

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ПОЕЗІЯ ВІЙСЬКОВИХ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ:
МЕДІАПРОЄКТ**

Здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти
групи МКм-1-24-1.4з.
галузь знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.04
Медіакомунікації
Бенковського Микити Віталійовича

Використання чужих ідей,
Результатів і текстів
Мають посилання на відповідне
джерело

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Лісневська А.Л.,
доцент, кандидат педагогічних наук

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	
1.1. Роль української культурної журналістики у формуванні громадської думки в період соціальних викликів (2014-2024 роки).....	5
1.2. Тематика літературної творчості в медіапроєктах воєнного часу: контент-аналіз медіапроєктів з творчості військових поетів	8
1.3. PEST-аналіз та особливості аудиторії проєкту	17
1.4. SWOT-аналіз та конкурентне середовище	21
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДІАПРОДУКТУ	
2.1. Загальні характеристики медіапродукту	29
2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту	32
2.3. Соціальна значущість медіапродукту	35
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ МЕДІАПРОДУКТУ НА РИНКУ	
3.1. Інстаграм як шлях просування медіапродукту	37
3.2. Контент-план інстаграм-сторінки	40
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	54
АНОТАЦІЯ	73

Відгук наукового керівника (додається)

Рецензія (додається)

Протокол подібності (додається)

ВСТУП

У 2022 року російська федерація здійснила відкритий широкомасштабний напад на Україну — розпочався новий період російської агресії проти України, яка триває з лютого 2014 року. Зазначені події потужно вплинули на життя українського суспільства і українську культуру, зокрема — на українську літературу та читацькі інтереси. Війна підштовхнула нас «згадати», що ми українці.

Поглиблення економічної кризи, пандемія та війна призвели до скорочення попиту на книжки: українці почали менше витратити навіть на товари першої необхідності.

Було прийнято рішення створити електронне, безкоштовне (у вільному доступі) видання, щоб кожен охочий мав змогу переконатися: навіть у найскладніші часи в Україні народжувалася й розвивалася сильна поетична традиція. Виявляється, в Україні завжди існувала значна кількість авторів, що працювали в різножанровому україномовному літературному полі. Особливо це стосується поезії військових, яка отримала помітне звучання лише після початку повномасштабного вторгнення. Жахливий привід зробив українську поезію, зокрема поезію на фронтову тематику, несподівано актуальною та затребуваною.

Актуальність проєкту пояснюється недостатньою увагою до сучасної української поезії у видавничому середовищі, зокрема до творчості військових авторів. Питання розвитку української поезії та її висвітлення в культурній журналістиці сьогодні має особливе значення для національної ідентичності.

Об'єкт: матеріали культурної журналістики з популяризації сучасної української поезії, зокрема військової.

Предмет: авторський медіапроект «Поетична територія війни» та його просування від формулювання концепції, створення контенту й візуального наповнення до розповсюдження електронного видання та аналізу результатів.

Метою проєкту було створення електронного видання у форматі інтерактивного PDF, відкритого для вільного доступу, щоб ознайомити читачів із сучасною українською поезією військових та інстаграм сторінки до нього.

Мета передбачала виконання наступних завдань:

- Розглянути феномен української культурної журналістики як чинник формування громадської думки в умовах соціальних викликів (2014–2024 рр.).
- Проаналізувати тематичні домінанти літературної творчості у медіапроєктах воєнного часу та визначити контент-аналіз як методологічну основу дослідження медіапростору військової поезії.
- Провести PEST- і SWOT-аналізи для оцінки зовнішнього середовища книжкового ринку, визначення цільової аудиторії та конкурентного середовища медіапродукту.
- Визначити загальні характеристики та концептуальні особливості електронного видання.
- Здійснити редакційно-видавничу підготовку медіапроєкту.
- Оцінити соціальну значущість медіапродукту та розробити контент-план для його просування в соціальних мережах.

Місія проєкту — сприяти зростанню інтересу до сучасної української поезії, зокрема поезії військових, та привернути увагу до українських авторів, які творять у різних жанрах і формують україномовний літературний простір, популяризуючи українську культуру у світі.

Вибір книги для читання у більшості випадків робиться емоційно. Декларативно як читачі, так і експерти вважають, що важливіше за форму є зміст, але якість все ж таки залишається першочерговим чинником інтересу до книжки. Тому, переді мною, стояло завдання обрати цікавий контент, розробити концепцію видання, створити макет (анотація, зміст, розділи, нотатки), реалізувати цікаве оформлення та обрати фотографічний матеріал. Важливо також було продумати спосіб просування медіапродукту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Роль української культурної журналістики у формуванні громадської думки в період соціальних викликів (2014-2024 роки)

Період 2014–2024 років став для України часом тектонічних соціальних викликів, спричинених Революцією Гідності, окупацією Криму, війною на Донбасі та повномасштабним вторгненням Росії. У цей час, коли національна безпека та ідентичність опинилися під прямою загрозою, українська культурна журналістика трансформувалася на потужний інструмент національної стійкості, деколонізації та формування консолідованої громадської думки.

Як слушно зазначала Л. А. Богуш, «Роль медіа у процесі формування громадської думки надзвичайно великий, оскільки через медіа здійснюється звернення до масової аудиторії, яке на основі отриманої інформації про події і явища формує громадську думку» [1, с. 304].

Однією з головних функцій культурної журналістики у цей період стало посилення національної єдності шляхом медіації складного досвіду війни:

- Консолідація через цінності: Активно просувався контент, що підкреслював європейське коріння української культури та її відмінність від імперського російського простору, з фокусом на сучасних авторах та історичних постатях, маргіналізованих у радянські часи.
- Синтез жанрів: Культурні медіа почали поєднувати культурні огляди із соціальною аналітикою та військовими репортажами. Такий синтез дозволяв розглядати вірші не лише як літературні твори, а як соціальний маніфест, що формує громадську свідомість.
- Викриття і протидія: Культурна журналістика стала платформою для критичного аналізу російських культурних продуктів і систематично висвітлювала процес дерусифікації культурного простору (перейменування, демонтаж пам'ятників, перехід на українську мову).

- Створення пантеону героїв: Журналісти почали формувати громадську думку, представляючи митців, які пішли на фронт, як героїв. Це інтегрувало культурних діячів у контекст національного спротиву.

Культурні медіа стали голосом нової генерації митців, волонтерів і військових, чия творчість безпосередньо формувала сучасний культурний код опору.

Культурна журналістика також виступила головним посередником між травматичним досвідом війни та суспільством, формуючи наратив стійкості та соціальної емпатії:

- Рецензування та промоція воєнної літератури легітимізували досвід, давши змогу широкій аудиторії осмислити та прийняти реалії війни.
- Активно висвітлювалися волонтерські мистецькі ініціативи та культурні хаби, які стали опорою для громад під час кризи.
- Ініціювалися публічні дискусії про те, як мистецтво має реагувати на війну, та про його роль у політичному полі.

Після 2014 року культурна журналістика відіграла життєво важливу роль у трьох взаємопов'язаних процесах, де поезія військових стала центральним об'єктом висвітлення:

1. Ревізія ідентичності: Журналісти активно просували контент, який підкреслював унікальність української культури. Література військових стала каталізатором звільнення від колоніальних наративів і формування нового, незламного національного самоусвідомлення.

2. Документування часу: Культурні медіа розпочали системну фіксацію трагічного та героїчного досвіду війни, надаючи пріоритет свідченням із перших вуст. Література, народжена в окопах і шпиталях, була оперативно інтегрована в журналістський контент як первинний документ епохи.

3. Соціальна терапія: Культурна журналістика взяла на себе функцію колективної терапії, спрямованої на осмислення травматичного досвіду війни. Через поезію військових медіа почали артикулювати теми болю, втрати та надії. Таким

чином, поетичне слово стало інструментом відновлення емоційної цілісності суспільства.

Саме тому, в контексті загальних інформаційних та технологічних трансформацій, дослідження впливу медіа на громадянську активність нерозривно пов'язане з питанням інформаційної безпеки та об'єктивності. Українська культурна журналістика, реалізуючи свої функції, активно сприяла формуванню стійкої медіакультури – здатності суспільства критично оцінювати медійні технології та різноманітні форми масової інформації, що є ключовим елементом національної стійкості [25].

Зокрема, медіапроекти, що функціонують на ютубі, ефективно використовують формат інтелектуального діалогу для підтримки національної ідентичності. Так, у серії інтерв'ю «Стандарти кухонно-диванної експертизи» на каналі «Радіо Хартія» українські культурні діячі обговорюють тисячолітню історію українського слова та його роль у спротиві. Цей кейс ілюструє, як культурна журналістика свідомо обирає рефлексивний, а не лише інформаційний контент, закладаючи ідейний фундамент національної стійкості у свідомості аудиторії [30].

Таким чином, у 2014–2024 роках українська культурна журналістика трансформувалася зі сфери естетики у сферу національної безпеки та формування громадянської ідентичності. Вона не просто інформувала про культурні події, а активно творила суспільну свідомість, сприяючи національній єдності, опору агресії та переосмисленню власної культурної спадщини.

1.2. Тематика літературної творчості в медіапроєктах воєнного часу : контент-аналіз медіапроєктів з творчості військових поетів

Дослідження ролі української культурної журналістики у формуванні громадської думки в період соціальних викликів (2014–2024 роки) неможливе без аналізу контенту, який вона транслює. Центральною фігурою цього періоду стали військові письменники, а їх творчість — ключовим об'єктом медіатизації.

У двотисячних роках українська журналістика поступово почала усвідомлювати, що культура тісно пов'язана із системою цінностей. Якщо у творах, висловлюваннях чи інтерв'ю відсутні елементи, які апелюють до загальнолюдських цінностей, особистого досвіду, переживань, соціальних трансформацій або спонукають до глибшого осмислення історії, то такі матеріали належать радше до сфери дозвілля, а не до справжньої культури [14].

Ця думка підкреслює, що культурна журналістика є не просто сферою дозвілля, а важливим інструментом формування суспільних цінностей і колективної свідомості.

Літературні твори, створені безпосередньо в зоні бойових дій, виконують функцію первинних документів епохи, що трансформують індивідуальні свідчення про війну в елементи колективної пам'яті. Медіапроєкти, присвячені цій літературі, слугують своєрідним «мостом» між особистим і суспільним досвідом, переводячи травматичні переживання у соціально прийнятний формат і формуючи культурний код національного опору.

Воєнна література та поезія — один із найяскравіших культурних феноменів сучасної України. Починаючи з 2014 року, літературний процес дедалі тісніше взаємодіє з журналістикою, а медіапроєкти, що висвітлюють творчість військових авторів, утворюють окремий напрям культурної комунікації.

За спостереженнями дослідників, у цей період українська культурна журналістика суттєво «подорослішала» — вона стала більш свідомою, уважною до вибору тем і героїв публікацій. Відбувся помітний зсув у системі координат: поділ

культури на «українську» і «російську» поступово трансформувався у співвідношення «українська» та «світова», де російська культура сприймається лише як один із елементів світового контексту, а не як домінантна чи конкурентна до української [14].

Цей процес засвідчив ціннісну трансформацію української журналістики, яка звільнялася від колоніальних орієнтирів і вибудовувала власну систему ідентифікацій. Такий світоглядний зсув став підґрунтям для розвитку воєнної культурної журналістики, що базується на ідеях української суб'єктності, гідності та національного спротиву. Її мета полягає не лише в інформуванні про митців, а й у формуванні цілісного образу українського мистецтва як складової суспільного спротиву. Через медіа воєнна поезія набуває функції інструмента колективної рефлексії, моральної підтримки та національної консолідації.

Тематичний аналіз текстів, які активно потрапляють у фокус культурних медіа, дозволяє виокремити три ключові домінанти, що відображають екзистенційну, ідентифікаційну та афективну функції сучасної воєнної літератури.

Екзистенційна домінанта зосереджена на осмисленні межових станів — життя і смерті, порядку та хаосу. У творах військових авторів відображено досвід втрати побратимів і пошук сенсу у зруйнованому світі. Публікуючи подібні тексти, культурна журналістика створює простір для емпатії, допомагаючи суспільству прийняти складну реальність.

Ідентичнісна домінанта виявляється у прагненні авторів звільнитися від колоніальних наративів і сформувати власну систему цінностей. Військові письменники свідомо артикулюють українську суб'єктність, протиставляючи її імперським шаблонам та наративам минулого. Культурна журналістика, популяризуючи цю літературу інтегрує військових письменників у контекст національного спротиву. Таким чином, медіа сприяють консолідації суспільства навколо національних цінностей.

Афективна домінанта пов'язана з емоційним спектром війни. У творах військових авторів простежується «етика люті» — гнів, спрямований проти ворога,

що трансформується у рушійну силу боротьби. Водночас у цих текстах присутні мотиви любові, віри та співчуття, які відображають зв'язок між фронтом і тилом. Ліричні твори про кохання й мирне життя виступають «якорем» людяності, надаючи війні морального сенсу.

