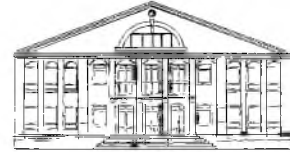


# Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації  
2020., № 1 (41)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

Головний редактор:

**А. О. Бессараб,**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Редакційна колегія:

Соціальні комунікації

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

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

**Зелінська Н. В.**, доктор філологічних наук, професор

**Зикун Н. І.**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

**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

**Пономаренко Л. Г.**, 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

**Бондаренко І. С.**, кандидат філологічних наук, доцент

**Гиріна Т. С.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

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

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

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

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

**Полєжаєв Ю. Г.**, кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент

**Хітрова Т. В.**, кандидат філологічних наук, доцент

Соціологія

**Гордієнко Н. М.**, доктор соціологічних наук, доцент

**Зоська Я. В.**, доктор соціологічних наук, професор

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

Іноземні члени редакційної колегії:

**В. Івченков**, доктор філологічних наук, професор  
(Республіка Білорусь)

**С. Харитоновна**, кандидат філологічних наук, доцент  
(Республіка Білорусь)

**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)

**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  
**26 лютого 2020 р., протокол № 5**

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.

Редактор: А. О. Бессараб  
Технічний редактор: Ю. В. Бабиш  
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 03.02.2020

Підписано до друку 02.03.2020

Формат 60-84/8. Різографія. Тираж 300 пр. Замовлення № 01-20Ж.  
Виготовлено на поліграфічній базі  
Класичного приватного університету

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

|                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Н. І. ЗИКУН, А. О. БЕССАРАБ, Л. Г. ПОНОМАРЕНКО</i><br>НАРАТИВ ЯК КОНТЕНТНА ОСНОВА МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ .....                | 4  |
| <i>О. Г. МАКАРЧУК</i><br>ПОЛІТИЧНИЙ ПАРАЛЕЛІЗМ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ .....                                                                     | 12 |
| <i>Л. М. РИЖЕНКО</i><br>ДИСКУРСИВНІ КОНСТРУКЦІЇ КОНТЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ<br>ПРО НАЦІЮ ТА ЇЇ ВОРОГІВ .....                                      | 21 |
| <i>Т. КНИТРОВА</i><br>«DECENTRALIZATION OF HISTORY» AS A COUNTER-DISOURSE<br>OF «DECOMMUNIZATION» IN MODERN INFORMATION SPACE OF UKRAINE ..... | 28 |

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

|                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>С. В. БЕЗЧОТНИКОВА, Ю. В. РАЛЮК</i><br>СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕХОДУ<br>ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ ДОНЕЧЧИНИ В МЕРЕЖУ ..... | 34 |
| <i>В. В. КОЛКУТІНА</i><br>КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДМИТРА ДОНЦОВА .....                                                              | 42 |
| <i>П. В. МІРОШНИЧЕНКО</i><br>ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ЛІТЕРАТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ<br>МОЛОДДЮ .....                           | 48 |
| <i>І. М. МУДРА, М. О. КІЦА</i><br>ІСТОРІЯ ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ .....                                          | 56 |
| <i>І. М. ЦИПЕРДЮК</i><br>ХРИСТІЯНСЬКА МІСІЯ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ:<br>80 РОКІВ УКРАЇНСЬКІЙ РЕДАКЦІЇ РАДІО «ВАТИКАН» .....              | 61 |
| <i>О. М. ЯТЧУК, Н. О. КОДАЦЬКА</i><br>ТЕЛЕВІЗІЙНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА .....                                | 68 |

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Г. В. МИКИТІВ</i><br>ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧИТАЧІВ ЗАСОБАМИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ<br>В ДИТЯЧИХ ЖУРНАЛАХ .....        | 74 |
| <i>Н. МУКОЛАІЕНКО</i><br>PROFESSIONAL CULTURE OF FUTURE EDITORS: ASPECTS, PRINCIPLES,<br>MODEL FORMATION .....              | 81 |
| <i>К. Л. СІЗОВА, Н. М. АЛЕКСЕЄНКО, В. В. ХМІЛЬ-ЧУПРИНА</i><br>ВЛАСТИВОСТІ БУКТРЕЙЛЕРА: УКРАЇНСЬКИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД ..... | 85 |

### ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

|                                                                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>А. Д. БАРАНЕЦЬКА</i><br>ІНТЕГРОВАНІ КОМУНІКАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕКЛАМИ .....                                                                                 | 90  |
| <i>В. В. БЕРЕЗЕНКО, Н. Д. САНАКОЄВА, Т. О. ІВАНЕЦЬ</i><br>ПОЗИЦІОНУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ<br>ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ ЗАСОБАМИ PR ..... | 95  |
| <i>І. С. БОНДАРЕНКО</i><br>ПРОЄКТ «НОВА ЛЮДИНА» В УКРАЇНСЬКІЙ ІСТОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ:<br>КОМУНІКАЦІЙНІ ВИМІРИ .....                                       | 101 |
| <i>В. М. ДРЕШПАК</i><br>ПОВІДОМЛЕННЯ ПРЕССЛУЖБ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНЯ:<br>СТРУКТУРА ТА СТИЛІСТИКА .....                                    | 107 |

|                                                                                                                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>В. А. Ковпак, Н. О. Троценко</i><br>ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАТИВНОЇ РЕКЛАМИ: ФОРМИ, ТРЕНДИ<br>(НА ПРИКЛАДІ НАТИВНОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK<br>ЩОДО БРЕНДА ФАКУЛЬТЕТУ ЖУРНАЛІСТИКИ ЗНУ) ..... | 113 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>А. А. Кондрико, А. В. Драчова</i><br>НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ МЕДІАІНДУСТРІЇ: МОЖЛИВОСТІ<br>ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ ..... | 122 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Ю. П. Щегельська</i><br>СИСТЕМИ ЗАХОПЛЕННЯ РУХУ В ДОДАНІЙ РЕАЛЬНОСТІ: РІЗНОВИДИ<br>ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ПРАКТИЦІ ПРОМОЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ..... | 128 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

#### **МОВА МЕДІА**

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>З. В. Галаджун</i><br>МОВА ДРУКОВАНИХ ЗМІ УКРАЇНИ<br>(У РОЗРІЗІ УКРАЇНСЬКА/РОСІЙСЬКА МОВИ ВИДАННЯ) ..... | 134 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

