

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ СЕРІЇ ХУДОЖНЬО-ДОКУМЕНТАЛЬНИХ  
ПОДКАСТІВ ПРО ЗАБУТІ ІСТОРІЇ УСПІШНИХ ЖІНОК**

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Завідувач кафедри медіапродюсування та  
видавничої справи

\_\_\_\_\_

(підпис)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2026 р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.

Студентки групи ВСР6-1-22-4.0д денної  
форми навчання спеціальність: 061  
«Журналістика» освітня програма:  
061.00.03 «Видавнича справа та  
редагування» *Молодіє Софії Богданівни*

Науковий керівник: *Женченко Ігор  
Вікторович*

Старший викладач кафедри  
медіапродюсування та видавничої справи  
Факультету журналістики  
Київського столичного університету імені  
Бориса Грінченка

# ЗМІСТ

<b>Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ...</b>	<b>4</b>
Резюме проєкту.....	5
<b>Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ .....</b>	<b>6</b>
<b>ВСТУП .....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЯ ЗАЛУЧЕННЯ АВДИТОРІЇ МЕДІАПРОЄКТУ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Сегментація цільової аудиторії та канали комунікації.....	11
1.2. Портрет споживача (Persona).....	12
1.3. Аналіз конкурентів.....	12
1.4. Стейкхолдери медіапроєкту.....	15
<b>РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ПОДКАСТУ .....</b>	<b>16</b>
2.1. Концепція медіапроєкту та ринкові тренди.....	17
2.3. Візуальна стратегія проєкту .....	20
2.4. Еволюція та структурування візуальної сітки Instagram-блогу.....	23
2.4.1. Типографічна ієрархія та кросплатформова ідентифікація.....	23
2.4.2. Етапи візуальної трансформації SMM-контенту.....	24
2.4.3. Соціально-економічна ефективність та значущість медіапроєкту.....	25

<b>РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТА ДИСТРИБУЦІЯ</b>	
<b>МЕДІАПРОДУКТУ НА РИНКУ</b> .....	28
3.1. Маркетингова стратегія та комплекс промоційних заходів.....	29
3.2. Стратегія партнерств та крос-маркетинговий інструментарій.....	30
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	31
<b>ДОДАТКИ</b> .....	3

**ЧАСТИНА І. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА  
СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ**

## Резюме проєкту

URL: <https://youtu.be/LdYbYICDyUs?si=nfAjOKqNJpVuOUoP>

■ «Вільні бути сильними» — це серія художньо-документальних подкастів про забуті історії успішних. Назва поєднує в собі концепцію сили, внутрішньої свободи та інтелектуального виклику: право бути собою і торувати власний шлях, навіть якщо це суперечить тогочасним патріархальним чи імперським очікуванням.

## **Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ**

## ВСТУП

Метою створення медіапроєкту є актуалізація постаті Анастасії Грінченко в сучасному культурному просторі України за допомогою трисерійного наративного історично-достовірного (з коментарями експертів – істориків, психотерапевтів та гендерних дослідників) та елементами авторських художніх інтерпретувань через ігрові сценки акторів аудіоподкасту.

### Проєкт спрямований на:

- Редакторську ревіталізацію: виведення постаті А. Грінченко з-під «тіні» її батька Бориса Грінченка та представлення її як самостійної знакової постаті української історії.
- Просвітництво: популяризацію знань про український феміністичний та революційний рух початку ХХ століття серед молодіжної аудиторії.
- Інноваційність: апробацію методів художньої реконструкції та емоційного сторітелінгу в межах видавничої справи та медіапродюсування для створення конкурентоспроможного національного контенту.

Провідні цінності, що несе медіапроєкт: сміливість, гідність, пам'ять, свобода, натхнення. УТП базується на поверненні в публічний простір недосліджених імен із використанням маловідомих першоджерел [5, 14, 22] та синергії академічної документалістики, високоякісного саунд-дизайну [48, 58] і пром-інструментів блогу «Культурна Магелланка». Адаптацію філософії Agile до виробництва зафіксовано у формі моделі цінностей медіапродукту (Agile-маніфесту) (табл. 2.1).

**Таблиця 2.1 — модель цінностей розробки медіапродукту (Agile-маніфест)**

<b>Пріоритетні вектори розробки (Я ціную...)</b>	<b>Традиційні підходи (Понад...)</b>
Архівну глибину та емоційний зв'язок зі слухачем	Поверхневу комерційну подачу та суху хронологію
Гнучкість форматів подачі та саунд-дизайну	Жорсткі застарілі шаблони й радіостандарти
Спільну дію, інтерактив та колаборації з аудиторією	Ізольовану роботу над кабінетним контентом
Швидке тестування гіпотез через запуск MVP	Затяжне планування без практичної перевірки
Суб'єктність забутих українських діячок	Повторення та дублювання відомих біографій

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

1. **Провести комплексне передпроектне дослідження:** здійснити аналіз ринку, конкурентів та запитів ЦА (через Google-форми та аналітику блогу).
2. **Розробити стратегічну візію медіапроєкту:** сформувавши УТП, Agile-маніфест подкасту, SWOT-аналіз та обрати методологію управління (Scrum/Kanban).
3. **Здійснити науково-архівну роботу:** опрацювати джерела про героїнь та підготувати тези для науково-практичної конференції.
4. **Реалізувати етап препродакшену:** розробити сценарії серії подкастів, отримати погодження від керівництва «Радіо Культура» та сформувавши акторський склад (попередньо провівши внутрішній кастинг).

5. **Забезпечити повний виробничий цикл (продакшен):** провести серію інтерв'ю, записати нараторські та ігрові блоки на студійній базі АТ «НСТУ».
6. **Виконати постпродакшен та монтаж:** здійснити технічну обробку звуку, редагування «риби» епізодів та підготовку фінального аудіопродукту
7. **Впровадити маркетингову стратегію:** набрати «теплу» аудиторію через блог «Культурна Магелланка», створити систему бекстейджів та розробити план краудфандингу.
8. **Оприлюднити подкаст на платформах YouTube, Spotify, Anchor тощо (MVP медіапроект).**

**Методи дослідження:** аналіз та синтез (для опрацювання наукової літератури), історико-біографічний метод (при роботі з архівами), моделювання та проєктування (створення медіапродукту), опитування (маркетинговий аналіз аудиторії).

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у створенні готового до дистрибуції аудіосеріалу та розробці універсальної моделі просування нішевих історичних подкастів у сегменті *edutainment*.

**РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЯ  
ЗАЛУЧЕННЯ АВДИТОРІЇ МЕДІАПРОЄКТУ**

## 1.1. Сегментація цільової аудиторії та канали комунікації

З метою прогнозування реакції реципієнтів проведено сегментування цільової аудиторії (ЦА) за демографічними, географічними та психографічними критеріями [3]:

- **Вік та стать:** жінки 18–45 років (покоління Z та міленіали) — ядро споживання цифрового аудіоконтенту в Україні; проєкт відкритий і для чоловічої аудиторії.
- **Географія:** великі та середні міста України (Київ, Львів, Харків, Івано-Франківськ) та українська діаспора (Польща, Німеччина, Канада, США).
- **Освіта й культурний капітал:** студенти та випускники гуманітарних і технічних спеціальностей. За концепцією П. Бурдьє [22, с. 148-151], ЦА має високий рівень культурного капіталу, інвестує в самоосвіту й нішеві медіа та орієнтована на раціональне споживання із готовністю донатити.
- **Психологічні потреби та медіазвички:** запит на історичну самоідентифікацію через образи суб'єктних українських діячок, чутливість до гендерної проблематики, естетична вимогливість до саунд-дизайну та візуальної мови [3]. Пріоритетні платформи: Spotify, YouTube, Apple Podcasts, Telegram та Instagram (із високою готовністю до генерації UGC).

Для деталізації стратегії взаємодії на основі виокремлених характеристик було сформовано три профільні сегменти слухачів, систематизовані у комплексній моделі персонажів (див. Додаток А).

## 1.2. Портрет споживача (Persona)

Для деталізації ядра ЦА сформовано профіль персонажа Дарини (27 років, Київ, магістр соціології, комунікаційниця в ГО). Її психографічний профіль визначається орієнтацією на емоційну честність, запитом на неідеалізований історичний сторітелінг, активним споживанням нішевих аудіоплатформ (Spotify, YouTube, Apple Podcasts) та високою віральною активністю (шеринг через «Гендер в деталях», «The Ukrainians») (див. рис. 1.1).



**Рис. 1.1. Візуалізований профіль персонажа (Persona) Дарини**

## 1.3. Аналіз конкурентів

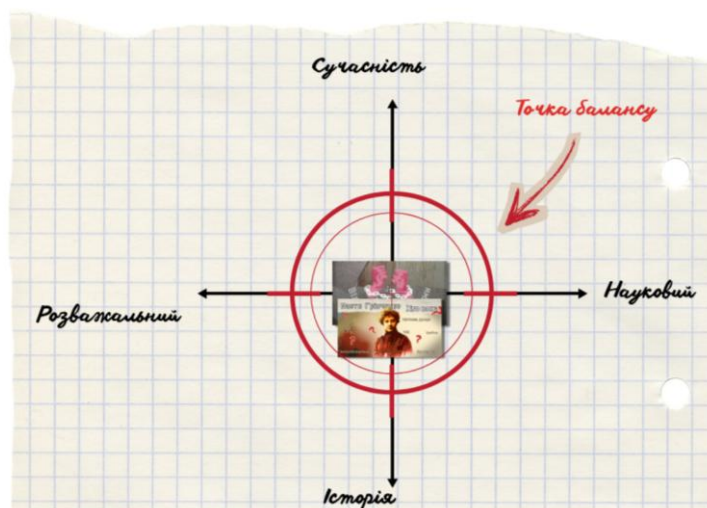
Для підтвердження концепції проведено онлайн-опитування потенційних реципієнтів ( $N=61$ ) [3]. Аналіз якого показав:

- **Досвід та формат:** 79,7% є активними споживачами аудіоконтенту; 62,5% вважають оптимальним хронометраж 15–30 хвилин. Домінантні платформи: YouTube (73,4%) та Spotify (56,3%).
- **Тематика:** зафіксовано запит на теми «Психологічна стійкість» (50%) та «Національно-культурна ідентичність» (40,6%), що обґрунтовує деконструкцію постаті А. Грінченко крізь призму її стійкості.

Instagram-блог «Культурна Магелланка» запущено 17.01.2026 р. Порівняння маркетингових стратегій показало, що органічна SMM-стратегія демонструє нижчу первинну конверсію через алгоритми платформи, тоді як метод директ-маркетингу (персоналізована комунікація у період 05.04.2026–11.04.2026) забезпечив збір 50,8% анкет від вибірки.

Дослідження ринку дозволило виокремити прямих (історичні біографічні подкасти) та непрямих (соціально-гендерні проєкти) конкурентів (див. Додаток В).

Унікальна ніша проєкту «Вільні бути сильними» базується на трьох принципах: ревіталізація недосліджених постатей (відновлення імен з «архівного забуття»), імерсивний сторітелінг (фокус на внутрішньому виборі героїні) та терапевтичний Tone of Voice (історичний досвід як точка опори). Ринкове позиціонування на перетині осей «глибина змісту — доступність» та «історичний контекст — сучасність» зафіксовано на карті сприйняття (див. рис. 1.2).



**Рис. 1.2. Карта сприйняття конкурентного середовища та позиціонування проєкту**

Стратегічні перспективи та ризики систематизовано за допомогою SWOT-аналізу:

- **Сильні сторони (Strengths):** ексклюзивна архівна база (ЦДАВО, НБУВ); деколонізаційна цінність; лояльне ядро аудиторії (+44,4% приросту); впровадження стандартів звукозапису Суспільного мовлення [21].

- **Слабкі сторони (Weaknesses):** обмежений бюджет просування; моно-виробництво (одноосібне виконання всіх етапів); відсутність сформованого особистого бренду.
- **Можливості (Opportunities):** тренд на споживання україномовного історичного контенту; партнерство з Музеєм видатних діячів української культури; інтеграція в освітні програми ЗВО.
- **Загрози (Threats):** насиченість ринку розважальним контентом; алгоритмічна фільтрація некомерційних сторінок; інфраструктурні ризики (дефіцит електроенергії).

**Сформульовано такі ключові конкурентні переваги циклу «Настя Грінченко. Хто вона? Татова доця, міська інтелігентка чи ідейна бунтарка?»:**

1. *Наукова достовірність:* деконструкція стереотипу сприйняття Анастасії лише як «доньки видатного батька» та її ревіталізація як самостійної перекладачки й політичної діячки на основі архівного епістолярію [6, с. 1-196].
2. *Інструменти інтимного сторітелінгу:* глибоке емоційне занурення слухача через розкриття внутрішніх криз та досвіду ув'язнення героїні.
3. *Конвергентність:* синергія наукової достовірності та сучасних стандартів медіаспоживання (кліповий монтаж для Reels, авторський саунд-дизайн, ліцензійні інтершуми) [15], [19].
4. *Соціокультурна інтервенція:* функціонування подкасту як інструменту відновлення історичної пам'яті відповідно до вимог Закону України «Про медіа» [12, № 41-44. Ст. 110].

## 1.4. Стейкхолдери медіапроєкту

Цільові групи взаємодії (*стейкхолдери*) проєкту виокремлено за напрямками:

- **Музейні інституції:** Музей видатних діячів української культури, Музей Бориса Грінченка, Національний музей літератури України, ЦДАМЛМ України (джерела архівних матеріалів).
- **Експертна спільнота:** біографи родини Грінченків (Н. Клименко, І. Стамбол), фахівці Інституту літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України, аналітики проєкту «Локальна історія».
- **Просвітницькі та правозахисні організації:** ГО «Гендер в деталях», ГО «Дівчата», ГО «Бути», видавництво *Creative Women Publishing* (партнери з дистрибуції цінностей жіночої суб'єктності).
- **Академічне середовище:** КУ імені Бориса Грінченка, НаУКМА, освітні платформи *Prometheus* та *EdEra* (інтеграція контенту в навчальний процес).
- **Медіапартнери:** «Радіо Культура», «Суспільне Культура», LB.ua, «Читомо», *The Village Україна*.
- **Донори:** Український культурний фонд (УКФ), Український інститут книги, Міжнародний фонд «Відродження», *Heinrich Böll Stiftung Ukraine*.

## **Розділ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ПОДКАСТУ**

## 2.1. Концепція медіапроєкту та ринкові тренди

Медіапроєкт «Вільні бути сильними» (на прикладі трисерійного аудіосеріалу «Настя Грінченко. Хто вона? Татова доця, міська інтелігентка чи ідейна бунтарка?») спрямований на ревіталізацію пам'яті про видатних українських жінок.

Проєкт інтегрується в медіатренд дослідницьких аудіоформатів (на кшталт подкасту «Unzip» [13]). Його міждисциплінарна унікальність полягає у вертикальній інтеграції: синтез галузей (історія, соціологія, психотерапія), екстраполяція біографічного наративу початку ХХ ст. у прикладну модель самопомоги для сучасних українок та масштабування мікроісторії крізь призму глобальних процесів деколонізації. Структурно аудіосеріал відображає три етапи еволюції героїні: дитинство й виховання (Епізод 1. «Та, що гралась літерами»), професійне та феміністичне становлення (Епізод 2. «Студентка й феміністка»), політична боротьба (Епізод 3. «Бунтарка до останнього подиху»).

Формат 30-хвилинних епізодів (*audio long-read*) поєднує три лінії: наративну (авторський текст), документальну (архівні листи) та експертну (коментарі істориків). Тематика відповідає місії Університету та Цілям сталого розвитку ООН №4 (Якість освіти) й №5 (Гендерна рівність) [2, 16].

Новизна проєкту визначається тематичною ексклюзивністю постаті Анастасії Грінченко та структурно-редакторською складністю трансформації епістолярної спадщини ЦДАВО та НБУВ [6, с. 1-196] у динамічний аудіоскрипт із сучасним саунд-дизайном. Сфери впровадження: цифрові аудіоплатформи (Spotify, Apple Podcasts, YouTube), Музей Бориса Грінченка та дидактичні матеріали для ЗВО.

## 2.2. Технологія виробничого циклу

Для виробництва медіапродукту обрано методологію **Kanban** (через інструмент Trello), що забезпечує гнучкість управління процесами однією авторкою.