Культурні медіа підсилюють ці емоційні фрейми, добираючи ті, що відповідають суспільним потребам — мобілізації, солідарності чи психологічному відновленню. Як зазначають фахівці, важливо не лише інформувати, а й шукати теми, які справді хвилюють аудиторію, адже саме інтерес і емоційна залученість читача визначають ефективність культурної журналістики. Це правило є універсальним і залишається актуальним навіть у контексті воєнної тематики [6].

У структурі сучасних медіапроектів, присвячених воєнній літературі, виокремлюються кілька провідних тематичних напрямів:

1. Свідчення та документування досвіду війни: У творах військових авторів фіксується щоденна реальність фронту, емоційні стани, досвід втрат і виживання. Такі тексти набувають рис історичного джерела, а журналістські платформи, що їх популяризують, виконують функцію збереження колективної пам'яті.

2. Пам'ять і вшанування загиблих: Медіапроекти акцентують на ідеї безсмертя слова як форми вшанування полеглих. Збірки, документальні ініціативи та відеопоезія створюють публічний простір пам'яті, у якому поетичне слово стає ритуалом пошани.

3. Віра, любов і надія: У творчості військових авторів значне місце посідають інтимні мотиви — листи до коханих, образи дітей, дому, мирного життя. Ці тексти демонструють, що навіть у найтяжчі часи людина зберігає духовність і здатність до співчуття.

4. Філософське осмислення буття: Багато письменників трактують війну як екзистенційне випробування, що переосмислює межі життя, свободи, вибору та відповідальності. У культурних медіа такі мотиви розкриваються через есеї, інтерв'ю та публічні читання, формуючи простір інтелектуальної рефлексії.

Медіапроекти воєнного часу не лише репрезентують літературу, а й надають їй нових смислових вимірів. Онлайн-платформи, подкасти, мультимедійні формати, зокрема «Читомо», «Суспільне Культура», «The Ukrainians», поєднують літературні тексти з відео, аудіо та інтерв'ю. Таким чином вони створюють емоційно заглиблений простір сприйняття та осмислення творів.

Журналістика літературного спрямування у воєнний період не лише описує реальність, а й створює її нову модель, у якій український досвід стає основою культурної самоідентифікації.

Отже, тематика літературної творчості в медіапроектах воєнного часу є багатовимірною, глибоко людською та суспільно важливою. Вона поєднує документальність, ліричну рефлексію та громадянську позицію, втілюючи нову культурну етику українського спротиву. Через медійні публікації, зокрема журналістські матеріали, українська література (особливо поезія) отримує друге життя — вона стає голосом нації. У цьому контексті медіа виступають не просто ретрансляторами, а співтворцями сучасного культурного дискурсу України.

Перехід цієї творчості від індивідуальної рефлексії до рівня колективної свідомості відбувається саме завдяки медіапроектам. Онлайн-платформи, спеціальні видання та аудіовізуальні формати здійснюють ефективну медіатизацію воєнного досвіду.

Саме вони формують публічний простір, у якому творчість військових письменників стає органічною частиною суспільного діалогу про війну, пам'ять і національну ідентичність. Для дослідження масштабу та ефективності цього процесу необхідний контент-аналіз медіапроектів, що популяризують творчість авторів, безпосередньо залучених до спротиву.

Як зазначають дослідники, культурологічний медіапростір в Україні та особливості його інформаційного контенту, на жаль, недостатньо висвітлені в науковій літературі й потребують комплексної оцінки та аналізу [3].

Контент-аналіз є одним із провідних методів у соціології, комунікативістиці та журналістикознавстві, який дає змогу здійснювати систематичне, об'єктивне й

кількісне дослідження змісту масової комунікації з подальшою якісною інтерпретацією результатів.

У контексті дослідження, присвяченого поезії військових, контент-аналіз виступає методологічною основою для:

1. Виявлення тенденцій: систематизації найпоширеніших тем, образів і мотивів, які українські медіа обирають для репрезентації творчості військових авторів.

2. Аналіз структури: Дослідження жанрових форматів (інтерв'ю, репортаж, аналітична стаття, подкаст, відеоцикл), у межах яких представлено поетичний матеріал.

3. Оцінка стратегій: Визначення комунікаційних прийомів, які застосовують медіа для посилення суспільного впливу поезії — героїзації, документальності, емоційної рефлексії, освітньої функції.

Застосування цього методу дозволяє простежити, як саме відбувається «відбір і обрамлення» (framing) поезії: які тексти стають знаковими, які автори здобувають найбільшу популярність і яким чином журналістський супровід впливає на сприйняття літературного твору аудиторією.

Об'єкти та одиниці аналізу в медіапроектах

Оскільки медіапроекти, присвячені творчості військових поетів, найактивніше функціонують в онлайн-середовищі, об'єктом для аналізу є мультимедійні комунікаційні одиниці, представлені на різних цифрових платформах.

1. Платформи та об'єкти аналізу:

- Онлайн-видання (новинні та культурні портали): Статті, рубрики, спеціальні проєкти, присвячені літературі війни.
- Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, телеграм): Пости, сторіс, рілс із поетичними цитатами або відеодекламаціями.
- Відеохостинги (ютуб): Інтерв'ю, документальні фільми, авторські читання, відеопоезія.

2. Одиниці аналізу:

- Одиниця обліку (кількісний вимір): Загальна кількість публікацій, присвячених військовим поетам за певний період. Це дає змогу оцінити рівень актуальності теми в медіапросторі.

- Одиниця контексту (якісний вимір):

- Цитата/Вірш: Які саме фрагменти поезії обираються для цитування.
- Журналістський супровід: Як заголовок і підводка формують первинний наратив.
- Візуальний або аудіальний ряд: Роль фото, графіки чи музичного оформлення у створенні медіасенсу.

Для отримання цілісної картини репрезентації творчості військових поетів, контент-аналіз має бути сфокусований на таких ключових категоріях:

Категорія	Завдання та приклади
Тематичний фокус	Визначення домінантних мотивів: а) документалістика (окопна правда, бойовий побут); б) патріотизм і стійкість; в) особиста лірика (кохання, втрата, пам'ять); г) філософські роздуми про сенс війни.
Жанрово-форматна специфіка	Аналіз провідних форматів — інтерв'ю з автором, аналітичний огляд, відедекламація, анонс книги, рубрика «Поезія дня».
Стилістичні стратегії	Визначення тональності матеріалу (героїчна, трагічна, іронічна, нейтральна), аналіз лексики та риторичних прийомів журналіста.
Мультимедійність і візуалізація	Визначення типів візуального супроводу (портрети в уніформі, фронтові фото, художні ілюстрації) та ролі звукових ефектів у відеоконтенті.
Рівень взаємодії з аудиторією	Оцінка елементів залучення (опитування, коментарі, лайки, поширення), що свідчать про суспільний резонанс.

Для дослідження масштабів та ефективності медіатизації воєнного досвіду варто проаналізувати ключові ініціативи, що популяризують творчість авторів, безпосередньо залучених до спротиву, або вшановують їхню пам'ять.

1. Спецпроект «Слова і кулі» (Words and Bullets) — ініціатива, що метафорично поєднує два типи зброї: ту, якою учасники володіли до 24 лютого 2022 року (слово, література, журналістика), і ту, яку були змушені взяти після початку повномасштабного вторгнення. Проект присвячений українським письменникам і журналістам, які після 24 лютого вступили до лав Збройних сил України або долучилися до волонтерської діяльності. Реалізаторами виступають культурно-видавниче медіа «Читомо» та Український ПЕН у співпраці з Національним фондом на підтримку демократії (NED) [36].

Категорія	Виявлена тенденція
Тематичний фокус	Документування досвіду війни та персональних історій; акцент на біографії, мотивації вступу до ЗСУ та поєднанні творчості з військовою службою.
Комунікаційний фокус	Формування образу військовослужбовця-митця.
Стилістичні стратегії	Поєднання фактографічної (документальної) мови з особистісним, емоційно залученим тоном, переважно через формат інтерв'ю.
Жанровий формат	Інтерв'ю; публіцистичні або портретні нариси.
Мультимедійність і візуалізація	Портретні фото в уніформі, фронтові знімки; подання текстів або уривків творчості учасників.
Цільова аудиторія	Переважно доросла аудиторія; ефект — мотиваційний та просвітницький.

2. Проект «Фронтowa студія» платформи «Культурні сили» — мистецька ініціатива, у межах якої українські музиканти відвідують бойові бригади, знайомляться з військовими та створюють музичні твори, засновані на їхніх історіях, досвіді та особистих переживаннях. Проект реалізують «Культурні сили» у співпраці з Культурним десантом та Суспільним Культура [27], [34].

Категорія	Виявлена тенденція
Тематичний фокус	Документування військового досвіду через музику та живий наратив військових. Емоційна насиченість, акцент на людяності, творчості й психологічній стійкості.
Комунікаційний фокус	Побудова діалогу між музичною спільнотою та військовими; поширення контенту через масові медіаплатформи (ютуб, соціальні мережі), що забезпечує високий рівень залучення аудиторії.
Стилістичні стратегії	Використання неформальної, розмовної лексики під час

Категорія	Виявлена тенденція
	інтерв'ю; інтеграція музичних засобів вираження як компонента розповіді.
Жанровий формат	Репортаж; музичний перформанс; медіаінтерв'ю.
Мультимедійність і візуалізація	Відеоконтент (репортажі, живі виступи, інтерв'ю), поширений на ютубі та в соціальних мережах..
Цільова аудиторія	Слухачі сучасної української музики, військові, цивільні, молодь; глядачі мотиваційних відеопроєктів.

3. Спецпроект «Люди культури, яких забрала війна» (Culture People Killed by the War) — меморіальна та культурно-просвітницька ініціатива, започаткована Українським ПЕН та The Ukrainians Media у 2023 році. Проект присвячений діячам і діячкам української культури, які загинули внаслідок повномасштабного вторгнення Росії. Це художники, письменники, журналісти, історики, музиканти, науковці — люди, чия праця формувала інтелектуальний і мистецький простір України. Мета проекту — не допустити редукції цих втрат до статистики, а зберегти пам'ять про особистості, їхнє життя, творчість та нереалізовані задуми [18].

Категорія	Виявлена тенденція
Тематичний фокус	Документування біографій і творчого доробку загиблих; меморіальний та культурно-просвітницький характер.
Комунікаційний фокус	Збереження пам'яті; протидія знеособленню втрат війни й перетворенню імен на статистику.
Стилістичні стратегії	Використання особистісного, вшанувального тону; акцент на унікальності біографій; залучення свідчень близьких та аналізу творчого шляху.
Жанровий формат	Біографічні нариси, текстові портрети, меморіальні есеї.
Мультимедійність і візуалізація	Фотографії загиблих, уривки їхніх творів або особистих записів (листи, щоденники, нотатки).
Цільова аудиторія	Широка українська та міжнародна спільнота, зокрема культурні, академічні й правозахисні середовища.

Аналіз розглянутих медіапроектів засвідчує, що сучасна українська культурна журналістика відіграє важливу роль у репрезентації воєнної літератури та формуванні суспільного сприйняття творчості військових авторів. Медіа не лише поширюють тексти, а й створюють рамки їхнього осмислення через добір жанрових

форматів, стилістичні прийоми й візуальні рішення. Перевага мультимедійних форматів — інтерв'ю, відеоконтенту, подкастів, документальних форм — демонструє прагнення забезпечити доступність та підсилити взаємодію з аудиторією.

Разом із тим отримані результати виявляють проблему фрагментованості та обмеженої доступності сучасної воєнної поезії, зокрема текстів військових авторів. Саме ці умови стали підґрунтям для створення власного електронного медіапроєкту, спрямованого на систематизацію, популяризацію та забезпечення вільного доступу до поезії, написаної під час повномасштабної війни, як важливої частини сучасного культурного процесу.

1.3. PEST-аналіз та особливості аудиторії проекту

На початку роботи над проектом було проведено PEST-аналіз, який дозволяє оцінити політичні, економічні, соціальні та технологічні аспекти зовнішнього середовища, що склалися у сфері книжкового виробництва.

1. Політичні аспекти.

Позитивні зміни, що сталися в українській книговидавничій справі впродовж останнього часу, дають підстави вважати що, держава нарешті усвідомила: книговидання належить до пріоритетної сфери суспільного життя, яка сприяє збереженню та розвитку надбань попередніх поколінь, виховують почуття національної гідності [33].