#### **СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ**

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Я. В. Зоська, А. А. Согорін, С. В. Белькова</i><br>РЕКЛАМА У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ..... | 141 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

\*\*\*\*\*

## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

\*\*\*\*\*

УДК 007:304:001

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.1\(41\).1](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.1(41).1)

**Н. І. Зикун**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
завідувач кафедри журналістики, української словесності та культури  
e-mail: [nzykun@ukr.net](mailto:nzykun@ukr.net), ORCID: 0000-0001-9727-6190  
Університет ДФС України  
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, 08201, Україна

**А. О. Бессараб**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
професор кафедри спеціальної педагогіки та спеціальної психології  
e-mail: [staicy@ukr.net](mailto:staicy@ukr.net), ORCID: 0000-0003-3155-5474, Scopus Author ID: 57211852356  
КВНЗ «Хортицька національно-реабілітаційна академія» ЗОР  
вул. Наукове містечко, 59 (острів Хортиця), м. Запоріжжя, 69017, Україна

**Л. Г. Пономаренко**

доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
професор кафедри мови та стилістики  
e-mail: [ponlu2013@gmail.com](mailto:ponlu2013@gmail.com), ORCID: 0000-0003-1144-6481  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, 01601, Україна

### НАРАТИВ ЯК КОНТЕНТНА ОСНОВА МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

У статті на основі аналізу вибраних із провідних українських газетних видань «Дзеркало тижня», «День», «Україна молода» за 2016–2020 рр. медійних текстів із згадуванням наративу встановлено семантико-змістові характеристики номінацій «наратив», «стратегічний наратив», «малі наративи»; окреслено напрями семантичної реалізації значення наративу і його можливості в процесі міжнародних стратегічних комунікацій, спрямованих як на зовнішню, так і на внутрішню аудиторію. Доведено, що основним завданням стратегічного, або національного, наративу є аргументоване пояснення власному населенню й зацікавленим аудиторіям своїх реалій, намірів, планів; виправдання певних напрямів державної діяльності, спрямованої на партнерів, на опонентів і тих, хто займає нейтральну позицію.

Розмежовано сфери використання різних наратологічних номінацій: у міжнародних комунікаціях і в науковому дискурсі концептуальні засади державної ідентичності й міжнародної взаємодії іменуються стратегічним наративом, або гранд-наративом, у публіцистичному дискурсі вживають номінацію наратив, рідше – історичний наратив, національний наратив.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що увагу спрямовано на медійний аспект використання одного з ключових понять стратегічних комунікацій і ролі ЗМІ в його реалізації.

Основними загальнонауковими методами дослідження є описовий, порівняльний, аналізу та синтезу. Також використано такі емпіричні методи: суцільного відбору – для виділення текстів із лексемою «наратив»; кількісний метод контент-аналізу з елементами якісного – для характеристики семантичного наповнення терміна «наратив».

Результати дослідження можуть бути використані під час комплексних досліджень технології міжнародних стратегічних комунікацій і в практичній діяльності фахівців з міжнародних стратегічних комунікацій, нового напрямку в Україні, який нині перебуває на етапі активної інституалізації.

**Ключові слова:** міжнародні стратегічні комунікації, пропаганда, наратив, стратегічний наратив, гранд-наратив, «малі наративи».

## I. Вступ

У сучасному інформаційно-комунікаційному просторі набуває поширення поняття «нарратив». Контент-аналіз медіапублікацій за останні чотири роки в трьох українських ЗМІ: «Україна Молода», «День», «Дзеркало Тижня» – надав змогу зафіксувати згадування його в понад 50 різножанрових матеріалах: замітках, статтях, інтерв'ю, коментарях, оглядах, рецензіях. Автори послуговувалися терміном у різних контекстах: щодо висвітлення питань історії, освіти, культури. Однак більшість становлять публікації, дотичні до проблем міжнародних стратегічних комунікацій – нового для України напрямку комунікаційної діяльності, який актуалізувався у відповідь на низку викликів, насамперед відкритої агресії Росії проти України. Стратегічні комунікації стають нині атрибутивною ознакою ефективної діяльності всіх соціальних інститутів, що потребує консолідації зусиль усіх провідних учасників інформаційно-комунікаційного простору [7, с. 139].

Актуальність дослідження стратегічних комунікацій, їхніх складників, каналів, інструментів зумовлена низкою чинників:

- 1) активним процесом інституалізації міжнародних стратегічних комунікацій в Україні;
- 2) продовженням Росією тривалої гібридної війни проти України, супроводжуваної гострим інформаційним протистоянням;
- 3) загостренням інтересу до української історії, духовно-культурної спадщини через невирішеність проблеми національної самоідентифікації українства в умовах неспинної глобалізації;
- 4) актуальністю завдання подолання «розірваності» українського соціуму, консолідованості українства, ефективним інструментом чого могли б стати стратегічні комунікації, спрямовані на внутрішню аудиторію, з використанням актуальних нарративів.

Стратегічні комунікації в контексті міждержавної взаємодії й відстоювання власних інтересів на міжнародній арені розглядали представники різних наукових напрямів: Д. Дубов; Г. Почепцов; Є. Тихомирова; Т. Сівак; О. Литвиненко, В. Панченко. У науковому дискурсі напрацьований масив праць, присвячених поняттю стратегічного нарративу (А. Баровської, Т. Дзюби, О. Диби, Д. Дубова, О. Мандзюка, М. Ожевана, Г. Почепцова, В. Савченка, Г. Яворської). Однак вони мають переважно загальнотеоретичний характер, розкриваючи поняття на рівні доктрин і концепцій, або ж стосуються виключно практики стратегічних комунікацій на міжнародному рівні. У медійному дискурсі вживають термін «нарратив» і складні номінації із цим елементом, які вказують на різний обсяг змісту, вкладений у поняття. Медійний аспект використання одного з ключових понять стратегічних комунікацій і роль ЗМІ в його реалізації є менш висвітленим. Однак саме медіа нині визнають одним із найважливіших каналів і інструментів формування іміджу країни в очах її партнерів, та й власної аудиторії: «Українські дипломати, експерти, урядовці досі не навчилися якісно та дохідливо доносити позитивний імідж своєї країни. Навіть серед дружніх держав. Це виклик, із яким вам потрібно щось зробити» [9].

