram.com/p/CeeOMrrNrg1/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CeeOMrrNrg1/?img_index=1) дата публікації 06 червня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

61. @krapka.krapka. Ого, що це в нас? перша у Києві лекція від @krapka.krapka наживо! URL: [https://www.instagram.com/p/CvxVm\\_TteiM/](https://www.instagram.com/p/CvxVm_TteiM/) дата публікації 10 серпня 2023 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

62. @krapka.krapka. Репресована українська Ї та сотні мовознавців. URL:

[https://www.instagram.com/p/Cku49E0N22M/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cku49E0N22M/?img_index=1) дата публікації – 09 листопада 2023 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

63. @krapka.krapka. Чому не українською? Як захистити свої мовні права в публічному просторі та інтернеті. URL: <https://www.instagram.com/p/CphopT9jk3N/> дата публікації - 08 березня 2023 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

64. @krapka.krapka. Як проклинати сусідів, щоб не забанили соцмережі?

URL: [https://www.instagram.com/p/CsT85EdNZ3a/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CsT85EdNZ3a/?img_index=1) дата публікації 16 травня 2023 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

65. @krapka.krapka. Як розрізнити шароварну і автентичну культуру.

URL: [https://www.instagram.com/p/Cdvtq-jttPXh/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cdvtq-jttPXh/?img_index=1) дата публікації - 19 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

66. @krapka.krapka. Як росія вбиває нашу інтелігенцію. URL:

[https://www.instagram.com/p/CdFm3jItZAA/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CdFm3jItZAA/?img_index=1) дата публікації - 03 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

67. @krapka.krapka. Як росія вбивала наших поетів (читай - нищила культуру). URL: [https://www.instagram.com/p/CcGRzA0NMrq/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CcGRzA0NMrq/?img_index=1) дата публікації 08 квітня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

68. @krapka.krapka. Як росія вбивала наших художників (або розстріляне відродження живопису). URL: [https://www.instagram.com/p/CcQiZYbNCjI/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CcQiZYbNCjI/?img_index=1) дата публікації - 12 квітня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

69. @yaktytam. Ачуметь. Як няня Віка принижувала Маріуполь. URL: [https://www.instagram.com/p/CkL1qWtN-1/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CkL1qWtN-1/?img_index=1) дата публікації 26 жовтня 2022 року. (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

70. @yaktytam. Вакарчуку – 47. Ось його рядки, які нас визначили. URL: [https://www.instagram.com/p/Cdir91dtdk\\_/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cdir91dtdk_/?img_index=1) дата публікації 14 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

71. @yaktytam. Все пропало? Чому пошук зради може бути небезпечним. URL: [https://www.instagram.com/p/Cd1P05GrZ6w/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cd1P05GrZ6w/?img_index=1) дата публікації 21 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

72. @yaktytam. Запорізькі заклади, які годують військових і переселенців. URL: [https://www.instagram.com/p/Cc5hDjwKVOI/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cc5hDjwKVOI/?img_index=1) дата публікації 28 квітня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

73. @yaktytam. Люди репостять волонтерську групу «Допомагаємо виїхати». Ось чому вона не однозначна. URL: [https://www.instagram.com/p/CdLpf2UtZYo/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CdLpf2UtZYo/?img_index=1) дата публікації 05 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

74. @yaktytam. Ми вистоїмо! Запоріжанка Наталія Лобач створює сатиричні плакати про війну. URL: <https://www.instagram.com/p/Cd-clkENkv->



[/?img\\_index=1](#) дата публікації 25 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

75. @yaktytam. Фестивалі, які всі хочуть закенселити. URL: [https://www.instagram.com/p/CeQHrLLt3Zi/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CeQHrLLt3Zi/?img_index=1) дата публікації 01 червня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

76. @yaktytam. Цей художник із Токмака створює мінімалістичні плакати про війну. URL: [https://www.instagram.com/p/Cc7ej98qTaf/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Cc7ej98qTaf/?img_index=1) дата публікації 29 квітня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

