

Нетреба М. М.

Київський університет імені Бориса Грінченка

Рижова Д. О.

Київський університет імені Бориса Грінченка

DIGITAL КРЕАТИВИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО СПРОТИВУ В УМОВАХ ВІЙНИ

У статті досліджуються особливості digital креативів як інструменту інформаційного спротиву в умовах війни. Зокрема, увагу зосереджено на вивченні айдентики єдності як виду інформаційної зброї проти військової агресії Росії. Автори досліджують найбільше тенденції розвитку сучасної державної інформаційної політики в Україні, як частину публічного дискурсу, які дають змогу безпосередньо та публічно реагувати на політичні процеси в суспільстві. У результаті проведеного дослідження засвідчено, що професіонали digital-сфер та аматори об'єдналися задля перемоги України для створення різних видів медійного користувацького контенту як інформаційний фронт з перших днів вторгнення Росії в Україну. Встановлено, що відеомейкери, копірайтери, ілюстратори створюють професійний контент і поширюють його, щоб протидіяти дезінформації, за допомогою контенту психологічно тиснути на ворогів і підтримувати союзників. Висвітлюється ідея про донесення значущої правди до суспільства та міжнародної спільноти, підняти патріотичний дух українців, продемонструвати світові Україну як бренд, виділити нашу культуру з-поміж інших, надавши візуального та концептуального сенсу новій айдентиці єдності. В якості матеріалів дослідження виступили digital креативи про Україну в соціальних спільнотах, де українці виборювали і продовжують виборювати свободу своєї держави через музику, поезію, картини, арт-зображення, образотворче мистецтво, фотографії, влаштування масових перформансів, встановлення інсталяцій, літературу, розробку мерчу, стікерів як елементу мережевої комунікації, аудіоконтенту, відео та анімаційних роликів, що стають головним ключем донесення правди. У роботі представлена типологізація сучасного контенту в різних формах, який мав вагомий вплив на зміну встановлених раніше уявлень про Україну та перетворив нашу державу на справжній символ сміливості та мужності у багатьох країнах світу. У цій статті наводиться авторське бачення до підходів реалізації контенту та digital креативів як інструментів інформаційного спротиву в умовах війни для швидшого наближення перемоги України та подальшого соціального розвитку нашої нації.

Ключові слова: digital креативи, айдентика, медіаконтент, брендинг, соціальні мережі, digital-простір.

Постановка проблеми. Нещодавно Україна відзначила своє 30-річчя як окрема та незалежна держава, засвідчивши унікальність своєї території, мови та історії. Протягом тривалого часу вона боролася за право на незалежність, пройшла тернистий шлях розвитку та реалізації своєї національної самосвідомості та самоповаги. За роки незалежності в Україні відбулися визначні події, які довели її здатність справлятися з викликами часу та проблемами. Найпомітнішими з них були Акт проголошення незалежності України, Всеукраїнський референдум, прийняття Конституції України, Помаранчева революція, Революція Гідності, захист територіальної цілісності України, декомунізація тощо. Найтрагічнішими

з цих подій були революційні події 2004 року, 2013-2014 рр., а також антитерористичні операції та операції із захисту територіальної цілісності України з 2014 року та захист територіальної цілісності України в 2022 році. Ці події стали унікальною реакцією української та світової громадськості, знайшовши відображення у низці художніх, документальних та публіцистичних досліджень, що висвітлюють дискурс про трагедію, страждання, біль та втрату української нації, але водночас відображають незламність української нації та айдентику єдності України.

Ідея державності України чи не найактуальніша суспільно-політична тема сучасного життя країни. Так, історично склалося, що в нашій

державі постійно доводилося боротися за свою свободу і, як бачимо, у цьому контексті тема державності продовжує бути актуальною, оскільки західання на територіальну цілісність продовжуються і надалі.

Сьогодні Україна та український народ переживає важкі часи. Щодня у складних бойових умовах, під кулями та ракетами системи «Град» російських терористів ціною свого життя прикордонники та ЗСУ перешкоджають штучному роз'єднанню країни, демонструючи кращі риси захисників Вітчизни, а саме незламність українського народу. Сьогодні для багатьох українців питання свободи та волі, як ніколи є важливим, тому актуальним є дослідження особливостей digital креативів як інструменту інформаційного спротиву в умовах війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематику дослідження особливостей digital креативів як інструменту інформаційного спротиву в умовах війни досліджує незначна кількість науковців. Зокрема, наукові праці В. Кастільо, В. Садівничого, Я. Малика, О. Лачка присвячені аналізу деяких аспектів та особливостей інформаційної війни, яка поширюється через соціальні мережі з-за сучасних умов та українського перформативного мистецтва під час війни, яке вплинуло на становлення демократичних процесів у державі.