Редакційно-видавнича підготовка сценарію охоплювала чотири послідовні технологічні етапи:

1. *Редакторська підготовка (pre-production)*: текстове транскрибування експертних інтерв'ю (див. Додаток Е), адаптація архівних першоджерел під аудіоформат та створення робочого виконавчого скрипту з емоційними помітками.
2. *Студійний запис (production)*: запис нараторського тексту автора (з дотриманням технічних вимог щодо відсутності реверберації та налаштування частотного балансу мікрофона) і фіксація акторських читок епістолярію. На цьому етапі мені довелося придбати мікрофон-петличку для здійснення дописок в домашніх умовах, адже не весь нараторський текст вдалося записати студійно на професійному обладнанні.
3. *Звуковий монтаж та дизайн (post-production)*: багатоканальне зведення (*mixing*) голосових треків, фонових атмосфер та музичних ліній; технічна обробка звуку (компресія, еквалізація, шумозаглушення); застосування імерсивних звукових спецефектів (просторова реверберація) в професійних монтажних програмах Audacity, Adobe Podcast та Adobe Premiere Pro.
4. *Фіналізація (мастеринг)*: нормування інтегральної гучності за міжнародними стандартами цифрових аудіоплатформ (у межах від -14 до

-16 LUFs), експорт мастер-файлів у формати MP3/WAV та верифікація метаданих (ID3-теги, інтеграція обкладинки).

Для забезпечення історичної достовірності подкасту проведено комплексну аналітичну роботу над десятирічним дослідженням десятків першоджерел життєвого шляху Анастасії Грінченко кандидаткою історичних наук Нінель Клименко. Його результатом стала монографія «Мені хочеться зробити з себе корисну в житті людину...», надрукована 2024 року в друкарні Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Окрім цього, мною було проведено цикл інтерв'ю з чотирма експертами: Нінель Клименко; Ігорем Стамболом — істориком, письменником, дослідником біографій та автором художнього видання «Під прицілом чорної сотні. Замах на Бориса Грінченка; Дар'єю Шапошник-Домінською — кризовою та клінічною психологинею, кандидаткою психологічних наук, супервізоркою, провідною психотерапевткою київського центру психотерапії, психосоматики та психоделічної медицини ЕКСПО та гендерною дослідницею; Крістіною Бут — журналісткою, правозахисницею, головою Правління громадської організації «Бути», що надає супровід жінкам із досвідом проживання втрати та горювання.

Виробничий та дистрибуційний цикли повністю регламентувалися нормами Законів України «Про авторське право і суміжні права» [10] та «Про медіа» [12]. Юридичне очищення прав реалізовано через право на некомерційне цитування фонотеки Українського Радіо [15] відповідно до ст. 22 Закону № 2811-IX [10], перехід творчої спадщини родини Грінченків у статус суспільного надбання (*public domain*) за терміном давності (ст. 31 Закону [10]), а також використання вільних ліцензій Creative Commons (CC BY / CC BY-NC) для саунд-дизайну. Контент відповідає ст. 36 Закону «Про медіа» щодо недопущення дискримінації [12]. Майнові та немайнові права на фірмовий стиль (логотип, обкладинки, банери) належать автору роботи за фактом

створення (ст. 6, 11 Закону [10]); для захисту від копіювання в мережі у візуальний контент інтегровано елементи айдентики та цифрові водяні знаки.

### 2.3. Візуальна стратегія проєкту

Візуальна стратегія проєкту базується на кросплатформовій взаємодії Instagram-блогу «Культурна Магелланка» та YouTube-версії аудіосеріалу. Логотип «Культурна Магелланка» розроблений у формі емблеми-медальйона, яка візуалізує концепт «інтелектуального мандрівництва» (див. рис. 2.1). Його центральним образом є колоризований вінтажний портрет молодої українки початку ХХ століття, який трансліує ідею жіночої суб'єктності.



Рис.2.3.1

2. YouTube-айдентика (Банер проєкту): композиційно об'єднує ключові сенси проєкту (див. рис. 2.10).



Рис. 2.3.2

- *Фонове рішення:* пастельно-бежевий колаж із автентичних рукописних листів, газетних викадрок та архівних документів, що верифікує наукову точність подкасту.

- *Центральна метафора:* графічний жест сили й опору — два підняті та стиснуті кулаки пастельно-рожевого кольору (символіка інтелектуального фемінізму), які розривають кайдани, що позначає звільнення від патріархального й колоніального гніту.
- *Шрифтове оформлення:* акцидентний білий гротеск (*Amato Font*) з контрастним аутлайном для збереження читабельності на деталізованому тлі.

### 1. Обкладинка аудіосеріалу та серійна ідентифікація:

*Загальна обкладинка:* виконана в техніці цифрового колажу й поп-арту (див. рис. 2.11). Автентичне фото А. Грінченко реставровано та кольоризовано за допомогою неймереж із подальшою акварельною стилізацією в Adobe Photoshop. Червоні знаки питання виступають візуальним тригером, що залучає слухача до дослідження.



Рис. 2.3.3

*Обкладинки епізодів (на прикладі 1 серії «Та, що гралась літерами»):* побудовані за принципом цифрової діорами (див. рис. 2.9.4, 2.9.5). Колірно виділена постать маленької Насті розміщена на монохромному фоні (сепія) батьківської хати Грінченків. Тематична атрибутика (кубики з літерами,

іграшки в етностилі, архівні аркуші) розкриває зміст серії. Серійна ідентифікація забезпечується незмінністю композиційного шаблону зі зміною лише цифрового індексу частини епізоду.



Рис. 2.3.4



Рис. 2.3.5

## 2.4. Еволюція та структурування візуальної сітки Instagram-блогу

Трансформація візуального стилю профілю «Культурна Магелланка» відбувалася поетапно з метою адаптації архівного контенту під запити молодіжної аудиторії:

- **Навігаційна логіка (Highlights):** розроблено уніфіковану систему обкладинок актуальних сторіз із використанням мінімалістичної лінійної графіки для чіткого структурування рубрик (*«Вільні бути сильними», «Бекстейджі», «Експедиція в притомність»*).
- **Композиційний ритм сітки:** для уникнення монотонності «музейного архіву» впроваджено регулярне чергування трьох типів візуальних об'єктів у шаховому або лінійному порядку: *архівне фото або діорама → яскрава графічна плашка з цитатою (у фірмових синьо-червоних кольорах) → персональний контент автора (селфі, бекстейдж з виробництва)*.
- **Конвергентний дизайн:** накладання сучасних шрифтових пар поверх текстурованих історичних документів візуалізує концепт «діалогу епох» і підвищує залученість користувачів.

### 2.4.1. Типографічна ієрархія та кросплатформова ідентифікація

Уніфікація шрифтових рішень у Reels, Instagram-дописах та YouTube-прев'ю забезпечує цілісність медіабренду як єдиної екосистеми:

1. **Функціональна семіотика:** Використання білого кегля із контрастною чорною підкладкою у відеоформатах (Reels) мінімізує візуальний шум мінливого тла та оптимізує читабельність тексту. Графічна манера плакатного типу початку ХХ ст. відсилає до революційного контексту діяльності А. Грінченко (друк прокламацій).

2. **Користувацький досвід (UX):** Ідентичні шрифтові пари та графічні маркери на різних майданчиках активують тригер розпізнавання патернів медіабренду, що спрощує трансмедійний перехід користувача з Instagram на YouTube та підвищує лояльність аудиторії.

### 3. Рівні типографічної ієрархії:

- *Домінантний рівень (заголовок):* великий акцидентний шрифт із вираженим контуром (напр., «ХТО ВОНА?») фіксує увагу на проблематиці.
- *Субдомінантний рівень (деталізація):* зменшений кегль без графічних ефектів слугує для передачі службових даних (напр., «1 серія»), запобігаючи когнітивному перевантаженню реципієнта в умовах економіки уваги (приклади фінального візуального оформлення та етапів трансформації профілю наведено у зведеному графічному блоці в Додатку І).

#### 2.4.2. Етапи візуальної трансформації SMM-контенту

Еволюція візуального стилю Instagram-блогу «Культурна Магелланка» відбувалася у три етапи:

1. **Етап формування метафори (ранній період):** візуальна стратегія базувалася на концепті «географічного відкриття». Використовувалися текстуровані фони (архівні карти, морська атрибутика), пастельно-крафтова палітра (бежеві та коричневі відтінки) та декоративна типографіка.
2. **Поява дослідницької суб'єктності (середній період):** мінімізовано декоративні елементи, впроваджено персональний контент автора та зображення фізичних джерел. Колірну гаму доповнено синім та золотим

кольорами логотипа; збільшено обсяг вільного простору (*white space*). Фокус зміщено на конкретні артефакти й монографічні дослідження [33].

- 3. Мультимедійна деконструкція (фінальний період):** етап супроводження подкасту «Вільні бути сильними». Стилiстику змінено на колажну (поєднання архiвних фото з графiчними символами: кубиками, розірваними ланцюгами). Впроваджено контрастну палітру (червоний, білий) та плакатну типографіку з підкладками у Reels і YouTube-прев'ю для підвищення динаміки сприйняття.

### **2.4.3. Соціально-економічна ефективність та значущість медіапроєкту**

Соціальный ефект проєкту «Вільні бути сильними» полягає у ревіталізації пам'яті про Анастасію Грінченко як рольову модель для суспільства. Практична реалізація ілюструє концепцію «Потрійної спіралі» (університет — громада — креативні індустрії) [№ 1, с. 14-19] та відповідає ст. 40 Закону України «Про вищу освіту» щодо інтеграції навчання з практикою [40].

Економічну доцільність обґрунтовано вибором низькобюджетного, але висококонверсійного формату подкастингу із залученням методологічного досвіду студії «The Ukrainians Audio» [54]. Створення аналогічного трисерійного документального подкасту із залученням професійних акторів та складним саунд-дизайном на комерційному ринку (за розцінками Суспільного мовлення або УКФ) становить від 120 000 до 250 000 грн (табл. 2.2). Прямі фінансові витрати автора зведено до нуля завдяки мультифункціональності (одноосібне виконання всіх етапів від архівного дослідження до мастерингу й SMM) та використанню соціального капіталу (залучення експертів на некомерційній партнерській основі).

**Таблиця 2.4.3.1 — орієнтовна ринкова вартість виробництва подкасту**

<b>Етап виробництва</b>	<b>Складові витрат</b>	<b>Вартість (грн)</b>
<b>1. Допродакшн</b>	Архівні дослідження, сценарна розробка, фактчекінг, консультації	35 000 – 53 000
<b>2. Продакшн</b>	Оренда студії, гонорари акторів озвучування, робота звукорежисера	50 000 – 80 000
<b>3. Постпродакшн</b>	Монтаж, багатоканальне зведення (mixing), саунд-дизайн, мастеринг	40 000 – 60 000
<b>4. Просування</b>	SMM-стратегія, кросплатформове візуальне оформлення, таргетинг	20 000 – 35 000
<b>ЗАГАЛОМ</b>		<b>145 000 – 228 000</b>

Соціальна цінність кваліфікаційного медіапродукту диференційована за такими векторами:

- *Ревіталізація жіночої історичної пам'яті*: подолання «антропологічної порожнечі» в медіапросторі; презентація А. Грінченко як самостійної історичної суб'єкти, політикинї й перекладачки [13, 32, 45] в межах сучасного гендерного дискурсу [2, 3].
- *Деконструкція імперських та радянських міфів*: спростування стереотипу про аполітичність українського жіноцтва межі ХІХ–ХХ ст. через висвітлення їхньої діяльності в лавах РУП та УСДРП [6, 45]. Документи з Лук'янівської в'язниці підтверджують тяглість українського дисидентського спротиву [43, 49, 50].
- *Формування нових рольових моделей та медіатизація знання*: популяризація образу інтелектуальної жінки, що відображає тенденції родинного виховання інтелігенції [37]. Трансформація складних архівних

даних у доступний мультимедійний формат (подкаст, Reels) відповідає засадам деколонізації медіапростору згідно із Законом України «Про медіа» [41] та трендам конвергентної журналістики [1, 42, 54].

- *Консолідація спільноти й культурна дипломатія*: створення навколо «Культурної Магелланки» інтелектуального ядра користувачів на основі аналізу преференцій ЦА [9] за моделлю соціально-відповідального навчання (*service-learning* [57]). Акцентування на соборності українського культурного простору через діяльність родини Грінченків у різних регіонах (Луганщина, Львівщина, Київщина) спростовує міфи про історико-культурний розкол.

**РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА  
ПРОСУВАННЯ МЕДІАПРОДУКТУ**

### 3.1. Маркетингова стратегія та комплекс промоційних заходів

За звітний тиждень попередньо проведеного онлайн-опитування було зафіксовано такі КРІ: чистий приріст аудиторії блогу на 44,4% (з 63 до 91 підписника); кумулятивне охоплення віральних Reels перевищило 600+ унікальних користувачів (ролики досягли 336 та 343 відтворень); середній Engagement Rate становив 20–30 вподобань та 5–8 збережень на публікацію. Повні метрики та графіки зафіксовані у додатках (див. Додаток Г).

Стратегія просування медіапроєкту «Вільні бути сильними» базується на моделі соціального партнерства (ЦСР № 17 [53]) між автором та університетом Бориса Грінченка [4]. Позиціонування ЗВО як офіційного партнера на YouTube та Spotify легітимізує подкаст як науково верифікований продукт. Програма виведення проєкту на ринок і формування аудиторії поєднує офлайн- та цифрові інструменти:

1. *Launch Event*: офіційне представлення медіапроєкту в освітньому просторі ЗВО.
2. *Допрем'єрний показ*: закрита презентація пілоту для експертів («Радіо Культура», ГО «Бути», «ЮрФем») задля залучення амбасадорів.
3. *Студентський воркшоп*: відкритий діалог із молоддю для формування емоційного зв'язку.
4. *Аудіоквіз «Вгадай героя»*: гейміфікація через Kahoot! та плакати з QR-кодами на 5–10 секундні аудіофрагменти у локаціях ЗВО. Віральність забезпечується шерингом результатів в Instagram-stories. Показники КРІ: кількість переходів за QR, завершені сесії Kahoot! та глибина дослуховування на Spotify/YouTube.

5. *Онлайн-презентація та стріми*: цикл ефірів про бекстейдж (*behind the scenes*) та Q&A-сесії для регіонів.
6. *Паблік-ток «Жива розмова»*: дискусія з істориками та психологами про деконструкцію колоніальних міфів.
7. *Створення брендovanого мерчу* (Додаток Є).

### **3.2. Стратегія партнерств та крос-маркетинговий інструментарій**

Для забезпечення стабільності та збільшення охоплень сформовано багаторівневу систему колаборацій, структуровану у зведених таблицях (див. Додаток П).

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. 10 найкращих подкастів року: підсумки 2024. *Vogue Ukraine*. 2024. URL: <https://vogue.ua/article/lifestyle/pidsumki-2024-10-naykrashchih-podkastiv-roku-57653.html> (дата звернення: 12.05.2026).
2. Візія, місія та цінності // Київський столичний університет імені Бориса Грінченка : [офіц. сайт]. URL: <https://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/viziia-misiia-i-tsinnosti.html> (дата звернення: 12.05.2026).
3. Дослідження ринку та цільової аудиторії подкасту : Google-форма авторського анкетування. URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfR0As2j9X7g1rd-75ZipuCgay5RNHcxdukjmiUMnueRQiFnQ/viewform> (дата звернення: 12.05.2026).
4. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 26 с.
5. Етцковіц Г. Потрійна спіраль. Університети – підприємства – держава. Інновації в дії / пер. з англ. за ред. Т. Оболенської. Київ : Твій формат, 2017. 244 с.
6. Клименко Н. «Мені хочеться зробити з себе корисну в житті людину...» : монографія. Київ : КУБГ, 2024. 182 с.
7. Критичні дні : [подкаст] // Радіо НВ. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/344-krytychni-dni.html> (дата звернення: 12.05.2026).
8. Оголошені переможці премії «Слушно 2025»: найкращі українські подкасти року // *MEGOGO Blog*. 2025. URL: [https://megogo.net/ua/audio\\_app](https://megogo.net/ua/audio_app) (дата звернення: 12.05.2026).