77. @yaktytam. Що робити з цими запорізькими вулицями? URL: [https://www.instagram.com/p/CdyqS7\\_rkq9/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CdyqS7_rkq9/?img_index=1) дата публікації 20 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

78. @yaktytam. Як росія заважала Україні на Євробаченні. URL: [https://www.instagram.com/p/CdYibT1N3N0/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CdYibT1N3N0/?img_index=1) дата публікації 10 травня 2022 року (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

79. Ukraine.ua увійшла до п'ятірки офіційних сторінок країн світу в Instagram. URL : [https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3658297-ukraineua-uvijsla-do-top5-oficijnih-storinok-krain-svitu-v-instagram.html#google\\_vignette](https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3658297-ukraineua-uvijsla-do-top5-oficijnih-storinok-krain-svitu-v-instagram.html#google_vignette) (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

80. Bessarab A., Huryina T., Sytnyk O., Kodatska N., Yatchuk O., Ponomarenko L. The Modern Transformation of Internet Communications. Journal of Theoretical and Applied Information Technology. 2022. Vol. 100. Issue 15. P.4710–4722. URL: <http://www.jatit.org/volumes/Vol100No15/15Vol100No15.pdf> (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

81. Khurdei, V., Pushkar, T., Kuzmenko, H., Bessarab, A. and Tregub, A. (2023). Use of Social Media Platforms as a Key Element of Brand Marketing Strategies. Economic Affairs, 68(03): 1661-1669. DOI: 10.46852/0424-2513.3.2023.31.

82. Ponomarenko L., Bessarab A., Mykytiv H., Boiko L., Antonenko I. The

Role of Information Technologies in Developing Future Specialists' Communicative Competence. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences. 2023. VOL. 26. №1: (SPECIAL ISSUE). P. 92–106. DOI: <https://doi.org/10.5782/.kjhss.2023.92.106>.

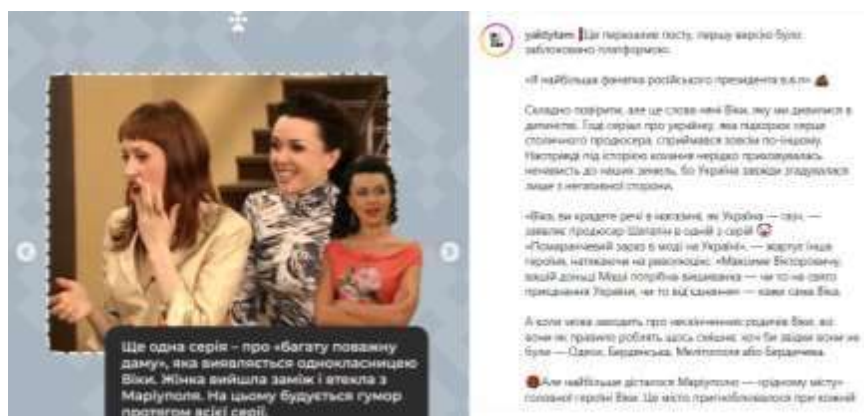
83. Porter Abbott H. The Cambridge Introduction to Narrative / Porter Abbot H. // Cambridge University Press, 2012 – 252 p.

84. Reich Robert. The Lost Art Of Democratic Narrative: Story Time. The Republic. 2005. 28 March. URL : [https://delong.typepad.com/egregious\\_moderation/2008/02/robert-reich-th.html](https://delong.typepad.com/egregious_moderation/2008/02/robert-reich-th.html) (дата звернення: 17 жовтня 2023 р.).

85. Routledge Encyclopedia of Narrative Theory/ Edited by David Herman, Manfred Jahn and MarieLaure Ryan // Routledge Taylor and Francis Group. London and New York, 2008. – 718

## ДОДАТОК А

Скріни посту-каруселі «Як няня Віка  
принижувала Маріуполь» Інстаграм сторінки  
мікромедія @Yaktytam





**уВітубат** Ця персоналія посту, першу версію було заблоковано платформою

«Я найбільше фаната російського президента в.п.т.»

