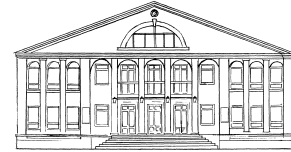


Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації
2022, № 3 (51)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

Головний редактор:

Бессараб А. О., доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Редакційна колегія:

Соціальні комунікації

Пономаренко Л. Г., доктор наук із соціальних комунікацій, професор (заступник головного редактора)

Богуславський О. В., доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Гіріна Т. С., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент
Дяченко М. Д., кандидат наук із соціальних комунікацій, доктор педагогічних наук, доцент

Женченко М. І., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Зелінська Н. В., доктор філологічних наук, професор

Зикун Н. І., доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Ковпак В. А., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Лизанчук В. В., доктор філологічних наук, професор

Пенчук І. Л., доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Поплавська Н. М., доктор філологічних наук, професор

Теремко В. І., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Фінклер Ю. Е., доктор філологічних наук, професор

Холод О. М., доктор філологічних наук, професор

Шевченко О. В., доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Бондаренко І. С., кандидат філологічних наук, доцент

Досенко А. К., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Кіца М. О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Козиряцька С. А., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Мудра І. М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Полежаєв Ю. Г., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Хітрова Т. В., кандидат філологічних наук, доцент

Соціологія

Зоська Я. В., доктор соціологічних наук, професор (заступник головного редактора)

Гордієнко Н. М., доктор соціологічних наук, професор

Позднякова-Кирбят'єва Е. Г., доктор соціологічних наук, професор

Кодацька Н. О., кандидат соціологічних наук, доцент

Іноземні члени редакційної колегії:

О. Синовець, доктор філософії в галузі соціології (Республіка Польща)

Б. Плішка, доктор філософії в галузі політології (Республіка Польща)

Рагімлі Руслан Гігал огли, кандидат історичних наук, доцент (Азербайджан)

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3\(51\)](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51))

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук із **соціальних комунікацій, спеціальність 061**

(Наказ МОН України від 02.07.2020),

доктора і кандидата **соціологічних наук, спеціальність 054**

(Наказ МОН України від 24.09.2020)

Категорія Б

Засновник:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Міністерства юстиції України
про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації
Серія КВ № 16369-4841Р від 10.02.2010

Видавець:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету телебачення
та радіомовлення України
про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
28 вересня 2022 р., протокол № 1

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора і редакції. При передрукуванні посилання на журнал "ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ."

СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
обов'язкове.

За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій.

Редактори: А. Бессараб (укр.),
О. Івченко (англ.), І. Мінченко (пол.)
Технічний редактор: Ю. В. Бабич
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Адреса редакції:

Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 706
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 05.09.2022
Підписано до друку 30.09.2022
Формат 60×84/8. Ризографія. Тираж 300 пр.
Замовлення № 1-22/23Ж.
Виготовлено на поліграфічній базі
Класичного приватного університету

© Класичний приватний університет, 2022

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

| | |
|---|----|
| <i>Н. О. Кодацька</i> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ МЕДІАВИМІРЮВАННЯ..... | 4 |
| <i>Л. Г. Пономаренко, А. О. Бессараб</i> УКРАЇНСЬКІ НАЦІОНАЛЬНІ ЦІННОСТІ ТА СИМВОЛИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТА СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.. | 15 |

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

| | |
|---|----|
| <i>В. В. Брадов</i> МЕДІА ТА ВІЙНА: РОЛЬ І МІСЦЕ РОСІЙСЬКИХ ЗМІ В ЗБРОЙНІЙ АГРЕСІЇ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ..... | 26 |
| <i>Т. С. Гуріна</i> «УКРАЇНСЬКА ЩОДЕННА РАДІОГОДИНА ВАСИЛЯ ШАРВАНА» – НАЙДОВША У СВІТІ ІСТОРІЯ УСПІХУ УКРАЇНСЬКОГО РАДІОПРОЄКТУ В ЕМІГРАЦІЇ | 33 |
| <i>О. І. Гоцур</i> БЛОГ І ПОДКАСТ ЯК РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕНТАТОРА ТА ОГЛЯДАЧА РАДІО- І ТЕЛЕМОВЛЕННЯ | 40 |
| <i>О. А. Мітчук, Г. В. Горбенко, І. В. Погребняк</i> КОНСТРУЮВАННЯ НОВИННОЇ РЕАЛЬНОСТІ В МАСМЕДІА | 46 |
| <i>М. В. Чабаненко</i> ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ У TELEGRAM: ВЗАЄМОВПЛИВ АМАТОРСЬКИХ І ПРОФЕСІЙНИХ ПІДХОДІВ | 52 |
| <i>Л. В. Чернявська</i> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДІА В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ | 59 |

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

| | |
|---|----|
| <i>І. С. Бондаренко</i> ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДВІСНИКИ ПРОГРАМИ «ДЕРЖАВА У СМАРТФОНІ»: СОЦІАЛЬНИЙ ІНЖИНІРИНГ У РОЗРОБКАХ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО ІНСТИТУТУ ПРАЦІ (1921–1929) | 66 |
| <i>М. О. Kitsa</i> THE PECULIARITIES OF POPULAR SOCIAL NETWORKS: INTERFACE, FUNCTIONALITY, CONTENT | 73 |
| <i>В. А. Ковпак</i> КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ФАХІВЦІВ ІЗ КАДРОВОГО ДІЛОВОДСТВА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ГАЛУЗЕВОГО КОМ'ЮНІТІ..... | 80 |
| <i>І. М. Mudra</i> LINKEDIN SOCIAL NETWORK: BENEFITS AND PROSPECTS FOR THE MEDIA..... | 93 |

ЗМК У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

| | |
|--|-----|
| <i>А. П. Киричок</i> КРИЗА ЯК ЗАГРОЗА ТА ЯК МОЖЛИВІСТЬ: АМБІВАЛЕНТНИЙ АСПЕКТ | 95 |
| <i>Т. С. Леонтьєва</i> МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЯ ДИТИНИ ЯК АСПЕКТ МЕДІАОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ..... | 103 |

УДК 001:007:070

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).2

Л. Г. Пономаренко

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
професор кафедри кіно- і телемистецтва
e-mail: ponlu2013@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1144-6481
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

А. О. Бессараб

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
професор кафедри спеціальної освіти та психології
e-mail: staicy@ukr.net, ORCID: 0000-0003-3155-5474
КЗВО «Хортицька національно-реабілітаційна академія» ЗОР
вул. Наукове містечко, 59 (острів Хортиця), м. Запоріжжя, Україна, 69017

УКРАЇНСЬКІ НАЦІОНАЛЬНІ ЦІННОСТІ ТА СИМВОЛИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТА СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Мета дослідження – виявити основні тенденції поширення українських національних цінностей і символів у сучасному українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Методологія дослідження. Під час виконання дослідження використано такі методи: аналізу, синтезу, узагальнення – для опрацювання джерел відповідної проблематики та осмислення думок учених про сутність національних цінностей загалом та автентичних цінностей зокрема; порівняння – для виявлення тенденцій у використанні символів на позначення українських національних цінностей в умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну в українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі; спостереження та опису – для з'ясування особливостей використання українських символів на телебаченні, в інтернет-медіа та в соціальних мережах.