Мета статті. Метою роботи є дослідження особливостей digital креативів як інструменту інформаційного спротиву в умовах війни.

Для реалізації мети поставлено такі завдання:

- визначити передумови виникнення та масового генерування контенту на тему айдентики єдності України;
- проаналізувати контент айдентики єдності як виду інформаційної зброї проти військової агресії Росії;
- визначити вплив айдентики єдності на формування національного брендингу України;
- запропонувати авторську структуру систематизації digital креативів.

При проведенні дослідження були використані загальнонаукові й спеціальні методи дослідження, зокрема аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, системно-структурний аналіз.

Виклад основного матеріалу. 24 лютого 2022 року розпочалось повномасштабне військово-вторгнення Російської Федерації на територію суверенної України – відкритий напад агресора на незалежні кордони нашої держави. Цей день для всіх громадян України став початком відліку

написання докорінно нової історії України, що вивчатимуть наступні покоління, та значущих змін у соціальному, економічному, політичному та культурному житті.

Війна на території України занурила українців у стан шоку, невизначеності, сум'яття, а головне породила непереборне прагнення чинити опір російським загарбникам і боротися за кожний шматочок нашої історичної землі всіма можливими способами. Так, паралельно з військовим фронтом, де виконують свій конституційно закріплений обов'язок Збройні Сили України, був відкритий інформаційний фронт, військо якого всім своїм багатим арсеналом інструментарію в медіапросторі розпочало масову кросмультимедійну роботу з генерації контенту на тематику айдентики єдності, об'єднавши багатьох культурних діячів, фахівців у креативних індустріях та аматорів України, які готові були всіма мистецькими й журналістськими силами протистояти війні.

Робота інформаційного фронту, у рамках якого народжувалась нова айдентика єдності України як бренду, була зумовлена рядом причин, які стали рушійною силою для його функціонування в сучасному стані. Зокрема, найвагомішою такою причиною став масовий запуск РФ фейків, викривлених свідчень, неправдивих меседжів та штучно створених наративів, які були частиною інформаційної війни, розпочатої державою-агресором ще за часів набуття Україною незалежності.

Інформаційна війна відповідно до дефініцій багатьох науковців – це форма ведення інформаційного протистояння між різними суб'єктами (державами, неурядовими, економічними та іншими структурами), яка передбачає проведення комплексу з нанесення шкоди інформаційній сфері конкуруючої сторони і захисту власної інформаційної сфери [1].

Крім військових дій, що ведуться на території України, ведеться інформаційна війна та кібервійна. Наразі нашим кіберфахівцям вже вдалось досягнути певних успіхів, серед яких: зламані офіційні та стратегічні вебсайти РФ; поширення на цифровому телебаченні в РФ правду про війну в Україні; блокування російських ресурсів, які поширювали брехню та пропаганду [2-4]. З початку повномасштабної війни в Україні в 2022 р., через необачність тіктокера, який зняв переміщення техніки ЗСУ зі свого вікна, росіянами було зруйновано ТРЦ Ретровіль у Києві. За даними Міноборони, 80% розвідувальної інформації відпрацьовується саме з відкритих джерел [5].

Багато прикладів дезінформаційних дій можна взяти з війни в Україні, коли проросійські голоси системно культивували страх, тривогу та ненависть серед етнічних росіян (та іншого неукраїнського населення) України. Вони маніпулювали та поширювали зображення нібито звірств української армії, включаючи масові могили закатованих людей, цивільних, які використовували для торгівлі органами, спалювання врожаю для голоду, вербування дітей-солдатів, використання важкої зброї проти мирного населення та акти канібалізму (однак дані звірства здійснюють армія РФ на території України) [6].

Основне завдання, яке було покладено на використання вищезазначених інформаційних видів зброї – здійснення безпосереднього негативного руйнівного впливу на політичну могутність держави шляхом послаблення її реальних і потенційних можливостей щодо забезпечення власної безпеки, завдання шкоди політичному іміджу на міжнародній арені та серед іноземної спільноти, ослаблення правлячої верхівки, встановленого нею соціально-політичного режиму чи навіть сприяння усунення останньої від влади, породити всередині держави між громадянами відчуття недовіри, зневіри й привести їх до морально-психологічного занепаду духу з метою виправдання власних протиправних дій та загарбання територій суверенно закріпленої та визнаної держави України [1].