9. Подкасти Суспільного перемогли у трьох номінаціях на премії «Слушно». *Суспільне Культура*. 2025. URL: <https://suspilne.media/culture/> (дата звернення: 12.05.2026).
10. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. *Голос України*. 2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20> (дата звернення: 12.05.2026).
11. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. *Відомості Верховної Ради України*. 2014. № 37-38. Ст. 2004.
12. Про медіа : Закон України від 29.12.2022 № 2849-IX. *Відомості Верховної Ради України*. 2023. № 41-44. Ст. 110. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 12.05.2026).
13. Премія для подкастерів «Слушно-2025» оголосила переможців. *Читомо*. 2025. URL: <https://chytomo.com/premiia-dlia-podkasteriv-slushno-2025-oholosyla-peremozhtsiv/> (дата звернення: 12.05.2026).
14. FemFiction // YouTube : [відеохостинг]. URL: <https://www.youtube.com/@femfictionua> (дата звернення: 12.05.2026).
15. Фонотека Українського Радіо : архівні аудіозаписи та радіоп'єси // АТ «НСТУ». Репозитарій звукозаписів.
16. Цілі сталого розвитку та дорожня карта // Київський столичний університет імені Бориса Грінченка : [офіц. сайт]. URL: <https://kubg.edu.ua/resursi/tsili-staloho-rozvytku.html> (дата звернення: 12.05.2026).
17. Як The Ukrainians Audio створює подкасти : досвід та технології виробництва. *MediaMaker*. 2024. URL: <https://mediamaker.me/yak-the-ukrainians-audio-stvoryuye-podkasty-7885/> (дата звернення: 12.05.2026).

18. Jacoby B. Service-Learning Essentials: Questions, Answers, and Lessons Learned. San Francisco : Jossey-Bass, 2014. 256 p.
19. Pixabay Sound Effects : [міжнародна ліцензійна база звукових ефектів та інтершумів]. URL: <https://pixabay.com/sound-effects/> (дата звернення: 12.05.2026).
20. Women Only Podcast // YouTube : [відеохостинг]. URL: <https://www.youtube.com/@womenonlypodcast> (дата звернення: 12.05.2026).
21. Стандарти інформаційного мовлення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України». *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення : офіційний вебпортал*. URL: [https://corp.suspilne.media/media/documents/zagalni-dokumenti/redaktsiina-rada/Redaktsiynyy\\_statut\\_NSTU\\_nova\\_redaktsiya\\_28\\_03\\_2024.pdf](https://corp.suspilne.media/media/documents/zagalni-dokumenti/redaktsiina-rada/Redaktsiynyy_statut_NSTU_nova_redaktsiya_28_03_2024.pdf) с. 1-30 (дата звернення: 25.05.2026).
22. [Сітайло К.](#) Соціологічна концепція Бурдьє як методологічна основа вивчення освіти / К. Сітайло. *Наука. Освіта. Молодь*. 2022. № 15(2). С. 148-151. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ScEdY\\_2022\\_15%282%29\\_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ScEdY_2022_15%282%29_53)

## **ДОДАТКИ**

**Таблиця 1.1.1 — комплексна модель сегментації цільової аудиторії та профілів персонажів (Personas)**

<b>Критерії порівняння</b>	<b>Сегмент 1: Студентство гуманітарних факультетів</b>	<b>Сегмент 2: Креативні професіонали</b>	<b>Сегмент 3: Правозахисники, активісти та члени ГО</b>
<b>Демографія та вік</b>	Молодь віком 18–25 років.	Фахівці віком 25–35 років.	Професійна спільнота віком 30+ років.
<b>Ключові інтереси</b>	Феміністська теорія, гендерна рівність, пошук ідентичності через історію повсякденності.	Культурний менеджмент, візуальна естетика, жіноче лідерство, деколонізація мистецтва.	Адвокація, захист прав жінок, історична справедливість, протидія імперським міфам.
<b>Характер медіаспоживання</b>	«Заборона», «Громадське», «The Ukrainians».	«Vogue UA», «Platfor.ma», «Wonderzine».	Центр прав людини «ZMINA», «Гендер в деталях», ресурси Українського Жіночого Фонду.
<b>Пріоритетні соцмережі та формати</b>	Instagram, TikTok; короткі динамічні відео, інтерактивні опитування,	Instagram, Facebook; інтелектуальні лонгріди, складні колажі,	Facebook, тематичні месенджер-спільноти; аналітичні інтерв'ю, експертні коментарі, спільні

	візуальні меми.	дизайнерські серії публікацій.	соціальні акції.
<b>Профіль персонажа (Persona)</b>	Марта / Олексій, 21 рік, студент(ка) соціології або журналістики.	Дарина / Микита, 30 років, графічний дизайнер / фахівець із комунікацій у креативних індустріях.	Христина / Андрій, 28 років, координатор(ка) гендерних та освітніх проєктів у третьому секторі.
<b>Мотивація та бар'єри слухача</b>	Шукає живі історичні приклади жіночої суб'єктності, яких бракує в підручниках. Бар'єр: академічна сухість.	Шукає інтелектуальне натхнення, нові культурні сенси та якісний саунд-дизайн. Бар'єр: аматорський звук.	Використовує подкаст як легітимний інструмент для просвітництва, адвокації та генерації UGC разом із ГО «Бути». Бар'єр: брак текстових транскриптів.
<b>Тон комунікації (Tone of Voice)</b>	Youth-friendly, емоційно відкритий, візуально насичений.	Естетично вивірений, концептуальний, глибокий.	Аргументований, експертний, базований на джерелах.

Таблиця 1.3 — зведена карта подорожі споживача (Customer Journey Map)

Етап подорожі	Дії користувача та канали (Сегмент: Студентство)	Дії користувача та канали (Сегмент: ГО / Активісти)	Бар'єри та проблеми	Ідеї для взаємодії (Можливості)
1. Усвідомлення	Фіксація промо у чатах ЗВО, Reels проєкту «Смішно не буде».	Пошук анонсів на «Радіо Промінь» / «Радіо Культура».	Сприйняття промо як аматорського чи занадто сухого.	Динамічні Reels/Stories «цікавий факт»; преміальна графіка.
2. Зацікавлення	Перехід в Instagram, прослуховування тизера.	Аналіз опису на Spotify / Apple Podcasts.	Надмірна академічність, сумніви щодо якості звуку.	Емоційний трейлер (30–60 сек); фокус на архівних джерелах.
3. Взаємодія	Повне прослуховування першого епізоду.	Аналіз контексту, зіставлення із викликами сьогодення.	Монотонна подача, брак емоційного резонансу.	Авторський сторітелінг; наголос на суб'єктності героїні.
4. Лояльність	Оформлення підписки, збереження до	Публікація аналітичного коментаря у	Брак регулярних анонсів та	Telegram-чат для обговорень;

	плейлиста.	Facebook.	експертних дискусій.	онлайн-панелі у Facebook.
5. Адвокація	Рекомендація друзям, поширення персональних Stories.	Інтеграція подкасту в власні освітні проекти (LinkedIn).	Брак шаблонів для шерингу; відсутність B2B- пропозицій.	Брендовані стікери; формування професійного медіакіту.

Таблиця 1.3 — компаративний аналіз основних конкурентів медіапроєкту

Назва медіапроєкту	Специфіка та тематичний фокус	Маркетингові переваги	Обмеження продукту
«ФемФікшн» (М. Жиліна) [47]	Наративний подкаст про недооцінених українських діячок.	Потужна дистрибуція (NV); анімовані портрети на YouTube.	Шаблонність анімації; слабка адаптація під Gen Z (немає Reels).
«Критичні дні» (Я. Алхутова) [34]	Наративно-інтерв'юерський проєкт про досвід жінок під час війни.	Висока актуальність; трансляція відеоверсій на MEGOGO.	Повна відсутність історико-культурної та архівної складових.
«Тільки для жінок» [59]	Відеоподкаст (формат chit-chat) про побутові та кар'єрні питання.	Надвисокі показники охоплення за рахунок TikTok.	Низька змістовна глибина; ігнорування деколонізаційного контексту.

## Діаграми та скріншоти з опитування цільової аудиторії

Ваше місце проживання (Місто/село, область):

66 відповідей

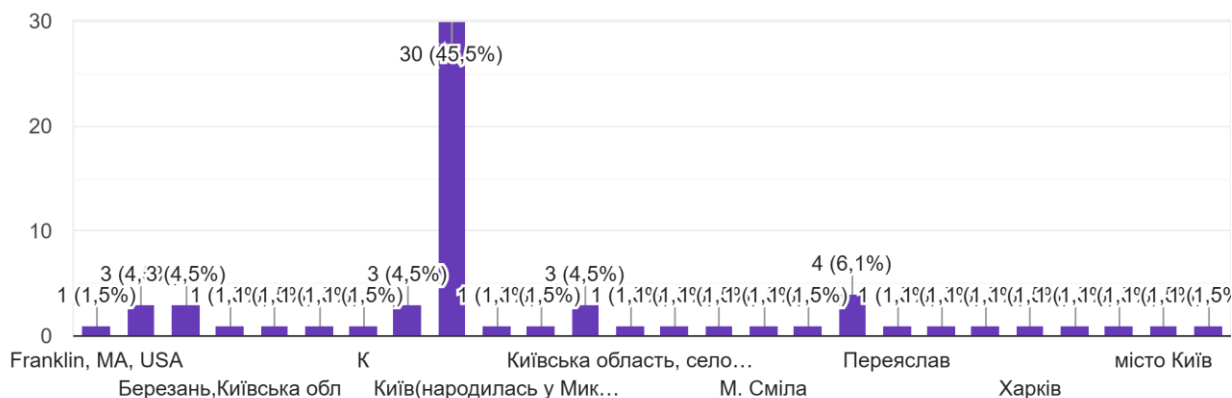


Рис. 1.1

До якої сфери Ви належите?

66 відповідей

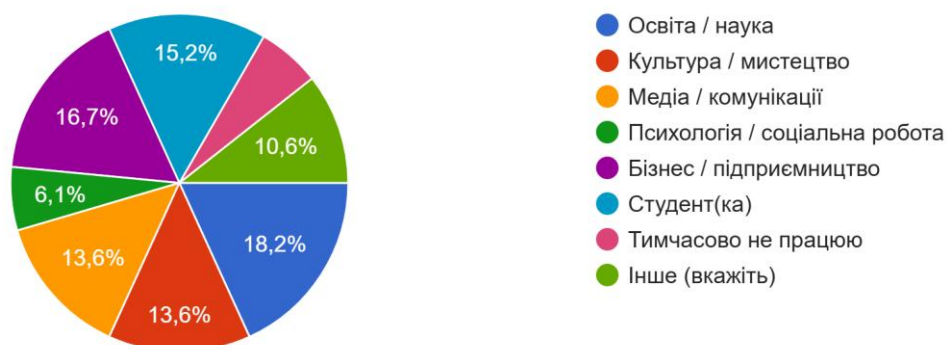


Рис. 1.2

### Які теми подкастів Вам найбільше цікаві?

66 відповідей

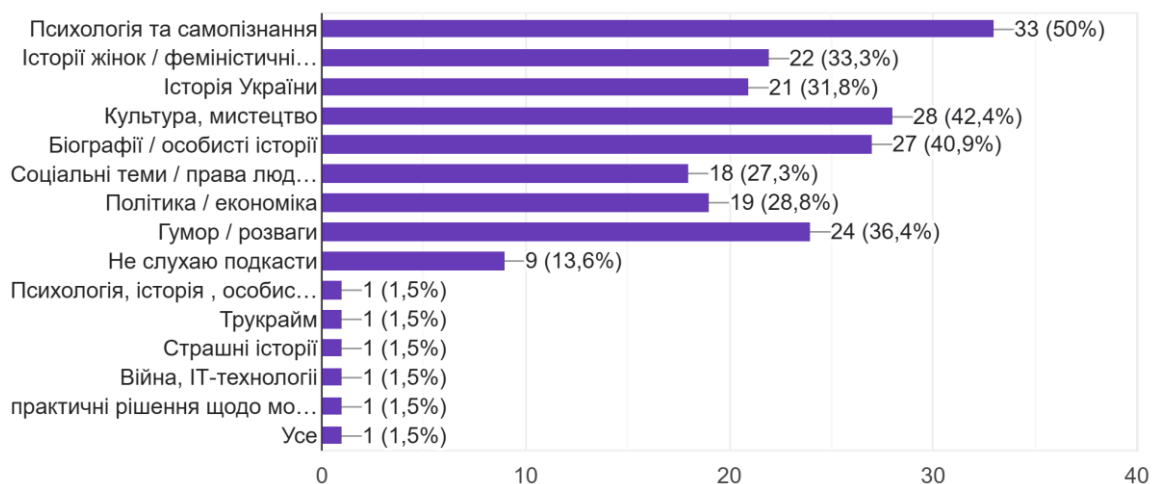


Рис.1.3

### Які платформи Ви використовуєте для прослуховування подкастів?

66 відповідей

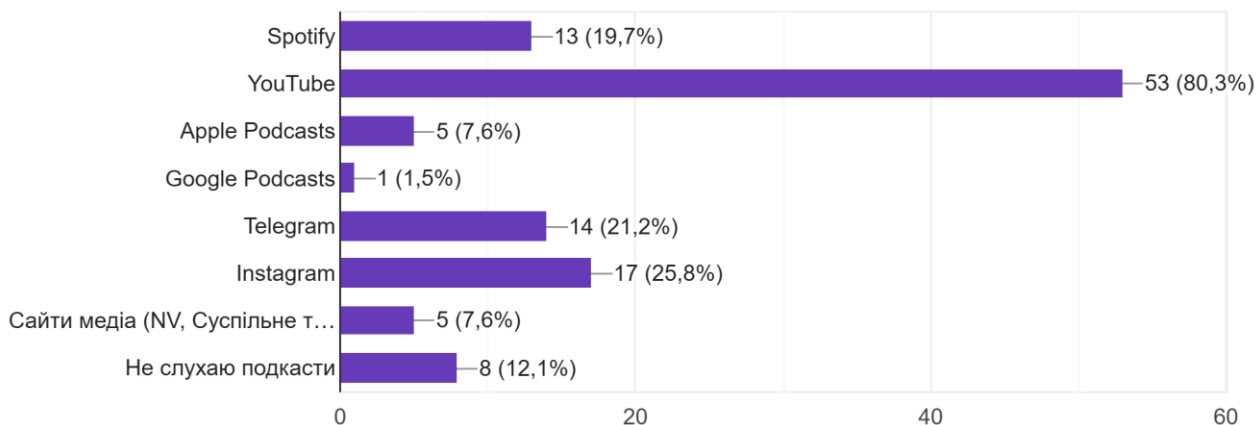


Рис.1.4

Наскільки Вам цікаві історії жінок, які пройшли через складні життєві обставини?

66 відповідей

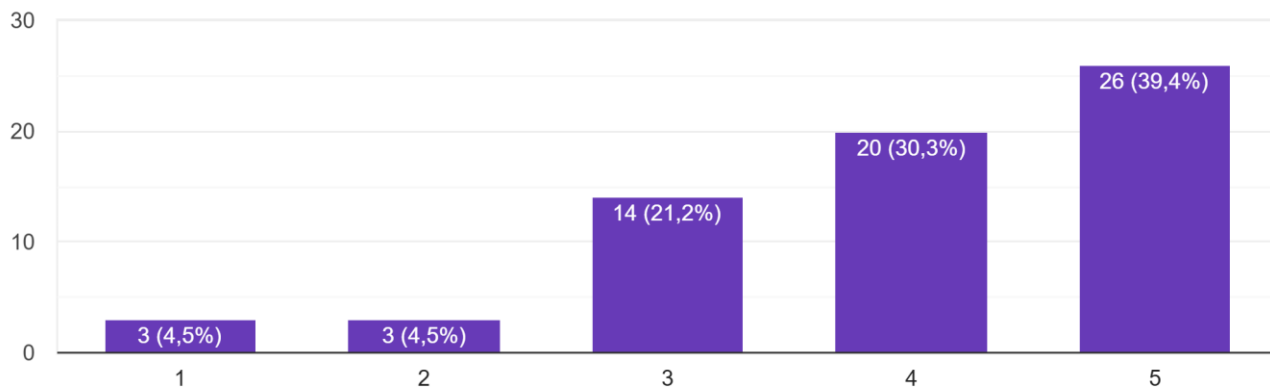


Рис.1.5

Наскільки важливо для Вас, щоб подкаст був емоційним, щирим і підтримуючим?