Результати. Підсумовано, що дослідження цінностей в інформаційно-комунікаційному просторі України зазвичай стосуються морально-етичної площини. Якщо ж мова про українські національні цінності, то вони традиційно були об'єктом вивчення в галузі політики національної безпеки. На сьогодні в умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну актуалізується вага українських національних цінностей, процес символізації яких спостерігається як на телебаченні та в інтернет-медіа, так і в соціальних мережах і популярних месенджерах. Найбільш символічними зараз є кольори українського прапора як державного символу України. Водночас процес символізації торкнувся таких українських національних цінностей, як тризуб, козак, булава, рушник, вишиванка, борц. В українському інформаційно-комунікаційному просторі, зокрема на телебаченні та в інтернет-медіа, синьо-жовті кольори символізують в основному офіційні представництва України як держави та її посадових осіб. У соціальних мережах та месенджерах емодзі, а також світлини, плакати чи відео в синьо-жовтих кольорах мають набагато ширшу функціональну палітру: від візуального маркера українського матеріалу до спонукання єднатися в боротьбі за рідну землю. У світовому інформаційно-комунікаційному просторі відстежена яскрава тенденція до використання українських національних символів під час публічних акцій на підтримку України як держави та українського народу як борця за свободу й незалежність своєї країни. Крім того, учасники таких акцій звертаються до керівництва країн Європи та світу з конкретними проханнями: про допомогу у визволенні мужніх захисників «Азовсталі», визнання РФ країною-спонсором тероризму тощо.

Новизна. Окреслено нові тенденції до символізації українських національних цінностей та розширення їхніх функцій в українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Практичне значення. Одержані результати можуть бути використані в навчальному процесі в закладах вищої освіти, які готують фахівців за освітніми програмами галузей 061 «Журналістика» та 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» і для подальших наукових розвідок щодо впливу національних цінностей та символів через масмедіа та соціальні мережі.

Ключові слова: українські національні цінності та символи, автентичні цінності, український та світовий інформаційно-комунікаційний простір, колір українського прапора, тризуб, українське козацтво, вишиванка, телебачення, інтернет-медіа, соціальні мережі.

I. Вступ

У нинішній воєнний час досить яскравою є переоцінка цінностей як на суспільному та соціально-комунікаційному, так і на особистому рівні. Матеріальні цінності втрачають своє місце на шкалі аксіологічних пріоритетів, натомість нагальною стає потреба захисту рідної країни, рідного народу, яка корелює із цінністю людського життя. Природним складником патріотизму, який є внутрішнім мотиватором до захисту рідної землі, є українські національні цінності.

Питання дослідження цінностей у соціальних комунікаціях зазвичай розглядалися в морально-етичній площині та були об'єктом дослідження таких українських учених: О. Гриценко, В. Іванова, Н. Костенко, Б. Потятиника та ін. Цій же тематиці присвячена монографія «Морально-етичний дискурс сучасних друкованих та електронних ЗМІ» [23]. У галузі соціальних комунікацій аксіологічним питанням значну увагу присвятила Т. Кузнецова, зокрема в монографії «Аксіологічні моделі мас-медійної інформації» [14]. Архетипному підґрунтю національної свідомості українців присвячені розвідки В. Буряка [2].

Саме поняттю «національні цінності» в руслі аксіологічних засад політики національної безпеки приділяють увагу такі дослідники: П. Гай-Нижник, В. Горбулін, С. Здіорук, А. Качинський, О. Литвиненко, Г. Новицький, С. Пирожков, М. Розумний, Г. Ситник та ін.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – виявити основні тенденції поширення українських національних цінностей і символів у сучасному українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Під час виконання дослідження використано такі методи: аналізу, синтезу, узагальнення – для опрацювання джерел відповідної проблематики й осмислення думок учених про сутність національних цінностей загалом та автентичних цінностей зокрема; порівняння – для виявлення тенденцій у використанні символів на позначення українських національних цінностей в умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну в українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі; спостереження та опису – для з'ясування особливостей використання українських символів на телебаченні, в інтернет-медіа та в соціальних мережах.

III. Результати

З державницького погляду тема національних цінностей розглядається в площині національного гуманітарного простору, що є «середовищем, завдяки якому виробляється та функціонує система ідей, цінностей, ідеалів, міфів, стереотипів, образів, що впливають на свідомість людей, і, таким чином, визначають напрями поступу нації та держави» [29]. Як висновковують автори, «відсутність цілісності й повноти гуманітарного простору визначає в сучасних умовах ціннісно-світоглядне розшарування українського суспільства, поширення сепаратистських настроїв та практик, негативно позначається на забезпеченні національної єдності та соборності Української Держави, становить суттєву загрозу її національній безпеці» [29]. Хоч аналітичний звіт датований 22 липня 2015 р., тобто 7 років тому, але вже тоді автори попереджали, що розбалансованість українського гуманітарного простору є потенційною загрозою національній безпеці України. Сьогодні ми переконалися в правдивості цього застереження, будучи свідками вже майже піврічного повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

При цьому в аналітичній записці йдеться про те, що «послідовне впровадження державної гуманітарної політики, котра у своїй основі спиратиметься на національно-культурні, історичні традиції Українського народу... сприятиме формуванню національної ідентичності, консолідації суспільства» [29]. Тож для консолідації, тобто об'єднання, українців потрібне міцне підґрунтя, одним із складників якого є «національно-культурні, історичні традиції Українського народу» [29]. У цьому випадку ми б застосували більш об'ємний термін «національні цінності», який охоплює і поняття українських традицій.

Говорячи про актуальне останніми роками впровадження європейських цінностей в український соціальний простір, соціологиня О. Сахань наголошує на тому, що «необхідно спрямовувати діяльність усіх ланок освітньої сфери та інформаційної галузі на багату на традиції українську культуру і новітні європейські цінності...» [26, с. 135]. Тобто перш за все ми маємо спиратися на українську традиційну культуру й цінності, які вона акумулює. При цьому дослідниця наголошує на впровадженні європейських цінностей саме за допомогою українського інформаційного простору, від ефективності якого залежить «якість соціально-політичного буття і поінформованості особистості» [26, с. 132].

Звісно, що роль масмедіа, які є рупорами інформаційного простору, є провідною не лише для впровадження європейських цінностей, а перш за все для прищеплення, виховання національних цінностей. Як наголошує дослідниця соціальних комунікацій Т. Кузнецова, «особливої аксіологічної значущості мас-медіа набувають у кризові, переломні епохи...» [14]. І хоч вчена має на увазі відмінні від нинішнього воєнного стану умови, проте ця фраза є надактуальною нині.

У сучасному інформаційно-комунікаційному просторі перші місця за переглядом посідають телебачення, інтернет-медіа, соціальні мережі й месенджери. Вже за результатами щорічного опитування, проведеного в Україні USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.» [27]. Того року вперше інтернет-медіа та соціальні мережі за рів-

нем популярності обійшли телебачення [11]. Проте наша мета не полягає у присудженні пальми першості одному серед цих потужних інформаційних каналів, а лише в наголосі на тому, що і телебачення, в якого цільовою аудиторією є переважно люди старшого віку, і соціальні мережі та месенджери, якими частіше користується молодь, у нинішніх умовах мають активно поширювати національні цінності.

Нинішній телемарафон «Єдині новини» створений на потреби часу та є доступним як для телеглядачів в Україні, так і за кордоном. Міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко зазначає: «З перших днів війни працює єдиний телемарафон. Фактично, це добровільне об'єднання шести різних телеканалів, шести різних медіагруп, в тому числі й державних, і публічного мовника, які разом цілодобово ведуть мовлення. Також важливо сказати, що крім виробництва новин вдалося розширити серйозно географію розповсюдження телемарафону. Його зараз можна побачити фактично по всьому світу... У багатьох країнах цей телемарафон включають у кабельні мережі різні мовники» [8]. З огляду на основне призначення телемарафону та масштаби охоплення аудиторії в Україні та світі він має задавати тон у нинішньому інформаційно-комунікаційному просторі й тому, певна річ, використовувати національні символи як репрезентанти українських національних цінностей.