Повномасштабне вторгнення, що розпочалося 24 лютого 2024 року, позначилося на законодавчому регулюванні видавничої галузі в Україні. Держкомтелерадіо заборонило ввезення та розповсюдження всієї видавничої продукції з території країни-агресорки. У наказі Держкомтелерадіо від 6 березня 2022 року зазначено: «Припинити видачу суб'єктам господарювання дозволів на ввезення видавничої продукції, що має походження або виготовлена та/або ввозиться з території держави-агресора, тимчасово окупованої території України» [28, с.1].

Державна влада захистила національний книжковий ринок від зовнішньої експансії, створивши сприятливіші умови для розвитку україномовного контенту.

2. Економічні аспекти.

Економічна криза, пандемія та війна призвели до падіння попиту на книжки: українці почали заощаджувати навіть на найнеобхіднішому. У сфері видавничого бізнесу також простежується криза, особливо у поведінці покупців, співробітництва та ціні ресурсів. Усі ці чинники впливають на діяльність видавництв, постачальників матеріалів, посередників та книгорозповсюджувачів.

3. Соціальні аспекти.

Будучи дотичною до інформаційного виробництва, видавнича справа функціонує у певному соціально-культурному просторі. Національні, духовні цінності, ментальність по-своєму розширюють та обмежують видавничу діяльність. Війна вплинула на інтереси суспільства та на тенденції попиту.

Українська читацька аудиторія починає все більше цікавитись українськими авторами.

4. Технологічні аспекти.

Шлях розвитку книги довгий і доволі складний. Протягом довгих років для виготовлення книг люди використовували різні матеріали. Перші паперові книги з'явилися в Європі в XIII ст. [22].

Із розвитком технологій видавничий продукт зазнав тиску з боку Інтернету, аудіо-, електронної, е-книги. За кілька десятиліть відкрилися також нові можливості у дополіграфічній підготовці видань, стали більш якіснішими поліграфічні процеси.

«Новими суб'єктами видавничої справи стали цифрові видавництва, які спеціалізуються на випуску різних видів видань в електронному форматі: електронних копій друкованих видань, мультимедійних видань на компакт дисках, мультимедійних книжкових застосунків для мобільних пристроїв, аудіокниг, цифрових самарі бізнес-літератури зорієнтовані на використання нових бізнес-моделей, актуалізованих розвитком інтернет-технологій» як стверджує у своїй монографії М. І. Женченко [13, с.81].

Також варто зазначити, що через довготривалі карантинні обмеження читачів вже не так легко зацікавити звичайними паперовими книжками, тож розвивається виготовлення видань із доповненою та віртуальною реальністю.

В. Олійник у своїй доповіді на V Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» зазначає, що: «Крім того, сьогодні воєнні події у країні сприяють поширенню різноманітних дистанційних технологій (у т.ч. - інформаційних, представлених електронною книгою), що з безпекових міркувань набули пріоритетності у зазначених умовах» [24, с.92].

Після проведення PEST-аналізу було прийнято рішення робити україномовне електронне видання у форматі інтерактивного PDF у вільному доступі.

Наступним етапом, для створення видавничого продукту який мав би успіх на українському ринку стало визначення з цільовою аудиторією та виокремлення її особливостей, тому що у сучасному ринковому середовищі важливо дослідити рівень споживчої лояльності. [32].

Цільова аудиторія мого проекту — це визначена група осіб, на яку розраховано створення електронного видання. Завдяки збірному образу типового представника Цільової аудиторії можна відстежити вподобання та мотиви потенційних користувачів. [31].

Для розроблення стратегії просування видавничого продукту потрібно скласти портрет свого клієнта — так краще можна буде зрозуміти потреби аудиторії, і з'ясувати чого вона очікує. [35].

Для визначення цільової аудиторії було обрано наступні параметри: географія перебування та демографічні, економічні, психологічні, поведінкові характеристики.

1. Географія перебування.

Основна аудиторія — жителі України, зокрема великі міста та регіони, які активно залучені до культурного життя. Додатково — україномовні читачі за кордоном: українці, які виїхали з початком повномасштабного вторгнення, та іноземці, що цікавляться українською культурою. Формат електронного видання дає змогу охопити глобальну аудиторію, незалежно від місця проживання

2. Демографічні характеристики.

Вік: від 16 років і старші. Основна частина читачів — молодь, студенти, молоді фахівці та гуманітарії віком до 40 років. Стать: як чоловіки, так і жінки, без жорсткої гендерної прив'язки. Національність: переважно українці або україномовні. Освіта: середня спеціальна, вища (студенти, бакалаври, магістри, аспіранти). Сімейний стан: не має вирішального значення, але значна частина — молодь без сім'ї або без дітей, з часом для читання. Професійна діяльність: студенти, викладачі, журналісти, науковці, військові, фахівців із психології,

педагогіки, культурології, а також волонтерські і ветеранські організацій, які працюють із постраждалими від війни, а також усі, хто має інтерес до сучасної української літератури.

3. Економічні характеристики.

Зайнятість: часткова або повна. Рівень доходу не має великого значення, тому що видання — безкоштовне, доступне у відкритому форматі PDF, — тому може бути цікавим широкому загалу, незалежно від матеріального становища.

4. Психологічні характеристики.

Стиль життя: активні користувачі інтернету, соціальних мереж, електронних книжок та культурного контенту. Цікавляться літературою, історією, суспільними змінами, формуванням національної ідентичності. Мотиви: бажання пізнати нову українську поезію, яка виникла в умовах війни; розуміння культури як форми спротиву. Цінності: патріотизм, гідність, повага до українських захисників, інтерес до справжнього, емоційного і чесного мистецтва. Темперамент і риси характеру: емпатійність, соціальна активність, пошук сенсів. Багато читачів — інтроверти, схильні до глибокого аналізу текстів. Хобі: література, історія, фотографія, журналістика, волонтерство, участь у культурних ініціативах, громадська активність.

5. Поведінкові характеристики.

Читання: надають перевагу електронному формату — читають у дорозі, на мобільних пристроях, у вільний час. Звички: активно шукають якісний україномовний контент. Цікавляться книжковими новинками, військовою прозою та поезією. Участь у подіях: відвідують літературні фестивалі, читання, мистецькі виставки, беруть участь у патріотичних заходах або підтримують ЗСУ.

1.4. SWOT- аналіз та конкурентне середовище

На основі проведеного SWOT-аналізу було зроблено висновки щодо сильних і слабких сторін електронного видання, а також визначено можливості та загрози, які можуть виникнути на книговидавничому ринку.

Слабкі сторони та недоліки видання.

1. Відсутність співпраці з професійними популярними авторами, редакторами чи перекладачами при створенні електронного видання.

2. Електронне видання створене у форматі PDF, який не оптимізовано для комфортного читання на мобільних пристроях, зокрема смартфонах.

3. Електронне видання створене у форматі PDF буде виглядати однаково незалежно від пристрою, який використовується для його відображення. Формат PDF має жорстку фіксацію верстки, тому не має можливості змінення параметрів видання читачем. Читач не може поміняти розмір тексту, шрифт, широту полів.

4. Відсутність спеціальної адаптації для людей з порушеннями зору або читання (відсутність режиму «читання вголос»).

5. Обмеженість інтерактивності порівняно з вебформатами (ePub, інтерактивні сайти з анімацією). У порівнянні з паперовими книгами, електронне видання у форматі PDF також поступається в емоційній взаємодії з текстом: відсутній фізичний контакт, немає запаху книги, неможливо зробити рукописні позначки на полях.

Сильні сторони та переваги видання.

1. Електронне видання відповідає сучасним нормативним стандартам, детальна перевірка текстів за новим правописом, чітко структуроване і зрозуміле подання інформації.

2. Структура видання організована таким чином, щоб забезпечити зручний пошук інформації та легку орієнтацію в рубриках і тематичних блоках.

3. На видавничому ринку існує доволі багато видань, які в електронному варіанті виглядають так само як і у друкованому. Тому було прийнято рішення

зробити видання у форматі інтерактивного PDF щоб читач міг встановити з ним спосіб взаємодії відповідно своїм інтересам, щоб йому було цікаво та зручно. На відміну від паперових видань, електронний формат дозволяє миттєво оновлювати або редагувати матеріал без перевидання.

4. Наявність гіперпосилань на ілюстративний та текстовий матеріал дозволять читачеві швидко перейти у певне місце електронного видання або на Інтернет сторінку з додатковою інформацією по темі.

5. Лаконічне монохромне оформлення фотографічного матеріалу створює відчуття стилістичної єдності, не відволікає увагу від тексту і підтримує загальну концепцію видання.

6. Варіанти доступу: віддалений вільний доступ (електронне видання зберігається на жорсткому диску, інших носіях інформації або розміщене в інформаційних мережах, зокрема на інтернет-серверах). Це дозволяє уникнути проблеми фізичного зношування, характерної для паперових книг, та значно розширює географію доступу до видання.

Можливості та сприятливі фактори зовнішнього середовища.

1. Створення сторінки в інстаграм для просування та популяризації електронного видання. Щоб уникнути проблем з нерегулярністю оновлення контенту, доцільно заздалегідь розробити план публікацій і тематичних рубрик. Такий крок дозволить підтримувати інтерес аудиторії та розвивати комунікацію з потенційними читачами.

2. Поглиблення економічної кризи, пандемія та війна зменшили попит на книжки: українці стали менше витратити навіть на товари першої необхідності. У цьому контексті моє безкоштовне електронне видання у вільному доступі може виявитися актуальним та затребуваним.

3. Як зазначає у своїй статті «Книговидавничий ринок України: комунікаційні виклики» Т.С. Єжижанська: «Серед книговидавничих тенденцій спостерігаємо співіснування двох форматів книжок — паперових та

електронних». [2, с.20]. Проте український книжковий ринок майже не має аналогів моему електронному виданню, що відкриває перспективу зайняти унікальну нішу.

4. За два роки повномасштабного вторгнення читач, на якого розрахована моя книга, нарешті звернув увагу на українську літературу та усвідомив, що, в Україні завжди існувала значна кількість талановитих авторів, які працюють у різножанровому україномовному літературному полі. Це створює сприятливий ґрунт для зацікавлення новими видавничими проєктами.

5. Із розвитком цифрових технологій традиційна видавнича продукція зазнала тиску з боку Інтернету, аудіоформатів, електронних та є-книг. У такому середовищі поява мого видання у форматі інтерактивного PDF видається цілком своєчасною, оскільки поєднує структурованість, мультимедійність і доступність, зберігаючи при цьому книгу як інтелектуальний продукт.

Загрози та протидія факторів зовнішнього середовища.

1. У зв'язку з останніми подіями можливі відключення електроенергії та перебої з доступом до Інтернету, що тимчасово унеможливить читання електронного видання.

2. Економічний спад, спричинений війною та наслідками пандемії COVID-19, обстріли, руйнування інфраструктури, втрата роботи, а також психологічна втома та зневіра призвели до зменшення попиту на культурні продукти. В умовах виживання не всі мають змогу або бажання витратити час і сили на читання.

3. Активність конкурентів, які створюють свої продукти за участі відомих авторів, перекладачів, редакторів і дизайнерів, становить виклик для мого видання. Але це також стимул для вдосконалення контенту.

4. Зміни у законодавчому регулюванні можуть створити додаткові проблеми для видавничої справи. Важливо відслідковувати ставлення до галузі книговидавання політичних сил. У залежності від курсу влади книжковий ринок може отримати як державну підтримку, так і зазнати тиску, наприклад, через обмеження доступу до цифрових ресурсів або посилення контролю за авторським правом.

Наступним етапом було визначено позиціювання електронного видання, тобто окреслено його місце на ринку порівняно з конкурентними виданнями.

Проаналізувавши конкурентне середовище, було з'ясовано, що на українському книжковому ринку майже немає аналогів моєму електронному виданню. Тобто існує невелика кількість видань з аналогічною тематикою, але майже всі вони представлені у паперовому форматі. Переважна більшість таких видань належать одному автору чи авторці — військовослужбовцю. Лише поодинокі приклади становлять збірки або антології текстів військових письменників.

Було виокремлено такі критерії, за якими можна порівнювати конкурентні видання з електронним проєктом: формат, мова написання, читацька аудиторія, оформлення та візуальне наповнення, якість змістового матеріалу, а також рубрикація тексту.

Для проведення аналізу обрано десять видань, обкладинки яких наведено у дод. А:

1. «#Фронтмени. Антологія мілітарної поезії», Микола Кулінич, Валерій Пузік, Ігор Мітров, Олена Герасим'юк, Дмитро Лазуткін, Артем Полежака, Артем Антонюк, Федір Рудий, Антон Полунін, Єлизавета Жарікова, Єва Тур, Павло Вишебаба, Павло Матюша, Ігор Мисяк, Микола Леонович, Ілля Чернілевський, Борис Гуменюк, Видавництво «Видавництво 333» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями. Майже відсутні оформлення та візуальне наповнення. Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту [15].