Схоже пограти, але це слова неві Віка, яку ми देखимо в дитинстві. Тоді серія про українців, яка показує серія столичного продюсера, сприймає зовсім по-іншому. Настраив під сторону когось чергою припускаємо, невпевненість до наших земляк, бо Україна завжди згадується лише з негативної сторони.

«Віка, ви крадете речі в магазині, як Україна — так, — завжди продюсер Шталайн в одній з серій»

«Помаранчевий зеро в моді на Україні, — жартує інша героїня, намагаючись на розважити. «Максиме Вікторівичу, який донцид Маді потрібне відзначення — чи то не серія призначення України, чи то відзначення — каже сама Віка.

А коли мова заходить про неспівзвучення родичів Віки, всі вони не правдою роблять ахсь стільки, хоч би задумали не бути — Одеса, Бердянська, Миколаївська або Бердянська.

Але найбільше дістає Маріуполь — цинічний місто-голівка героїні Віка. Це місто пригноблювалося при комуні



**уВітубат** Ця персоналія посту, першу версію було заблоковано платформою

«Я найбільше фаната російського президента в.п.т.»

Схоже пограти, але це слова неві Віка, яку ми देखимо в дитинстві. Тоді серія про українців, яка показує серія столичного продюсера, сприймає зовсім по-іншому. Настраив під сторону когось чергою припускаємо, невпевненість до наших земляк, бо Україна завжди згадується лише з негативної сторони.

«Віка, ви крадете речі в магазині, як Україна — так, — завжди продюсер Шталайн в одній з серій»

«Помаранчевий зеро в моді на Україні, — жартує інша героїня, намагаючись на розважити. «Максиме Вікторівичу, який донцид Маді потрібне відзначення — чи то не серія призначення України, чи то відзначення — каже сама Віка.

А коли мова заходить про неспівзвучення родичів Віки, всі вони не правдою роблять ахсь стільки, хоч би задумали не бути — Одеса, Бердянська, Миколаївська або Бердянська.

Але найбільше дістає Маріуполь — цинічний місто-голівка героїні Віка. Це місто пригноблювалося при комуні



**уВітубат** Ця персоналія посту, першу версію було заблоковано платформою

«Я найбільше фаната російського президента в.п.т.»

Схоже пограти, але це слова неві Віка, яку ми देखимо в дитинстві. Тоді серія про українців, яка показує серія столичного продюсера, сприймає зовсім по-іншому. Настраив під сторону когось чергою припускаємо, невпевненість до наших земляк, бо Україна завжди згадується лише з негативної сторони.

«Віка, ви крадете речі в магазині, як Україна — так, — завжди продюсер Шталайн в одній з серій»

«Помаранчевий зеро в моді на Україні, — жартує інша героїня, намагаючись на розважити. «Максиме Вікторівичу, який донцид Маді потрібне відзначення — чи то не серія призначення України, чи то відзначення — каже сама Віка.

А коли мова заходить про неспівзвучення родичів Віки, всі вони не правдою роблять ахсь стільки, хоч би задумали не бути — Одеса, Бердянська, Миколаївська або Бердянська.

Але найбільше дістає Маріуполь — цинічний місто-голівка героїні Віка. Це місто пригноблювалося при комуні



**улюбтані** Це переважно пасти, ліризу жерси були заблюканою платформою.

«Й найбільша фаната російського прем'єрства в о т»

Складно повірити, але це слова неві Віва, яку ми знаємо в дитинстві. Тоді серце при українці, яка підсміє серце сповненого прадорога, сприймає зовсім по-нашому. Настрій (на кшталт) кожен миттєво привертає увагу до цього жовтя, бо Україна завжди згадується лише з негативної сторони.