Також у нинішній військовий час архіважливу роль відіграють інтернет-медіа, соціальні мережі, зокрема фейсбук, інстаграм, ютуб, а також месенджери, як наприклад, телеграм-канали. Варто наголосити на практичному значенні останніх, зокрема на тому, що «Telegram-канали в умовах конвергентної журналістики стали одним з інструментів медіа, які дають змогу диверсифікувати донесення інформації до користувачів» [9, с. 123]. Попри небезпеку поширення суб'єктивної чи фейкової інформації, дослідники зазначають, що «...питання доцільності функціонування Telegram-каналів вже підтверджено практиками» [9, с. 123]. У нинішніх умовах телеграм-канали мають як офіційні урядові організації, наприклад: Верховна Рада України, Офіс Президента, так і військові структури, зокрема: Головне управління розвідки МО України, Держприкордонслужба України тощо. За словами маркетологів ще 2018 р., «месенджер Telegram все більше стає схожим на соціальну мережу» [31]. На сьогодні це припущення стало реальністю завдяки збільшенню його функціональних можливостей.

За словами дослідників політики національної безпеки П. Гай-Нижника та Л. Чупрія, саме національні цінності «закладають аксіологічну основу системи національної безпеки держави» [4, с. 467]. При цьому неможливо недооцінити їхню роль у політиці національної безпеки, адже «національні цінності є важливими передумовами і базовими засадами забезпечення національної безпеки країни й, зокрема, важливими чинниками формування політики національної безпеки у гуманітарній сфері» [4, с. 467].

Підґрунтя національних цінностей українців називають автентичними цінностями. За словами дослідниці Л. Станіславенко, «автентичні цінності представляють собою стале і незмінне ядро національного характеру» [27, с. 87], тобто наше таке українське єство. Розвиваючи цю думку далі, вчена подає власне визначення ключового терміна «автентичні цінності», які розуміє як «стабільний комплекс статичних компонентів, що були сформовані протягом історичного розвитку держави-нації та які визначають психічний склад її народу...» [27, с. 91]. Погоджуємося з характеристикою автентичних цінностей як статичних та історично сформованих, які є основоположними для українського національного характеру. Тож логічним є акцентування авторки на тому, що «...єдиним носієм автентичних цінностей є український народ взагалі та кожен його представник зокрема» [27, с. 91].

На думку Б. Савчук, серед автентичних цінностей виділяються дві групи – архаїчна хліборобська та середньовічна козацька [25, с. 426]. Давні хліборобські цінності відображають ставлення українців упродовж усієї історії до рідної землі. Л. Станіславенко наголошує на тому, що характерним українцям є «культ землі (ґрунту, території), колективна довіра до доброї неньки-землі і природи, раціональний підхід щодо освоєння свого навколишнього середовища без імперського зазіхання на чужі території» [27, с. 91].

Водночас «ідею війни, дороги, чужини, жертви – в український етнотип принесла доба козацтва. Саме в цей час виникає ціннісний ланцюг героїчної смерті за віру, родину, Батьківщину, що в подальшому знайшов відображення у словах Гімну України: “Душу й тіло ми положим за нашу свободу, і – покажем, що ми, браття, козацького роду!”» [27, с. 91].

Як підкреслює Б. Савчук, основне призначення козацтва полягало в тому, що воно було «покликане захистити українську суспільність від реальної загрози фізичного винищення», проте з часом «завдяки своєму впливові на суспільне життя козацтво стало уособленням, навіть своєрідним маркером української етнічності» [25, с. 227]. Тож з погляду історичної ретроспективи «козак став уособлювати вільнолюбну особу, мужнього воїна, захисника народу і православної віри та інші чесноти, що в українській ментальності асоціювалися з найкращими людськими рисами» [25, с. 228].

Проводячи паралель із початком російської агресії 2014 р., Л. Станіславенко наголошує, що «...російська анексія АР Крим, окупація частин Донецької і Луганської областей “увімкнули” в суспільній свідомості цінність землі і Батьківщини, і найголовніше – честь героїчної смерті за

них» [28, с. 92]. Одним із наслідком такого патріотичного підходу стало об'єднання українців у добровольчі батальйони, а з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну – територіальної оборони.

Тож сьогодні в умовах російсько-української війни досить резонансним є «Звернення Запорозького козацтва щодо захисту України, козацьких звичаїв та зрадників українського народу, які слугують рашистській нечисті» [10]. Наголос у повідомленні зроблений на тому, що «українська земля здавна славилася своїми козацькими звичаями. Козаки боронили рідну землю. І зараз, через сотню віків, запорожці знову повстали на боротьбу» [10]. У публічному зверненні взяли участь відомі в колах сучасного українського козацтва керівники за ініціативи О. Притули [10]. З іншого боку, досить болісним є факт зради в цих колах, що й став прецедентом для такої публічної заяви.

Тож природною є ключова теза про захист рідної землі з вуст сучасного запорізького козака, бійця Запорізької окремої бригади територіальної оборони з позивним «Дід»: «Це територія вільних козаків сіхових, було раніше Дике поле. У нас багато родових козаків, ми всі тут. Хто де, хто в якому батальйоні, але козаки всі воюють. Оріхів обороняють, Гуляйполе обороняють. Захист держави, захист своєї землі – святе. Тим більше ми живемо за оцим девізом: воля або смерть. Ми звідси нікуди не підемо... За дітей, за рідну землю, це моя батьківщина, дідівщина, тут мої предки, за волю. Краще вмерти стоячи, чим жити на колінах» [13]. І в цій тезі родового козака відображені українські національні автентичні цінності – з одного боку цінність рідної землі (Дике поле як «територія вільних козаків сіхових», Оріхів, Гуляйполе, «За дітей, за рідну землю, це моя батьківщина, дідівщина, тут мої предки...»), з іншого боку – призначення козацтва цю землю захищати («...всі воюють. Оріхів обороняють, Гуляйполе обороняють. Захист держави, захист своєї землі – святе»).

У розмові про нинішніх захисників, які стали на захист української землі ще 2014 р., визначальним є поняття «доброволець», яке в українській історії кардинально відрізняється від поняття «найманець»: «Мабуть, однією з найголовніших рис, притаманних добровольцям, була вмотивованість. Ці бійці хотіли не служити, а захищати свою землю, прагнули вчитися справі та блискуче виконували бойові завдання. І хоч у переважній частині з них не було навіть військової форми, однак вони мали найголовніше – бажання воювати» [22]. Так, добровільно та з почуттям патріотизму йдуть сьогодні українці захищати свою державу, свій рідний край, свій рідний народ і свою родину.

Переходячи від поняття національних цінностей до національних символів, розпочнемо з державної символіки. У ст. 1 Проекту Закону України № 4103-1 від 03.03.2016 зазначено: «Державними символами України є Державний Прапор України, Державний Герб України і Державний Гімн України» [24]. Як наголошували ще 2009 р. В. Головченко та А. Потьомкін, які на той час були членами міжвідомчої робочої групи з розробки проектів законів України про державну символіку, «повага до державних символів є невід'ємною ознакою патріотизму та високої політико-правової культури» [5].

Сьогодні в умовах повномасштабного вторгнення Росії в самостійну й незалежну Україну, статус якої визнаний як міжнародними організаціями, так і країнами світу, роль українського прапора як державного символу в українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі зросла в геометричній прогресії. Український прапор виконує роль обов'язкового державного атрибуту не лише під час міжнародних зустрічей Президента України та представників українського уряду, а також є неодмінним компонентом телемарафону «Єдині новини» під час виступів очільників українських областей і міст, під час оголошення останніх новин з фронту, його показують під час цитування слів Президента України у відповідь на поставлені запитання.

У провідних світових масмедіа синьо-жовті кольори супроводжують повідомлення, наприклад, на головній сторінці німецької «Süddeutsche Zeitung» пропозиція підписатися на «Всі новини з війни в Україні» [33] має візуальний компонент – фрагмент українського прапора, який виконує роль символу України.