2. «Голоси. Антологія військових письменників», Тетяна Пилипець, Видавництво «Самміт-Книга» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями. Оформлення та візуальне наповнення — чорно-білий фотографічний матеріал. Якісне змістове наповнення, поділ тексту на складові частини, графічне відокремлення однієї частини від іншої [26].

3. «Тюремна пісня», Олена Герасим'юк, Видавництво «Люта справа» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Олени Герасим'юк. Оформлення та візуальне наповнення — чорно-білий фотографічний матеріал. Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту [4].

4. «Тут були ми», Артур Дронь, Видавництво «Видавництво Старого Лева» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Артура Дроня. Оформлення та візуальне наповнення — кольоровий ілюстративний матеріал і фрагменти листів, отриманих військовими від дітей. Книжка проілюстрована колажами, що поєднують фронтові фотографії та дитячі малюнки. Присутній поділ тексту на складові частини графічними елементами [7].

5. «Між любов'ю й любов'ю», Єлизавета Жарікова, Видавництво «Зелений пес». — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Єлизавети Жарікової. Оформлення та візуальне наповнення — чорно-білий ілюстративний матеріал. Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту [10].

6. «Вірші з бійниці», Максим "Далі" Кривцов, Видавництво «Наш Формат». В наявності є паперова та електронна версії. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Максима Кривцова. Оформлення та візуальне наповнення — чорно-білий ілюстративний та фотографічний матеріали. Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту. Електронне видання нічим не відрізняється від паперового [5].

7. «Париж. Сплін», Павло Матюша, Видавництво «Смолоскип» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості

Павла Матюши. Оформлення та візуальне наповнення — чорно-білий ілюстративний матеріал. Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту [21].

8. «Голландський кут», Ігор Мітров, Видавництво «Смолоскип» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Ігоря Мітрова. Майже відсутні оформлення та візуальне наповнення. Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту [23].

9. «Три медалі в шухляді», Валерій Пузік, Видавництво «АССА» — це паперове україномовне видання. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Валерія Пузіка. Оформлення та візуальне наповнення — кольоровий, чорно-білий ілюстративний та фотографічний матеріали. Якісне змістовне наповнення. Присутній поділ тексту на складові частини графічними елементами [29].

10. «[dasein: оборона присутності]», Ярина Чорногуз, Видавництво «Віхола». В наявності є паперова та електронна версії. Читацька аудиторія — свідомі поціновувачі української культури з патріотичними цінностями, а також прихильники творчості Ярини Чорногуз. Оформлення та візуальне наповнення — чорно-білий ілюстративний та фотографічний матеріали. Якісне змістовне наповнення. Присутній поділ тексту на складові частини графічними елементами [37].

Підсумовуючи аналіз десяти видань, можна зробити такі висновки:

1. Мова видань. Усі проаналізовані книги є україномовними, що відповідає запиту патріотично налаштованої читацької аудиторії.

2. Формат. Переважна більшість видань існують у паперовому форматі; лише деякі мають електронні версії, які за змістом та оформленням не відрізняються від друкованих.

3. Візуальне наповнення. Більшість книжок містять ілюстративні та графічні матеріали: чорно-білі або кольорові фотографії, дитячі малюнки, фрагменти листів,

декоративні елементи тощо. Водночас у кількох виданнях оформлення майже відсутнє.

4. Структура тексту. Усі книги мають чітку рубрикацію та логічно структуроване змістове наповнення, що полегшує сприйняття матеріалу.

5. Читацька аудиторія. Основними адресатами всіх видань є свідомі поціновувачі української культури, зокрема ті, хто поділяє патріотичні цінності. Частина книг орієнтована також на прихильників конкретних авторів.

Для зручності результати проведеного аналізу зазначено в табл. 1.1.

Проаналізувавши узагальнену інформацію, було зроблено наступні висновки, щодо мого електронного видання:

1. Цільова аудиторія. Моє електронне видання орієнтоване на ширшу цільову аудиторію, ніж більшість проаналізованих книжкових видань за рахунок того, що воно присвячене декільком українським поетами та поетками-військовим.

2. Структура контенту. Моє електронне видання поєднує короткі біографічні відомості про авторів та добірки їхніх поезій, присвячених темам війни, втрат, особистих переживань і рефлексій на події, пов'язані з повномасштабним вторгненням. Такий формат дозволяє читачеві краще зрозуміти контекст створення віршів і бачити зв'язок між життєвим досвідом авторів та їхньою творчістю. На відміну від більшості друкованих видань, які зосереджуються переважно на текстах, моє електронне видання поєднує обидва підходи — текстовий і біографічний. Крім того, до матеріалів включено цитати самих авторів про пережиті події та війну, а також висловлювання інших людей (критиків, побратимів) про самих авторів.

3. Інтерактивність та навігація. Моє електронне видання реалізоване у форматі інтерактивного PDF і принципово відрізняється від традиційних електронних книжок, які лише дублюють зміст паперових. Завдяки навігаційній системі, гіперпосиланням на додаткові ілюстративні та текстові матеріали, користувач може сам обирати траєкторію ознайомлення з контентом відповідно до своїх інтересів. Це робить читання зручним та більш особистісно орієнтованим.

Таблиця 1.1

Порівняння конкурентів ринку видань військових письменників

Назва	Формат	Мова	Аудиторія	Візуальне наповнення	Змістове наповнення
#Фронтмени. Антологія мілітарної поезії, Микола Кулінич, Валерій Пузік та ін., вид-во Видавництво 333	Паперовий	Українська	Поціновувачі української культури з патріотичними цінностями	Майже відсутнє візуальне наповнення	Якісне змістове наповнення та рубрикація тексту
Голоси. Антологія військових письменників, Тетяна Пилипець, вид-во Самміт- Книга	Паперовий	Українська	Поціновувачі української культури з патріотичними цінностями	Чорно-білий фотографічний матеріал	Якісне змістове наповнення, графічне відокремлення тексту на складові частини
Тюремна пісня, Олена Герасим'юк, вид- во Люта справа	Паперовий	Українська	Поціновувачі творчості Олени Герасим'юк	Чорно-білий фотографічний матеріал	Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту
Тут були ми, Артур Дронь, вид- во Видавництво Старого Лева	Паперовий	Українська	Поціновувачі творчості Артура Дроня	Кольоровий ілюстративний матеріал, фронтіві фотографії, дитячі малюнки	Якісне змістове наповнення. Поділ тексту на складові частини графічними елементами
Між любов'ю й любов'ю, Єлизавета Жарікова, вид-во Зелений пес	Паперовий	Українська	Поціновувачі творчості Єлизавети Жарікової	Чорно-білий ілюстративний матеріал	Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту
Вірші з бійниці, Максим Кривцов, вид-во Наш Формат	Паперовий електронний	Українська	Поціновувачі творчості Максима Кривцова	Чорно-білий ілюстративний, фотографічний матеріали	Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту
Париж. Сплін, Павло Матюша, вид-во Смолоскип	Паперовий	Українська	Поціновувачі творчості Павла Матюши	Чорно-білий ілюстративний матеріал	Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту
Голландський кут, Ігор Мітров, вид- во Смолоскип	Паперовий	Українська	Поціновувачі творчості Ігоря Мітрова	Майже відсутні оформлення та візуальне наповнення	Якісні змістове наповнення та рубрикація тексту
Три медалі в шухляді, Валерій Пузік, вид-во АССА	Паперовий	Українська	Поціновувачі творчості Валерія Пузіка	Кольоровий, чорно-білий ілюстративний, фотографічний матеріали	Якісне змістове наповнення. Поділ тексту на складові частини графічними елементами
[dasein: оборона	Паперовий	Українська	Поціновувачі	Чорно-білий	Якісне змістове

присутності], Ярина Черногуз, вид-во Віхола	електронний		творчості Ярини Черногуз	ілюстративний, фотографічний матеріали	наповнення. Поділ тексту на складові частини графічними елементами
---	-------------	--	--------------------------------	--	--

РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДІАПРОДУКТУ

2.1. Загальні характеристики видавничого продукту

Під час виконання магістерського проєкту було створено електронне видання «Поетична територія війни» у форматі інтерактивного PDF.

Моє видання:

За знаковою природою інформації — текстове.

За способом виготовлення — електронне.

За періодичністю — неперіодичне.

За складом основного тексту — моновидання.

За мовною ознакою — оригінальне [8].

За цільовим призначенням — для дозвілля.

За технологією поширення — мережеве комбінованого поширення.

За наявністю друкованого еквіваленту — самостійне [9].

При створенні електронного видання було прийнято до уваги, що воно повинно бути зручним у навігації, тобто читач міг за допомогою перехресних посилань зі змісту перейти до потрібного розділу у тексті, а за допомогою гіперпосилань — до ілюстративного та текстового матеріалу на Інтернет сторінці з додатковою інформацією по темі. Таким чином для видання було обрано лінійний принцип навігації, коли з будь якої сторінки можна потрапити на попередню або наступну.

Для проєкту було обрано монохромне оформлення.

Програми, які я використовував при створенні свого електронного видання:

Робота з текстовим матеріалом — Microsoft Word.

Верстка текстового матеріалу — Adobe InDesign.

Розмітка сторінки (аналогічне друковане видання аналогічного друкованого 60×80/16): ширина 145 мм, висота 200 мм, поля (зверху 18 мм, знизу 21 мм, внутрішні 15 мм, зовнішні 15 мм), кількість сторінок 264.

Обробка фотоматеріалу — Adobe Photoshop. [11].

Створення векторних малюнків — Adobe Illustrator.

Відкриття формату PDF для перевірки отриманого результату — Foxit Reader.

Для верстки електронного видання в Adobe InDesign я обрав наступні шрифти:

Ancient Kyiv — оформлення обкладинки та частково титульної сторінки й вихідних відомостей.

Bebas Neue Cyrillic — оформлення частково титульної сторінки.

Arsenal — оформлення основного текстового матеріалу, змісту, анотацій, «кнопок», заголовків розділів й підрозділів та частково вихідних відомостей.

AdonisC-BoldItalic, Pelagy — оформлення логотипу Видавництва наведено у дод. Б.

Складовими частинами мого музичного електронного видання є:

Обкладинка (назва книги, видавництво).

Титульний аркуш (назва книги, видавництво, рік видання, прізвище укладача).

Анотація (зміст книги, який допомагає читачеві вирішити чи хоче він читати цю книгу).

Зміст (перелік розділів з зазначенням на яких сторінках вони розміщені, що допомагає орієнтуватися у книзі).

Передмова (звернення до читача, яке допомагає йому краще зрозуміти про що йдеться мова у книзі)

Примітки (довідкова інформація до слова чи фрагмента тексту, які можуть бути незрозумілі читачеві)

Вихідні дані (фактично це паспорт книги в якому є прізвище, ім'я та по батькові автора, коректора, редактора, дизайнера, які приймали участь у створенні книги).

Електронне видання складається з восьми умовних розділів, кожен з яких розпочинається з нової сторінки та присвячений окремому поету чи поетесі — військовослужбовцю. Структура кожного розділу передбачає дві частини: короткі біографічні відомості про автора й добірку його поезій:

1. Олена Герасим'юк. Поезія Олени Герасим'юк.
2. Артур Дронь. Поезія Артура Дроня.
3. Єлизавета Жарікова. Поезія Єлизавети Жарікової.
4. Максим Кривцов. Поезія Максима Кривцова.
5. Павло Матюша. Поезія Павла Матюши.
6. Ігор Мітров. Поезія Ігоря Мітрова.
7. Валерій Пузік. Поезія Валерія Пузіка.
8. Ярина Чорногуз. Поезія Ярини Чорногуз.

Крім того, до матеріалів включено цитати самих авторів про пережите та про війну, а також висловлювання інших осіб — побратимів, критиків і читачів — щодо цих поетів.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проекту

Процес створення ілюстрованого електронного видання складався з кількох ключових етапів.

Передусім було визначено тематику майбутнього електронного видання — сучасна українська поезія. Наступним кроком стало обрання авторів. У виданні представлені поети й поетки, які поєднують військову службу з літературною діяльністю. Їхня творчість розпочалася або зазнала істотних змін після 2014 року — початку нового етапу російсько-української війни. З повномасштабним вторгненням 2022 року їхні вірші набули ще більшого суспільного значення завдяки емоційній глибині, відвертості та виразній громадянській позиції.

Далі було розроблено структуру електронного видання. Було вирішено, що воно міститиме анотацію, передмову, примітки, вихідні відомості та вісім умовних розділів, кожен з яких присвячений окремому поету чи поетці — військовим.

Структура кожного розділу передбачає дві частини: перша містить короткі біографічні відомості, авторські висловлювання про особистий досвід і війну, а також думки побратимів і критиків; друга — добірку поетичних творів.

