

## **НАПРЯМ 13. ЖУРНАЛІСТИКА, СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-621-1-72>

**Василик Т. І.,**

*кандидат історичних наук,  
асистент кафедри друкованих медіа та історії журналістики  
Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна*

### **КОРПОРАТИВНІ МЕДІА КНУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ ПЕРШОГО РОКУ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ**

Повномасштабне вторгнення росії в Україну вплинуло на інформаційні потреби населення. З огляду на сучасні виклики, питання функціонування українських медіа в умовах війни набуває особливої актуальності. В працях О. Гоцур [2], О. Погорелова та М. Женченко [8], Л. Чередик [10], де акцентовано на трансформації медіаринку, інформаційній боротьбі та ролі журналістики в умовах російської агресії. Сучасні дослідження демонструють зростання інтересу до корпоративних комунікацій. Зокрема, Я. Альохін аналізує трансформацію корпоративних комунікацій під впливом війни, наголошуючи на ролі оперативності, прозорості та підтримки внутрішньої аудиторії [1]. Л. Чернявська розглядає корпоративні медіа як інструмент взаємодії з внутрішніми та зовнішніми аудиторіями, підкреслюючи їхню адаптацію до умов війни [11]. Проте питання діяльності корпоративних медіа закладів вищої освіти в умовах війни рф проти України залишається недостатньо вивченим, що визначає актуальність теми.

У цій розвідці поставлено за мету на прикладі матеріалів офіційного сайту КНУ імені Тараса Шевченка та газети «Київський Університет» проаналізувати діяльність корпоративних медіа Університету у перший рік повномасштабного вторгнення рф в Україну.

З початком повномасштабного вторгнення КНУ імені Тараса Шевченка зіткнувся із багатьма проблемами. Найперше постали питання безпеки працівників та студентів, збереження матеріально-технічних ресурсів, забезпечення освітньої, наукової та господарської діяльності

Університету. Розв'язати надважливі питання та перелаштувати багатотисячний колектив Університету на роботу в умовах воєнного стану було б не можливо без налагоджених внутрішніх та зовнішніх комунікацій, зокрема корпоративних медіа Університету.

Інформаційна політика досліджуваних корпоративних медіа Університету, якими опікується Центр комунікацій, була спрямована на висвітлення діяльності КНУ імені Тараса Шевченка під час війни та на забезпечення відкритості й прозорості.

У період з 24.02 по 31.12.2022 року на сайті Університету опубліковано 419 матеріалів. Кожен з них проілюстровано 5–15 світлинами, деякі – відеосюжетами з YouTube-каналу «Миттєвості КНУ», українських ЗМІ. Виключення становлять матеріали перших подій за лютий–березень 2022 року. Вони містять картинки із зображенням логотипа Університету, сканкопії наказів, розпоряджень, листів, скріншоти з онлайн нарад, засідань тощо.

Вранці 24 лютого 2022 року на офіційному сайті КНУ імені Тараса Шевченка було опубліковано звернення ректора В. Бугрова до університетської спільноти, у якому закликало зберігати спокій, підтримувати постійний зв'язок та діяти згуртовано [4]. У той же день з'явилося друге повідомлення за результатами засідання ректорату, де поінформовано про запровадження воєнного стану та організацію роботи університету в онлайн-режимі з продовженням освітнього процесу [6].

У повідомленнях також йшлося про функціонування оперативного штабу, посилення безпеки, організацію чергувань керівництва, облаштування укриттів, роботу університетської клініки у цілодобовому режимі та заклики до донорства. Таким чином, уже в перший день повномасштабного вторгнення комунікація через вебсайт університету була оперативною, системою та спрямованою на координацію дій і підтримку спільноти.

У подальші дні на сайті регулярно публікувалися матеріали щодо забезпечення життєдіяльності університету в умовах воєнного стану, змін в освітньому процесі, умов проживання у гуртожитках, а також звернення до міжнародної спільноти із закликами засудити агресію РФ.