Водночас найбільше прапорів за кордоном на 1 кв. м збирається під час публічних акцій, які регулярно проводять у Європі й світі на підтримку України та українського народу. Візуально такі заходи асоціюються саме з кольорами українського прапора, якими майорять не лише вулиці й площі, а в які закутуються учасники мітингів, які в руках тримають дорослі й діти. Справді, українські прапори є яскравими символами таких акцій, світлини та відео з яких потрапляють в офіційні масмедіа, в соціальні мережі, месенджери. Так, у телеграм-каналі #StandForUkraine ua&de (більше ніж 6500 підписників) регулярно повідомляється інформація про мирні акції та мітинги в різних населених пунктах Німеччини. За приклад наводимо гасла одного з таких заходів: «Ми маємо сьогодні говорити так, як ніколи не говорили, співати – як ніколи не співали, виходити разом під прапорами України і заявляти про своє право на життя і мир» [16]. Зазвичай учасники таких акцій звертаються до урядів своїх країн чи міжнародних організацій з конкретними викликами-проханнями, як наприклад, про допомогу у визволенні мужніх захисників «Азовсталі» чи визнання РФ країною – спонсором тероризму.

Тож на сьогодні досить яскраво спостерігається перехід від використання українського прапора як державного символу до символічності цих двох кольорів – синьо-жовтого чи жовто-блакитного (не будемо вдаватися в суперечки з приводу відтінків синього кольору). Це поєднан-

ня кольорів є символом не лише держави, а й українського народу, зокрема його боротьби за свою рідну землю й свободу, а також за незламність та стійкість у цій боротьбі проти російських окупантів.

На світлинах і у відеорепортажах з різноманітних публічних акцій символічними є синьо-жовті кольори, які простежуються в предметах одягу, зачісці, зокрема у віночках та стрічках, у поєднанні цих кольорів на плакатах як для написання текстової частини, так і візуальних компонентів. Так, наприклад, на 50-й день війни «увесь світ бачить нашу єдність, тож інфлюенсерки на знак підтримки України демонструють стилізацію одягу в синьо-жовтих кольорах» [21].

Іноземні стилісти, які вболівають за Україну й український народ, оприлюднюють світлини, на яких вони сфотографовані в одязі в синьо-жовтих кольорах, з прикрасами на зачісці й навіть з мобільним телефоном, на екрані якого висвітлюється український прапор. Це, наприклад, регулярно робить німецький стиліст Ф. Вайльд [19]. Крім того, на одній з його футболок – герб України в синьо-жовтих кольорах на чорному тлі. Регулярність підкреслюється кількісними показниками – більше ніж 150 селфі на підтримку України [19].

Якщо моделювання предметів одягу в кольорах українського прапора потроху стає досить звичною справою, оскільки на всіх акціях, мітингах, концертах, змаганнях, тобто публічних заходах, частково чи повністю присвячених меті підтримати Україну та її народ, учасники намагаються своїм одягом підкреслити солідарність з українцями. То з цього погляду манікюр і макіяж – це досить нові й незвичні сфери, де також поширюються тенденції до використання синьо-жовтих кольорів: «Дедалі більше українок воліють замість звичного кольору нанести на нігті патріотичний дизайн. Патріотичний настрій віддзеркалюють не лише одяг та манікюр, але й макіяж тощо» [21].

Окрім публічних акцій, які часто ініційовані українцями і значна частина учасників яких також українці, виникли нові тенденції у використанні символічних синьо-жовтих кольорів, як наприклад, для підсвітки знаменитих у світі архітектурних споруд. За час російсько-української війни синьо-жовтими кольорами світилася Ейфелева вежа в Парижі, Палац культури і науки та Палац Лазенки у Варшаві [17], найвідоміший у світі хмарочос Empire State Building у Нью-Йорку [33]. Також у телеграм-каналах, зокрема «Молния», від підписників періодично викладаються світлини з підсвіченими символічними для українського народу синьо-жовтими кольорами архітектурними пам'ятками, як наприклад, замок Амбуаз у Франції, який з 2000 р. належить до Світової спадщини ЮНЕСКО (10.08.2022).

Ще в кінці березня 2022 р. в м. Дюссельдорф у Західній Німеччині почав курсувати трамвай, перефарбований в українські синьо-жовті кольори з написом довжиною 28 м: «Україна, ми з тобою»: «...цим трамваєм хочуть подати знак проти війни. А також показати біженцям, які перебувають в Дюссельдорфі, що їх країну підтримують» [29]. І хоч трамвай курсує, звісно, не в інформаційно-комунікаційному просторі, проте світлини з ним облетіли багато масмедійних сторінок.

Також на сьогодні синьо-жовтими кольорами майорять сторінки та канали соцмереж як офіційних, так і приватних осіб. В оформленні Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки використовується символіка синьо-жовтих кольорів, як наприклад, на їхньому Ютуб-каналі «Spravdi» та в однойменному телеграм-каналі. Крім того, у телеграм-каналах найчастіше використовується український прапор як емодзі для позначення абзаців та частин тексту, у Твіттері – символ вживається замість слів «Україна», «український» тощо.

На наш погляд, сьогодні синьо-жовті кольори можна вважати також інформаційно-психологічною зброєю, оскільки її таки справді бояться окупанти. Одним із доказів на підтвердження цієї думки є термінове перефарбування покажчика з назвою «Севєродонецьк» при в'їзді в тимчасово окуповане російськими військовими місто з синьо-жовтих кольорів у триколон [20]. Проте це не одиничний випадок. Упродовж цих воєнних місяців не раз з'являлися повідомлення, що окупанти із шаленою швидкістю перефарбовують будь-які об'єкти на підконтрольних територіях, які випадково чи не зовсім виявилися в кольорах українського прапора.

Як в офіційних каналах, так і на приватних сторінках автори вдаються до створення емодзі кольору українського прапора у вигляді двох сердечок, розташованих поруч, незважаючи на порядок їх розташування – синє та жовте чи навпаки, що активізує національне почуття кожного українця. За приклад можна взяти офіційне привітання першої леді країни О. Зеленської з Днем вишиванки [18].

Таким чином, ми переходимо від аналізу використання в українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі українського прапора і як офіційного національного символу України, і як нинішнього символу стійкості й незламності українського народу проти російських окупантів до інших цінностей, які нині також є символами України й українськості.

Щорічно третього четверга травня, тобто цього року 19 травня, українці відзначали День вишиванки. І кожна медіаплатформа намагалася по-своєму висвітлити цей особливий для українців день.

Інформаційна агенція «УКРІНФОРМ» подала офіційні привітання Президента України В. Зеленського та його дружини О. Зеленської, які під час виступу також були одягнені у вишиванки. А також навела цитати з привітань представників дипломатичних служб та українських військових. Як наголошено в матеріалі, основне гасло цього року свята – «Вишиванка – духо-

вна броня українців» [18]. І на цій же сторінці наведений «прямий» доказ цих слів – виготовлену в Черкасах першу в світі бойову вишиванку [18].

Інформаційна агенція «УНІАН» приділила увагу поясненню Дня вишиванки, історії його виникнення та традиціям, пов'язаним з ним: «Вперше це свято відзначили у 2006 р., коли студентка Чернівецького національного університету запропонувала своїм одногрупникам прийти на заняття у вишитих сорочках. Ініціативу підтримали і викладачі, і студенти всього навчального закладу» [12].

«ВІКНА TV» на каналі СТБ запропонувати українцям тексти прозових привітань своїх рідних і близьких з Днем вишиванки [7]. Крім того, ведучі СТБ привітали українців зі святом та поділилися своїми думками з приводу цінності вишиванки як предмета традиційної матеріальної культури українців. Як наголошує ведучий ВІКНА-новин О. Дрималовський, «про вишиванку часто пишуть, що це наш код нації, наш головний символ. Наша ідентичність, краса і сила. Те, що вирізняє нас серед інших» [31]. Водночас ведуча проєктів Н. Матвєєва наголосила на основній функції не лише вишиванки, але й, на наш погляд, українських цінностей та символів, загалом української культури: «Усе, що об'єднує українців, наразі дуже важливе, бо допомагає нам перемагати. Вишиванка є таким символом єдності та краси нації» [31].