Такий поділ здійснено з метою полегшити сприйняття інформації читачем.

Було вирішено робити електронну книгу у форматі інтерактивного PDF у вільному доступі на інтернет ресурсах.

Наступним етапом стала підготовка текстового матеріалу у програмі Microsoft Word. Інформацію було зібрано з різних відкритих джерел в Інтернеті, зокрема, з інтерв'ю авторів, у яких вони ділилися своїм життєвим і творчим досвідом.

Після завершення роботи з текстовим контентом розпочалася підготовка графічних та фотографічних матеріалів. Фотографії для кожного з авторів були відібрані з відкритих джерел у мережі Інтернет. З метою стилістичної єдності електронного видання весь візуальний матеріал був приведений до монохромного формату за допомогою програми Adobe Photoshop. Приклади обробки фотографій наведено у дод. В [12].

Для створення векторних зображень — логотипу видавництва та графічних елементів для обкладинки й кожного розділу книги — я використав програму Adobe Illustrator. З прикладами графічних елементів можна ознайомитися у дод. Г.

Для забезпечення візуальної цілісності та зручності сприйняття інформації, а також для візуального відокремлення розділів, була розроблена детальна візуальна палітра:

Класичний чорний (#000000) — основний колір для тексту та графічних елементів. Забезпечує високу контрастність, нейтральність і максимальну читабельність.

Світло-сірий (#d2d2d2) та помірно світло-сірий (#a7a7a7) — використано як фонові кольори для графічних елементів. Вони формують спокійне, стримане середовище, додаючи стабільності, нейтральності та рівноваги візуальному оформленню.

Молочно-білий (#FAF9F6) — базовий фон сторінок. Нагадує фактуру паперу, створюючи враження тепла, м'якості та природності, що сприяє комфортному читанню.

Для візуального відокремлення розділів електронного видання використано низку пастельних відтінків: світло-бежевий (#E8DED2), теплий рожевий (#D6B8B0), блідо-сірий (#e5e5e5) та блідо-блакитно-зелений (#dae9ef).

Ці кольори органічно поєднуються між собою, створюючи гармонійну палітру, що підтримує структуру тексту, полегшує навігацію й сприяє комфортному сприйняттю матеріалу.

Після того як увесь матеріал (текстовий, фотографічний і графічний) було скомпоновано в програмі Microsoft Word, здійснено літературне редагування тексту.

Після редагування тексту видання було зверстано у програмі Adobe InDesign. По завершенню верстки готову книгу було перевірено на наявність типових помилок, які часто виникають під час верстки: висячі рядки, «коридори» з пробілів, відриви ініціалів та скорочень, понад три рядки поспіль із переносами.

Наступним етапом стало перетворення електронного видання у формат інтерактивного PDF, щоб забезпечити зручну взаємодію читача з матеріалом відповідно до його інтересів. Текст і його рубрикація були сформовані так, щоб читач міг легко й швидко знайти основну або цікаву для нього інформацію.

Для цього було організовано систему навігації книгою, а саме:

Перехресні посилання зі змісту на відповідні сторінки книги для швидкого доступу до потрібного розділу.

Гіперпосилання на інтернет-сторінки (переважно Вікіпедії) з додатковою інформацією з теми.

Кнопки для перегляду відеоматеріалів на ютуб — віршів у авторському читанні та додаткових матеріалів.

Гіперпосилання під усім фотографічним матеріалом на сайти, з яких було взято зображення.

Перехресні посилання з основного тексту до списку приміток наприкінці книги з поясненнями й посиланнями на інформаційні ресурси.

Фінальним етапом стало тестування та перевірка кінцевого результату.

2.3. Соціальна значущість видавничого продукту

Російсько-українська війна, розв'язана Росією у 2014 році, суттєво вплинув на всі сфери життя, зокрема на українську культурну сферу, літературу та самоусвідомлення суспільства. Війна актуалізувала потребу осмислення подій, збереження колективної пам'яті та підтримки українського мистецтва як важливого елементу національної ідентичності.

У цей складний історичний момент надзвичайно важливо приділяти увагу розвитку саме українського поетичного слова, яке фіксує внутрішні стани, тривоги та надії народу. Саме тому я вирішив створити електронне видання, присвячене українській поезії, що народилася або трансформувалася в умовах війни.

На його сторінках читач зможе познайомитися з творами українських поетів і поеток-військових, які зі зброєю в руках захищають свою країну і водночас — не припиняють творити. Видання має на меті не лише естетичне занурення в тексти, а й виконує гуманітарну місію — сприяє культурному опору, духовному єднанню та осмисленню новітньої історії України.

Створений видавничий продукт реалізує низку важливих функцій:

Культурно-меморативну — тексти фіксують воєнну дійсність художніми засобами, зберігаючи емоційну пам'ять про пережите.

Освітню — знайомлять широке коло читачів з сучасною українською поезією, актуалізують інтерес до читання як засобу самопізнання.

Психоемоційну — слугують інструментом опрацювання особистого досвіду, дають змогу читачеві співвіднести себе з колективним переживанням.

Консолідаційну — підтримують ідею національної єдності, підсилюють відчуття причетності до спільної культурної та державної справи.

Проект «Поетична територія війни» також сприяє:

Формуванню національної свідомості та ідентичності.

Збереженню емоційного зв'язку з реаліями війни.

Художньому осмисленню екзистенційного досвіду через мову поезії.

Підтримці українських авторів і сучасного літературного процесу.

Окрім культурної місії, проєкт виконує ще одну надзвичайно важливу функцію — він слугує формою соціальної підтримки для тих, хто пережив бойові дії, перебуває в стані травми або втрати. Поезія в цьому контексті постає не лише як мистецький акт, а як засіб внутрішньої рефлексії та терапії. Таким чином, видання має потенціал бути корисним не лише для широкої читацької аудиторії, а й для фахівців із психології, педагогіки, культурології, а також для волонтерських і ветеранських організацій, які працюють із постраждалими від війни.

Особливу увагу приділено електронному формату видання, що забезпечує його доступність для широкої аудиторії — як в Україні, так і за її межами, включно з представниками української діаспори. Такий підхід є вкрай актуальним в умовах воєнного часу, коли доступ до друкованих джерел суттєво обмежено або втрачено.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ВИДАННЯ НА РИНКУ

3.1. Інстаграм, як шлях просування видавничого продукту

У працях І.В. Король зазначено: «Залежно від того, хто є цільовою аудиторією, використовують різні структури комплексу просування» [20, с.11].

Останнім часом особливої популярності набувають соціальні мережі, які дозволяють застосовувати спеціальні прийоми та нестандартні підходи [19].

Для просування електронного видання було прийнято рішення обрати соціальну мережу інстаграм. Такий вибір зумовлений демографічними характеристиками цільової аудиторії, яка охоплює осіб віком від 16 до 40 років. До цієї групи належать представники покоління Z і частково покоління Y (міленіали) — молоді люди, які впевнено користуються інтернетом. Серед соціальних мереж вони зазвичай надають перевагу інстаграм, фейсбук та телеграм.

Ще однією причиною вибору саме соціальної мережі інстаграм стала її орієнтованість на візуальний контент, що дало змогу створити візуально цілісну сторінку, оформлену в єдиному стилі. Для ефективного просування медіапроєкту було використано повною мірою весь інструментарій платформи — публікації, стрічку, сторіс, хайлайти та рілс.

Заповнення профілю в інстаграм було розпочато з підбору нікнейма. Для нікнейма було використано назву електронного видання, попередньо перекладену на англійську мову — `poetic_territory_of_war`.

Для аватару профілю було обрано графічний елемент, який було створено раніше для обкладинки електронного видання.

Наступним етапом стало заповнення текстової інформації в профілі інстаграм таким чином, щоб було зрозуміло про що йтиметься мова на цій сторінці.

Зазвичай більш-менш успішні аккаунти відрізняються єдністю тематики, регулярністю публікацій і стилістичною узгодженістю візуального контенту. Щоб акаунт виглядав цілісно й не доводилося щоразу замислюватися над темою наступного посту, було заздалегідь продумано план публікацій та підготовлено

контент. Найбільш сприятливим часом для публікацій було визначено ранкові години з 7:00 до 10:00 та вечірні з 20:00 до 23:00, коли аудиторія проявляє найбільшу активність.

Водночас було враховано, що активність користувачів у соціальних мережах змінюється залежно від дня тижня та інформаційного контексту. Наприклад, у вихідні дні зазвичай спостерігається зниження активності, що пов'язано з відпочинком, поїздками або меншою зацікавленістю в освітньо-культурному контенті. У літній період, особливо під час відпусток, залученість аудиторії також зменшується, що необхідно враховувати під час планування публікаційного календаря.

Окрему увагу було приділено впливу соціально-політичної ситуації в країні. Під час нічних обстрілів або в дні інтенсивного загострення на фронті користувачі зазвичай переорієнтовують свою увагу з культурних тем, зокрема літератури, на новини, пов'язані з безпекою, військовими діями чи політичними подіями. У такі періоди помітно знижується інтерес до публікацій літературного спрямування і, навпаки, зростає зацікавлення інформаційними чи аналітичними матеріалами. Тому було важливо проявляти гнучкість і бути готовим коригувати контент-план відповідно до поточного інформаційного фону, щоб не втратити зв'язок із аудиторією.

Було прийнято рішення здійснювати публікації тричі на тиждень, використовуючи різноманітні формати контенту: дописи, сторіс, хайлайти та рілс. Для підтримки активного зв'язку з аудиторією було передбачено обов'язкове реагування на всі коментарі під постами.

З метою створення візуальної єдності профілю, фотографічний контент було оброблено у монохромному стилі за допомогою програми Adobe Photoshop [11]. Це дозволило зберегти єдину стилістику профілю, яка позитивно впливає на пізнаваність та емоційне сприйняття сторінки.

Для оформлення дописів було використано графічні елементи, розроблені попередньо для електронного видання. Це допомогло створити додаткову асоціативну єдність між візуальним наповненням профілю та змістом проєкту.

3.2. Контент-план інстаграм сторінки

Перед початком планування контенту було визначено тон комунікації з підписниками — спокійний, доброзичливий, невимушений, що імітує спілкування між добрими знайомими.

На наступному етапі було сформовано кілька рубрик, які умовно поділяють публікації за тематичним спрямуванням:

- знайомство з автором;
- автобіографічні відомості;
- початок творчої діяльності;
- творчий шлях поетів та поеток-військових у період війни;
- цитати авторів про пережиті події та власне бачення війни;
- висловлювання критиків, побратимів та інших осіб щодо постатей авторів;
- тексти поезій.

Усі дописи готувалися заздалегідь, щонайменше за тиждень до моменту публікації.

Перші дві публікації мали на меті ознайомити аудиторію з тематикою електронного видання. У цих дописах було використано графічний елемент, створений раніше для обкладинки видання, з метою збереження візуальної цілісності та впізнаваності контенту.

Кожного з восьми авторів (Олена Герасим'юк, Артур Дронь, Єлизавета Жарікова, Максим Кривцов, Павло Матюша, Ігор Мітров, Валерій Пузік, Ярина Чорногуз) було представлено на інстаграм-сторінці в межах контент-плану, який передбачав по 12 публікацій і 12 сторіс для кожного автора.

Кожному допису передувала окрема сторіс, що слугувала анонсом і мала на меті привернути увагу аудиторії до основного матеріалу. Такий формат сприяв підвищенню охоплення публікацій та активному залученню користувачів.

Дописи та сторіс супроводжувалися уніфікованим візуальним оформленням, що забезпечувало цілісність стилю сторінки та впізнаваність проєкту.

Усі сторіс були збережені в хайлайтах — функції інстаграм, яка дозволяє зберігати історії на сторінці довше за стандартні 24 години, згруповані відповідно до імен авторів.

Крім того, на основі публікацій кожного автора було створено рілс — відео з музичним супроводом, яке давало змогу подати інформацію більш динамічно та емоційно, а також залучити ширшу аудиторію завдяки відеоформату.

Дописи з цитатами авторів про пережиті події та особисте бачення війни, висловлюваннями критиків, побратимів та інших осіб щодо постатей авторів, а також з текстами поезій було проілюстровано авторськими фотографіями, попередньо обробленими у програмі Adobe Photoshop.

Розподіл дописів, хайлайтів і рілс за темами на прикладі контенту про Єлизавету Жарікову — українську поетесу, співачку та авторку пісень.

Дописи та рілс:

1. Знайомство з авторкою: автобіографічні відомості та портретне фото з сайту Свої.City, оброблене в Adobe Photoshop.

2. Інформація про дебютну поетичну збірку Єлизавети Жарікової «Мурахи Йоганна Себастьяна», доповнена цитатою з анотації та каруселлю з фото обкладинки й сторінок книги, оброблених у Adobe Photoshop.