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – окреслити сутність поняття «нарратив» як контентної основи технології стратегічних комунікацій у контексті його функціонування в сучасних українських ЗМІ.

Досягнення поставленої мети передбачало виконання таких завдань: здійснити вибірку медійних контекстів із згадуванням нарративу; проаналізувати відібрані слововживання за семантико-змістовими характеристиками; окреслити напрями семантичної реалізації значення нарративу; оцінити можливості *стратегічного нарративу* в процесі міжнародних стратегічних комунікацій, спрямованих як на зовнішню, так і на внутрішню аудиторію.

Для досягнення мети дослідження й розв'язання поставлених завдань використано загальнонаукові (описовий та порівняльний, аналізу й синтезу) та емпіричні методи (метод суцільного відбору – для виділення текстів із лексемою «нарратив»; кількісний метод контент-аналізу з елементами якісного – для характеристики семантичного наповнення терміна «нарратив»).

## III. Результати

У зв'язку з етапом активної інституалізації й становлення напрямку міжнародних стратегічних комунікацій, який стрімко сформувався у світі останніми десятиліттями як своєрідна протипага пропагандистському впливу, в українському просторі простежується термінологічний плюралізм: *нарратив, метанарратив, мастер-нарратив, гранд-нарратив, стратегічний нарратив, «малий нарратив»*. Причиною такої варіативності автори називають не лише семантичний обсяг номінацій, а й певні національні традиції їх використання [6, с. 14].

Така поліномінативність має місце, насамперед, у професійній діяльності й науковому дискурсі. Аналіз публіцистичних текстів у провідних українських ЗМІ засвідчує домінування номінації *нарратив*. До того ж, щороку представленість цього поняття в сучасному інформаційному просторі України зростає.

У теорії літератури поняття «нарратив» (від лат. *narratus* – який знає, експерт, обізнаний у чомусь; фр. розповідь, оповідання) використовують як базове, елементарне для означення «оповідної форми викладення», найзагальнішим його значенням є «лінійне викладення фактів і подій, послідовна сюжетна схема розгортання подій і взаємовідносин персонажів» [10, с. 656–658]. Однак дослідники цілком виправдано визнають, що «сучасні нарративні концепції вийшли далеко за межі студій із поетики художнього мовлення», нарратив розглядають як «універсальну характеристику культури, яка акумулює й передає власні системи смислів за посередництвом оповіді

як процесу розповідання, що відображається в міфах, легендах, казках, епосі, історіях, драмах тощо» [16, с. 112]. Українські автори в більш загальному, методологічному значенні нарратив розглядають як засіб «упорядкування інформації, засіб для надання певній сумі фактів єдиної смислової конфігурації» [1, с. 5].

Використання поняття саме в такому розумінні підтверджує такий контекст його медійного слововживання: «Об'єднувати країну треба новими смислами і стратегією майбутнього, а не просто розмовами про мир», – експерт (День. 18 грудня 2019 р.). У цьому ж матеріалі йдеться про необхідність вироблення, систематизації таких змістових орієнтирів, як *національні нарративи*: «Загалом для України варто створити мапу національних нарративів і використовувати її за всіма інформаційними напрямками» (День. 18 грудня 2019 р.).

У сучасному розумінні досліджуваного поняття важливі історичний його контекст і тло. Зокрема, М. Казаков так характеризує гранд-нарратив в історії: «Це конструкція, схема, набір понять, ідей, символів»; це «не конкретний текст, це система координат, у якій пишуться історичні тексти»; «це не тільки спосіб організації наявної інформації з минулого, але й визначення, що в історії важливе, а що ні» [8].

У такому прочитанні нарратив зафіксовано в публікаціях у газеті «День» – у рецензії Д. Дроздовського на новий роман «Незаземлені» американської письменниці українського походження Ірени Коваль: «Хоча радянський Київ – це особливий постколоніальний нарратив, конструюючи який письменниця вдається до численних “антиколоніальних” сюжетів і учинків. Природно, що обожнення убивці, червоного тирана Леніна, який спочиває в мавзолеї подібно до святого, чий мошці ніколи не гниють, викликає опір в американських українців, діяспорян, які приїхали на екскурсію до СРСР» (День. № 194. 27 жовтня 2016 р.).

Або в іншому тексті також у газеті «День»: «Сучасний український історичний нарратив мало чим відрізняється від радянського. Зізнатися в тому, що наші історики-інтелектуали, які звільнилися від класового підходу, так і не змогли запропонувати суспільству нового історичного канону» (День. № 222. 3 грудня, 2015 р.) – історичний нарратив використано для «зорганізування в єдине ціле суб'єктивного досвіду людини» [16, с. 112].

Нарратив має тенденцію змінюватися, у переломні історичні періоди доволі стрімко. Це нині спостерігається в Україні.

Зазвичай нарратив спирається на певний історичний факт, подію, явище. Залежно від характеру й сенсу останнього визначається й потужність впливу сформованого бажаного нарративу: «Україна раніше намагалася збудувати історичний нарратив на основі Голодомору в 1932–1933 роках, але це їй не вдалося. Зараз вона опирається на міфологію боротьби за незалежність. В неї, зокрема, входить Небесна сотня з Майдану» (Дзеркало тижня. 31 січня 2018 р.).

Говорячи про рішуче дистанціювання українців від колоніального минулого сучасної хиткої Російської імперії на сторінках The Guardian, професор історії Гарвардського університету Сергій Плохій підкреслює: «...українці приймають антиімперіалістичний нарратив, у Росії імперіалістичне минуле якраз на підйомі» (Дзеркало тижня. 20 жовтня 2017 р.). Автор підтверджує тезу про те, що сучасні війни – це значною мірою війни нарративів, війни за перемогу власного нарративу: «Святкуючи століття своєї національної революції, українці вказують на відмінність від росіян. Ці два погляди воюють сьогодні один проти одного в полях і шахтарських містах Донбасу, де триває неоголошена війна, яка відібрала життя вже у більш ніж 10 тисяч людей» (Дзеркало тижня. 20 жовтня 2017 р.).