«VIVA» подала таку провідну тезу: «Сьогодні вишиванка надихає та об'єднує мільйони українців по всьому світу, незалежно від віку, статі, професії. Одягнути вишиванку – означає заявити на весь світ “я – українець”» [6].

Отже, вишиванка сьогодні як предмет матеріальної культури українців належить до українських національних цінностей і є маркером української ідентичності, національного характеру українців.

Борщ як українська національна страва занесена до списку нематеріальної культурної спадщини України ще 2020 р., а 1 липня 2022 р. спеціалізована установа ООН з питань освіти, культури та науки ЮНЕСКО «внесла культуру приготування українського борщу до списку нематеріальної культурної спадщини, що потребує негайної охорони» [15]. Цей факт означає, що, з одного боку, український борщ є невід'ємною частиною життя української сім'ї зокрема й українського народу загалом, з іншого боку, що така охорона з боку міжнародної організації не вказує на його винятковість та право спадщини на нього [15]. Попри останні зауваги, таку опіку українським борщем з боку ЮНЕСКО українці сприйняли як певну перемогу над РФ, а міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко назвав «перемогою у війні за борщ», оскільки РФ уже тривалий час намагалася «привласнити» наш український борщ [15].

Також цей прецедент зіграв позитивну роль до внесення борщу до списку українських національних емодзі (ідеограм) [3]. По-перше, варто наголосити на функціях, які вони мають виконувати. «Розробники емодзі вважають, що українська культура та цінності заслуговують на те, аби бути представленими у цифровому лексиконі», а також «це додасть репрезентацію української боротьби. Таким чином українці та українки, а також люди з інших країн, які емпатують та підтримують Україну, могли підкреслити це, використовуючи ці емодзі» [1]. Тобто розробники передбачали про використання українських національних символів в українському та світовому інформаційно-комунікаційному просторі. На наш погляд, для української й пострадянської цільової аудиторії актуальною є пересторога, про яку говорить продюсер проєкту: «найскладніше було зробити емодзі, які б не віддавали шароварщиною. Не хочеться, щоб Україну асоціювали з п'яним козаком, горілкою, салом, борщем» [1]. Ми намагалися окреслити аудиторію, в якій може бути стереотипне «шароварне уявлення» про українську культуру. З проєкції європейського й подальшого демографічного простору, де таких уявлень бути не може, актуальним є такий задум розробників: «Ми сподіваємося, що ці емодзі спрацюють як тригер на західну аудиторію зрозуміти краще Україну, іноземці почнуть цікавитися, чому, наприклад, в емодзі є козак, дізнаватися про борщ, який потрапив до нематеріальної спадщини, яку охороняє ЮНЕСКО» [1].

Крім козака з традиційною зачіскою у вигляді оселедця, вишиванки та борщу в каструлі з українським геометричним орнаментом, серед запропонованих українських емодзі є також герб як другий національний символ України після прапора, булава як символ гетьманської влади, рушник – української гостинності та дуля як символ зневажливого ставлення.

IV. Висновки

Архетипне підґрунтя української національної свідомості розкривав В. Буряк. Аксиологічний аналіз інформаційного простору України проводила дослідниця соціальних комунікацій Т. Кузнецова. Українські національні цінності традиційно розглядали в галузі політики національної безпеки, зокрема автентичні цінності з погляду захисту національних інтересів вивчала Л. Станіславенко.

У нинішніх умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну актуалізувалася вага українських національних цінностей та їх символізації на різних каналах інформаційно-комунікаційного простору: як на телебаченні та в інтернет-медіа, так і в соціальних мережах і популярних месенджерах. Найбільш символічними виявилися синьо-жовті кольори українського прапора як державного символу України, який на сьогодні розширив свою функціональну палітру: від візуаль-

ного маркера українського матеріалу до функції спонукання єднатися в боротьбі за рідну землю, підтримки українського народу з боку урядів та пересічних громадян інших держав.

На українському телебаченні та в інтернет-медіа синьо-жовті кольори символізують офіційні представництва України як держави та її посадових осіб. У світовому інформаційно-комунікаційному просторі відстежена яскрава тенденція до використання кольорів українського прапора під час публічних акцій на підтримку України як держави, українців як народу, який сміливо й стійко бореться за право жити на незалежній українській землі. Зазвичай пишуть на плакатах і виголошують в усних виступах не лише загальні фрази підтримки України чи незгоди з позицією та вчинками РФ, але й конкретні прохання про вирішення нагальних проблем, пов'язаних з війною, як захист захисників «Азовсталі». Синьо-жовті кольори стали маркерами висловлення проукраїнської позиції в Європі та світі різноманітних фахівців: від стилістів, дизайнерів, візажистів та манікюрниць до архітекторів та урядовців.

Водночас процес символізації торкнувся таких українських національних цінностей, як вишиванка, яка є предметом традиційної матеріальної культури українців й набуває все більшої популярності як серед українців, так і серед світової проукраїнської спільноти. Борщ визнаний Україною (2020) та взятий під захист міжнародною організацією ЮНЕСКО (2022) як об'єкт нематеріальної культури. Значним досягненням у сфері цифрової символіки (так звані емодзі) є створення українських емодзі тризуба, козака, булави, рушника, вишиванки, дулі, борщу, які мають бути розглянуті та затверджені в жовтні 2022 р.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в ґрунтовному вивченні ролі та ваги українських національних цінностей, трансльованих через масмедіа, у різних цільових груп, а також процесу символізації тих цінностей, які були згадані лише побіжно, – тризуб, булава, рушник тощо.

Список використаної літератури

1. Булава – так, «Байрактар» – ні: як у Hexagon Agency створили українські емодзі. URL: <https://suspilne.media/267817-bulava-tak-bajraktar-ni-ak-u-hexagon-agency-stvorili-ukrainski-emozdi> (дата звернення: 05.08.2022).
2. Буряк В. Архетипно-інтелектуальний феномен національної свідомісної ідентифікації і публіцистичне мислення. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2004. Вип. 25. С. 97–111.
3. В Україні запропонували національні емодзі. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/29977/2022-08-03-v-ukraini-zaproponuvaly-natsionalni-emozdi/> (дата звернення: 03.08.2022).
4. Гай-Нижник П., Чупрій Л. Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформуючі чинники політики національної безпеки. *Гілея*. 2014. Вип. 84 (№ 5). С. 465–471.
5. Головченко В., Потьомкін А. Історико-правова генеза державної символіки України. *Віче*. 2009. № 8. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/1417> (дата звернення: 03.08.2022).
6. Гріцфельд Л. Емоційне відео до дня вишиванки 2022 про те, що єднає українців під час війни. URL: <https://viva.ua/news/16075-emoziyne-video-do-dnya-vshivanki-2022-pro-te-shto-vednaye-ukraintsiv-pid-chas-viyni> (дата звернення: 19.05.2022).
7. День вишиванки: вітання зі святом у прозі для твоїх близьких. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/den-vyshyvanky-vitannya-zi-svyatom-u-prozi-dlya-tvoyih-blyzkyh> (дата звернення: 19.05.2022).
8. Єдиний телемарафон можна дивитися фактично в усьому світі. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uaazom/3498999-edinij-telemarafon-mozna-divitisa-fakticno-v-usomu-sviti-tkascenko.html> (дата звернення: 03.06.2022).
9. Жугай В. І., Кузнецова Т. В. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. № 6. Т. 32 (71). Ч. 3. С. 120–125.
10. Запорізькі козаки звернулися до зрадників українського народу. URL: <https://forpost.media/vijna/zaporizki-kozaky-zvernulyisia-do-zradnyukiv-ukrainskohonarodu.html> (дата звернення: 12.04.2022).
11. Інтернет-медіа та соцмережі вперше за популярністю обійшли телебачення – дослідження. *Детектор медіа*. 2019. URL: <https://detector.media/infospace/article/171755/2019-10-22-internet-media-ta-sotsmerezhi-vpershe-za-populyarnisty-ubiysly-telebachennya-doslidzhennya/> (дата звернення: 12.04.2022).
12. Кашавцева К. День української вишиванки 2022: коли відзначаємо, історія і традиції. URL: <https://www.unian.ua/lite/holidays/den-vshivanki-2022-data-ta-zahodi-na-svyato-11795343.html> (дата звернення: 19.05.2022).
13. Краще вмерти стоячи, чим жити на колінах – як запорізькі козаки захищають рідну землю, – відео. URL: <https://www.061.ua/news/3406673/krase-vmerti-stoaci-cim-zit-na-kolinah-ak-zaporizki-kozaki-zahisaut-ridnu-zemlu-video> (дата звернення: 14.06.2022).
14. Кузнецова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації: монографія. Суми: Університетська книга, 2012. 304 с.