3. Вірш Єлизавети Жарікової «Ниточка»: текст і коротка інформація про зміст, аудіо-/відеOVERсія у виконанні авторки (із посиланням на ютуб), а також моє фото осіннього лісу, оброблене в Adobe Photoshop.

4. Автобіографічні відомості, доповнені цитатами авторки з інтерв'ю Наталії Луговської для сайту Свої.City та з інтерв'ю Наталії Кушнірчук для спецпроєкту «Слова і кулі», а також портретним фото із сайту Свої.City, обробленим у Adobe Photoshop [16; 17].

5. Вірш Єлизавети Жарікової «Сніг»: текст і коротка інформація про зміст, а також карусель із моїх фото засніженого парку, оброблених у Adobe Photoshop.

6. Автобіографічні відомості, доповнені цитатами авторки з інтерв'ю Наталії Луговської для сайту Свої.City, а також портретним фото із сайту журналу Forbes Україна, обробленим у Adobe Photoshop [17].

7. Інформація про другу поетичну збірку Єлизавети Жарікової «Між любов'ю й любов'ю», доповнена цитатою авторки з інтерв'ю Наталії Кушнірчук для спецпроєкту «Слова і кулі» та уривком з її поезії, а також фото обкладинки, обробленим у Adobe Photoshop [16].

8. Вірш Єлизавети Жарікової «Твій засніжений дім...»: текст і коротка інформація про зміст, а також карусель із моїх фото засніженого парку, оброблених у Adobe Photoshop.

9. Думки Єлизавети Жарікової про патріотизм, втрати на війні, психологічний стан і творчість з інтерв'ю Наталії Кушнірчук для спецпроєкту «Слова і кулі», а також портретне фото з сайту Читомо, оброблене в Adobe Photoshop [16].

10. Карусель із хайлайтів номери 1, 4, 6 і 9 з музичним супроводом AndrisMusic — Inspire Everyday.

11. Вірш Єлизавети Жарікової «...І не спиться мені»: текст і коротка інформація про зміст, а також карусель із моїх фото берегів Дніпра, оброблених у Adobe Photoshop.

12. Інформація про пісню «Що робить нас живими», написану на вірш Єлизавети Жарікової та спільно записану з гуртом «Темна матерія», а також фото Єлизавети Жарікової й гурту «Темна матерія» з сайту Читомо, оброблене в Adobe Photoshop.

13. Вірш Єлизавети Жарікової «Твій засніжений дім...»: текст і коротка інформація про зміст, а також моє фото нічного лісу, оброблене в Adobe Photoshop.

Сторіс збережені у хайлайтах:

1. Портретне фото з сайту Свої.City, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою авторки про окупацію та її власне бачення війни — з інтерв'ю Наталії Луговської для сайту Свої.City [17].

2. Фото обкладинки дебютної поетичної збірки Єлизавети Жарікової «Мурахи Йоганна Себастьяна», оброблене в Adobe Photoshop.

3. Моє фото осіннього лісу, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою з віршу Єлизавети Жарікової «Ниточка».

4. Портретне фото з сайту Свої.City, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою авторки про її ставлення до Майдану — з інтерв'ю Наталії Луговської для сайту Свої.City [17].

5. Моє фото засніженого парку, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою з віршу Єлизавети Жарікової «Сніг».

6. Портретне фото з сайту журналу Forbes Україна, обробленим в Adobe Photoshop, доповнене цитатою авторки про її ставлення до втрат на війні — з інтерв'ю Наталії Луговської для сайту Свої.City [17].

7. Фото обкладинки другої поетичної збірки Єлизавети Жарікової «Між любов'ю й любов'ю», оброблене в Adobe Photoshop.

8. Моє фото засніженого парку, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою з віршу Єлизавети Жарікової «Твій засніжений дім...»

9. Портретне фото з сайту Читомо, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою авторки з інтерв'ю Наталії Кушнірчук для спецпроєкту «Слова і кулі» [16].

10. Моє фото берегів Дніпра, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою з віршу Єлизавети Жарікової «...І не спиться мені».

11. Фото Єлизавети Жарікової та гурту «Темна матерія» з сайту Читомо, обробленим в Adobe Photoshop, доповнене цитатою з пісні «Що робить нас живими».

12. Моє фото нічного лісу, оброблене в Adobe Photoshop, доповнене цитатою з віршу Єлизавети Жарікової «як сказати тобі що мене вполювала зоря...»

Одним із найефективніших способів популяризації сторінки в соціальній мережі інстаграм є використання хештегів у публікаціях. Хештеги допомагають користувачам знаходити публікації через пошук, а також створювати тематичні добірки контенту. У процесі розробки стратегії просування новоствореного акаунта

було використано високочастотні хештеги, які визначають загальну тематику сторінки.

Заздалегідь було сформовано перелік базових хештегів, зокрема:
#UkrainskaLiteratura #VoiennaLiteratura #LiteraturaViiny #KnyhaProViinu
#VichnoVStroiu #SlovoProtyZbroi #LiteraturaSprotyvu #UkrainianWarWriters
#UkraineInWar #MemoryAndResistance #VoicesOfUkraine #UkraineUnderAttack
#UkrainianVoices #WordsResist #TruthThroughLiterature #VoicesOfFreedom
#UkrainianWriters #SlovaNaLiniiFrontu #UkrainianPoetess #WomenInLiterature
#MenInLiterature #UkrainianPoet [38].

Також для кожного автора й авторки було розроблено свій індивідуальний хештег:

Олена Герасим'юк — #OlenaHerasymyuk

Артур Дронь — #ArturDron

Єлизавета Жарікова — #YelyzavetaZharykova

Максим Кривцов — #MaksymKryvtsov

Павло Матюша — #PavloMatusha

Ігор Мітров — #IhorMitrov

Валерій Пузік — #ValeriiPuzik

Ярина Чорногуз — #YarynaChornohuz

На основі зазначених хештегів було розроблено контент-план для просування мого електронного видання.

З прикладами публікацій і хайлайтів інстаграм сторінки можна ознайомитися у дод. Д.

Електронна версія створеного видання перебуває у вільному доступі, що забезпечує його відкритість та можливість ознайомлення широкої аудиторії. Ознайомитися з виданням можна за такими посиланнями:

Інтерактивна версія (Publuu):

<https://publuu.com/flip-book/1029154/2275981/page/256>

Альтернативна онлайн-версія:

https://online.fliphtml5.com/poetic_territory_of_war/kfyu/#p=1

ВИСНОВКИ

У результаті виконання магістерського проєкту на тему «Поезія військових в українській культурній журналістиці: медіапроєкт» було досягнуто поставленої мети — створено електронне видання у форматі інтерактивного PDF, яке знайомить читачів із сучасною українською поезією військових та сприяє популяризації української культури в інформаційному просторі.

Насамперед підтверджено актуальність обраної теми. Російсько-українська війна істотно вплинула на всі сфери суспільного життя, зокрема на літературу та культурну журналістику. Поезія військових набула особливого значення, адже вона відображає воєнний досвід, зберігає пам'ять про події та постає формою духовного опору. Таким чином, дослідження й популяризація цього напрямку сучасної літератури є важливою складовою формування національної ідентичності.

Розглянувши феномен української культурної журналістики як важливого чинника формування громадської думки в умовах соціальних викликів 2014–2024 років, було встановлено, що вона трансформувалася на потужний інструмент національної стійкості та формування громадянської свідомості.

У процесі дослідження було проаналізовано особливості репрезентації військової поезії у сучасному медіапросторі. Визначено, що медіапроєкти воєнного часу відіграють ключову роль у популяризації творчості військових авторів, адже поєднують художнє слово з елементами журналістської аналітики, документалістики та мультимедійної комунікації. Проведений контент-аналіз дав змогу окреслити основні тематичні домінанти сучасної воєнної літератури — екзистенційну, ідентифікаційну та афективну, що відображають досвід боротьби, пам'яті та духовної стійкості. Доведено, що поезія військових у медійному середовищі виконує не лише естетичну, а й соціальну, культурно-меморативну та терапевтичну функції, сприяючи формуванню національної свідомості та зміцненню інформаційної стійкості українського суспільства.

Проведений PEST-аналіз дав змогу виявити ключові фактори зовнішнього середовища, що впливають на розвиток видавничої справи. Зокрема, законодавча підтримка україномовного книговидання та заборона імпорту продукції країни-агресора створюють сприятливі політичні умови для розвитку проєктів такого типу. Водночас економічна криза та зниження купівельної спроможності населення визначають доцільність створення безкоштовного електронного продукту. Соціальний контекст підтверджує зростання інтересу читачів до українських авторів, а технологічні зміни відкривають нові можливості для цифрових форматів.

SWOT-аналіз дозволив визначити сильні та слабкі сторони медіапродукту, а також можливості і загрози зовнішнього середовища. Серед ключових переваг видання — його безкоштовність, доступність у мережі, інтерактивність і структурованість. Водночас до слабких сторін належать обмеження PDF-формату та відсутність спеціальної адаптації для людей з вадами зору. Сприятливими можливостями для розвитку стали використання соціальних мереж, зростання інтересу до україномовного контенту та відсутність великої кількості аналогів. Серед загроз варто виокремити економічні труднощі, технічні перебої та конкуренцію з боку інших проєктів.

Порівняльний аналіз конкурентних видань показав, що більшість книжок військової поезії представлені у друкованому форматі, а електронні версії лише дублюють паперові. Запропонований медіапроєкт вирізняється оригінальністю: він об'єднує твори кількох авторів, подає їх у поєднанні з біографічними довідками, цитатами та візуальними матеріалами. Такий підхід робить видання більш комплексним та зручним у використанні.

У процесі роботи було розроблено та реалізовано редакційно-видавничий комплекс підготовки електронного видання. Використання сучасних програм для верстки, обробки фото та графіки забезпечило високий рівень оформлення і стилістичну єдність матеріалів. Особливу увагу приділено інтерактивності: додано гіперпосилання, перехресні переходи та мультимедійні елементи, що робить взаємодію з текстом динамічною та зручною.

Соціальна значущість проєкту полягає у його культурно-меморативній, освітній, психоемоційній та консолідаційній функціях. Поезія військових у цьому контексті постає не лише мистецтвом, а й засобом терапії, рефлексії та національного єднання. Проєкт сприяє збереженню пам'яті про війну, підтримує українських авторів і формує нове покоління читачів, які цікавляться власною культурою.

Окрему увагу приділено просуванню видання в інформаційному середовищі. Створення інстаграм-сторінки дозволило охопити цільову аудиторію молодого покоління, а контент-план забезпечив регулярність та якісне представлення матеріалів. Це дає змогу підвищувати впізнаваність проєкту та залучати нових читачів.

Регулярне поширення контенту протягом 28 тижнів дозволило забезпечити стабільну взаємодію з аудиторією та значне залучення нових користувачів. У процесі реалізації було створено 100 дописи, 100 сторіс та 8 рілсів, а кількість залучених читачів становила 35 осіб. Моніторинг активності показав ефективність обраної стратегії: у листопаді зафіксовано 5 290 переглядів і 513 взаємодій із контентом, а охоплення облікових записів зросло на 217,3%. Перегляди відео Reels і дописів збільшилися на 114% порівняно з попередніми місяцями. При цьому 96,7% переглядів здійснено користувачами, які раніше не були читачами сторінки, що свідчить про успішне залучення нової аудиторії.

Найбільшу популярність мали дописи від 1 вересня (921 перегляд), 2 вересня (199 переглядів), 5 вересня (118 переглядів), 17 листопада (194 перегляди), 19 листопада (155 переглядів), 23 листопада (2 100 переглядів) та рілс від 4 вересня (1 000 переглядів). З прикладами цих матеріалів можна ознайомитися у дод. Е.

Узагальнюючи результати роботи, можна зробити висновок, що поставлені завдання були виконані в повному обсязі. Створене видання «Поетична територія війни» поєднує естетичний та освітній аспекти з важливою суспільною місією. Воно має потенціал стати прикладом сучасної культурної журналістики та відкриває

перспективи для подальших досліджень і розвитку подібних медіапроектів у майбутньому.

Таким чином, магістерський проєкт довів, що українська військова поезія є невід'ємною частиною сучасного літературного процесу і заслуговує на широку популяризацію. Створене видання виконує важливу культурну, просвітницьку й соціальну функцію, зміцнює позиції української культури у світі та сприяє формуванню національної свідомості.

Основні результати магістерського дослідження були апробовані у вигляді тез доповіді «Ринок видань військових письменників в Україні: аналіз стану та тенденцій розвитку». Тези прийнято до публікації громадською організацією «Молодіжна наукова ліга» (№ 1506433), яка функціонує як відокремлений підрозділ ТОВ «UKRLOGOS Group».