«Смислова війна», на думку Г. Карпюка, – поняття ширше, аніж «інформаційна війна». Активними її агентами, він, окрім журналістів, експертів, лідерів думок, як в останній, називає ще «солдатів, письменників, режисерів, діячів культури і спорту, загалом публічних людей» [9].

Нині визнається умовний, узагальнений, символічний характер нарративу як певного цілеспрямованого створеного міфу в результаті узагальнення, подеколи спрощення певних історичних фактів: «Історична політика служить зовнішньополітичному нарративу урядів, а не історичній правді» (Інститут національної пам'яті); «Спосіб оцінки давніх подій певною мірою впливає на зовнішню політику, безпеку і економіку. Тому потрібно наполягати на власному нарративі, щоб не дозволити формувати це поле іншим» – про це на сторінках Rzeczpospolita пише директор з питань стратегії Warsaw Enterprise Institute Анджей Талага. Аналітик у цьому ж тексті визначає й характеристики ефективного нарративу: «Такий нарратив повинен бути коротким, виразним, цілісним і послідовним, щоб легко вкарбувався в свідомість суспільства». Однак визнає, що подеколи власні нарративи будуть вступати в суперечність з нарративами навіть дружніх країн, «кожна з яких має свою історичну політику, яка може впливати на наші інтереси» (Дзеркало тижня. 31 січня 2018 р.). Говорячи про необхідність організації Україною протидії руйнівним російським нарративам, представник компанії IJI IT Group, яка розробила практичну технологію кількісного вимірювання інформаційного впливу, О. Гребінченко визнає: «Оскільки нарратив – не факти, а історія про них, ми досліджуємо цю історію – історію про нас, яку складаємо не ми» [9].

Коли для репрезентування загального досвіду, вкладеного в певну систему координат, використовуються реалії певної суспільної сфери, ключовий елемент «нарратив» супроводжується означуваними поняттями: *політичний нарратив*; *дезінформаційний нарратив*: «Для мене важли-

во показати, що Україна має такий історичний досвід, що за контекстом “Щедрика” стоїть дуже важливий політичний наратив, який є актуальним для сучасної України. В нас попереду ще багато роботи, щоб показати, що це не лише українська пісня, а й серйозна державна стратегія» (День. № 15–29 січня 2020 р.); «Міжнародна місія Світового конгресу українців (СКУ) зі спостереження за виборами 2019 року в Україні під час парламентських виборів помітила різні дезінформаційні наративи, котрі розповсюджувались у соцмережах поза межами України» (Україна молода. 24 липня 2019 р.).

Нині в міждержавному спілкуванні, у представленні інтенції того чи того державного утворення, для окреслення засадничих принципів міжнародної співпраці використовують наративи як концепти продуманої виваженої державної політики. Тоді говорять про *гранд-наративи*, *стратегічний наратив*, у медійному дискурсі також вживають номінацію *національний наратив*.

Зокрема, Д. Дубов гранд-наратив розглядає як ту частину системи стратегічних комунікацій, яка покликана забезпечити національну консолідованість на основі єдиних, зрозумілих населенню цілей. Тобто важливим адресатом гранд-наративу є й внутрішня аудиторія [6, с. 16].

Дослідники визнають вплив наративів на різні аудиторії: внутрішню та зовнішню. У ситуації гібридної війни Росії проти України російські наративи орієнтувалися й спрямовувалися як на власну, російську, так і на українську аудиторію. Метою їхнього транслювання на російському інформаційному фронті було зміцнення підтримки своїми громадянами введення військ в Україну. Іншою метою було підбурювання населення України на виступ проти української влади [12]. Про вразливість від російських наративів і російської аудиторії читаємо і в іншій публікації в газеті «Україна молода»: «Андреас Умлянд з Інституту Євроатлантичного співробітництва в Києві зазначив, що жертвами російської пропаганди є не тільки жителі Заходу, але перш за все самі росіяни» (Україна молода. 29 січня 2017 р.).

Ще на початку відкритої агресії Росії проти України була усвідомлена необхідність протидії пропагандистському впливу: «Була величезна лавина пропаганди з Росії, яка намагалася змінити наратив на користь Кремля. І нам гостро було потрібно створити противагу цьому» (Дзеркало тижня. 14 березня 2017 р.)

Важливість завдання формулювати свою правду й поширювати її було усвідомлено на всіх рівнях. В одному з газетних матеріалів читаємо про декларовані наміри Міністерства інформаційної політики, які, однак, виявилися нереалізованими: «Перший заступник міністра наголосила, що зараз важливо сформулювати свій наратив з приводу українського Донбасу, який спирається на чіткі факти. Тож міністерство інформаційної політики наразі займається виготовленням відповідного контенту» (Україна молода. 20 листопада 2017 р.).

У Доктрині інформаційної безпеки, якою в умовах застосування Росією найновіших інформаційних технологій впливу на свідомість громадян інформаційна сфера визнається «ключовою ареною протиборства», серед життєво важливих інтересів суспільства і держави називається і «розвиток системи стратегічних комунікацій України». У цьому ж документі термін «стратегічний наратив», як один із ключових, дефінюється як «спеціально підготовлений текст, призначений для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію». Серед «актуальних загроз національним інтересам та національній безпеці України в інформаційній сфері» називається «неефективність державної інформаційної політики, недосконалість законодавства стосовно регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, невизначеність стратегічного наративу, недостатній рівень медіакультури суспільства». Тому логічно, у розділі, де випикується механізм реалізації Доктрини, передбачено «розроблення стратегічного наративу і його імплементацію» [4].

У публіцистичному дискурсі також чітко простежується дочасність і нагальність творення сучасного українського наративу в умовах високотехнологічної інформаційної війни Росії проти України, а також уніфікованості термінології у відповідній сфері: «З погляду необхідності формування українського наративу та використання технологій наймінгу важливо, щоби силовики, правоохоронці, урядовці, проукраїнські лідери думок послуговувалися однією термінологією» [9].