66 відповідей

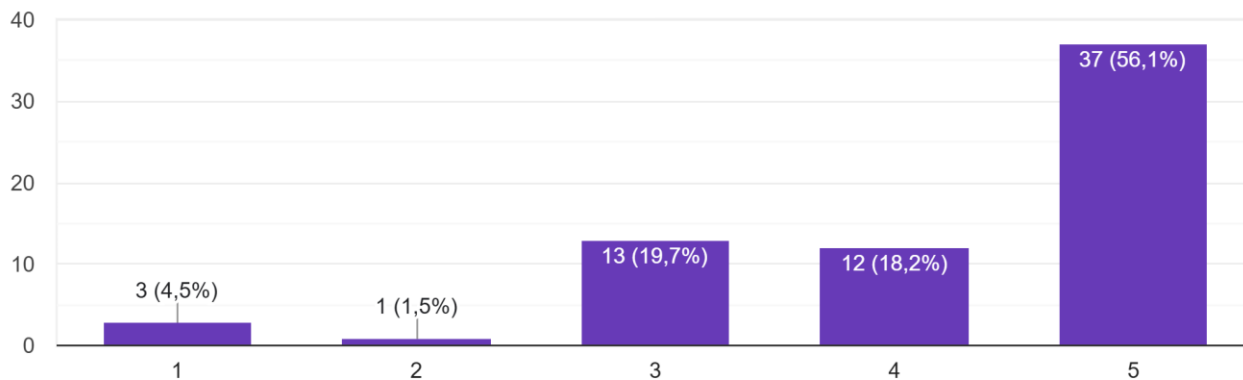


Рис. 1.6

### Які формати подкастів Вам подобаються найбільше?

66 відповідей

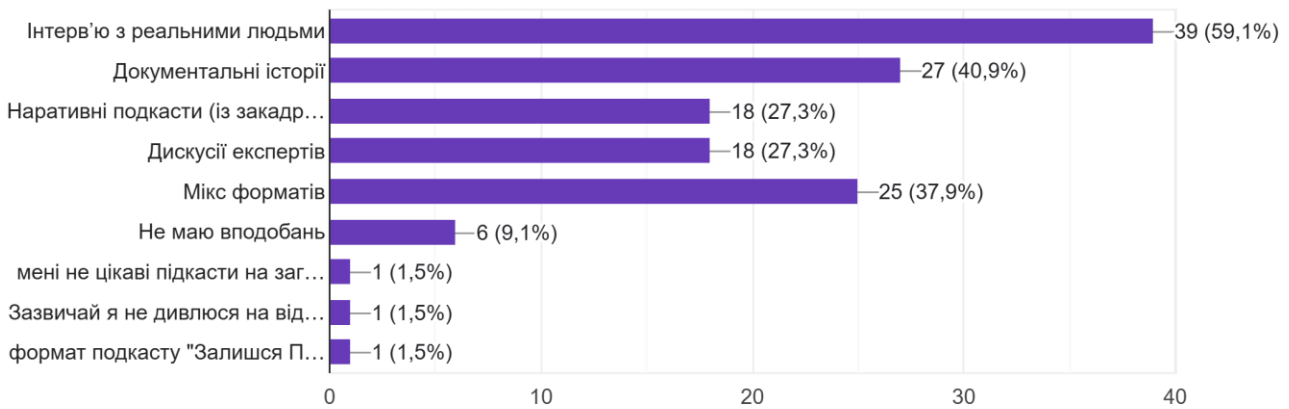


Рис. 1.7

### Якому темпу розповіді в подкастах ви надаєте перевагу?

66 відповідей

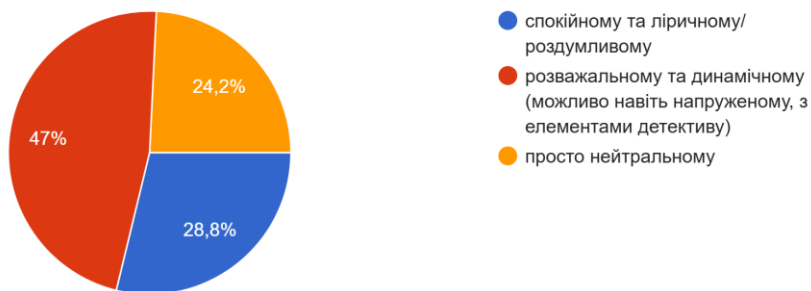


Рис.1.8

### Наскільки для вас важливо, щоб розповідь супроводжувалася атмосферними звуками (шум міста, природи, побутові звуки тощо)?

66 відповідей

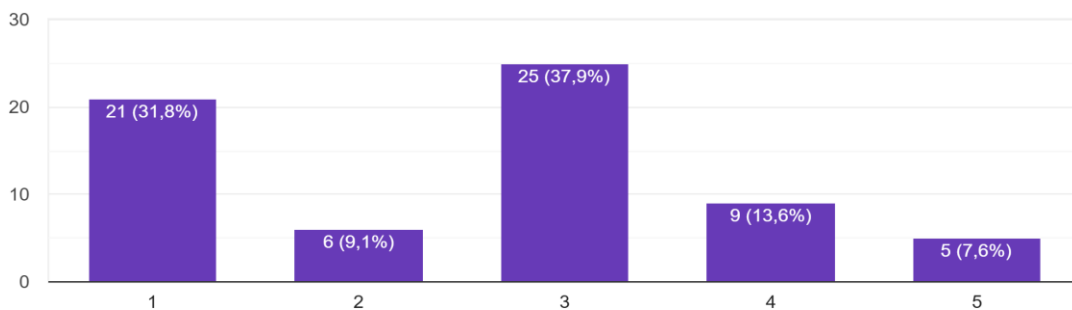


Рис. 1.9

Чи відчуваєте Ви потребу в контенті, який підтримує, надихає та допомагає переосмислити власний досвід?

66 відповідей

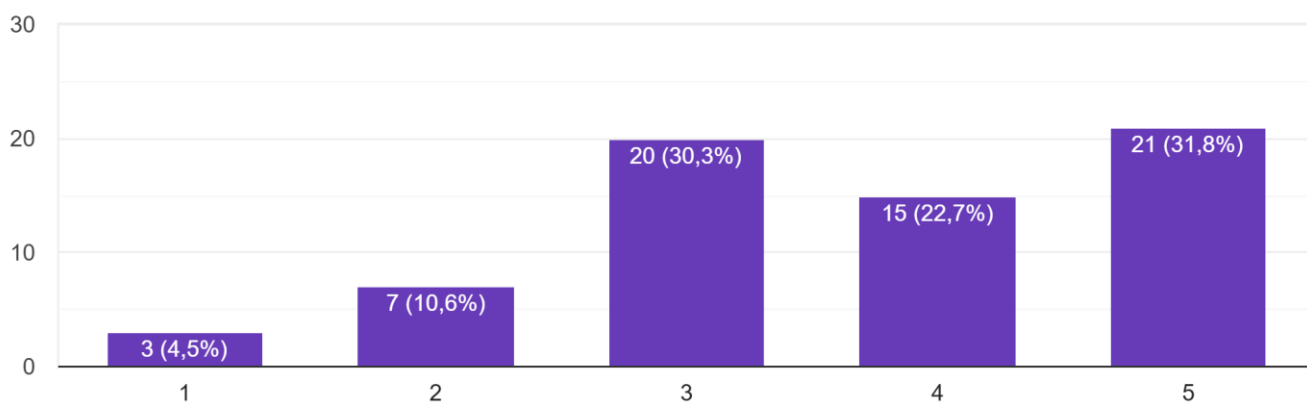


Рис. 1.10

Яку фразу про "жіночу долю" чи "слабкість" ви чуєте найчастіше і вона вас найбільше дратує/зачіпає?

44 відповіді

- "Через цих феміністок жінки переважають над чоловіками, коли мало би бути навпаки, щонайменше з фізіологічних причин"
- Жінки слабкі створіння
- Ти ж дівчина тобі потрібно бути чистолюбною/гарнішою
- "Мабуть просто не змогла завагітніти" (це не лише заперечення можливо власного вибору жінки, а і переступання особистих кордонів і глибоко низько, зазвичай саме з прицільною метою самоствердитися і нанести удар)
- Мене не оточують люди, від яких я можу це чути
- "То ж жінка..."
- Те, що жінки все терплять (терпіли)
- Розбита любов

Рис.1.11

**Яку фразу про "жіночу долю" чи "слабкість" ви чуєте найчастіше і вона вас найбільше дратує/зачіпає?**

44 відповіді

Жінка мусить бути....

Тут незрозуміло. Мене дратують майже всі стереотипи (девочка, коли тобі за 30; "сонечко" коли інтелектуально переважаєш, "а тобі не страшно" коли обираєш їхати серед ночі куди тобі треба;)

"ти ж дівчинка"

Ти жінка, ти маєш

словосполучення "слабка жінка" загалом, пасивність (як характеристика жінки)

Про жінок у війську «сосательні війська» я тому подібне

Фемінізм не потрібен

"Через цих феміністок жінки переважають над чоловіками, коли мало би бути навпаки, щонайменше з фізіологічних причин"

Рис.1.12

**Яку фразу про "жіночу долю" чи "слабкість" ви чуєте найчастіше і вона вас найбільше дратує/зачіпає?**

44 відповіді

"Ну у всіх так було, всі терпіли, що ж ти хочеш"

Терпи

«це жіноча доля – терпіти»

Сама постановка питання про слабкість жінок дратує

Фрази штибу «вийти заміж і народити дітей – доля і призначення жінки» (дуже дурне й токсичне упередження, нав'язане релігією і патріархатом), «ну жінки вони за природою слабкі, не самостійні, лякливо, їм треба, щоб їх захищали, піклувалися про них...» (типу тут знецінення жінки як особистості і ставлення до неї, як до дитини)

я не реаую на подібний контент і не споживаю його

Сама винна, жінка має, не жіноча справа

"Жіноче щастя" – дякую, ні!

Рис. 1.13

**Яку фразу про "жіночу долю" чи "слабкість" ви чуєте найчастіше і вона вас найбільше дратує/зачіпає?**

44 відповіді

Жіноча доля

Ти же жінка

про те, що жінки в чомусь гірші/кращі за чоловіків, тому певні заняття потрібно робити/не робити жінкам

У жінок життя набагато складніше за чоловіків

»Потерпи, ти сильна. У тебе все вийде" або ж "Хто як не ти?!"

Мене дратує, що жінок вважають занадто емоційними, але чомусь чоловіки агресують чи щось б'ють, бо програли катку чи футбольна команда не виграла)

Повинно

Коли оцінюють жінок чи вона має дітей,чи вона має партнера,її вагу,коли радять треба родити,для себе,коли кажуть ти не маєш права вибирати,коли сексолізують жарти.

**Рис. 1.14**

**Яку фразу про "жіночу долю" чи "слабкість" ви чуєте найчастіше і вона вас найбільше дратує/зачіпає?**

44 відповіді

Сама винна, ти повинна

Не знаю

Коли порівнюють чоловіків та жінок. Вислови у форматі що жінка щось повинна.

Сама винна

Все з жанру «Місце жінки — на кухні»

Важка

Що жінка з дитиною значить з причепом

Що ти можеш мені дати як жінка

Жіноче щастя, берегині вогню і тд

**Рис.1.15**

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

66 відповідей

Про вільне дихання
Асоціація з людьми, які дозволяють собі бути сильними і слабкими водночас, вільно обирають свій шлях у житті
Приємна асоціація, бо бути сильною жінкою наче соромно в очах соціуму, треба бути слабкою і ховати силу. А тут фраза про свободу
Позитивні враження свободи
Про людей, які пройшли подолали важкі періоди в житті.
Лет пташки на фоні блакитного неба
Асоціація із жінками, які не бояться бути собою
Бути вільними та сильними

**Рис. 1.16**

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

66 відповідей

Бути вільними та сильними
вільні бути такими, як є:)
Щось про культурний контекст
Життєво
Що вже чула щось подібне
Трохи перемогіуму 2022-го) якщо вдуматись, то назва глибока, та назва "вільні і сильні" вже викликає в мене зайвий притік крові в голову))
Про сильну жінку
Ситуація в Україні
Не дивлячись що це складно я точно буду сильною

**Рис.1.17**

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

66 відповідей

Буду щирою, без прикрас, якщо говоримо відверто...Забагато прикметників. Перечитала тричі щоб вхопити суть. Вайб "ми такі жертви, нам треба ще щось щоб бути, бо наразі цього "ще" немає, то треба шукать. От як знайду, так і буду. Мені б підійшла назва з докананим фактом. Вільні. Сильні. Миті)

Бути вільними не залежними

Щось на кшталт що дозволено бути сильними, але це словосполучення можна читати з двох боків. Наступної читки це було "бути сильними, вільні" як нам кортить воля щоб бути сильними

Право вибору

Гарна доглянута жінка, яка не тоне в побуті

Бути вільними не легко та дуже відповідально

вільні бути такими, як є:)

**Рис. 1.18**

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

66 відповідей

Тренування з кросфіту

Вільні бути не такими, як намагається нав'язати патріархат (себто слабкими), а сильними. Ну і загалом напевно про те, що вільні обирати, ким бути

що це написав чат джпт. Адже українська нація вільна і сильна від народження. І наша сила не залежить від обставин. Цей вираз , перепрошую, трішки товтологія

Фемінізм

Гарна рима, жінки

Про Україну

Внутрішня сила

Сильна назва з великим посилом до людства

**Рис. 1.19**

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

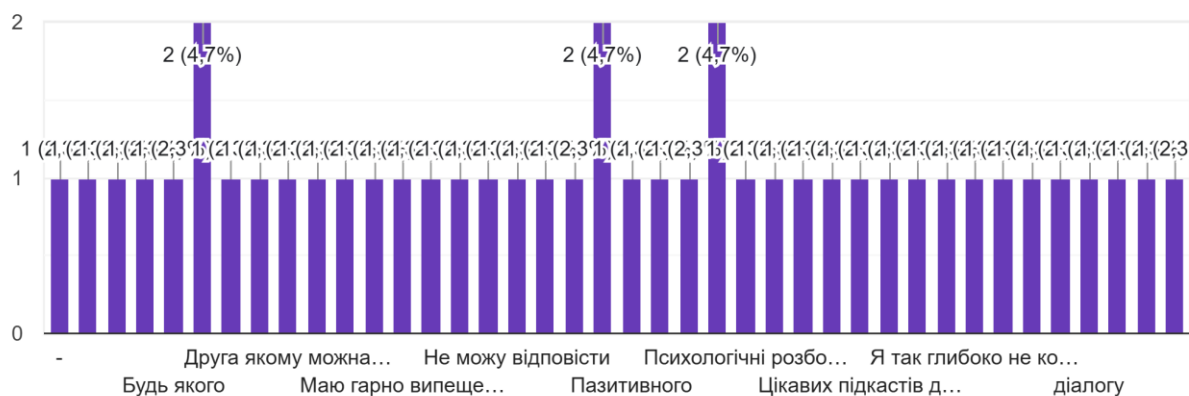
66 відповідей

Зацікавила
Ну назва зрозуміла, голову ламати не довелося. Але не зовсім проста, бо має закладений сенс і ти одразу розумієш, про що йдеться
Самоповага
Ну саме слово вільні говорить,про вільне спілкування,сприйняття себе серед суцїуму
Це щось про спротив україни
синьо-жовтий прапор, а ще військовослужбовці
Метафора доріг, вибір не між двох зол,а вибір,який може бути для тебе ок, для когось ні
Свобода
Мужність та стійкість

**Рис.1.20**

**Якого формату підтримки чи спілкування вам зараз найбільше не вистачає в онлайн-просторі?**

43 відповіді



**Рис.1.21**

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Здатність адаптуватися до складних умов життя, при цьому не втрачаючи себе, як жінку, особистість, зберігати любов і жагу до життя, навіть якщо зовнішні обставини не завжди приємні

Жінка яка виховує дитину, кохає свого чоловіка

Сила у контексті жіночого досвіду – це внутрішня стійкість, яка не завжди помітна, але відчувається в здатності рухатися далі попри страх, втому чи біль, не втрачаючи себе. Це про вміння бути одночасно вразливою і сильною, трансформувати складні переживання в досвід, турботу чи дію, і зберігати гідність навіть у нестабільному світі. Це не про відсутність труднощів, а про тиху впевненість у собі як точці опори.

Юрій Іздрик: Якби ти знала яка ти гарна коли у собі немаєш страху

Сміливість бути собою у всіх своїх проявах (емоційно, фізично, духовно)

Жінка має бути сильного духом, але не у всіх це виходить. На жаль.

Витривалість. перемога

Рис. 1.22

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Сила

Як Саманта з Секс і місто)

Опишу назвою книги Нії Нікель з мого фонду "Як бути щасливою, коли на голову падає небо"

Це про все

Залишатися в холодному розумі

Сила рухатися проти бурі, проти пекла і швидкої кулі

Право бути собою, усвідомлення права на недосконалість.