15. Куницький О., Чайковська В. Український борщ внесли до культурної спадщини ЮНЕСКО. URL: <https://www.dw.com/uk/ukrainskyi-borshch-vnesly-do-kulturnoi-spadshchyny-yunesko/a-62329030> (дата звернення: 01.07.2022).
 16. Мітинги та мирні акції на підтримку України в Німеччині. URL: <https://multiviza.com.ua/nimechchina/mitingi-ta-mirni-aktsiyi-na-pidtrimku-ukrayini-u-nimechchini> (дата звернення: 01.07.2022).
 17. Найвідоміший у світі хмарочос щодня підсвічують жовто-блакитними кольорами. URL: <https://acc.cv.ua/news/world/nayvidomishiy-u-sviti-hmarochos-schodnya-pidsvichuvatimut-zhovto-blakitnimi-kolorami-83891> (дата звернення: 16.04.2022).
 18. Наш священний оберіг на цій війні: в Україні – День вишиванки. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3486886-nas-svasennij-oberig-na-cij-vijni-v-ukraini-denisivivanki.html> (дата звернення: 12.07.2022).
 19. Німецький стиліст із самого початку війни показує образи на підтримку України – фото. URL: <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/278400> (дата звернення: 28.05.2022).
 20. Окупанти перефарбували стелу на в'їзді в Северодонецьк в російський триколор. URL: <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/okupanti-perefarbuvali-stelu-na-vjizdi-v-sjevjerodonetsk-v-rosijskij-trikolor.html> (дата звернення: 11.07.2022).
 21. Патріотична символіка України: як увесь світ заповонила мода на синьо-жовті кольори. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/04/14/patriotichna-symvolika-ukrayiny-yak-uves-svit-zapolonyla-moda-na-syno-zhovti-kolory> (дата звернення: 14.04.2022).
 22. Покликання «Добровolec». Без наказів захищати Батьківщину. URL: <https://azov.org.ua/poklukannia-dobrovoles> (дата звернення: 15.07.2022).
 23. Пономаренко Л. Г. Морально-етичний дискурс сучасних друкованих та електронних ЗМІ: монографія. Запоріжжя: КПУ, 2011. 328 с.
 24. Про державні символи України, порядок їх використання та захисту: Проєкт Закону України від 3 березня 2016 р. № 4103-1. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH35Z1AA?an=6> (дата звернення: 02.07.2022).
 25. Савчук Б. Українська етнологія. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2004. 559 с.
 26. Сахань О., Шевчук Н. До проблеми імплементації європейських цінностей в українському просторі. *Вісник національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*. 2018. № 4. С. 126–142.
 27. Станіславенко Л. А. Автентичні цінності українців у контексті захисту національних інтересів держави-нації. *Політичне життя*. 2019. № 3. С. 87–94.
 28. У німецькому Дюссельдорфі запустили трамвай в кольорах України з написом «Україно, ми з тобою». URL: https://24tv.ua/nimetskomu-dyusseldorf-i-zapustili-tramvay-kolorah-ukrayini-napisom_n1920993 (дата звернення: 27.03.2022).
 29. Цілісність гуманітарного простору України як об'єкт національної безпеки держави. *Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/cilisnist-gumanitarnogo-prostoru-ukraini-yak-obekt-nacionalnoi> (дата звернення: 22.07.2015).
 30. Черняєва К. Telegram: месенджер чи соціальна мережа? URL: <https://marketer.ua/ua/telegram-messendzher-ili-sotsialnaya-set> (дата звернення: 13.02.2018).
 31. Яковлева О. Це вшито в наш генетичний код – зірки СТБ привітали українців з Днем вишиванки та показали власні сорочки. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/shou-biz/cze-vshyto-v-nash-genetychnyj-kod-zirky-stb-pryvitaly-ukrayinciv-z-dnem-vyshyvanky-ta-pokazaly-vlasni-sorochky> (дата звернення: 19.05.2022).
 32. Empire State Building у Нью-Йорку щодня підсвічуватимуть жовто-блакитними кольорами. URL: https://24tv.ua/empire-state-building-nyu-yorku-shhodnya-pidsvichuvatimut-zhovto_n1950721 (дата звернення: 15.04.2022).
 33. *Süddeutsche Zeitung*. URL: <https://www.sueddeutsche.de/thema/Ukraine> (date of request: 19.07.2022).
- References**
1. Bulava – tak, «Bairaktar» – ni: yak u Hexagon Agency stvoryly ukrainski emodzi [Mace - yes, "Bayraktar" – no: how Hexagon Agency created Ukrainian emojis. Retrieved from <https://suspiine.media/267817-bulava-tak-bajraktar-ni-ak-u-hexagon-agency-stvorili-ukrainski-emodzi> [in Ukrainian].
 2. Buriak, V. (2004). Arkhetypno-intelektualnyi fenomen natsionalnoi svidomisnoi identyfikatsii i publitsystychnе myslennia [Archetypal-intellectual phenomenon of national conscious identification and journalistic thinking]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: Zhurnalistyka*, 25, 97–111 [in Ukrainian].
 3. V Ukraini zaproponuvaly natsionalni emodzi [National emojis were offered in Ukraine]. Retrieved from <https://ms.detector.media/trendi/post/29977/2022-08-03-v-ukraini-zaproponuvaly-natsionalni-emodzi/> [in Ukrainian].
 4. Hai-Nyzhnyk, P., & Chuprii, L. (2014). Natsionalni interesy, natsionalni tsinnosti ta natsionalni tsili yak strukturoformuiuchi chynnyky polityky natsionalnoi bezpeky [National interests, national values