У тих випадках, коли стратегічний або національний наратив не створений, держава з різних причин не готова (не може або не бажає) сформулювати переконливий чіткий напрям своєї поведінки, намірів і цілей, вона вдається до так званих «малих наративів». Так, Д. Дубов доводить, що численні ситуативні, мобільні, вузькоспрямовані «малі наративи» Росії покликані підривати, спростовувати, деконструювати «гранд-наративи». Вони зазвичай спрямовуються проти України, країни Східної Європи [6, с. 16]. Знаходимо підтвердження цьому в медійних контекстах: «У Москви зараз немає державної ідеології, але вона намагається створити такий наратив, який би оголосив ліберальну демократію лицемірною вигадкою Заходу, яка не підходить світу. Цей наратив опирається на націоналізм і консервативні цінності, за допомогою яких Кремль намагається перетягнути на свій бік “правих” популістів навіть на Заході»; тобто, читаємо в цій самій публікації: «Путін не слідує певній ідеології чи правилам, але він готовий проводити будь-яку “хижацьку політику”» (Дзеркало тижня. 2 травня 2018 р.). Ще один такий приклад знаходимо в іншому числі «Дзеркала тижня» – Голова ПА НАТО звернула увагу на спроби РФ переконати світ, що російських військ в ОРДЛО, нібито, немає, а війна є внутрішньо-



українських конфліктом: «Навіть той наратив, який використовує Кремль в західних ЗМІ про те, що конфлікт в Україні – це український конфлікт. Це не український конфлікт, це агресія Росії проти України. Там офіцери Російської Федерації керують цими так званими “сепаратистами”, – зазначила литовський політик» (Дзеркало тижня. № 1279. 15 листопада 2018 р.). В іншій публікації «Дзеркала тижня» за 2017 рік: «Кремль чіпляється за вигадку, ніби мовчазна більшість проросійських громадян України чекають нагоди, щоб влаштувати переворот в Києві» і далі: «Воно співпадає з російським історичним нарративом про те, що будь-який рух за незалежність України – це лише “справа екстремістської меншості” і її іноземних союзників» (Дзеркало тижня. 10 серпня 2017 р.).

Тобто під «малими нарративами» розуміють деструктивні тексти, наративи, які мають на меті спростувати наративи противника, поставити під сумнів його версію пояснення сучасної історії.

Група з аналізу гібридних загроз Українського кризового медіацентру на основі вивчення контенту топових російських телеканалів протягом трьох років встановила, що третина всіх їхніх новин була присвячена Україні, причому в понад 90% з них згадування про Україну були негативні. Експерти також виокремили шість наративів російської пропаганди про Україну: «громадянська війна», «недодержава», «фашизм», «руссофобія», «маріонетка Заходу» [19].

Цілеспрямоване поширення таких сенсів російським телебаченням спиралося на глибокі дослідження української аудиторії, українського інформаційного простору, зокрема соціальних мереж. Г. Почепцов, досліджуючи інструменти впливу в сучасних умовах, останнім відводить значну роль. На його думку, аналіз соціальних мереж давав російським пропагандистам багатий матеріал для визначення територіальних характеристик суспільних настроїв в Україні – «визначення регіонів, де Росію вітали б, а де – не визнавали б», визначення регіонів, у яких знаходив поширення один із двох наративів: «антикремлівський “тероризм” чи прокремлівський “фашизм”». Ці дані враховувалися в організації розвідувальної діяльності й у процесі прийняття рішень керівниками військового відомства [12].

На щорічному Українському сніданку 23 січня 2020 р. в Давосі (Швейцарія) темою дискусії було обрано якраз формулювання наративу – «Україна 2020 – нова реальність, новий наратив, нові виклики». У CEO Club Ukraine, який виступив ініціатором заходу, основною ідеєю назвали сформувані певний концепт країни, розповісти, що Україна може дати світові» (Україна молода. 21 січня 2020 р.). Тобто під нарративом фактично й розуміється стратегічний наратив, як певний концепт країни. В. Пінчук, відкриваючи захід, серед основних завдань України, крім реформ і протистояння російській агресії, назвав «побудову потужного наративу про Україну», визнаючи критичне значення саме останнього. Він вказав на важливість постійного транслявання українського наративу: «Ми повинні бути скрізь, і просто демонструвати правду. Вона не буде завжди приємною, але все ж таки кращою за стереотипи, які існують про Україну» [20].

Так, В. Пінчук визнав, що поки що Україні не вдалося повністю розповісти про важливість того, на що вона пішла, однак підкреслив важливість уміння «вмонтувати себе в глобальну комунікацію», оскільки «ми стаємо однією з найбільш динамічних і відкритих, креативних і демократичних країн», «ми даємо західному світу принаймні не менше, ніж отримуємо. Але багато хто там бачить тільки старі стереотипи. Потрібен альтернативний український наратив. Не про сумне, а про круте» [11]. Роберт Шиллер, професор економіки Єльського університету, один із спікерів заходу, говорячи про перспективи України, також сказав, що українська влада повинна працювати над тим, аби промотувати «сталі оптимізм»: «Це має бути така річ, у яку люди повірять». Серед концептів, на які може спиратися такий український наратив, він назвав: «систему освіти; зміни в культурі» [20].

#### IV. Висновки

Систематизувавши й узагальнивши спостереження щодо медійного слововживання наративу й споріднених номінацій, можна підсумувати, що основним завданням стратегічного, або національного, наративу є аргументоване пояснення власному населенню й зацікавленим аудиторіям своїх реалій, намірів, планів; виправдання певних напрямів державної діяльності, спрямованої на партнерів, на опонентів і тих, хто займає нейтральну позицію. Наратив покликаний також відобразити національну ідентичність і неповторність, яка може бути цікавою світу й визнаватися ним. Наратив – це умовне й узагальнене представлення історичної правди, яке має відповідати таким вимогам: бути коротким, виразним, цілісним і послідовним, має легко розумітися й запам'ятовуватися.

У міжнародних комунікаціях і в науковому дискурсі концептуальні засади державної ідентичності й міжнародної взаємодії іменуються стратегічним нарративом або гранд-нарративом, у публіцистичному дискурсі вживають номінацію *наратив*, рідше – *історичний наратив*, *національний наратив*.

У майбутніх дослідженнях цікавими можуть бути аспекти трансляції наративу як символічного репрезентанта держави вербальними й зображальними комунікаційними засобами, а також найефективніші канали для його донесення.

#### Список використаної літератури

1. Верменич Я. Локально-регіональні рівні вітчизняного наративу. *Український історичний журнал*. 2013. № 5. С. 4–23.