Рішучість і здатність не піддаватися патріархальним токсичним установкам. Захоплююся жінками, які «гнуть свою лінію» – вірять у себе попри великий тиск навколо, і не намагаються комусь щось довести, а просто зосереджуються на своїх інтересах, кар'єрі тощо. Загалом те, як жінки здатні

Рис.1.23

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Бути дружиною, мамою і ще працювати - це межа сили і витримки
Самодостаточність.
У жіночому контексті - нічого. Я міряю загалом на людство. Сила - сукупність рис особистості (особливості нервової системи+темперамент+характер+соціальне оточення).
Бути сильною
Сила брати в руки ідею, і творити з неї дива
Мудрість
Не прогинатися під «ти маєш, бо ти жінка» залишатись особистістю, навіть в родині, побути, не тільки мама. Не забувати про себе
Сила розуму!

**Рис.1.24**

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Здатність підніматися знову
Сила, то не думати кожного дня про своє життя, не думати, а в когось так, а в мене, сила наново радіти, коли прочитаєш про новий обстріл у наших містах, сила не зневірюватися у людях коли прочитаєш, що погано ставляться до тваринок.
Це жінка яка пройшла складні випробування життя і добилася свого
Це сила обирати те що тобі подобається, а не те що тобі нав'язали.
Відчувати, а не переконувати себе Таке собі метафоричне повернення до прообразу Ведуньї
Витримка
рішучість на зміні
Сила — це бути собою і не втрачати внутрішню опору навіть у складні моменти.

**Рис.1.25**

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Здатність стояти на своєму, захищати свої кордони і цінності, також обирати свій шлях самостійно, не прогинаючись під небезпечні мізогінні/патріархальні установки

Жіноча сила проявляється у моменти безвиході, коли жінка змушена самотужки долати всі життєві труднощі і їй нема на кого покладатися окрім себе і Господа Бога. Такий шлях здолаття життєвих перешкод мимо волі вивільнює жіночу силу, адже для жінки у складних обставинах це умова виживання і здолаття всіх життєвих викликів. Я впевнена на 100% , що жодна сильна жінка, яка має за плечима складний досвід не мріяла бути сильною, а мріяла бути щасливою.

Пережити негативний досвід та мати сили рухатись далі.

Сила означає впевненість йти за своєю метою проти суспільства, яке не підтримує тебе.

Про незламність навіть у самих тяжких моментах їхнього життя

витримка

Сила = сучасна жінка

**Рис. 1.26**

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

сила жінки , наприклад моя сила у наполегливості і чеканні, час і робота робить мою силу

Фізична праця,емоційний спокій.

Пропускаю питання

Вона для себе опора

Не люблю кліше

Мудрість, чесність, гідність, справжність, любов

Характер

Мати принципи , та дотримуватися їх.

вчинки, які здавалося би потребують надзусиль (не обов'язково фізичних)

**Рис. 1.27**

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Емпатія, свобода обирати себе та своє життя, самоаналіз, розвитокти
думаю справжнясила там де людина яка взяла відповідальність за своє життя на себе, опрацювала свій травматичний досвід і живе своє найкраще життя в мирі, злагоді з собою, в оточені близьких людей з тотожними цінностями
Взяти себе в руки в складних ситуаціях
Це потужна енергія, що здатна створювати та змінювати життя.
Сила жити у патріархальному світі
Сила бути собою
Боротьба за рівні права, впевненість в собі, сестринство.
Подолати усі виклики

Рис.1.28

**Що для Вас означає «сила» у контексті жіночого досвіду?** (пишіть, як Ви відчуваєте; можна описати емоційно, метафорично або через приклади)

66 відповідей

Я вважаю, що кожна людина по своєму сильна. Не залежно від статі
сила у контексті жіночого досвіду - це вміння йти впевнено до своєї мети, незважаючи на думки оточуючих; вміння обирати себе, а не когось; емоційно відчувати здатність робити неможливе; знати чітко чого хочеш від життя; досягнення цілей власними силами і розумом, а не за допомогою когось; сила - це здатність бути чесною перед собою, навіть якщо зробила помилку.
Можливість впоратись без сторонньої допомоги
Народження та виховання дітей. Треба бути дуже сильною, щоб народити дитину, а також протягом року не відходити від неї, а потім ще два теж у якомусь плані бути постійно з нею
Здатність підніматися знову
Сила,то не думати кожного дня про своє життя,не думати,а в когось так,а в мене,сила наново радіти,коли прочитаеш про новий обстріл у наших містах,сила не зневірюватися у людях коли прочитаеш,що погано ставляться до тваринок.

Рис.1.29

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

66 відповідей

Гордість
Зацікавленість
Національні
Природність
Емоційне піднесення
Про дуже цікавих жінок.
про сильних людей, вчинки яких вражають
Я би не зацікавився
Одразу згадуються історії людей, які успішно подолали складні життєві ситуації, проблеми і тепер щасливі.

**Рис.1.30**

**Які асоціації викликала у Вас назва подкасту «Вільні бути сильними», коли ви тільки її прочитали?**

66 відповідей

Українці
Крута назва, про свободу власного вибору
Сартр
Свобода
Про свободу натхнення та сміливість
Асоціації з жінками загалом
Гарну
Назва досить цікава, з'явилась асоціація зі слоганом «girl power» та іншими подібними рекламними слоганами
Вільні бо сильні

**Рис.1.31**

Які подкасти або медіа про жінок Ви вже слухаєте / читаєте? (Назви, платформи або просто теми)

47 відповідей

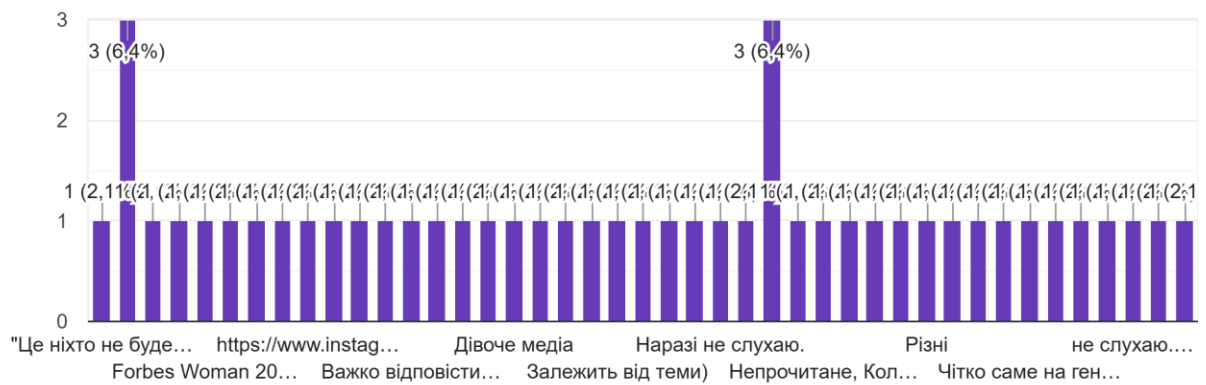


Рис.1.32

**На Вашу думку, подкастів на яку тематику загалом не вистачає в українському медіаполі сьогодні або просто хочеться/цікаво було б послухати**

44 відповіді

- Про розвиток пам'яті та мозку
- На жіночі теми
- Подкастів про життєві помилки, і історії звичайних людей
- Про творчих жінок, персональні інтерв'ю.
- Наразі багато подкастів на різноманітні теми
- Рідко слухаю подкасти.
- 
- Про права жінок в даний час. На жаль, багато жінок не знають свої права і можливості . І це пригнічує.
- На всі теми дуже мало

Рис.1.33

**На Вашу думку, подкастів на яку тематику загалом не вистачає в українському медіаполі сьогодні або просто хочеться/цікаво було б послухати**

44 відповіді

Правильної пропаганди всього українського має бути більше.

Літераторів, художників, творчих людей

Підтримки психологічного стану мам особливих дітей, підтримка жінок які в скрутному становищі, та працюючих жінок

Мені висчає контенту, часу немає споживати(. Я переконана, що має бути все!!! трешак і високо-снобські роздуми у пінсне. Я б послухала ваш подкаст. Бо здивована, що дослідження для кваліфікаційної роботи ще проводять самі студенти)))))). Бажаю успіху!

Огляди ігроблогерок

Вживання в сучасних умовах

обожаю літературознавчі подкасти

Жінки у війську/політиці

**Рис.1.34**

**На Вашу думку, подкастів на яку тематику загалом не вистачає в українському медіаполі сьогодні або просто хочеться/цікаво було б послухати**

44 відповіді

Жіночі Тіні, Архетипи, проявлення через кризу, вихід за фрейми стигм та стереотипів, безпечний простір

Психологія повсякденного життя

Не вистачає чесних подкастів про життя без прикрас

Огляд сучасної музики

потрібні підкасти підтримки для людей з ПТСР, для людей які мають емоційні / психологічні травми через війну, через вимушену евакуацію тощо - взагалі країні потрібна потужна система психологічного відновлення / підтримки / реабілітації всіх груп населення, що тим чи іншим шляхом постраждали від війни або наслідків.

Секс робота, аборти, досвіди аб'юзу та насилля зі сторони чоловіків

Більше про реалії бізнесу та складність в наш час

Психологічні аналізи та тести

**Рис.1.35**

**На Вашу думку, подкастів на яку тематику загалом не вистачає в українському медіаполі сьогодні або просто хочеться/цікаво було б послухати**

44 відповіді

Науково-популярні
Українська філософія
подкастів про адаптацію до життя в умовах війни, подкастів про сміливих людей сьогодні
Подкастів про дітей, їх психологію і можливо про українську науку
Жіночі подкасти на будь яку тему без чоловіків та магічного мислення
Тут важко сказати, бо я не часто їх слухаю, тому мені вистачає того, що є
Освітні, про звичаї кожного краю в різних регіонах України.
Про людей що зберігали нашу культуру попри важкість часів
Про жінок в науці

**Рис.1.36**

**На Вашу думку, подкастів на яку тематику загалом не вистачає в українському медіаполі сьогодні або просто хочеться/цікаво було б послухати**

44 відповіді

Чоловічий погляд на жіночі теми
Хочеться якомога більше цікавого наук популярного для підлітків, дітей, мотивуючого розвивати свої вроджені таланти
Не знаю
Побільше життєвих історій та підтримки, особливо жінкам в наш час
Про психологічне насилля
Загалом цікавлюсь медіа про актуальні соціальні питання
Треба перекрити усі теми, де панують москвити
Мало підтримки, люди виомилися від війни,
Про жіночу долю

**Рис.1.37**

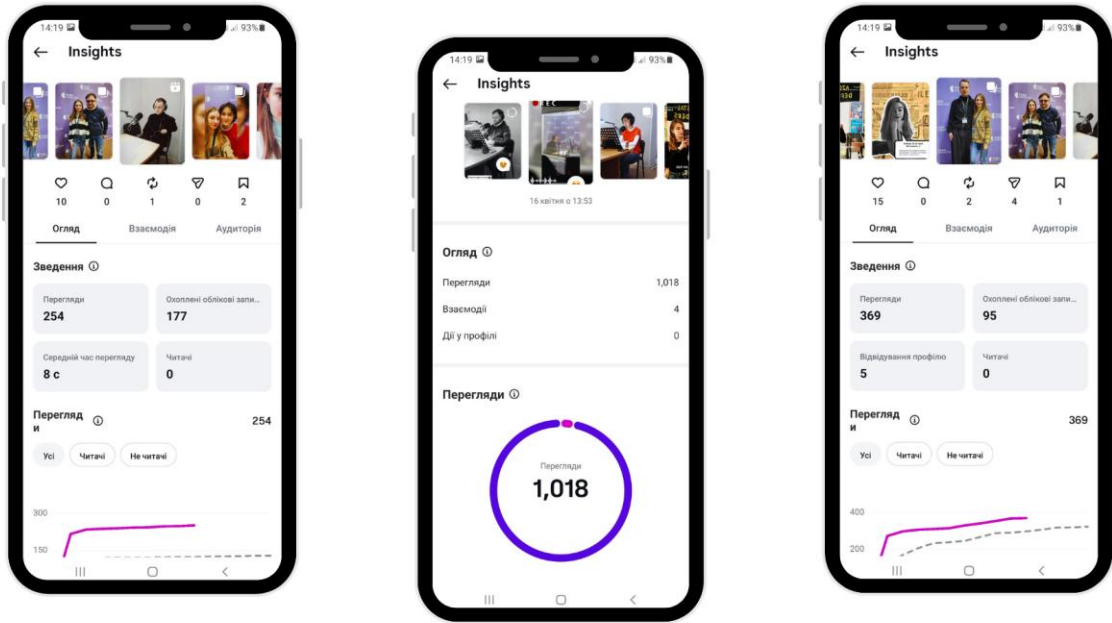


Рис. 1.38

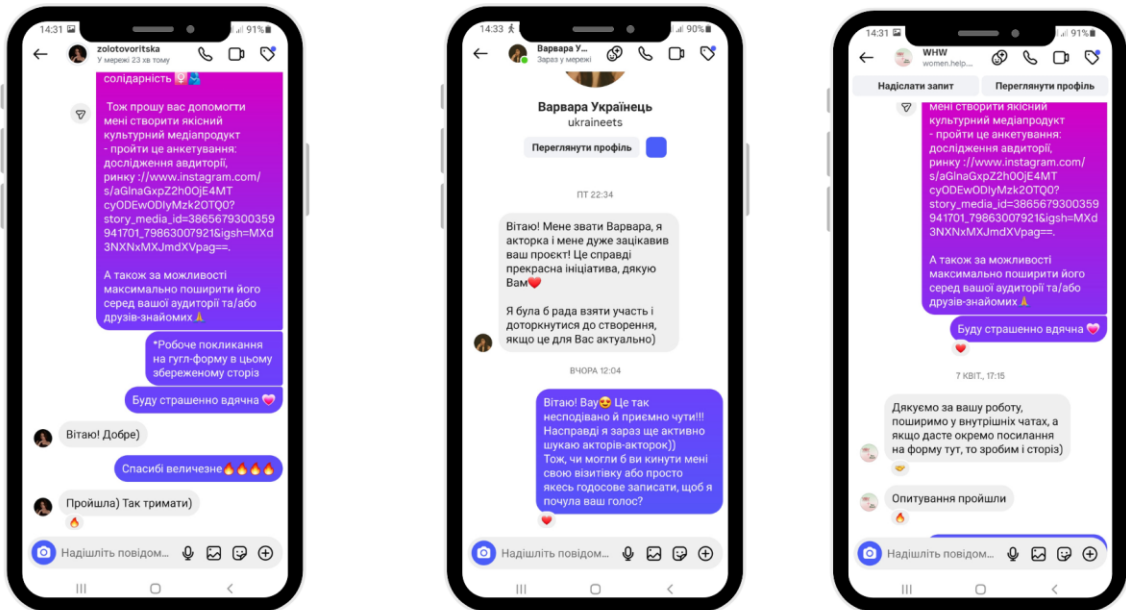


Рис. 1.39

**Ознайомчий фрагмент сценарію подкасту**

Національна суспільна телерадіокомпанія України

ТО "Радіо Культура"

Епізод 1

**«Настя Грінченко. Хто вона? Татова доця, міська інтелігентка чи  
ідейна бунтарка?»**

(оригінальний сценарій першої серії «Та, що гралася літерами» художньо-публіцистичного подкасту «Вільні бути сильними» про українок, що ламали стереотипи, але почасти залишалися в чоловічій тіні)



Софія Молодід

Київ 2026

## ІНТРО

**ІНТЕРШУМИ** Звук перегортання сторінок старого словника, який раптово перекривається брязкотом тюремних ключів та грюкотом дверей.

### НАРАТОРКА

Уявіть собі дівчину, яка виросла серед книг. Її колисковими були казки, написані батьком, а іграшками — літери української абетки.

**НАСТЯ МАЛА** (*читає по складах*):

о-са, са-ло, ма-ма, со-ло-ма, ма-сло, ми-ло, по-ле, мо-ре...

### НАРАТОРКА

Здавалося б, за логікою «здорового глузду» початку 20 століття її доля, як і багатьох сучасниць — бути зручною домашньою дівчинкою, яку де покладеш - там і візьмеш. Але вона обрала інший шлях. Майнула туди, де чисті аркуші паперу перетворювалися на підпільний самвидав. А панталони слугували схованкою для літературної контрабанди.

### ГОЛОС НАСТІ:

*«... Я ж хочу зробити з себе людину, котра в купі з іншими робить життя, а не бути попихачем. Не почувати, що не докинула ні дрібочки до тої маси людської праці, котра посуває життя наперед до того вселюдського ідеалу, котрий і для мене являється таким. ...Мені хочеться зробити з себе корисну в житті людину...»*

### МУЗ. ЗАСТАВКА

## НАЗВА ПОДКАСТУ

Ви слухаєте серію художньо-публіцистичних подкастів «Вільні бути сильними». Тут ми з вами говоримо про українок, які сміливо ламали стереотипи, творили культуру, науку, суспільство. Попри це, вони довгий час вони могли залишатися менш помітними поруч із чоловіками-соратниками, але сьогодні їхні голоси звучать для нас з новою силою, стаючи нашою опорою.