Публікацію буде розміщено у збірнику матеріалів ІХ Всеукраїнської студентської наукової конференції «Науковий простір: аналіз, сучасний стан, тренди та перспективи» (19.12.2025), зареєстрованої ДНУ «УкрІНТЕІ» (Посвідчення № 461 від 10.06.2025). Це підтверджує наукову новизну, актуальність і суспільну значущість проведеного дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богуш. Л. А. Вплив медіа на формування громадської думки у світі. // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. – Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71), № 1. Ч. 3. С. 299–305. URL: <https://philol.vernadskyjournals.in.ua/archive?id=69> (дата звернення: 28.10.2025).
2. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора ; Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Київ, 2019. 272 с.
3. Гарматій, О. В., Кісіль, С. С. (2018). Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика та мас-медіа. (Вип. 896), С. 18–25.
4. Герасим'юк О. Тюремна пісня. Київ : Люта справа, 2020. 148 с.
5. «Далі» Кривцов М. Вірші з бійниці. Київ : Наш Формат, 2023. 176 с.
6. Дорош М. Культурна журналістика: як вбудуватися у формат. // Детектор медіа. – 16.12.2013. URL: https://ms.detector.media/presa-v-ukraini/post/2115/2013-12-16-kulturna-zhurnalistyka-yak-vbuduvatysya-u-format/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 31.10.2025).
7. Дронь А. Тут були ми. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 112 с.
8. ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. Київ: Держспоживстандарт України, 2010. 18 с.
9. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 42 с.
10. Жарікова Є. Між любов'ю й любов'ю. Київ : Зел. пес, 2023. 144 с.
11. Женченко, І, В., Женченко, М. І. Комп'ютерна графіка: Adobe Photoshop : навч. посіб. Київ: Жнець, 2016. 96 с. : іл.
12. Женченко М. І. Основи комп'ютерної графіки: Adobe Photoshop CS: Курс лекція та практикум. Київ: Жнець, 2007. 124 с.: іл.

13. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі: монографія. 2-ге видання, змінене і доповнене. Київ : Жнець, 2019. 440 с.
14. Клименко В. Як дорослішала українська культурна журналістика.// Детектор медіа. – 08.12.2021. URL: [https://detector.media/ community/ article/ 194567/2021-12-08-yak-doroslishala-ukrainska-kulturna-zhurnalistyka/?utm_source=chatgpt.com](https://detector.media/community/article/194567/2021-12-08-yak-doroslishala-ukrainska-kulturna-zhurnalistyka/?utm_source=chatgpt.com) (дата звернення: 30.10.2025).
15. Кулінич М., Пузік В., Мітров І. #Фронтмени. Антологія мілітарної поезії. Київ : Видавництво 333, 2025. 272 с.
16. Кушнірчук Н. Поетка і військова Ліза Жарікова: Ідеальна презентація збірки має бути прижиттєвою. Читомо / Культура читання і мистецтво книговидавання / Усе про книги / Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидавання. URL: <https://chytomo.com/poetka-i-vijskova-liza-zharikova-idealna-prezentatsiia-zbirky-maie-buty-pryzhyttievoiu/> (дата звернення: 05.08.2025).
17. Луговська Н. Я розумію ціну нашої боротьби та поразки. Окупація – найгірше, що може статися з країною і її людьми – Свої.City. Свої.City. URL: <https://svoi.city/articles/327394/bojova-medikinya-elizaveta-zharikova-pro-frontovibudni-i-ridnij-novopskov> (дата звернення: 05.08.2025).
18. Люди культури, яких забрала війна: Український ПЕН та The Ukrainians Media запускають онлайн-проект // Суспільне Культура. — 2024. — URL: <https://suspilne.media/culture/624633-ludi-kulturi-akih-zabrала-vijna-ukrainskij-pen-ta-the-ukrainians-media-zapuskaut-onlajn-proekt/> (дата звернення: 18.11.2025).
19. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання / Н.П. Скригун, К.Ю. Семененко, С.Б. Розумей та ін. Київ: НУХТ. 2018. 295 с.
20. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король. Умань: ВЦП «Візаві». 2017. 151 с.
21. Матюша П. Париж. Сплін. Київ : Смолоскип, 2019. 144 с.
22. Мізіна О.І. Електронна книга в сучасному суспільстві / О.І. Мізіна // Тези 74-ї наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів

та студентів Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Полтава, 25 квітня – 21 травня 2022 р.). Полтава : Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2022. Т. 2. С. 236–238. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/11858> (дата звернення: 05.04.2023).

23. Мітров І. Голландський кут. Київ : Смолоскип, 2019. 240 с.

24. Олійник В. Друкована та електронна книги: відмінності дизайн-формату/ В. Олійник//Актуальні проблеми сучасного дизайну:збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. У 2-х т. Т. 1. Київ : КНУТД, 2023. С. 92-95. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24594> (дата звернення: 02.04.2024).

25. Отрішко М., Харкевіч М. Медіакультура як фактор формування громадської думки в малих містах. // Науковий фаховий журнал Образ. – Серія: Прикладні комунікаційні технології у системі соціальної діяльності. 2024. № 1 (44). С. 158–167. URL: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/issue/view/3> (дата звернення: 28.10.2025).

26. Пилипець Т. Голоси. Антологія військових письменників. Київ : Самміт-Книга, 2023. 260 с.

27. Проєкт «Фронтowa студія», де військові музиканти записують пісні просто на фронті: що чекати у новому сезоні» // Суспільне Культура. — 2025. — URL: <https://suspilne.media/culture/1162542-proekt-frontova-studia-de-vijskovi-muzikanti-zapisuut-pisni-prosto-na-fronti-so-cekati-u-novomu-sezoni/> (дата звернення: 18.11.2025).

28. Про припинення видачі та зупинення дії дозволів на ввезення видавничої продукції з території держави-агресора. наказ: Держкомтелерадіо України від 6 бер. 2022 р. №94. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show /v0094603-22#Text> (дата звернення: 12.01.2024).

29. Пузік В. Три медалі в шухляді. Харків : АССА, 2024. 192 с.

30. Радіо Хартія. Як українське слово проходить крізь віки – Іван Малкович на кухні у Сергія Жадана, 07 листопада 2025. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3oWkaou70Hs> (дата звернення: 13.11.2025).

31. Сегментації аудиторії: техніки та методи – Блог Idea Digital Agency. *Idea Digital Agency*. URL: <https://ideadigital.agency/blog/osnovni-metodi-segmentatsiyi-auditoriyi/> (дата звернення: 03.04.2024).

32. Смерічевський С. Ф. Оцінка лояльності споживачів до торгової марки / С. Ф. Смерічевський, А. В. Шевченко, М. С. Савельєв // Науковий погляд: економіка та управління. 2020. №1 (67). С. 105 – 111. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/3954> (дата звернення: 07.04.2023).

33. Тимошик М. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. Київ, 2005. 328 с.

34. Фронтонна студія [відео] // YouTube. — 2025. — URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jQEFHZZjOc4> (дата звернення: 18.11.2025).

35. Цапліна А. Що таке особистий бренд і як його створити. *Блог про email та інтернет-маркетинг*. URL: <https://sendpulse.ua/blog/personal-branding> (дата звернення: 04.03.2024).

36. Читомо і ПЕН запускають проєкт про письменників та журналістів, що стали військовими і волонтерами. *Читомо | Культура читання і мистецтво книговидавання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидавання*. URL: https://chytomo.com/chytomo-ta-pen-zapuskaiut-proiekt-propysmennyykiv-ta-zhurnalistiv-shcho-staly-vijskovymy/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 18.11.2025).

37. Черногуз Я. [dasein: оборона присутності]. Київ : Віхола, 2023. 295 с.

38. Як розкрутити Instagram в 2024: безкоштовні та платні способи. *Блог хостера HOSTiQ.ua*. URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/instargam-promotion/> (дата звернення: 03.04.2024).

ДОДАТКИ

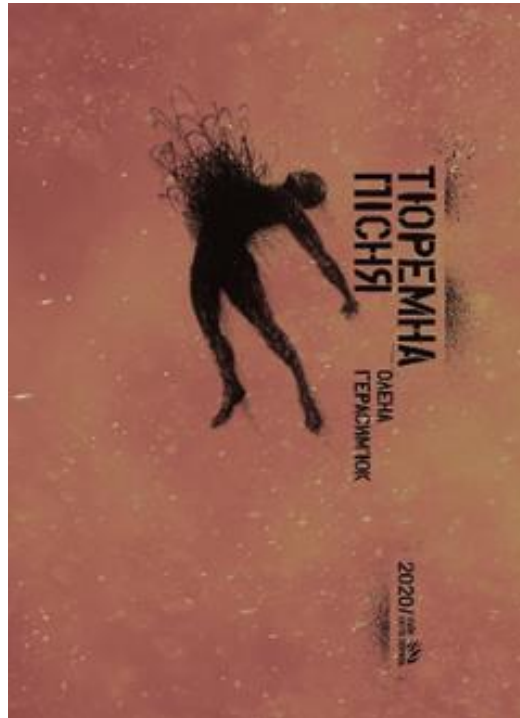
Додаток А



Обкладинка А.1.1.



Обкладинка А.1.2.



Обкладинка А.1.3.



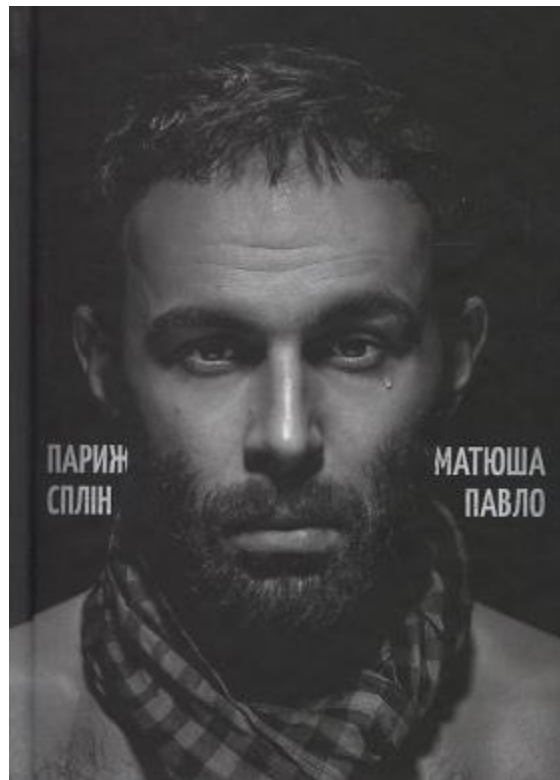
Обкладинка А.1.4.



Обкладинка А.1.5.



Обкладинка А.1.6.



Обкладинка А.1.7.



Обкладинка А.1.8.



Обкладинка А.1.9.



Обкладинка А.1.10.

Додаток Б



Логотип Б.2.1.



Фотографія В.2.1.



Фотографія В.2.2.



Фотографія В.2.3.



Фотографія В.2.4.



Фотографія В.2.5.



Фото В.2.6.



Φoto B.2.7.



Φoto B.2.8.



Фото В.2.9.



Фото В.2.10.



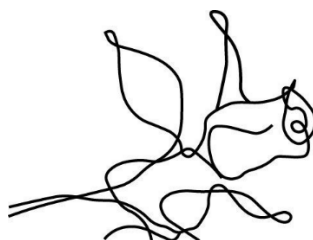
Графічний елемент С.2.1.



Графічний елемент С.2.2.



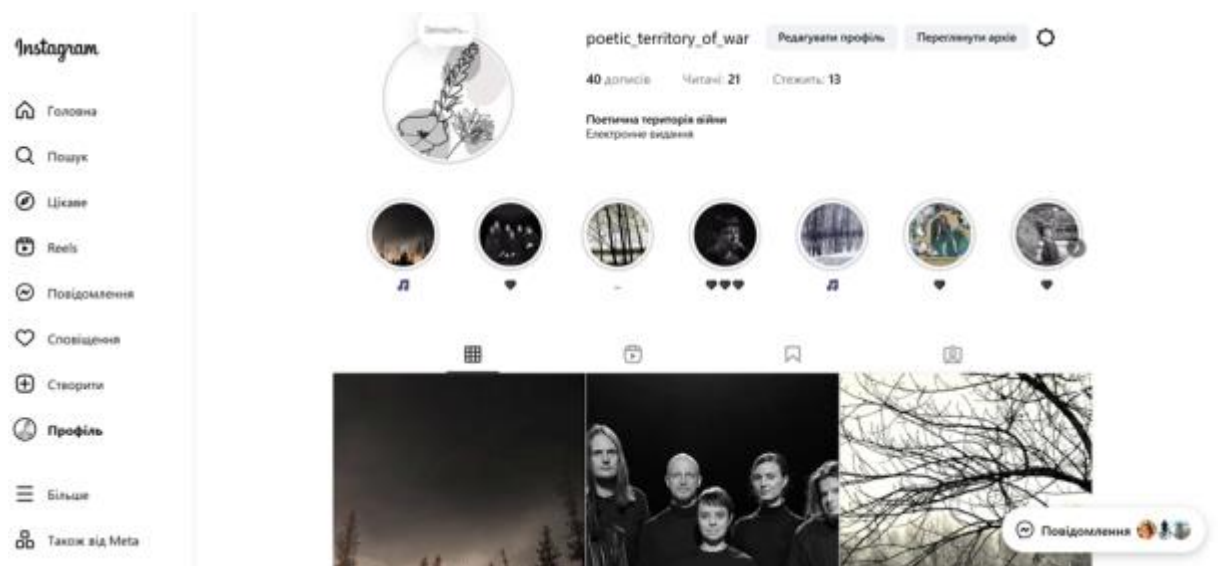
Графічний елемент С.2.3.