З огляду на ці завдання, поставлені пропагандистською машиною, в Україні розпочався масштабний інформаційний спротив, який ставив собі за мету спростувати хибні й провокаційні заяви багатьох залежних від політичного апарату Російської Федерації медіа та представників ЗМІ, які відкрито налаштовували увесь демократичний світ і власних громадян на збройну боротьбу проти України, завуальовуючи незаконні діяння їхньої правлячої еліти.

Іншою причиною початку потужної роботи інформаційного фронту стала необхідність доносити до міжнародної спільноти, організацій та політичних сил правду про події, що відбуваються на території України. Саме велика кількість непідтверджених, замаскованих, викривлених та штучно створених фактів, інформаційних матеріалів різного формату в мережі Інтернет зробили виклик для українських культурних діячів та аматорів боротися в цій інформаційній війні, що супроводжувалася паралельно збройною агресією та порушенням міжнародних прав та конвенцій.

Необхідність розпочати роботу на інформаційному фронті обумовлювалась і соціальними потребами населення, насамперед для психологічно-емоційного та патріотичного підняття духу громадян України задля консолідації зусиль у боротьбі з державою-агресором. Як бачимо, головним каталізатором, що спричинив організацію інформаційного фронту, стала трагічна подія для всієї України і світу – збройне вторгнення Російської Федерації, що у свою чергу породило ряд вагомих причин для всезагального творчого процесу в напрямку творення нової айдентики єдності нашої держави.

У процесі роботи інформаційного війська на відповідному фронті digital-спільнота, культурні діячі, професіонали креативних індустрій: відеомейкери, копірайтери, ілюстратори, режисери, сценаристи та аматори України об'єдналися у своїх діях, генеруючи креативний контент на тему айдентики єдності, що стала справжнім та потужним видом інформаційної зброї проти військової агресії Російської Федерації. Усі спроби похитнути віру українців у нашу перемогу, посіяти зерно брехні, змусити міжнародних лідерів сумніватися у беззаперечній правомірності дій України з боку путінського режиму провалилися, і причиною тому стало створення великої кількості різноформатних та різножанрових матеріалів, які ширилися соціальними мережами, медіаканалами та сторінками простих громадян з надзвичайною швидкістю.

Значна чисельність фахових видань, думок іноземних журналістів й інших професіоналів цього напрямку об'єктивно оцінили роботу інформаційного війська, зазначивши, що Україна в цій інформаційній війні отримала стовідсоткову перемогу. І це завдяки тому, що спільні та єдиноспрямовані зусилля українців від самого початку повномасштабного вторгнення мали чітку мету та завдання, що полягали в тому, аби повністю знищити спроби ворога виправдати свої дії та змусити повірити в їхню правомірність міжнародні спільноти.

Айдентика єдності, що стала продуктом функціонування інформаційного фронту в умовах сучасної війни Російської Федерації проти України, стала одним із структурних елементів загальнонаціонального брендингу України. Всесвітня організація туризму під брендингом країни розуміє сукупність емоційних та раціональних уявлень, що є результатом зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду і чуток, що впливають на створення певного образу про неї. Відповідно при згадуванні назви певної країни виникає асоціативний ряд, який визначає цю країну як бренд.

Контент на тему айдентики єдності мав вагомий вплив на зміну встановлених раніше уявлень про Україну: він перетворив нашу державу на справжній символ сміливості та мужності у багатьох країнах світу. Міжнародна спільнота крізь призму потужних, масштабно розповсюджених інформаційних та креативних матеріалів відкрила для себе нову Україну, що об'єдналася заради боротьби з ворогом. Так, дедалі більше людей за кордоном дізнаються про нашу державу, починають її підтримувати в політичних та дипломатичних намірах, створювати власний контент у соціальних мережах з метою сприяти поширенню правди та залученню до спільної боротьби пліч-о-пліч з Україною за свободу, демократію, розповсюджувати медіаконтент різного формату, збирати допомогу для українців, виходити на мітинги, заохочуючи владу до рішучих дій.