. Мене звати Софія Молодід. І тут я ставлю собі за мету, по-перше, розвінчати стереотипи про пасивну роль жінки в історії; по-друге, відновити історичну справедливість, повернувши імена забутих українок, і, по-третє, звісно надихнути сучасних вас дівчат і жінок на самореалізацію і, щоб ви залишалися собою, навіть, якщо це суперечить чийось там очікуванням.

## НАЗВА ЕПІЗОДУ

Епізод перший: «Настя Грінченко. Хто вона? Татова доця, міська інтелігентка чи ідейна бунтарка?»

## НАЗВА СЕРІЇ

Перша серія: «Та, що гралась літерами».

## НАРАТОРКА

Уявімо. Кінець 19-початок 20 століття. Російська та Австро-Угорська імперії сприймають Україну за ласий шматочок, що його дозволяють собі шматувати, як їм заманеться. У цей час події в Україні змінюють одна одну як у кількох сезонному драматичному серіалі. Економічна криза. Бізнеси, що тоді ще звались підприємствами, захоплюють в свої лещата імперські монополії. Влада робить класовий поділ населення ще більш жорстким. Розгортається безжальна експлуатація простих робітників. Народ страйкує, об'єднується у власні громадсько-політичні організації проти російського самодержавства. Шовінізм, погроми, кожен за себе і всі проти всіх. Російська імперія тріщить по швах. Ми ж знаємо цей період, як період націєтворення. Або ж, як зазначає львівський історик та публіцист Ярослав Грицак, «Становлення модерної нації». Але що це насправді означає, нам пояснює **ІГОР СТАМБОЛ — історик, письменник, дослідник біографій, доцент кафедри інформаційних комунікацій університету Грінченка, а також автор художнього видання «Під прицілом чорної сотні. Замах на Бориса Грінченка» (СИНХРОН):**

А це значить те, що українці за 19 століття зрозуміли, хто вони, великою мірою. Особливо **інтелігенція**, значна частина інтелігенції. І шукали різні напрямки діяльності, як реалізувати те, що ми можемо назвати свободою, наприклад, політичною чи культурною. І, якщо подивитися на кінець вже 19 століття, то це мова йде про політизацію українського руху. Тобто від чогось суто того, що дуже критикували, називали шароварництвом, умовно [01:49] кажучи, вареникоїдством і співанням пісень. Лише отак, тісним колом, українці виходять на те, що ставлять політичні завдання. Але не всі. І тут теж така велика проблема, що ті, хто уявляв себе потрібним для, наприклад, прогресу або для соціальних, культурних проблем, [02:14] вони **не дуже**, не завжди могли чітко сказати, за кого вони. І найчіткіше слово тих, кого ми з вами якраз сьогодні найбільше цінуємо, тобто тих, хто нам забезпечив нашу ідентичність сьогодні, [02:28] їх називають українолюбцями або народолубцями. Тобто народолубці – це як щось загальне, і українолюбці – конкретніше. От, коли ми говоримо про, наприклад, братерство Тарасівців, організацію, яка вперше поставила за мету в

Надніпрянщині самостійність або свободу України. Їх можна називати уже чітко українолюбцями - тими, хто уже політично це хотів доводити і виокремлювати.

## **НАРАТОРКА**

**Насправді це був дуже цікавий проміжок часу, особливо во тим, що була боротьба між дітьми і батьками. Чому саме? Говорить НІНЕЛЬ КЛИМЕНКО — кандидатка історичних наук Київського столичного університету імені Бориса Грінченка та авторка монографії, приуроченої до 140-річчя від дня народження Анастасії Грінченко (синхрон):**

Тому що їхні батьки, це відома інтелігенція українська, вони займалися культурництвом. Тобто вони несли просвіту, писали книжки і для робітничого класу, і для селянства, і писали твори, поширювали.

[00:46] А от уже діти їх, вони критикували своїх батьків, що вони дуже такі пасивні і підлаштовуються під самодержавство. А потрібно більш рішучі дії. І от такі суперечки між батьками можна прослідкувати [01:02] між сином Антоновича, Володимиром Антоновичем, який відомий культурний діяч, і Дмитром Антоновичем, який був засновником Революційної Української партії. [01:18] У нього з батьками були дуже такі стосунки, тому що вони не розуміли. Так само і всі ми можемо прослідкувати, що оця молодь, це молоде покоління, яке розуміло, що далеко не поїдеш тільки культурницькими методами, і тому дуже захопилися оцими соціалістичними ідеями, які дуже поширювалися в Європі. І тому вони читали, гарячково дискутували. І, безумовно, розуміли, що права можна вибороти тільки більш дієвим шляхом.

## **НАРАТОРКА**

А й справді, чи була Анастасія Борисівна Грінченко лишень слухняною й «правильною» дівчинкою своїх батьків? Ловіть маленький спойлер. Спалахнула вона одного дня, як той порох, ущент віддаючись духом і тілом ідеї та й згоріла, не доживши й своїх 24-х років. **Про життєву позицію та характер Анастасії говорить кандидатка історичних наук Нінель Клименко:**

**НІНЕЛЬ КЛИМЕНКО синхрон (ч. 1. 10-та хв. 55 сек. - 11 хв):**

[10:54] Вона дійсно бунтарка була і активістка. Отак би я назвала її сьогодні. [15:52] Вона прямолінійна була, вона була начебто аж така сильною, але всередині вона була дуже дисциплінованою, відповідальною. [16:05] Сказала і зробила, що б там не було.

## НАРАТОРКА

Цю думку поділяє ІГОР СТАМБОЛ синхрон (17-та хв. 57 сек. - 18 хв. 59 сек.)

[17:58] що ми маємо розуміти дивлячись на біографію Анастасії вона вихована була у дуже такому тоні чи дискурсі дуже ліберальному, про свободи з одного боку, в хорошому сенсі в [18:15] націоналістичному, тобто, про важливість ідентичності культури, мови і так далі. Ну і ми вже з'ясували та, що вона сама по собі от була **величине** величина тобто вона була освічена, вона була висококультурна, вона була талановита. «Талант» я слова, можливо, не дуже люблю, але від батька вона взяла дуже багато в контексті навіть і цієї різноманітності, багатогранності і працьовитості, працездатності. [18:43] А це вже основа для здобутків насправді. І коли вона стикається з несправедливістю або бачить її, або розуміє, то вона не може бути осторонь. От в цьому якраз різниця, можливо, між тими, хто відсидівся, тобто був осторонь і дійшов, можливо, до якихось наступних етапів.

## Розділ «Залюблене дитя»

**ІНТЕРШУМИ:** зимова хуртовина, напружена класична мелодія (перші кі-ка сек. композиції The 4 seasons, Op.8/4, RV 297, 'Winter' - Vivaldi) звуки плачу немовляти.

## НАРАТОРКА

Народилася Настя 25 грудня 1884 року. Вона була єдиною й вельми бажаною дитиною в родині українських письменників Бориса та Марії Грінченків. Так про це пише в своїх спогадах мати Насті **Марія Грінченко-Загірня:**

**Марія Грінченко-Загірня (голосом акторки):**

*«Батько краще міг її тішити, ніж я. Влітку вона прокинеться рано, в 4 чи в 5 годин. То й він забере її з возиком у садок, що був при школі і панькається з нею».*

## НАРАТОРКА

Про те, як впливало таке виховання Бориса Грінченка на єдиної дитини **говорить історикня НІНЕЛЬ КЛИМЕНКО (синхрон):**

[19:38]він повчав її звичайно. Але дуже так, з таким гумором вона це сприймала. Тобто з самого дитинства відбулося становлення, де батько їй із самого початку давав такі правила поведінки. Тобто, що можна робить, що не можна. І вони ґрунтувалися на основі моралі і відповідальності. Це дуже важливо! [19:56]. [21:36] Ну, я вже не кажу за ті книжечки, які він

для неї з якою любов'ю робив, і там є аплікації різними кольорами **раз**, і такі влучні слова з усіх галузей знань. Особливо з українознавства. Ми, українці, говоримо по-українськи.

[21:50] І ми повинні говорити. Тобто, це настільки закладалося.

[18:49] Але такий цікавий був, коли вони з Христею грали в ляльки, вона ж це все залишила і не прибирала за собою.

## **НАРАТОРКА**

Тож водночас батько намагався прищепити Насті дисциплінованість, пунктуальність, акуратність в усьому, і навіть у грі.

І робив це досить креативно - звертався до дочки у віршованій формі. **Так, розповідаючи, що Настя з ранку до вечора любить гратися в ляльки, і не прибирає їх, Б. Грінченко пише:**

## **БОРИС ГРІНЧЕНКО (голосом актора):**

*«Ніч минула, сонце встало,*

*Настенятко вже не спить,*

*Ще не вмилась, не чесалась,*

*Вже гукає: «склад несіть»...*

*Склад стоїть посеред хати,*

*Починається біда:*

*Ганчірки, ляльки, папери*

*Настя з його виклада.*

*Татко тільки через хату*

*Перейти кудись хотів,*

*Та й заплутався в тій купі*

*З ганчірок та папірців...*

*Катря каже: «все ховай ти,*

*Замету усе я в піч!»*

*Настиня складать не хоче*

*День минув, минула ніч...»*

## Розділ: «Азартне виховання»

### НАРАТОРКА

Не цуралась родина Грінченків навіть спільних із донечкою азартних ігор . Так-так, вам не почулося: авторитетне інтелігентне українське подружжя кінця 19 століття грало зі своєю малою дитиною в... карти! Здивувались? А дарма! Бо ж для містян та тогочасної інтелігенції гра в шахи чи карти була розповсюдженою формою дозвілля, і до кінця ХХ сторіччя зберігались форми дитячих карткових ігор. Так, зі спогадів родини Косачів ми знаємо, що тоді діти мали багато так званих «наукових ігор», серед яких кубики, щоб складати географічні карти. Отож, уявімо, як міг проходити один із холодних зимових вечорів у садибі Грінченків:

### Сцена: «Козир і загадка»

**ІНТЕРШУМИ:** Вечір у хаті. Чутне ритмічне тасування колоди карт — характерний сухий звук паперу. На столі під лампою панує атмосфера справжнього «турніру».

### МАРІЯ:

— Ну, Настусю, тримайся! Зараз я накрию твою шістку бубнову... Ану, чим критимеш?

### Настя (з викликом у голосі):

— А ось так, мамо! Козирем! — **ІНТЕРШУМИ:** Різкий удар картою по столу. — Тепер твоя черга ходити під тата. Борисе Дмитровичу, готуйтеся бути «дурнем»!

### БОРИС (сміється):

— Ого, яка завзятість! Ну, карти картами, а «воза» ніхто не скасовував. Якщо відгадаєш загадку — забираю твої карти назад у колоду, дам шанс відігратися. А ні — то «віз» твій, тягни програш!

Звуковий акцент: Повна тиша. Борис стукає пальцем по столу, задаючи ритм.

### БОРИС (таємничим голосом):

— Слухай уважно: «Сам вечірньої години заховався в розмарини. Та на втіху доні-крихті... світить ліхтарем у жмені». Хто це, Насте?

**ІНТЕРШУМИ:** Чути, як Настя напружено сопе, перебираючи в руках карти. Марія ледь чутно підказує, імітуючи звук крил — «Бззз...».

**НАСТЯ (раптом вигукує):**

— Світлячок! Це світляк, тату! Я його бачила влітку під кущем!

**БОРИС:**

— Влучила! Направду, то світляк і є. Ну, за таку гостру думку — твій хід, доню. Кидай даму!

**ІНТЕРШУМИ:** Динамічна гра. Звуки карт, що лягають на стіл одна за одною. Сміх Марії та переможний вигук Насті.

**МАРІЯ:**

— Ой, лишенько, Грінченко в дурнях залишився! Борисе, здавайся, дитина тебе обіграла!

**БОРИС (добродушно):**

— І не соромно мені, бо вчитель лише тоді щасливий, коли учень його перемагає. Навіть якщо цей учень — мала дзиг'а в черевиках.

**ІНТЕРШУМИ:** Борис згрібає карти в одну купу. Звук стає приглушеним, переходячи в тепле гудіння печі.

**НАСТЯ:**

— А завтра знову у «воза»? Тільки я тепер загадуватиму! Про книжку!

**ІНТЕРШУМИ:** Звук лагідного сміху батьків, який розчиняється в темряві вечора.

**НАРАТОРКА**

А, коли Настя хворіла, саме тато, за спогадами Марії Грінченко, придумував розваги для доньки:

**МАРІЯ ГРІНЧЕНКО:** «Одного разу вона занедужала — дифтерит був. Жвава була вона дуже, а тут лежати довелося, та ще й самій, бо подрузі її Горпинці не можна було приходити. От, щоб її розважити, тато взяв записну книжку, поналіплював у неї всіляких малюнків і

понаписував до тих малюнків текст. То вже так догодив їй! Казала, що це найкраща книжка за всі, які вона знає».

## Розділ: «Викохана з українського слова»

### НАРАТОРКА

Подружжя Грінченків буквально викохало доньку з українського слова. Чи-то навчання, чи-то виховання — в родині Грінченків усе було через віршовану форму. Яюсь Настя навіть з простого учнівського зошита зробила власний журнал і назвала його «Зоря. Читанка для татка». Але як же нетривіально вона навчилася читати, розповідає **НІНЕЛЬ КЛИМЕНКО** (синхрон 27хв. 38 сек. - 29 хв. 00 сек.; 24 хв. 30 сек. - 24. хв. 53 сек.)

Ми знаємо, як вона навчилася читати, батько не вчив.

[28:00] **що він** такий цікавий метод був, підвішували ці букви на стелі, на таких підвізках таких, і букви були, так цікаво було читать. Ну ось одна Олександра сиділа, він вчив, вчив, вчив, і вона ніяк не може прочитати, і так, був так. А Настя сидить та й каже, ну що ж це таке, ніяк не може сиру прочитать. Ну, питать, а ти що, як ти знаєш, що це сир? Ну, каже, і так воно виходить. А ти що, можеш читати? Ну, давайте спробуй. І з'ясувалося, що вона вміє читати. Так, звуки, букви, звуки, тоді об'єднував їх, і тоді першу абетку він створив, і **Настя теж** для школярів своїх, і Настя по ній вчилася.

### НАРАТОРКА

Подружжя Грінченків до останнього прагнуло обмежитись лише домашньою освітою та вихованням доньки.

**[ІСТОРИЧНА РЕМАРКА]** Домашнє виховання в Україні XIX століття — це не про закритість від світу, а про інтелектуальний спротив. Тодішні шляхетні родини обирали навчання вдома, бо державні школи були інструментами імперії: там русифікували та «стирали» пам'ять. Вдома ж батьки самі вирішували, що вкладати в голови дітям. Це була можливість вивчити декілька мов, знати справжню історію свого роду та отримати знання, які відкривали двері найкращих університетів Європи.

Це був своєрідний «освітній фільтр»: так шляхта зберігала свої традиції та коло спілкування. Дозволити собі це могли як заможні землевласники, так і відома інтелігенція — родини Косачів, Грінченків чи Франків. Для них освіта була головною інвестицією в майбутнє, яке не залежало від настанов імперії. До речі, сьогодні батьки знову повертаються різних форм

домашнього виховання, щоб вирватися за межі стандартної системи й дати дитині унікальні знання та цінності, які не знайдеш у звичайному підручнику.

## **НАРАТОРКА**

Але характер Настуні вніс в їхні плани свої корективи. Тож, давайте пофантазуємо, як відбувалася сімейна нарада в садибі Грінченків у Чернігові.

## **Сцена: «Домашня академія чи вільний птах?»**

**ІНТЕРШУМИ:** Вітальня. Чути розмірений стукіт настінного годинника (тик-так). Рипіння пера Бориса та легке шелестіння сторінок, які перегортає Марія. Панує атмосфера суворої інтелектуальної праці.

**БОРИС** (стиха, розсудливо): Маріє, я все обдумав. Навіщо їй російськомовна гімназія, де дитину лише карають, а не вчать? Тут, удома, ми самі дамо їй і мову, і літературу, і хист.

**МАРІЯ** (зітхаючи): Твоя правда, Борисе. Під твоїм наглядом вона за рік прочитає більше, ніж там за три. Вирішено: Настя вчиться вдома. Самі будемо її академією.

**ІНТЕРШУМИ:** Раптом за дверима кабінету зчиняється неймовірний гамір. Чути швидкий тупіт дитячих ніжок, сміх, гавкіт собаки та гуркіт чогось, що впало (можливо, металева таця).