Графічний елемент С.2.4.



Графічний елемент С.2.5.



Сторінка в інстаграм Д.3.1



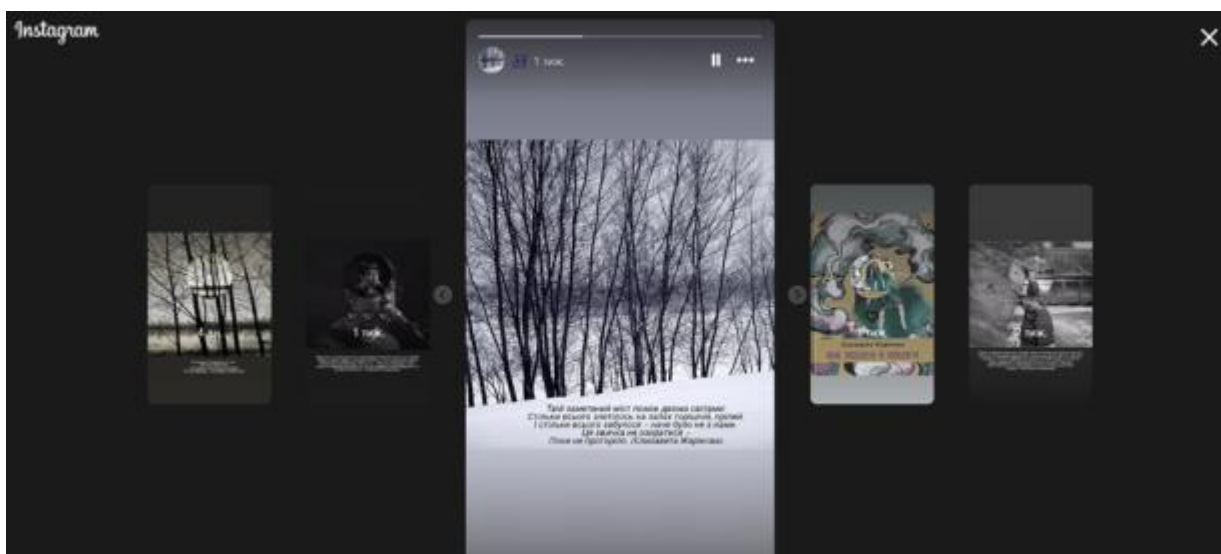
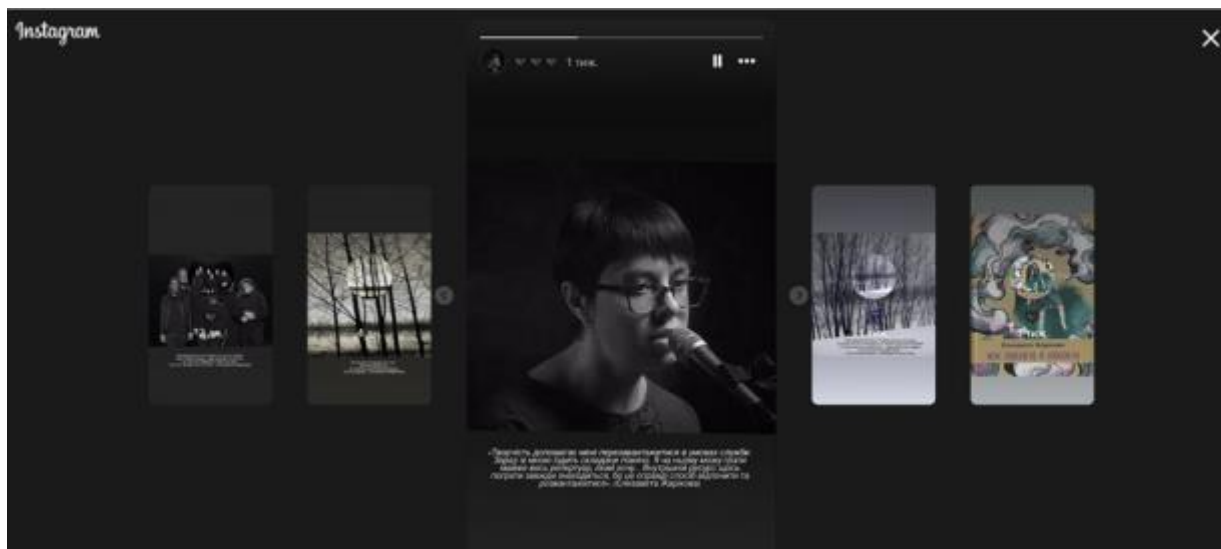
Допис в інстаграм Д.3.2

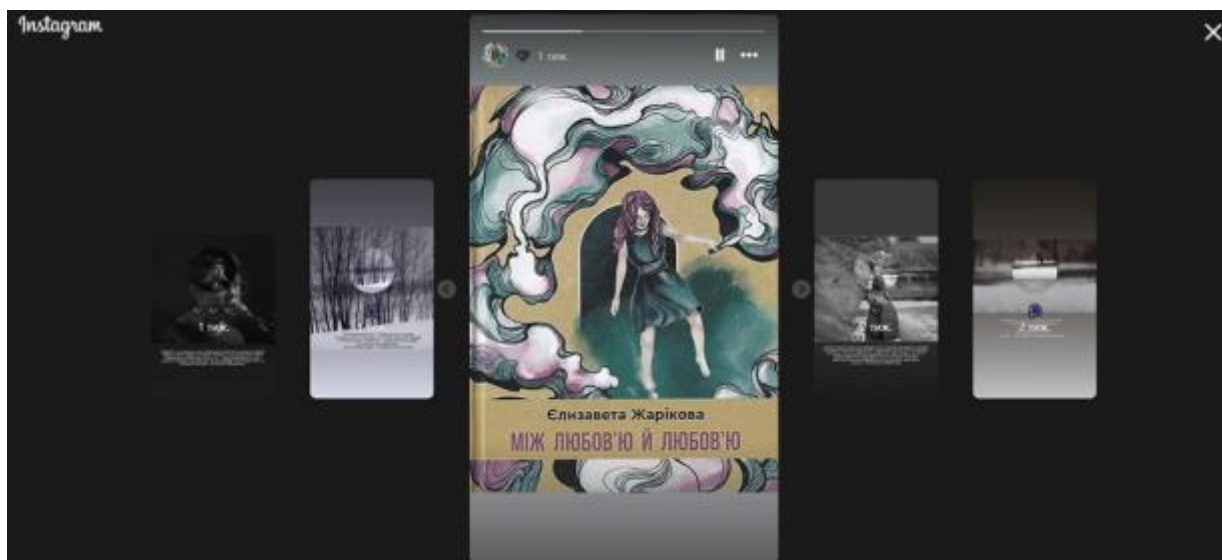


Допис в інстаграм Д.3.3

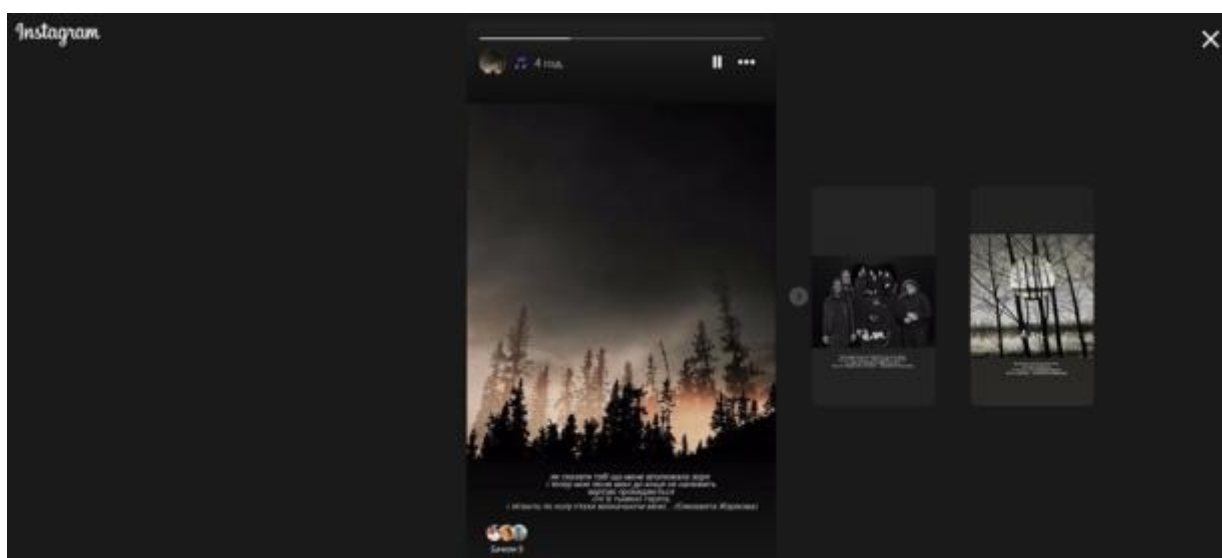


Допис в інстаграм Д.3.4





Хайлайт в інстаграм Д.3.7



Хайлайт в інстаграм Д.3.8



Допис в інстаграм Е.1



Допис в інстаграм Е.2





Допис в інстаграм Е.5



Допис в інстаграм Е.6

АНОТАЦІЯ

Бенковський М. Поезія військових в українській культурній журналістиці: медіапроект

Ключові слова: українська культурна журналістика, поезія військових, медіапроект, електронне видання, воєнна література, видавнича справа, національна ідентичність, культурна пам'ять, цифрові медіа, інстаграм-просування.

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей функціонування української культурної журналістики в умовах війни та створенню електронного медіапродукту, спрямованого на популяризацію сучасної української поезії військових.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади проекту: роль культурної журналістики у формуванні громадської думки в період соціальних викликів (2014–2024 роки), тематику літературної творчості у медіапроектах воєнного часу, а також проведено PEST- і SWOT-аналізи для визначення зовнішнього середовища, цільової аудиторії та конкурентного поля.

У другому розділі подано концептуальні характеристики медіапродукту: визначено його структуру, зміст, оформлення, програмне забезпечення, особливості редакційно-видавничої підготовки та соціальну значущість.

У третьому розділі висвітлено стратегію просування медіапродукту на ринку. Для цього створено інстаграм-сторінку електронного видання, розроблено контент-план публікацій та окреслено основні комунікаційні інструменти взаємодії з аудиторією.

Результатом роботи є створення електронного видання «Поетична територія війни» у форматі інтерактивного PDF, що популяризує творчість українських поетів і поетес — військовослужбовців, сприяє збереженню культурної пам'яті, розвитку медіаграмотності та підтриманню національної ідентичності в умовах війни.

SUMMARY

Benkovskiy M. Poetry of the Military in Ukrainian Cultural Journalism: Media Project

Keywords: ukrainian cultural journalism, military poetry, media project, electronic edition, wartime literature, publishing industry, national identity, cultural memory, digital media, Instagram promotion.

The master's qualification thesis is devoted to the study of the peculiarities of Ukrainian cultural journalism in the context of war and to the creation of an electronic media project aimed at popularizing contemporary Ukrainian poetry written by military authors.

The first chapter presents the theoretical foundations of the project: the role of cultural journalism in shaping public opinion during the period of social challenges (2014–2024), the thematic directions of literary creativity in wartime media projects, as well as PEST and SWOT analyses to identify the external environment, target audience, and competitive landscape.

The second chapter presents the conceptual characteristics of the media product, including its structure, content, design, software, features of editorial and publishing preparation, and social significance.

The third chapter focuses on the strategy for promoting the media product in the information space. For this purpose, an Instagram page of the electronic edition was created, a content plan for publications was developed, and key communication tools for audience engagement were defined.

As a result, an interactive PDF electronic edition titled "The Poetic Territory of War" was created, which popularizes the works of Ukrainian poets and poetesses — servicemen and servicewomen — contributing to the preservation of cultural memory, the development of media literacy, and the strengthening of national identity during wartime.