2. В Україні стартувала медіа-кампанія «Літопис українського Донбасу» (відео). *Україна молода*. 2017. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/196/117952/> (дата звернення: 21.09.2019).
3. Довгайчук Ю. Триумф України в світі. Дослідниця Тіна Пересунько про «Щедрик» як «м'яку силу». *День*. 2020. № 15. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/kultura/triumf-ukrayiny-v-sviti> (дата звернення: 30.01.2020).
4. Доктрина інформаційної безпеки України: Указ Президента України від 25 лютого 2017 р. № 47. URL: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017) (дата звернення: 21.09.2019).
5. Дроздовський Д. Із забуття – з любов'ю. *День*. 2016. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayinci-chytayte/iz-zabuttya-z-lyubovu> (дата звернення: 25.09.2019).
6. Дубов Д. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/dubov.pdf> (дата звернення: 21.09.2019).
7. Зикун Н. І. Український формат стратегічних комунікацій та формування іміджу держави. *Імідж і репутація. Репутаційний менеджмент: історія, сучасність, тренди майбутнього: Міжнар. наук.-практ. конфер. 15–16 листопада 2017 р.* Київ: Вид. центр КНУКІМ, 2017. С. 133–143.
8. Казаков М. Гранд наратив в історії. URL: <https://commons.com.ua/uk/grand-narativ-u-istoriyi/> (дата звернення: 25.09.2019).
9. Карпюк Г. Український фронт інформвійни: як протидіяти агресії й пропаганді в медіа-просторі. *Україна молода*. 2018. № 31. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/3288/188/121600/> (дата звернення: 22.09.2019).
10. Новейший философский словарь. Минск, 2003. 1280 с.
11. Пінчук В. Нотатки про вступні членські внески. *Дзеркало тижня*. Вип. 50. 27 грудня – 10 січня. URL: [https://dt.ua/zepovit/notatki-pro-vstupni-chlenski-vneski-334123\\_.html](https://dt.ua/zepovit/notatki-pro-vstupni-chlenski-vneski-334123_.html) (дата звернення: 21.01.2020).
12. Почепцов Г. Невипадкові випадковості. *Дзеркало тижня*. № 1279. 25 січня – 31 січня. URL: [https://dt.ua/SOCIUM/nevipadkovi-vipadkovosti-336692\\_.html](https://dt.ua/SOCIUM/nevipadkovi-vipadkovosti-336692_.html) (дата звернення: 28.01.2020).
13. Політика щодо історії має мало спільного з реальними історичними дослідженнями – Rzeczpospolita. *Дзеркало тижня*. 2018. URL: [https://dt.ua/POLITICS/politika-schodo-istoriyi-maye-malo-spilnogo-z-realnimi-istorichnimi-doslidzhenniyami-rzeczpospolita-267836\\_.html](https://dt.ua/POLITICS/politika-schodo-istoriyi-maye-malo-spilnogo-z-realnimi-istorichnimi-doslidzhenniyami-rzeczpospolita-267836_.html) (дата звернення: 25.09.2019).
14. Путін досі не може змиритися з втратою України – Atlantic Council. *Дзеркало тижня*. 2017. URL: [https://dt.ua/UKRAINE/putin-dosi-ne-mozhe-zmiritisya-z-vtratoyu-ukrayini-atlantic-council-250752\\_.html](https://dt.ua/UKRAINE/putin-dosi-ne-mozhe-zmiritisya-z-vtratoyu-ukrayini-atlantic-council-250752_.html) (дата звернення: 21.09.2019).
15. Путіну потрібно взяти приклад з Леніна і визнати окремість українського народу – The Guardian. *Дзеркало тижня*. 2017. URL: [https://dt.ua/WORLD/putinu-potribno-vzyati-priklad-z-lenina-i-viznati-okremist-ukrayinskogo-narodu-the-guardian-257568\\_.html](https://dt.ua/WORLD/putinu-potribno-vzyati-priklad-z-lenina-i-viznati-okremist-ukrayinskogo-narodu-the-guardian-257568_.html) (дата звернення: 22.09.2019).
16. Савчук Р. Історія становлення наратології: від античної поетики до нових наративних практик студіювання художнього тексту. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ Серія Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2015. Вип. 31. С. 111–119. URL: <http://journals.urau.ua/index.php/2411-5991/article/viewFile/61100/56779> (дата звернення: 23.09.2019).
17. Сяндюков І. Істина у «синергії» полюсів. *День*. 2015. № 222. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayina-incognita/istyna-u-synergiyi-polyusiv> (дата звернення: 22.09.2019).
18. Сьогодні стартує всесвітній економічний форум у Давосі. *Україна молода*. 2020. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/3560/> (дата звернення: 30.01.2020).
19. Третина новин на російському телебаченні присвячена Україні, 90% згадок – негативні. *Дзеркало тижня*. 2018. URL: [https://dt.ua/UKRAINE/tretina-novin-na-rosiyskomu-telebachenni-prisvyachena-ukrayini-90-zgadok-negativni-278643\\_.html](https://dt.ua/UKRAINE/tretina-novin-na-rosiyskomu-telebachenni-prisvyachena-ukrayini-90-zgadok-negativni-278643_.html) (дата звернення: 22.09.2019).
20. Україна 2020 – нова реальність, новий наратив, нові виклики. URL: <https://image.ua/diplomacy/ukraine-2020-new-reality-new-narrative-new-challenges/> (дата звернення: 28.01.2020).
21. Українська боротьба з пропагандою Росії стає глобальною – Politico. *Дзеркало тижня*. 2017. URL: [https://dt.ua/WORLD/ukrayinska-borotba-z-propagandoyu-rosiyi-staye-globalnoyu-politico-236205\\_.html](https://dt.ua/WORLD/ukrayinska-borotba-z-propagandoyu-rosiyi-staye-globalnoyu-politico-236205_.html) (дата звернення: 21.09.2019).
22. У НАТО назвали псевдовибори в ОРДЛО частиною гібридної війни РФ проти України. *Дзеркало тижня*. 2018. № 1279. URL: [https://dt.ua/POLITICS/u-nato-nazvali-psevdovibori-v-ordlo-chastinoyu-gibridnoyi-viyni-rf-proti-ukrayini-294081\\_.html](https://dt.ua/POLITICS/u-nato-nazvali-psevdovibori-v-ordlo-chastinoyu-gibridnoyi-viyni-rf-proti-ukrayini-294081_.html) (дата звернення: 23.09.2019).
23. У Польщі відбувся форум «Європа-Україна». *Україна молода*. 2017. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/108200/> (дата звернення: 23.09.2019).
24. Чому Москва так хоче повернути Холодну війну? – Die Zeit. *Дзеркало тижня*. 2018. URL: [https://dt.ua/WORLD/chomu-moskva-tak-hoche-povernuti-holodnu-viynu-die-zeit-275762\\_.html](https://dt.ua/WORLD/chomu-moskva-tak-hoche-povernuti-holodnu-viynu-die-zeit-275762_.html) (дата звернення: 21.09.2019).
25. Шуткевич О. Реінтеграція: соціологічний інтерфейс. *День*. 2019. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobyci/reintegraciya-sociologichnyu-interfeys?fbclid=IwAR0dousb6dzjE8-fnHPiR0qDay4Q3QDLZoTgnrU4n9-fOb2vBk5pcRs2xO0/> (дата звернення: 22.09.2019).