**НАСТЯ** (за дверима, вигукує весело): Сірко! Лови! Не втечеш! А тепер — у танок!

**ІНТЕРШУМИ:** Двері кабінету розчиняються з голосним скрипом. Настя вривається в кімнату, важко дихаючи.

**НАСТЯ** (задихано, з ентузіазмом): Тату! Мамо! А ви бачили, як на вулиці сонце у калюжах стрибає? А сусідські хлопці кажуть, що на ставку вже крига скресла! Можна мені до них? Будь ласка! Там стільки всього... справжнього!

**ІНТЕРШУМИ:** Борис відкладає перо. Чути довгу паузу, в якій лише годинник продовжує свій сухий «тик-так».

**БОРИС** (з усмішкою, що пробивається крізь серйозність): Маріє... ти чуєш цю бешкету? Здається, наша «домашня академія» занадто тісна для цієї душі.

**МАРІЯ** (сміється): Боюся, Борисе, що серед твоїх словників вона просто зів'яне, як квітка без сонця. Їй мало книжок — їй потрібні люди.

**НАСТЯ** (підбігаючи, шурхіт сукні): То що, ви мене відпустите? Я ж швидко! Я тільки розкажу їм про пташок, яких ми вчора вчили!

#### **НАРАТОРКА**

Проте, була й інша сторона медалі такого україноцентричного виховання дівчинки. Бо ж початкову освіту Настя принципово отримувала вдома українською мовою. І коли вона прийшла до гімназії складати вступні іспити, то там одна пані дорікнула батькам, що ви, мовляв, велику помилку зробили, коли навчали почку всьому українському. Вона ж не зможе скласти жодного іспиту. **Розповідає НІНЕЛЬ КЛИМЕНКО:**

[15:25] Їй дуже важко було вчитися, бо вона ж не знає російської мови. Яке було здивування, що вона на відмінно здала всі іспити, хоча вона теж

[15:40] дуже переживала, Настя. От в зв'язку з тим, що начебто вона така як залізна була, але вона була дуже емоційною і дуже ранимою.

#### **НАРАТОРКА**

**З цього приводу Марія Грінченко згадує таке. Звучить цитата зі спогадів матері Насті Грінченко:**

**МАРІЯ ГРІНЧЕНКО (голосом акторки):** *«Ще з самого її малечку докоряли нам люде, говорилося навіть, що ми не маємо права робити над дитиною такий експеримент – нехай виросте, та тоді й вибере «сознательно» собі мову. Говорилося навіть при їй, але на щастя вона вже змалечку «сознательно» вживала українську мову і такі розмови не мали на неї поганого впливу. Як прийшла я з нею на екзамен у гімназію, то одна пані, що теж привела свою дочку на екзамен і знала, що Настя завжди говорить по-українському, почала докоряти мені, що як це недобре, що тепер їй дуже важко буде вчитися».*

#### **НАРАТОРКА**

Навряд чи в цей момент Настя просто йшла в якусь нарцистичність. Тут ми радше говоримо про те, як такі маленькі спільноти на тебе впливають, коли ти підліток. А от **ДАР'Я ШАПОШНИК-ДОМІНСЬКА** — кризова та клінічна психологиня, кандидатка психологічних наук, супервізорка, провідна психотерапевтка київського центру психотерапії, психосоматики та психоделічної медицини ЕКСПІО **спробувала змодельювати, що було в голові цієї дитини, коли вона чула щось неприємне в свій бік (синхрон):**

[36:48] Але що тут якраз мені хочеться сказати, оце татусева донька, це якраз фактично те, що створювала для неї можливість бачити унікальність не як мінус, фактично це як

унікальність певною мірою, а як плюс. Ну, саме по собі може бути унікальність вже як плюс, але ж інші можуть зробити з цього, як те, що ти біла ворона, як ви сказали, коли ти на цьому фіксуєшся, як на те, що ти унікальний, ти продовжуєш певну місію, і те, що тобі важлива думка певних людей. Ось тут ще такий момент важливий.

[37:30] Яка думка тобі важлива? Це те, насправді, що ви сказали, діти зараз губляться і в них хаос. Тому що на кого ти орієнтуєшся? Всі тобі не скажуть, що ти окей. Якщо ти чекаєш від всіх окей, ну тебе просто розчавлять. Просто не ти будеш бажати, а тобою будуть бажати і робити те, що хтось буде хотіти. Тому тут, відповідно, раніше в цьому якраз було простіше в тому сенсі, що начебто так склалися умови без вибору, що вона орієнтувалася на нього, на свою сім'ю, на оцей осередок невеликий, тому що вона також була дуже дотична до входу не тільки як сім'я, як осередок і гості, які приходили їхні, і тих, кого навчав батько, а ще й в цілому, те, що він її брав, знайомив багато з ким, тому вона в цьому сенсі була досить така комунікативна і вона шукала цих контактів, на кого можна спертися, та ж постать Івана Франка, наскільки вона вплинула на неї і вона шукала.

## **НАРАТОРКА**

А проте, закінчила гімназію Настя з медаллю. Лишень спогади про гімназійне життя не були захопливими. З огляду на роздуми Марії Грінченко у її мемуарах цей факт можна пояснити браком яскравих талановитих педагогів (позаяк було з ким порівнювати) й, вочевидь, відсутністю близьких друзів.

### **Звучит цитата зі спогадів мами Анастасії:**

**МАРІЯ ГРІНЧЕНКО (голосом акторки):** *«Серед гімназисток у Чернігові було в неї кілька ближчих товаришок, але взагалі якось мало товаришувала вона з гімназистками та й з гімназистами. Мало бувала серед їх. Як скажеш іноді, що чому ти не ходиш ні до кого, навіть на гімназичні зібрання, то вона одкаже: «Якось мені там не цікаво». Мабуть справді мало спільних інтересів з їми у неї було. Здебільшого сиділа дома, читала, шила, перекладала».*

## Приклади транскрибування інтерв'ю

### МОЛОДІД. БУТ 11 03.wav

#### **Speaker A**

[00:00] Коли Анастасія Грінченко перебувала в той критичний момент, коли її коханий обрав порятунок і втечу, а вона була хвора і репресована, давайте поговоримо, як така травма заради найближчої людини у поєднанні з тим фізичним виснаженням, яке вона мала, впливає на справу до життя, на волю до життя?

#### **Speaker B**

[00:29] Загалом мені здається, що така ситуація зради найближчої людини, вона може дуже негативно, а то навіть катастрофічно вплинути на фізичний стан людини і так і на довіру, і на те, як ти себе відчуваєш, на твою самоцінність.

[00:55] Можливо, в тебе з'являється відчуття провини і думки про те, що ти зробила не так, і що можна було би зробити краще. Тобто, я не знаю повністю ситуації, в якій була Анастасія Грінченко і її кохани.

#### **Speaker A**

[01:07] Я трошки окреслю. Він не просто поїхав десь в інше місто, він поїхав за кордон. Тобто від цих репресій, яким піддався і він, і вона сама, вони обидва,

[01:21] він поїхав собі щасливо і залишився там жити, а вона залишилась хвора у себе вдома.

#### **Speaker B**

[01:26] Але я так чую трошки нотки засудження в вашому голосі. Мені хотілося б наголосити, що в таких ситуаціях, в ситуаціях нестандартних, в ситуаціях

репресій, в ситуаціях, де справді іде боротьба за життя, дуже важко говорити про чорно-білі сценарії. Не буває тільки добре і тільки погано. Мені здається, що тут варто все ж таки зауважувати, що кожна людина має право на цей вибір. І якщо він все ж таки обрав рятувати себе, зі СРСР так не було, то ми не маємо жодного морального права його засуджувати,

[02:07] особливо зараз, у ХХІ столітті.

## МОЛОДІД. КЛИМЕНКО 10 03 Ч 1.wav

### Speaker A

[00:01] Познайомте, будь ласка, слухачів із цією епохою кінця 19-го, початку 20-го століття, поки що загалом. Розкажіть про специфіку тогочасної інтелектуальної та політичної боротьби.

### Speaker B

[00:18] Це такий цікавий проміжок часу, коли особливо такий яскравий момент, що мене дуже вразило, коли я досліджувала цю тему, це те, що була боротьба між дітьми і батьками. Чому саме? Тому що їхні батьки, це відома інтелігенція українська, вони займалися культурництвом. Тобто вони несли просвіту, писали книжки і для робітничого класу, і для селянства, і писали твори, поширювали.

[00:46] А от уже діти їх, вони критикували своїх батьків, що вони дуже такі пасивні і підлаштовуються під самодержавство. А потрібно більш рішучі дії. І от такі суперечки між батьками можна прослідкувати

[01:02] між сином Антоновича, Володимиром Антоновичем, який відомий культурний діяч, і Дмитром Антоновичем, який був засновником Революційної Української партії.

[01:18] У нього з батьками були дуже такі стосунки, тому що вони не розуміли. Так само і всі ми можемо прослідкувати, що у цьому молодці, молоде покоління, яке розуміло, що далеко не поїдеш тільки культурницькими методами, і тому вони боротися за свої права. Чому саме? Тому що, по-перше, особливо жіночі права. Чому ми сьогодні будемо говорити про унікальну особистість, багатогранну дівчину, дворянку, яка, не шкодуючи свого життя інтелектуальне, дуже багато працювала, була впертою для того, щоб отримати у ці права жіночі, це право на навчання, бо на той час жінка, якщо ми кажемо про надніпрянську Україну, жінка була тільки, могла мати професію, це вчителька, в родині домашнього господарства. Тобто вона не мала права взагалі на що

працювати, бо вона вважалася, що вона повинна займатися вихованням дітей. І в них були такі своєрідні звичаї і традиції, такі застарвінні забобони, які потім вразили дуже Настю Грінченко, яка більш вільно виховувалась на Дніпрянській Україні.

[03:14] Тому оця така боротьба і протистояння між батьками і дітьми була досить очевидна, і тому якраз оця молодь підхопила оцей прапор такої дієвості, революційності.

## МОЛОДІД. КЛИМЕНКО 10 03 Ч 2.wav

### Speaker B

[00:03] Розкажіть, будь ласка, про псевдоніми, якими послуговувалась Настя, про її ідеї оці жіноцтва, бо в одному періоді життя вона ніби як і казкарка, тут вона перекладачка, тут вона вже авторка праці ідеї федералізму декабристів.

[00:22] Як вона це все, по-перше, поєднувала і як вона привносила усі свої соціалістичні погляди у свою творчість?

### Speaker A

[00:33] Щодо псевдоніми, можна розглядати її з двох сторін. З одного боку, коли вона працювала серед робітників, і так, щоб не було явно видно, що це Анастасія Грінченка, вона використовувала такі псевдоніми, як Оля, Маруся,

[00:48] і от на Полтавщині, і навіть в Києві відома вона як Оля. Якщо ми кажемо про її літературну діяльність, то тут теж цікавий такий момент, вона теж в основному криптоніми використовувала, н англійська чи латиницею.

[01:08] Ну, використовувала також Настя Горова, Настя Саєнко, тобто такі були в неї, ніби, номинування, так як вона, але багато визначитися, який саме в літературній діяльності,

[01:27] бо я навіть не пам'ятаю, і шкода, що не зберегла, але в пам'яті мене залишилося, що мама пише, Настя, ти вже решті-решт придумала собі свій псевдонім чи ні? І вона отак от пробувала, але от більше в революційній діяльності

[01:44] вона відома як Оля. На Полтавщині, в Київщині.

## МОЛОДІД. ШАПОШНИК ДОМІНСЬКА Ч 1.wav

### Speaker A

[00:01] Ми знаємо, що Борис Грінченко, батько Насті, він був повним авторитетом для неї і дуже прискіпливо ставився до помилок. Він постійно її виправляв, писав цілі листи їй. І ось як це могло вплинути на формування Насті, формування в неї впевненості у власних силах, або ж в якому ключі, тобто погіршити, покращити?

### Speaker B

[01:44] Так, і да, я хотіла б почати розгортання цієї теми з того, що батьки Анастасії Грінченко бу, батько був завідувачем школи. Відповідно, оце відчуття, як треба зробити правильно і виправлення червоної ручки, про яке ми знаємо з точки зору психології, як це впливає, відчуття помилки, що ця тема, вона дійсно певним чином впливала на підхід батька до того, що є правильним чи неправильним. Оця поляризація, коли не було відтінків, коли є або так, або інакше. Чому? Тому що той час все-таки характеризується, вони були дисидентами, ми розуміємо, з історичних обзорів, і цейції щодо виховання дітей. Тому є тільки, як в семафорі, дві кнопки – зелена, червона. Краще зайвий раз звертати на червону, коли це стратегія про виживання, коли треба бути пильним, коли треба слідкувати і наслідувати приклад старших.

[02:03] І отут старший – це не про вік. Старший – це про той, який відповідає, який боїться за тебе. Я тут наголошую саме на слові страх.

### Speaker A

[02:15] Особливо ми знаємо, що вона була єдиною дочкою і взагалі.

### Speaker B

[02:19] Так, а на той час, знову ж таки, єдина дочка це дуже сензитивно. У нас час, коли одна дитина це норма, а тоді це також страшно.

[02:34] І якоюсь мірою цей страх виправдався, бо дійсно вона померла досить молодою. Наскільки я знаю, це 23 роки їй було.

## МОЛОДІД. ШАПОШНИК ДОМІНСЬКА Ч 2.wav

### Speaker B

[00:01] Так, про витоки фемінізму. Власне, в мене така підтемка формування нової жінки, я її назвала. Наприкінці 19 століття освічена жінка починає вимагати права на свою публічність, на працю та самостійне пересування,

[00:19] тому що тоді це було дуже проблематично, особливо у Львові. Там була історія, коли Настя приїжджала у Львів, і з мамою вони поселилися в готелі і хотіли записатися власним прізвищем.

[00:43] На них подивилися, як не на сповна розуму, і сказали, що потрібно, щоб вас чоловік супроводжував. Тобто дуже з цим було все строго. І от власне, чи була Настя Грінченко типовою представницею свого покоління, чи виховання в родині Грінченків зробило її більш радикальною, якщо ми можемо так сказати, порівняно з сучасницями?

### Speaker A

[01:04] Я думаю, що саме ця дотичність і відчуття спорідненості з батьківською фігурою, з фігурою батька, якраз додало їй тієї сили, а чому ні? А чому я, вони можуть, а я ні. А чим я гірше?

[01:21] Ну, здавалося б, ці питання має задавати кожна людина, кожна жінка чи чоловік в будь-який віху період життя еволюції нашої. Але враховуючи такий досвід, ми можемо зрозуміти, що ні, такі питання не виникали.

[01:40] Вони подавлялися на корню. А у неї ці питання були всередині. в неї, в внутрішньому діалозі вони бажали продовження.

### Speaker B

[02:00] І оцей діалог, він знаходив відображення в діях, в тому, що я хочу дозволити. А от дивіться, у Львові вона, коли приїхала туди навчатися, вона

познайомилася із трьома абсолютно різними за поглядами і політичними, і взагалі на життя людьми.

[02:12] З Симоном Петлюрою, з Виноченком і з Грушевським. Ось як їй, як жінці, ну і багато інших також чоловіків різних відомих входило в цю партію, Революційну Українську партію, і як їй, як жінці було комунікувати з цими абсолютно різними людьми, чоловіками,

## МОЛОДІД. СТАМБОЛ 16 03.wav

### Speaker A

[00:01] Так, давайте почнемо зі специфіки інтелектуальної та політичної боротьби кінця 19-го, початку 20-го століття. Познайомте, будь ласка, охарактеризуйте цю епоху. Розкажіть про ці такі моменти, нюанси, яка роль відводилась тоді жінкам та дівчатам статусу Анастасії Грінченко? Ну, і загалом, яка атмосфера була в той час? Насправді, про це нам може розказати і підручник історії України,

### Speaker B

[00:31] але, звичайно, він не все покриває. Тобто, дійсно, коли подивитися на молодь, що вона розуміє про 19-те століття, то знають якісь окремі факти, окремі вирвані моменти.