Айдентика єдності також вплинула й на прискорення шляху України на об'єднання з країнами Європейського Союзу. Так більшість опитаних європейців наразі підтримують нашу державу в її намірах, а згідно з дослідженням, проведеним у період з 13 по 20 квітня 2022 року за допомогою соціологічних опитувань “Євробарометром” – міжнародним проектом регулярних опитувань громадської думки, що здійснюються під егідою Європейської Комісії, та опублікованим 5 травня 2022 року 71 % респондентів з 27 держав-членів ЄС сприймають Україну як частину європейської родини. Така зміна уявлень про нашу країну в бік однозначної підтримки в цій війні створює сприятливі умови та надає потенційні перспективи для швидшої подальшої євроінтеграції як одного з пріоритетних політичних напрямків [7].

У цій інформаційній війні кожен знайшов своє місце, спрямувавши зусилля, плідну працю та бажання швидше наблизити день перемоги в нашій державі на створення викривального, захоплюючого, мотиваційного та патріотичного медіаконтенту.

Медіаконтент трактується як змістовне наповнення друкованого, аудіовізуального, електронного чи конвергентного ЗМІ матеріалами у формі тексту, зображення чи звукозапису з метою передачі інформативних, загально-значимих, естетично привабливих різножанрових повідомлень, спрямованих на масову аудиторію. Саме масовість, направлення на аудиторію та резонування з нею є головною ознакою медіаконтенту, що виникає під час творчо-виробничого процесу, під час якого залучаються знання, досвід, теоретичні й практичні навички автора та уміння його

використовувати технічні засоби втілення задуму в реальність [8].

У рамках генерації контенту на тематику айдентики єдності застосовувались різноманітні техніки, формати, жанри, медіаплатформи та сучасні програми для більш професійного виконання робіт. Авторська систематизація контенту або креативів професіоналів та аматорів здійснювалася через: образотворче мистецтво, фотографії, організацію перформансів, встановлення інсталяцій, літературу, музику, розробку мерчу, стікерів як елементу мережевої комунікації, аудіоконтенту, відео та анімаційних роликів (рис. 1). Усі ці жанри доволі різні, але мали спільну ідею та мету – донести значущу правду до суспільства та міжнародної спільноти, підняти патріотичний дух українців, продемонструвати світові Україну як бренд, виділити нашу культуру з-поміж інших, надавши візуального та концептуального сенсу новій айдентичі єдності.



Рис. 1. Типологізація digital контенту

У кожному жанрі були створені десятки, сотні, майже тисячі різноманітних творчих та креативних медіапродуктів. Так, однією з наймасовіших за кількістю прикладів став жанр образотворчого мистецтва, де головною тематикою арт-зображень та картин була, звісно, війна в Україні, під час якої загинуло багато мирних жителів, а інші ж вимушено знайшли новий вимір життя під бомбами та обстрілами, проявляючи внутрішню силу та мужність. Об'єктом багатьох творів цього напрямку мистецтва були трагічні долі людей, що втратили за час повномасштабного вторгнення найцінніше. Помітною особливістю таких зображень були образи жінок як втілення непереможності, стійкості та сміливості. Так, у мережі поширювалися серії таких малюнків художниць Вікторії Наумової та Наталії Лещенко. Головними героями в їхніх творах були українки, що захищають кордони України, своїх дітей, свій дім, волонтерять або ж знешкоджують ворога власними зусиллями. Автори вдавалися також брати за основу креатив-

ної ідеї образи із всесвітньо відомого вигаданого світу супергероїв Marvel, перетворюючи їх на нові іпостасі українських політичних діячів. Саме таке художнє порівняння додає войовничості духу та прагнення врятувати Україну від загарбників з боку державних представників влади.

Під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації актуалізувався процес глибокого пізнання історії України, яка несе в собі підґрунтя та дає чітке розуміння причинно-наслідкових зв'язків, щодо національних відносин з російським народом. Усе більша увага стає прикутою до пошуку образу справжньої України, її культури та традицій, що споконвіку намагалися зросійщити та подавити. Тепер ж соціальними мережами помітно поширюються дописи та світлини, у яких автори розкривають правду щодо нашої самобутності, автентичності та насліддя. У цьому напрямку створюються й серії малюнків, що несуть в собі основний меседж – показати Україну, якою вона була дійсно за своїх минулих часів. Прикладом такої роботи стали зображення української мисткині, художниці Вікторії Грохольської, що створила цілу колекцію ілюстрацій українок у традиційних костюмах для кожного регіону.