## References

1. Vermenych, Ya. (2013). Lokalno-rehionalni rivni vitchyznianoho naratyvu [Local-regional levels of national narrative]. *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*, 5, 4–23 [in Ukrainian].
2. V Ukraini startovala media-kampaniia «Litopys ukrainskoho Donbasu» (video) [The media campaign «Chronicle of the Ukrainian Donbass» (video) started in Ukraine]. (2017). *Ukraina moloda*. Retrieved from <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/196/117952/> [in Ukrainian].
3. Dovgaychuk, Y. (2020). Triumf Ukrainy v sviti. Doslidnytsia Tina Peresunko pro «Shchedryk» yak «miaku sylu» [Triumph of Ukraine in the world. Researcher Tina Peresunko on «Shchedryk» as «soft power»]. *Den*, 15. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/article/kultura/triumf-ukrayiny-v-sviti> [in Ukrainian].
4. Information Security Doctrine of Ukraine: Presidential Decree № 47 of February 25, 2017. Retrieved from [zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017) [in Ukrainian].
5. Drozdovskiy, D. (2016). Iz zabuttia – z liuboviu [From oblivion – with love]. *Den*. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayinci-chytayte/iz-zabuttia-z-lyubovyu> [in Ukrainian].
6. Dubov, D. Stratehichni komunikatsii: problemy kontseptualizatsii ta praktychnoi realizatsii [Strategic communications: problems of conceptualization and practical implementation]. Retrieved from <http://ippi.org.ua/sites/default/files/dubov.pdf> [in Ukrainian].
7. Zykun, N. I. (2017). Ukrainskyi format stratehichnykh komunikatsii ta formuvannia imidzhu derzhavy. Imidzh i reputatsiia [Ukrainian format of strategic communications and formation of the image of the state. Image and reputation]. *Reputatsiinyi menedzhment: istoriia, suchasnist, trendy maibutnoho*, Mizhnarodna nauko.-praktychna konferentsiia [Reputational Management: History, Present, Trends of the Future: Int. Research Practice conference]. Kyiv: KNUKIM Center [in Ukrainian].
8. Kazakov, M. Hrand naratyv v istorii [Grand narrated in history]. Retrieved from <https://commons.com.ua/uk/grand-narativ-u-istoriyi/> [in Ukrainian].
9. Karpiuk, H. (2018). Ukrainskyi front informviiny: yak protydiaty ahresii y propahandi v media-prostori [The Ukrainian Front of the Information War: How to Counteract Aggression and Propaganda in the Media Space]. *Ukraina moloda*, 31. Retrieved from <https://umoloda.kyiv.ua/number/3288/188/121600/> [in Ukrainian].
10. Novejsnij filosofskij slovar' [The latest philosophical dictionary]. (2003). Minsk [in Russian].
11. Pinchuk, V. (December 27 – January 10). Notatky pro vstupni chlenski vnesky [Notes on introductory membership fees]. *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/zepovit/notatki-pro-vstupni-chlenski-vneski-334123\\_.html](https://dt.ua/zepovit/notatki-pro-vstupni-chlenski-vneski-334123_.html) [in Ukrainian].
12. Pocheptsov, H. (January 25 – January 31). Nevypadkovi vypadkovosti [Random chance]. *Dzerkalo tyzhnia*, 1279. Retrieved from [https://dt.ua/SOCIUM/nevypadkovi-vipadkovosti-336692\\_.html](https://dt.ua/SOCIUM/nevypadkovi-vipadkovosti-336692_.html) [in Ukrainian].
13. Polityka shchodo istorii maie malo spilnogo z realnymi istorychnymi doslidzhenniami – Rzeczpospolita [History policy has little to do with real historical research – Rzeczpospolita]. (2018). *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/POLITICS/polityka-schodo-istoriyi-maye-malo-spilnogo-z-realnymi-istorichnymi-doslidzhenniami-rzeczpospolita-267836\\_.html](https://dt.ua/POLITICS/polityka-schodo-istoriyi-maye-malo-spilnogo-z-realnymi-istorichnymi-doslidzhenniami-rzeczpospolita-267836_.html) [in Ukrainian].
14. Putin dosi ne mozhe zmyrytysia z vtratoi Ukrainy – Atlantic Council [Putin still cannot accept Ukraine's loss – Atlantic Council]. (2017). *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/UKRAINE/putin-dosi-ne-mozhe-zmiritysya-z-vtratoyu-ukrayini-atlantic-council-250752\\_.html](https://dt.ua/UKRAINE/putin-dosi-ne-mozhe-zmiritysya-z-vtratoyu-ukrayini-atlantic-council-250752_.html) [in Ukrainian].
15. Putinu potribno vziaty pryklad z Lenina i vyznaty okremist ukrainskoho narodu – The Guardian [Putin needs to follow the example of Lenin and recognize the identity of the Ukrainian people – The Guardian]. (2017). *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/WORLD/putinu-potribno-vzyati-priklad-z-lenina-i-viznati-okremist-ukrayinskogo-narodu-the-guardian-257568\\_.html](https://dt.ua/WORLD/putinu-potribno-vzyati-priklad-z-lenina-i-viznati-okremist-ukrayinskogo-narodu-the-guardian-257568_.html) [in Ukrainian].
16. Savchuk, R. (2015). Istoriia stanovlennia naratolohii: vid antychnoi poetyky do novykh naratyvnykh praktyk studiuvannia khudozhnogo tekstu [History of the formation of narratology: from ancient poetics to new narrative practices of the study of artistic text]. *Naukovyi visnyk kafedry Yunesko KNLU Seriia Filolohiia. Pedahohika. Psykholohiia*, 31, 111–119. Retrieved from <http://journals.uran.ua/index.php/2411-5991/article/viewFile/61100/56779> [in Ukrainian].
17. Siundukov, I. (2015). Istyna u «synerhii» poliisiv [Truth in the «synergy» of poles]. *Den*, 222. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayina-incognita/istyna-u-synergiyi-polyusiv> [in Ukrainian].
18. Sohodni startuie vsesvitnii ekonomichniy forum u Davosi [The Davos World Economic Forum kicks off today]. (2020). *Ukraina moloda*. Retrieved from <https://umoloda.kyiv.ua/number/3560/> [in Ukrainian].
19. Tretyna novyn na rosiiskomu telebachenni prysviachena Ukraini, 90% zghadok – nehatyvni [A third of the news on Russian television is devoted to Ukraine, 90% of the mentions are negative].