*На сайті були опубліковані листи-звернення від іноземних партнерів та друзів, що зі словами підтримки та солідарності надходили на КНУ імені Тараса Шевченка. Станом на 2 березня 2022 року було отримано 15 таких листів. Усі сканкопії листів розміщено на сайті КНУ імені Тараса Шевченка [9]. Матеріали сайту висвітлювали наслідки та ліквідацію ворожих ударів, а саме: 16 березня 2022 року, від якого постраждав корпус Факультету інформаційних технологій КНУ імені Тараса Шевченка, 10 жовтня 2022 року – постраждали Головний корпус, корпуси ННІ філології, Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича, Хімічного факультету, 31 грудня 2022 року – постраждав Спортивний комплекс та навчальні корпуси, що розташовані поблизу метро «Виставковий центр».*

Повномасштабне вторгнення рф стало серйозним викликом для редакції газети «Київський університет» – одного з небагатьох друкованих корпоративних видань КНУ імені Тараса Шевченка. В умовах воєнного стану змінився зміст публікацій. Упродовж 2022 року вийшло 7 основних номерів газети, тематичний додаток та дайджест за 2021/22 навчальний рік.

Газета, як і офіційний сайт університету, оперативно реагувала на події після 24 лютого 2022 року, висвітлюючи життя університету в умовах війни. Публікувалися матеріали про подолання кризових викликів, міжнародну підтримку, участь студентів і викладачів у волонтерській діяльності та обороні держави [3].

Змістовий аналіз показав появу нових тематичних акцентів і рубрик, зокрема матеріалів із домедичної допомоги (присутні у 5 з 7 номерів газети) [3]. Публікувалися спогади про загиблих членів університетської спільноти [7]. Щоб зберегти пам'ять про кожного з них, на шпальтах газети з'явилася рубрика «Трагічний лік університету «Герої не вмирають»». Водночас зберігалися традиційні напрями: висвітлення освітнього процесу, наукових досягнень, міжнародної співпраці, культурно-мистецьких і спортивних ініціатив.

Здійснений аналіз дає підстави констатувати, що з 24 лютого корпоративні медіа КНУ імені Тараса Шевченка – сайт та газета «Київський університет» швидко адаптувалися до нових реалій. Корпоративні медіа не тільки продовжили функціонувати, а й вели посилену інформаційну роботу, здійснювали інформування про всі найважливіші події з життя Університету, що були пов'язані з повномасштабним вторгненням рф до України та координували подальші дії університетської спільноти, спростовували неправдиву інформацію, розповідали світовій академічній спільноті про злочинні дії рф на території України. Досліджувані медіа наповнені оригінальним та візуально репрезентативним контентом. Опубліковані матеріали про діяльність Університету відіграли важливу роль в інформаційному просторі університетської спільноти та широкої громадськості, продемонстрували стійкість, спроможність працювати в умовах воєнного стану, уміння об'єднати університетську спільноту довкола гасла «Освіта – наш внесок у перемогу України!».

### Список використаних джерел:

1. Альохін Я. Корпоративні комунікації під впливом російської війни проти України. *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації* : зб. матеріалів звіт. наук. конф. за 2024 рік (секція «Журналістики»). Львів : ЛНУ, 2025. С. 20–23. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferentsii-za-2024-rik.pdf> (дата звернення: 24.03.2026).

2. Гоцур О. Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий-вересень 2022 року). *Communications and*

*Communicative Technologies*. 2022. Вип. 22. С. 47–53. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/198/196> (дата звернення: 25.03.2026).

3. Дати шанс врятувати життя. *Київський Університет*. 2022. Вересень. С. 6.

4. Звернення ректора до колективу КНУ імені Тараса Шевченка. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12114> (дата звернення: 25.03.2026).

5. Звернення ректора за результатами засідання ректорату. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12116> (дата звернення: 25.03.2026).

6. Кіт Л. Зустріч з воїнами-героями та волонтерами. *Київський Університет*. 2022. Грудень. С. 3.

7. Комаров І. Війна забирає найкращих. *Київський Університет*. 2022. Березень–квітень. С. 4.

8. Погорелов О. В., Женченко М. І. Досвід роботи українських місцевих медіа у перший рік війни. *Поліграфія і видавнича справа*. 2023. Т. 2 (86). С. 227–239.

9. Університет отримує листи підтримки від іноземних колег. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/ua/news/12121> (дата звернення: 26.03.2026).

10. Чередник Л. А. Діяльність українських масмедіа під час російсько-української війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 2. С. 75–81.

11. Чернявська Л. В. Корпоративні комунікації в умовах війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75), № 5. Ч. 2. С. 336–343.