- and national goals as structural factors of national security policy]. *Hileia*, 84 (5), 465–471 [in Ukrainian].
5. Holovchenko, V., & Potomkin, A. (2009). Istoryko-pravova heneza derzhavnoi symboliky Ukrainy [Historical and legal genesis of the state symbols of Ukraine]. *Viche*, 8. Retrieved from <https://veche.kiev.ua/journal/1417> [in Ukrainian].
 6. Hritsfeld, L. (2022). Emotsiine video do dnia vyshyvanky 2022 pro te, shcho yednaie ukraintsiv pid chas viiny [An emotional video for Vyshyvanka Day 2022 about what unites Ukrainians during the war]. Retrieved from <https://viva.ua/news/16075-emotsiine-video-do-dnya-vishivanki-2022-pro-te-shcho-yednaye-ukraintsiv-pid-chas-viiny> [in Ukrainian].
 7. Den vyshyvanky: vitannia zi sviatom u prozi dlia tvoikh blyzkykh [Vyshyvanka Day: congratulations on the holiday in prose for your loved ones]. Retrieved from <https://vikna.tv/styl-zhyttya/den-vyshyvanky-vitannya-zi-svyatom-u-prozi-dlya-tvoyih-blyzkykh> [in Ukrainian].
 8. Iedyniy telemarafon mozha dyvytysia faktychno v usomu sviti [The only telethon can be watched virtually all over the world]. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3498999-edinij-telemarafon-mozha-divytysia-faktychno-v-usomu-sviti-tkacenko.html> [in Ukrainian].
 9. Zhuhai, V. I., & Kuznietsova, T. V. (2021). Osoblyvosti telehram-kanaliv yak novitnikh instrumentiv media: ukrainskyi kontekst [Peculiarities of Telegram channels as the latest media tools: the Ukrainian context]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 6, 32 (71), 3, 120–125 [in Ukrainian].
 10. Zaporizki kozaky zvernulysia do zradnykiv ukrainskoho narodu [The Zaporizhia Cossacks turned to the traitors of the Ukrainian people]. Retrieved from <https://forpost.media/vijna/zaporizki-kozaky-zvernulysia-do-zradnykiv-ukrainskoho-narodu.html> [in Ukrainian].
 11. Internet-media ta sotsmerezhi vpershe za populiarnistiu obiishly telebachennia – doslidzhennia [Internet media and social networks have overtaken television in terms of popularity for the first time – research]. *Detektor media*. 2019. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/171755/2019-10-22-internet-media-ta-sotsmerezhi-vpershe-za-populyarnistyu-obiishly-telebachennia-doslidzhennia/> [in Ukrainian].
 12. Kashchavtseva, K. Den ukrainskoi vyshyvanky 2022: koly vidznachaiemo, istoriia i tradytsii [Ukrainian Vyshyvanka Day 2022: when we celebrate, history and traditions]. Retrieved from <https://www.unian.ua/lite/holidays/den-vishivanki-2022-data-ta-zahodi-na-svyato-11795343.html> [in Ukrainian].
 13. Krashche vmerty stoiachy, chym zhyt na kolinakh – yak zaporizki kozaky zakhychaiut ridnu zemliu, – video [It is better to die standing than to live on your knees - how Zaporizhia Cossacks protect their native land - video]. Retrieved from <https://www.061.ua/news/3406673/krase-vmerty-stoaci-cim-zit-na-kolinah-ak-zaporizki-kozaky-zahisaut-ridnu-zemlu-video> [in Ukrainian].
 14. Kuznetsova, T. V. (2012). *Aksiolohichni modeli mas-mediinoi informatsii* [Axiological models of mass media information]. Sumy: Univer-sytetska knyha [in Ukrainian].
 15. Kunytskyi, O., & Chaikovska, V. Ukrainskyi borshch vnesly do kulturnoi spadshchyny YuNESKO [Ukrainian borscht was included in the UNESCO cultural heritage]. Retrieved from <https://www.dw.com/uk/ukrainskyi-borshch-vnesly-do-kulturnoi-spadshchyny-yunesko/a-62329030> [in Ukrainian].
 16. Mitynhy ta myrni aksii na pidtrymku Ukrainy v Nimechchyni [Meetings and peaceful actions in support of Ukraine in Germany]. Retrieved from <https://multi-viza.com.ua/nimechchina/mitingi-tamirni-aktsiyi-na-pidtrimku-ukrayini-u-nimechchini> [in Ukrainian].
 17. Naividomishyi u sviti khmarochos shchodnia pidsvichuiut zhovto-blakytynmy koloramy [The most famous skyscraper in the world is illuminated in yellow and blue colors every day]. Retrieved from <https://acc.cv.ua/news/world/nayvidomishyi-u-sviti-hmarochos-schodnya-pidsvichuvatimut-zhovto-blakitnimi-kolorami-83891> [in Ukrainian].
 18. Nash sviashchennyi oberih na tsii viini: v Ukraini – Den vyshyvanky [Our sacred talisman in this war: in Ukraine – Vyshyvanka Day]. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3486886-nas-svasennij-oberig-na-cij-vijni-v-ukraini-den-visivanki.html> [in Ukrainian].
 19. Nimetskyi stylist iz samoho pochatku viiny pokazuie obrazy na pidtrymku Ukrainy – foto [A German stylist has been showing images in support of Ukraine since the beginning of the war - photo]. Retrieved from <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/278400> [in Ukrainian].
 20. Okupanty perefarbuvaly stelu na vizdi v Sievierodonetsk v rosiyskyi trykolor [The occupiers repainted the stele at the entrance to Severodonetsk in the Russian tricolor]. Retrieved from <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/okupanti-perefarbuvali-stelu-na-vjizdi-v-sjevjerodonetsk-v-rosijskij-trikolor.html> [in Ukrainian].
 21. Patriotychna symbolika Ukrainy: yak uves svit zapolonyla moda na syno-zhovti kolory [Patriotic symbols of Ukraine: how the fashion for blue-yellow colors swept the whole world]. Retrieved from <https://armyinform.com.ua/2022/04/14/patriotychna-symbolika-ukrayiny-yak-uves-svit-zapolonyla-moda-na-syno-zhovti-kolory> [in Ukrainian].

22. Poklykannia «Dobrovolets». Bez nakaziv zakhyschaty Batkivshchynu [Vocation "Volunteer". Without orders to defend the Motherland]. Retrieved from <https://azov.org.ua/poklukannia-dobrovoletc> [in Ukrainian].
23. Ponomarenko, L. H. (2011). *Moralno-etychnyi dyskurs suchasnykh drukovanykh ta elektronnykh ZMI* [Moral and ethical discourse of modern printed and electronic mass media]. Zaporizhzhia: KPU [in Ukrainian].
24. Draft Law of Ukraine On state symbols of Ukraine, the procedure for their use and protection from March 3 2016, № 4103-1. Retrieved from <https://ips.ligazakon.net/document/JH35Z1AA?an=6> [in Ukrainian].
25. Savchuk, B. (2004). *Ukrainska etnolohiia* [Ukrainian ethnology]. Ivano-Frankivsk: Lileia-NV [in Ukrainian].
26. Sakhn, O., & Shevchuk, N. (2018). Do problemy implementatsii yevropeiskykh tsinnosti v ukrainskomu prostori [To the problem of implementation of European values in the Ukrainian space]. *Visnyk natsionalnoho yurydychnoho universytetu imeni Yaroslava Mudroho*, 4, 126–142 [in Ukrainian].
27. Stanislavenko, L. A. (2019). Avtentychni tsinnosti ukraintsiiv u konteksti zakhystu natsionalnykh interesiv derzhavy-natsii [Authentic values of Ukrainians in the context of protecting the national interests of the nation-state]. *Politychne zhyttia*, 3, 87–94 [in Ukrainian].
28. U nimetskomu Diusseldorfii zapustyly tramvai v kolorakh Ukrainy z napysom «Ukraino, my z toboiu» [In Dusseldorf, Germany, a tram was launched in the colors of Ukraine with the inscription «Ukraine, we are with you»]. Retrieved from https://24tv.ua/nimetskomu-dyusseldorfii-zapustili-tramvai-kolorah-ukrayini-napisom_n1920993 [in Ukrainian].
29. Tsilisnist humanitarnoho prostoru Ukrainy yak ob'ekt natsionalnoi bezpeky derzhavy [The integrity of the humanitarian space of Ukraine as an object of national security of the state]. *Analitichna zapyska. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen*. Retrieved from <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/cilisnist-gumanitarnogo-prostoru-ukraini-yak-obekt-natsionalnoi> [in Ukrainian].
30. Cherniaieva, K. Telegram: mesendzher chy sotsialna merezha? [Telegram: messenger or social network?]. Retrieved from <https://marketer.ua/ua/telegram-messendzher-ili-sotsialnaya-set> [in Ukrainian].
31. Iakovlieva, O. Tse vshyto v nash henetychnyi kod – zirky STB pryvitaly ukraintsiiv z Dnem vyshyvanky ta pokazaly vlasni sorochky [It is sewn into our genetic code – the stars of STB congratulated Ukrainians on Embroidery Day and showed their own shirts]. Retrieved from <https://vikna.tv/styl-zhyttya/shou-biz/cze-vshyto-v-nash-genetychnyj-kod-zirky-stb-pryvitaly-ukrayincziv-z-dnem-vyshyvanky-ta-pokazaly-vlasni-sorochky> [in Ukrainian].
32. Empire State Building u Niu-Yorku shhodnia pidsvichuvatymut zhovto-blaknytnymy koloramy [The Empire State Building in New York will be illuminated in yellow and blue colors every day]. Retrieved from https://24tv.ua/empire-state-building-nyu-yorku-shhodnya-pidsvichuvatymut-zhovto_n1950721 [in Ukrainian].
33. Süddeutsche Zeitung. Retrieved from <https://www.sueddeutsche.de/thema/Ukraine> [in German].