- (2018). *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/UKRAINE/tretina-novin-na-rosiyskomu-telebachenni-prisvyachena-ukrayini-90-zgadok-negativni-278643\\_.html](https://dt.ua/UKRAINE/tretina-novin-na-rosiyskomu-telebachenni-prisvyachena-ukrayini-90-zgadok-negativni-278643_.html) [in Ukrainian].
20. Ukraina 2020 – nova realnist, novyi naratyv, novi vykylyky [Ukraine 2020 is a new reality, a new narrative, new challenges]. Retrieved from <https://image.ua/diplomacy/ukraine-2020-new-reality-new-narrative-new-challenges/> [in Ukrainian].
21. Ukrainska borotba z propahandoiu Rosii stae hlobalnoiu – Politico [The Ukrainian fight against Russian propaganda becomes global – Politico]. (2017). *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/WORLD/ukrayinska-borotba-z-propagandoyu-rosiyi-staye-globalnoyu-politico-2362-05\\_.html](https://dt.ua/WORLD/ukrayinska-borotba-z-propagandoyu-rosiyi-staye-globalnoyu-politico-2362-05_.html) [in Ukrainian].
22. U NATO nazvaly psevdovybory v ORDLO chastynoiu hibrydnoi viiny RF proty Ukrainy [NATO has called pseudo-elections in the ORDLO part of a hybrid war between Russia and Ukraine]. (2018). *Dzerkalo tyzhnia*, 1279. Retrieved from [https://dt.ua/POLITICS/u-nato-nazvali-psevdovibori-v-ordlo-chastinoyu-gibrydnoyi-viyni-rf-proti-ukrayini-294081\\_.html](https://dt.ua/POLITICS/u-nato-nazvali-psevdovibori-v-ordlo-chastinoyu-gibrydnoyi-viyni-rf-proti-ukrayini-294081_.html) [in Ukrainian].
23. U Polshchi vidbuvsia forum «levropa-Ukraina» [The Europe-Ukraine Forum was held in Poland]. (2017). *Ukraina moloda*. Retrieved from <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/108200/> [in Ukrainian].
24. Chomu Moskva tak khoche povernuty Kholodnu viinu? – Die Zeit [Why is Moscow so eager to bring back the Cold War? – Die Zeit]. (2018). *Dzerkalo tyzhnia*. Retrieved from [https://dt.ua/WORLD/chomu-moskva-tak-hoche-povernuti-holodnu-viynu-die-zeit-275762\\_.html](https://dt.ua/WORLD/chomu-moskva-tak-hoche-povernuti-holodnu-viynu-die-zeit-275762_.html) [in Ukrainian].
25. Shutkevych, O. (2019). Reintehratsiia: sotsiolozhichni interfeis [Reintegration: the sociological interface]. *Den*. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobyci/reintegraciya-sociologichnyy-interfeys?fbclid=IwAR0dousb6dzzjE8fnHPiR0qDay4Q3QDLZoTgnrU4n9-fOb2vBk5pcRs2xO0/> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 31.01.2020.

Received 31.01.2020.

**Zykun N., Bessarab A., Ponomarenko L. Narrative as Content Basis of International Strategic Communications**

*The article, basing on the analysis of selected media texts with reference to narrative from the leading Ukrainian newspapers «Dzerkalo Tyzhnia» (Weekly Mirror), «Den» (Day), «Ukraina Moloda» (Young Ukraine) for 2016–2020, the semantic and content characteristics of the «narrative», «strategic narrative», «small narratives» nominations has established; the directions of the semantic realization of the meaning of the narrative and its possibilities in the process of international strategic communications aimed at both external and internal audience, are outlined. It is proved that the main task of a strategic, or national, narrative is a reasoned explanation to the state population and interested audiences of specific realities, intentions, plans; justification of certain directions of state activity aimed at partners, at opponents and those occupying a neutral position.*

*There are divided the spheres of use of different narratological nominations: in international communications and in scientific discourse, the conceptual foundations of state identity and international interaction are referred to as strategic narrative or grand narrative, in publicistic discourse the narrative nomination is used, more rarely – historical narrative, national narrative.*

*The scientific novelty of the research is that the focus is on the media aspect of the use of one of the key concepts of strategic communications and the role of the media in its implementation.*

*The main general scientific methods used in this article are descriptive and comparative ones, as well as analysis and synthesis. The following empirical methods were also used: solid selection method (solid selection method for allocation texts with the «narrative» lexeme; quantitative method of content analysis with elements of qualitative one – for characterizing the semantic of the «narrative» term).*

*The results of the study can be used in the complex research of the technology of international strategic communications and in the practical activity of specialists in international strategic communications, a new trend in Ukraine, which is currently under active institutionalization.*

**Key words:** *international strategic communications, propaganda, narrative, strategic narrative, grand narrative, «small narratives».*