[00:43] Вони, зазвичай, ті, які ми можемо побачити в масовій культурі. Ми з вами якраз будемо розмовляти про українську історію, про Анастасію Грінченко, Бориса Грінченка, а це ті люди, які в масову культуру не зайшли поки, що якраз, можливо, наша розмова до того і підведе. Проблема в чому? В тому, що ми не дуже уявляємо, що таке українна інтелігенція, і шукали різні напрямки діяльності, як реалізувати те, що ми можемо назвати свободою, наприклад, політичною чи культурною. українського руху тобто від чогось суто того що дуже критикували називали шароварництвом умовно

[01:49] кажучи вареникоїдством і співанням пісень лише отак тісним колом українці виходять на те що ставлять політичні завдання але не всі і тут т якихось великих соціальних, культурних проблем,

[02:14] вони не дуже, не завжди могли чітко сказати, за кого вони. І найчіткіше слово тих, кого ми з вами якраз сьогодні найбільше цінуємо, тобто тих, хто нам забезпечив нашу ідентичність сьогодні,

[02:28] їх називають українолюбцями або народолубцями. Тобто народолубці – це як щось загальне, і українолюбці – конкретніше. От коли ми говоримо про, наприклад, братерство Тарасівців, організацію, яка вперше поставила за мету на Дніпрянщині сам 19 столітті. В Україні окремо можна говорити про тему жінки навіть не в межах того, що відбувалося в Європі, бо Україна унікальна в тому контексті, що жінки, в принципі, не були поневолені дуже сильно, але не мали, наприклад, тих прав, які ми сьогодні рахуємо як такі важливі.

[03:26] Тобто, про голос мова йде, про майнові якісь права і так далі. Але те, що вплив жінки був дуже сильний, ну, це ми бачимо ще з часів Гетьманщини. Але якщо дивитися на кінець 19-го століття і подивитись, наприклад, на склад політичних партій, політичних рухів і так далі,

[03:44] то дуже часто жінки, ну, не на паритетних, але на важливих були позиціях. Тобто вони так само долучалися до важливих рухів. І тут мені згадається, наприклад, Софія Русова, нещодавно Україна святкувала її річницю, Софія Русова входила до братерства Тарасівців, наприклад.

[04:00] Тобто вона, можливо, і не чітко туди зайшла з якимись клятвами і так далі, але вона брала участь, вона долучалася до цих подій, і це все було на рівних.

### **Speaker A**

[04:15] Розкажіть, будь ласка, більше трошки про сучасний, тогочасний стан сільської освіти, про домашню форму навчання, адже ми знаємо, що Настя виховувалась спочатку в родині,

[04:28] про саме навчання містян і заможних українців, про цю більшу намагались дати освіту дітям спочатку вдома,

[04:41] які перспективи в освіті загалом були тоді перед людьми із села?

## Speaker B

[04:47] Ну, насправді, проблема колоніального статусу, ми сьогодні її вже зовсім інакше сприймаємо, але на той час ситуація виглядала десь таким чином, якщо брати село до уваги, то окремий конкретно взятий селянин, який, наприклад, мав частинку землі і міг її обробляти, і прагнув до того, щоб його дитина була освіченою, можливо, уже не була стільки разів обдуреною, щоб вона могла десь свою долю визначати не лише суспільства у трошки кращий. Тому, наприклад, багато хто хотів віддати дійсно своїх дітей в школу, переважно йшли хлопчики, але до якихось початкових варіантів могли потрапляти і дівчата, чи десь мати якісь курси початкової освіти.

[06:00] Так от середньостатистичний селянин, який потрапляв до школи, він не розумів, якою мовою його навчають. Тобто він не розумів елементарні речі, які йому пояснювали в школі. Він потрапляв одразу в іншомовне середовище, виходячи зі своєї сім'ї.

[06:16] Це найбільша проблема колоніальної залежності. Чому вона нам сьогодні не дуже зрозуміла? Тому що після советського періоду ми є переважно білінгвами, ми розуміємо московську дуже добре, тому ми не завжди розуміємо

[06:30] тих наших пращурів чи попередні покоління, тому що вони не розуміли. Тобто їх не вчили, вони сприймали московські як щось чуже і в принципі своїх таких замкнених сільських...

Мерч медіапроекту

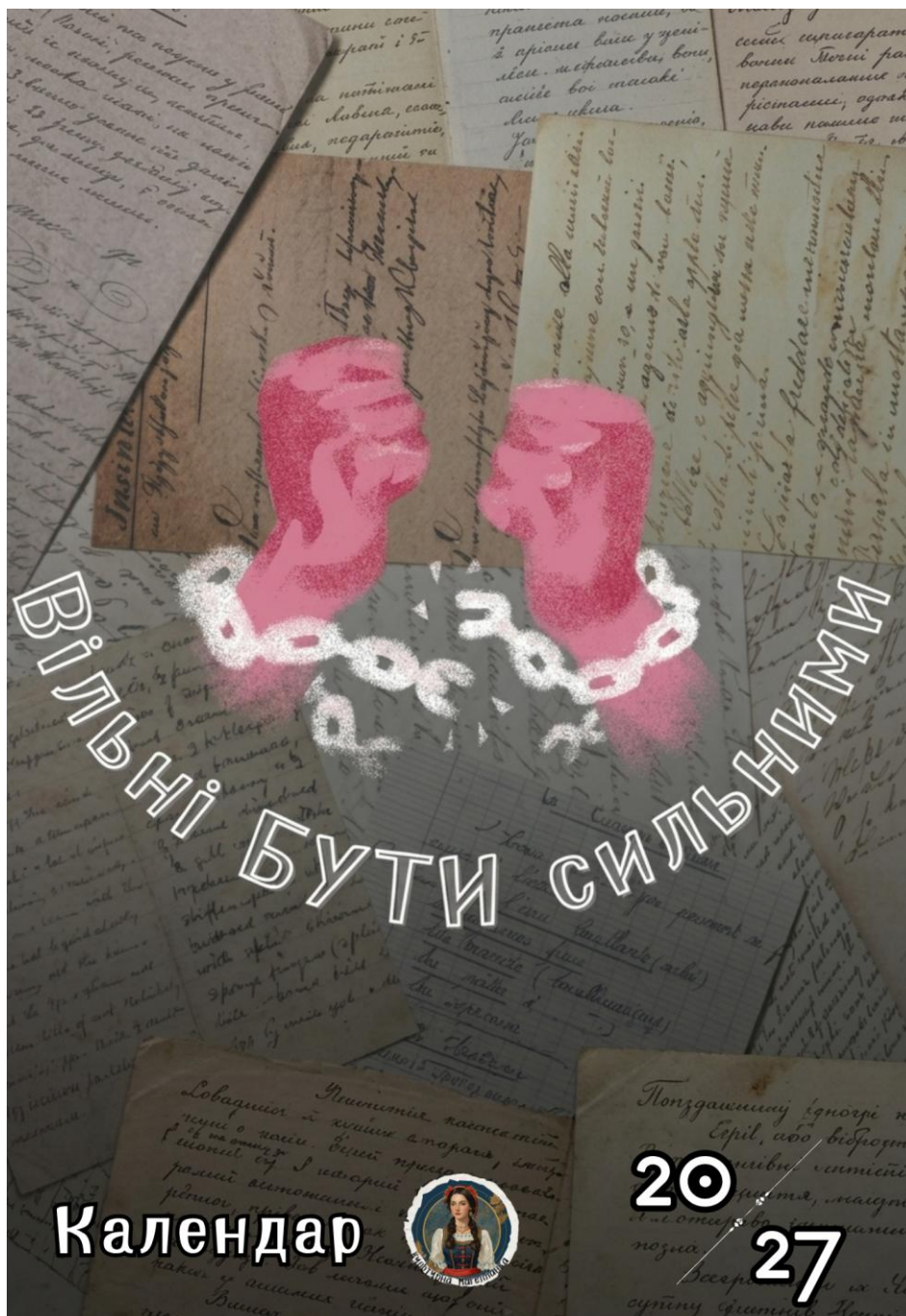


Рис. 1

**Анастасія  
Грінченко**

Тагова доця? Міська інтелігентка?  
Чи ідейна бунтарка?

**СІЧЕНЬ**  *January*

ПОНЕДІЛОК MONDAY	ВІВТОРОК TUESDAY	СЕРЕДА WEDNESDAY	ЧЕТВЕР THURSDAY	П'ЯТНИЦЯ FRIDAY	СУБОТА SATURDAY	НЕДІЛЯ SUNDAY
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Рис. 2

«Мені хочеться зробити з себе корисну в житті людину...»  
(Настя Грінченко)

Дочка Бориса Грінченка

Лютий February

ПОНЕДІЛОК MONDAY	ВІВТОРОК TUESDAY	СЕРЕДА WEDNESDAY	ЧЕТВЕР THURSDAY	П'ЯТНИЦЯ FRIDAY	СУБОТА SATURDAY	НЕДІЛЯ SUNDAY
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
1	2	3	4	5	6	7

Рис. 3

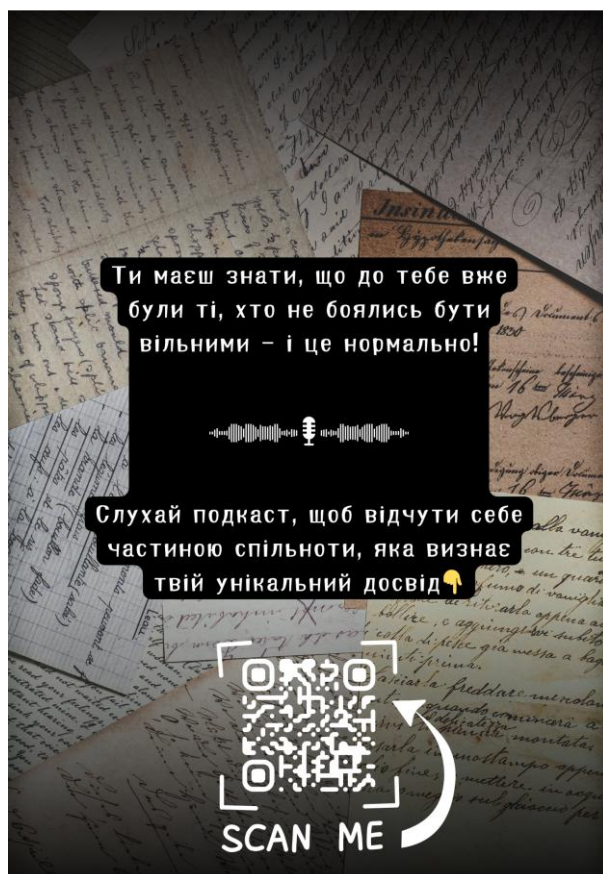


Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8

Приклади фінального візуального оформлення та етапів трансформації профілю

2.13.7. Етапи візуальної трансформації блогу «Культурна Магелланка» (див. рис. 2.12.1, 2.12.2, 2.12.3, 2.12.4, 2.12.5, 2.12.6, 2.12.7, 2.12.8, 2.12.9, 2.12.10, 2.12.11, 2.12.12, 2.12.13, 2.12.14, 2.12.15, 2.12.16, 2.12.17, 2.12.18)



Рис. 2.12.1



Рис.2.12.2



Рис. 2.12.3



Рис. 2.12.4



Рис.2.12.5

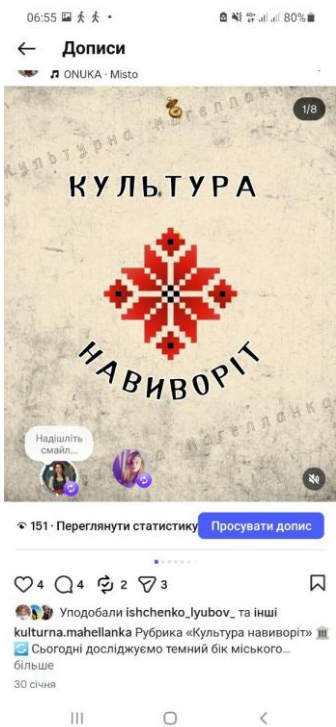


Рис. 2.12.6

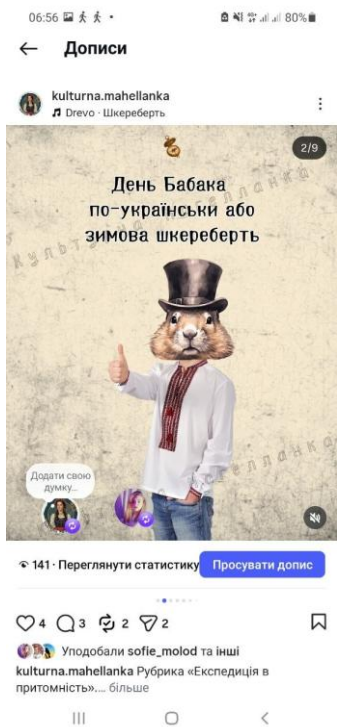


Рис.2.12.7



Рис. 2.12.8



Рис.2.12.9



Рис. 2.12.10



Рис. 2.12.11



Рис. 2.12.12



Рис. 2.12.13



Рис. 2.12.14



Рис. 2.12.15



Рис. 2.12.16

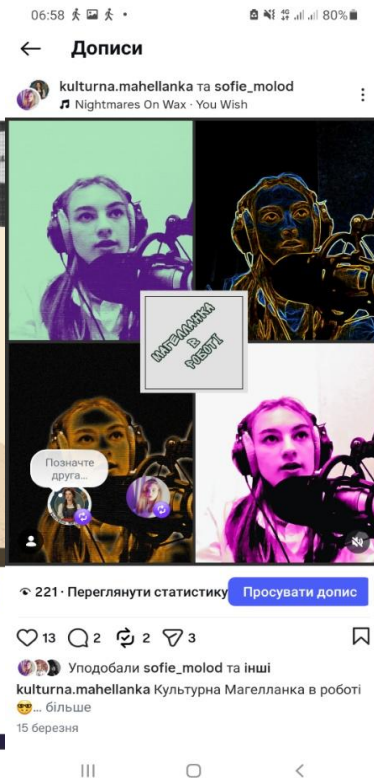


Рис. 2.12.17

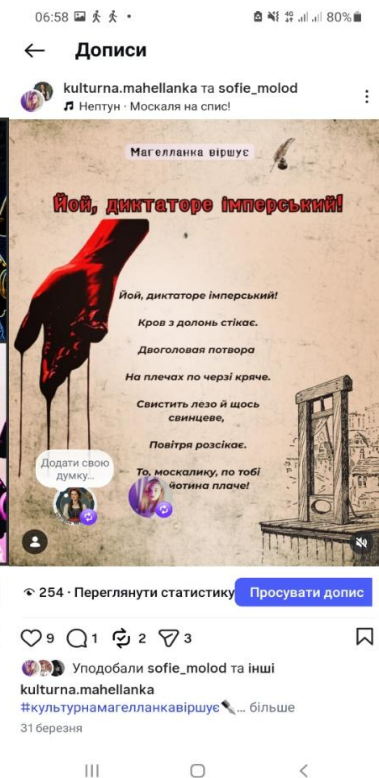


Рис. 2.12.18

Таблиця 3.1 — система стратегічних партнерств медіапроєкту

Цільовий сектор	Потенційні партнери	Формат взаємодії	Стратегічне обґрунтування
<b>I. Експертно-академічний</b>	Наукова спільнота (О. Стрельник, М. Байдак, І. Ігнатенко), КУ ім. Б. Грінченка	Профільні коментарі; рекомендаційні поширення; публічні дискусії	Легітимізація проєкту як науково верифікованого продукту
<b>II. Конвергентно-медійний</b>	«Радіо Культура», блог «Смішно не буде», подкаст «Тільки для жінок», Е. Антонюк	Медіа-фічери; нативні інтеграції в Reels/TikTok; крос-промоція	Отримання медійної репутації; конвертація слухачів суміжних форматів
<b>III. Соціально-інституційний</b>	Платформа Mindly, ГО «ЮрФем», ГО «Бути», УЖФ	Спецпроєкт «Уроки стійкості»; правові експертизи; UGC-челендж	Поєднання історії з практиками психодопомоги; формування ком'юніті

Таблиця 3.2 — типологія крос-маркетингового інструментарію проєкту

Вид комунікації	Механіка впровадження в медіапроєкт	Прогнозований маркетинговий ефект
Крос-акції та ко-брендинг	Інтеграція з Mindly та «ЮрФем»: промокоди на послуги партнерів за	Стимулювання цільової дії; раціональна мотивація; експертне позиціонування

	підписку; спільний контент	
Семплінг	Розміщення POS-матеріалів (стікери, листівки) з QR-кодами на епізоди у фізичних локаціях партнерів	Залучення представників креативних індустрій поза межами цифрових платформ
Крос-заходи	Панельні дискусії та пабліктоки на базі КУ імені Бориса Грінченка та музейних установ	Посилення репутаційного капіталу; залучення студентського активу та експертів
Календарний маркетинг	Ситуативне масштабування та випуск тематичних епізодів до Дня фемінізму (8 червня)	Використання загальнонаціонального інфоприводу для підвищення конверсії