Стаття надійшла до редакції 16.08.2022.

Received 16.08.2022.

Ponomarenko L., Bessarab A. Ukrainian National Values and Symbols in the Modern Ukrainian and Global Information and Communication Space

The purpose of the research: is to identify the main trends in the spread of Ukrainian national values and symbols in the modern Ukrainian and international information and communication space during the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine.¹

Research methodology. During the research, the following methods were used: analysis, synthesis, generalization – to study the sources of relevant issues and to understand the opinions of scientists about the essence of national values in general and authentic values in particular; comparison – to identify trends in the use of symbols to denote Ukrainian national values in the conditions of a full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine in the Ukrainian and global information and communication space; observation and description – to clarify the peculiarities of the use of Ukrainian symbols on television, in the Internet media and in social networks.

Results. It is concluded that the research of values in the information and communication space of Ukraine usually concerns the moral and ethical plane. If we are talking about Ukrainian national values, they have traditionally been the object of study in the field of national security policy. Today, in the conditions of the Russian Federation's full-scale invasion of Ukraine, the importance of Ukrainian national values, the process of symbolizing which can be observed both on television and in the Internet media, as well as in social networks and popular messengers, is being actualized. The most symbolic now are the colors of the Ukrainian flag as the state symbol of Ukraine. At the same time, the process of symbolization affected such Ukrainian national values as the trident, Cossack, mace, embroidered towel, vyshyvanka (embroidered shirt or dress) and borscht. In the Ukrainian information

and communication space, in particular on television and in the Internet media, blue and yellow colors symbolize, mainly, the official representations of Ukraine as a state and its officials. In social networks and messengers, emojis, as well as photos, posters or videos in blue and yellow colors have a much wider functional palette: from a visual marker of Ukrainian material to an incentive to unite in the struggle for the native land. In the global information and communication space, a bright trend towards the use of Ukrainian national symbols during public actions in support of Ukraine as a state and the Ukrainian people as a fighter for the freedom and independence of their country has been observed. In addition, the participants of such actions turn to the leadership of European countries and the world with specific requests: for help in liberating the courageous defenders of Azovstal, recognition of the Russian Federation as a sponsor of terrorism, etc.

Novelty. New trends in the symbolization of Ukrainian national values and the expansion of their functions in the Ukrainian and global information and communication space during the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine are outlined.

Practical value. The obtained results can be used in the educational process in colleges and universities that prepare specialists according to the educational programs of fields 061 «Journalism» and 021 «Audiovisual Art and Production» and for further scientific investigations concerning the influence of national values and symbols through mass media and social networks.

Key words: Ukrainian national values and symbols, authentic values, Ukrainian and global information and communication space, color of the Ukrainian flag, trident, Ukrainian Cossacks, embroidery, television, Internet media, social networks.

Ponomarenko L., Bessarab A. Українські цінності і символи народowe we współczesnej ukraińskiej i światowej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej

Celem badania występuje identyfikacja głównych tendencji rozprzestrzeniania się ukraińskich wartości i symboli narodowych we współczesnej ukraińskiej i światowej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej podczas inwazji na pełną skalę Federacji Rosyjskiej na Ukrainę.

Metodologia badania. W trakcie badań zastosowano następujące metody: analiza, synteza, uogólnienie – w celu zbadania źródeł odpowiedniej problematyki oraz zrozumienia opinii naukowców na temat esencji wartości narodowych w ogóle oraz wartości autentycznych w szczególności; porównanie – dla rozpoznania tendencji w stosowaniu symboli do oznaczania ukraińskich wartości narodowych w warunkach inwazji na pełną skalę Federacji Rosyjskiej na Ukrainę w ukraińskiej i światowej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej; obserwacja i opis – w celu wyjaśnienia specyfiki wykorzystania ukraińskich symboli w telewizji, mediach internetowych oraz w sieciach społecznościowych.

Wyniki. Podsumowano, że badanie wartości w informacyjno-komunikacyjnej przestrzeni Ukrainy dotyczy zwykle płaszczyzny moralno-etycznej. Jeśli mówimy o ukraińskich wartościach narodowych, to tradycyjnie były one przedmiotem badań w zakresie narodowej polityki bezpieczeństwa. Na dzień dzisiejszy, w warunkach inwazji na pełną skalę Federacji Rosyjskiej na Ukrainę aktualizuje się waga ukraińskich wartości narodowych, proces ich symbolizacji obserwuje się zarówno w telewizji, jak i w mediach internetowych, a także w sieciach społecznościowych i w popularnych komunikatorach. Najbardziej symboliczne są teraz kolory flagi ukraińskiej jako państwowego symbolu Ukrainy. Jednocześnie proces symbolizacji dotknął także ukraińskie wartości narodowe jak trójząb, kozak, buława, ręcznik, wyszywanka i barszcz. W ukraińskiej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej, zwłaszcza w telewizji i mediach internetowych, kolory niebieski wraz z żółtym symbolizują przede wszystkim oficjalne przedstawicielstwa Ukrainy jako państwa i jego urzędników. W sieciach społecznościowych i komunikatorach - emotikony, a także zdjęcia, plakaty lub filmy w niebiesko-żółtych kolorach mają znacznie szerszą paletę funkcjonalną: od wizualnego znacznika ukraińskiego materiału do zachęcania zjednoczenia się w walce o ojczyznę. W światowej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej obserwuje się wyraźną tendencję do wykorzystywania ukraińskich symboli narodowych podczas działań publicznych na rzecz Ukrainy jako państwa i narodu ukraińskiego jako wojownika o wolność i niepodległość swojego kraju. Oprócz tego, uczestnicy takich akcji zwracają się do przywódców krajów europejskich i świata z konkretnymi prośbami: o pomoc w wyzwoleniu odważnych obrońców Azovstalu, uznanie Federacji Rosyjskiej za sponsora terroryzmu itp.

Nowość. Określone są nowe tendencje do symbolizacji ukraińskich wartości narodowych i poszerzeniu ich funkcji w ukraińskiej i światowej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej i podczas inwazji na pełną skalę na Ukrainę przez Federację Rosyjską.

Znaczenie praktyczne. Uzyskane wyniki mogą być wykorzystane w procesie uczenia się na uczelniach kształcących specjalistów w ramach programów edukacyjnych kierunków 061 «Dziennikarstwo» i 021 «Sztuka audiowizualna oraz produkcja», a także do dalszych badań naukowych nad wpływem wartości narodowych i symboli za pośrednictwem massmedia i sieci społecznościowych.

Słowa kluczowe: ukraińskie wartości i symbole narodowe, wartości autentyczne, ukraińska i światowa przestrzeń informacyjno-komunikacyjna, kolor flagi ukraińskiej, trójząb, ukraińscy kozacy, wyszywanka, telewizja, media internetowe, sieci społecznościowe.