«Віва, ви краще речі в наглядні, як Україна — так, —

завали прадорога Штатах в одній з серій.

«Політичний захід в моді на Україні, — жартує інше героїня, натхненна на реалізацію. «Максими Вісторончу, який довший Микола полюбив вичапати — це не те саме громадянин України, чи то відданістю — каже саме Віва.

А коли вона згадує про неспівнесеного сусіда Віва, від зовні не правдою робить адсь снідані, хоч би який його не були — Одеса, Бердичівка, Миколаївка або Бердичівка.

«Але найбільша відстань Маруполі — сільську місто» голланді героїні Віва. Це місто привернула при кожені

## ДОДАТОК Б

Скріни посту-каруселі «А що, Україна не крала газ?» Інстаграм сторінки мікромедіа @Yaktytam



Восени ми все ж наважилися випустити пост. Він розлетівся мережею – і за декілька годин на нас «напали» коментатори з ворожої країни. Ось лише декілька прикладів коментарів звідти.

Ваша країна\*\*\*\* К. Соціальна мережа - це платформа по українські, не не тільки поважає нас, а й самостійно претендує? Зажато до патента то, чого по суті неє. Я сам із Сербії.

2 vladimr...\_24\*\*\*\* Воми, ви не бачили прости полонитися, що це абсурд.

3 kashchik\*\* це кажу, за своєю зоручни глядите по слову врану! Це не знати, а мену прикріпити.

«Сусіди» відправляли скарги на наш пост, тому за декілька годин інстаграм його видалив.

Ми перезалили пост і думали, що інстаграм буде обмежувати його поширення. Але нам допомогли сотні людей, які залюбки ділилися нашим матеріалом. Пост поширили Софія Безверха, Тарас Білка, Віталій Гордієнко та ще багато лідерів думок і наших підписників. Ми вдячні всім за підтримку!

Після цього приєднались всеукраїнські медіа – 24 канал, УНІАН та інші. Наші відео полетіли у TikTok, де отримували додаткові поширення.

УНІАН 24 канал



Роднянський стверджує, що Віку вирішили зробити з Маріуполя, бо серіал знімали на дві країни. Ось що відповідає він на питання, чому б натомість не можна було зробити продюсера-киянина, а головну героїню-москвичку.



Це перекручування, адже у 2004 році більшість українських серіалів знімалося російською мовою. На жаль, це нікого не хвилювало. Та й російське «керівництво», наймовірніше, просто не дозволило б зробити «дурненьку» няньку родом з їхньої країни.



❖  
❖  
❖

Роднянський каже, що серіал адаптували з американського ситкому – мовляв, у них не було іншого виходу, ніж зробити головну героїню «недалекою».



Але в оригінальному американському серіалі ніхто не знущався з єврейського походження героїні. Щобільше, Френ Дрейшер сама мала єврейські корені й дуже шанобливо зіграла свою персонажку. В інтернеті навіть можна знайти статті на зразок «Найкращі єврейські серії ситкому».

❖  
❖  
❖

Ведуча питає, чи знав Роднянський про фразу «Віка, ви крадете речі, як Україна російський газ». Ось що він відповідає.



«Україна краде російський газ» – популярний російський пропагандистський шаблон. Нема жодних фактів (рішень суду, висновків незалежних експертів тощо), які підтверджують це. Про це багато говорили росіяни – але доказів не наводили.

**Декларація академічної доброчесності**  
**здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я Луценко Анна Вікторівна, студент(ка) 2 курсу, форми навчання заочна  
 факультету журналістики, спеціальність 061 журналістика,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему  
 «Інстаграм-проекти для популяризації української культури в умовах  
 російсько-української війни: нарративне регулювання» відповідає вимогам  
 академічної доброчесності та не містить порушень, щовизначені у ст. 42  
 Закону України «Про освіту», зі змістом  
 яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є  
 ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям  
 академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою  
 інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (студент) Луценко А.В.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ(науковий керівник) Ковпак В.А.