Серед інших прикладів арт-зображень найемоційнішими та найдраматичнішими вийшли історії зруйнованих долей, життів людей, які раніше не знали війни та горя. За допомогою сучасних технік авторки Вікторія Крохіна та Саша Анісімова створили тематичну серію малюнків, взявши за основу зруйновані будинки та житлові квартали, на фоні яких постають образи людей, що колись мали звичайний ритм буття: працювали, гуляли, готували, навчалися, але все це було в них вмить вкрадено кривавою війною.

Помітною тенденцією до творчого волевиявлення в образотворчому мистецтві були численні створенні зображення з дизайном про відомі бренди, які попри війну не пішли з російського ринку. Таку ініціативу висунула аматорка Христина Марціновська, до якої долучилися фахові дизайнери. Мета таких майстерно створених прототипів рекламних оголошень полягала в тому, аби інформувати весь світ про бездію великих корпорацій. За основу цих зображень були взяті прояви кривавих військових злочинів російських солдатів та відомі всім раніше реклами брендів: таке поєднання створювало неабияке враження на аудиторію, яка дедалі більше приставала до ідеї бойкотувати продукцію та послуги цих компаній. Такий напрямок образотворчого мистецтва під час війни став потужним, впливовим інформацій-

ним інструментом, який змусив багато світових брендів залишити російський ринок та не проплачувати збройну агресію в Україні за допомогою сплати податків.

Айдентика «I am Ukrainian» поєднала в собі національні символи та простий, проте, місткий вислів, який дає однозначне розуміння про намір бути єдиним з Україною. Автор айдентики – Олег Міщенко, засновник digital студії ION digital, UI/UX дизайнер, а також автор багатьох айдентик брендів, під місією «I am Ukrainian» вбачає формування та підтримку позитивного іміджу України та українського народу у світі, а також викликати бажання бути причетними до України у кожного свідомого жителя планети. Адже сьогодні Україна стала світовим символом незалежності та єдності.

Окрім створення арт-зображень, малюнків, художніх картин професіонали та аматори займалися мистецтвом фотографії, що стало одним із методів донесення правди до людства та формування національної ідентичності України. Так, авторка серії фотографій на тему справжності української культури та її величі Станіслава Алексенко поділилася в соціальних мережах цікавими, професійно виконаними світлинами, де головною героїнею стала дівчина в автентичному народному вбранні поруч з іншою символікою та атрибутикою українського побуту в давнину. Фотографія не зупинилася на створенні лише фото на історичну тематику, в її художньому портфоліо можна знайти й сучасне прочитання нашої культури крізь призму серії таких зображень на теперішній манер: на фото українка, вбрана по-сучасному, але з українською державною символікою – прапором, та стрічкою в державних кольорах.

Інші ж автори спрямували свою діяльність на висвітлення правди. Фото з місця події зі зруйнованими будинками, брудними від диму вулиць, люди, що евакуюються, ховаються у підвалах, знаходячись під обстрілами, діти та тварини, що вимушено перебувають в цьому хаосі війни – усе, це стало основними мотивами в роботах українських фотомайстрів.

Цікавою та складною на перший погляд технікою фотоколажу, оволоділи деякі майстри та навіть креативні агенції. Так, у мережі маємо декілька прикладів, коли обличчя кривавого диктатора Путіна було складено неначе пазл із сотні фотографій людей, що замовчують або підтримують його жорстокі дії проти України.

У цій війні література, також перетворилася на вид інформаційного спротиву. У цьому жанрі за допомогою гострого слова як зброї проявили себе

всі, хто має мистецький талант і ті, хто прагнув викласти свій біль у рядки. За підтримки Міністерства культури та інформаційної політики та Державного агентства України з питань мистецтва та мистецької освіти на початку березня 2022 року був створений портал “Поезія вільних”, де наразі доступно більше 10 000 віршів, написаних 7 мовами: українською, російською, англійською, французькою, польською, литовською та білоруською. Над модеруванням, редагуванням та корекцією цієї вражаючої кількості творів щоденно працюють 27 волонтерів, половина з яких – професійні редактори. Кожен охочий може додати власний літературний витвір та показати його світові. Найкращий вірш потенційно може отримати особливу позначку “Вибір редакції”, яку наразі має вже 112 віршів. Згодом ці твори будуть сформовані у збірку, яка вийде друком за підтримки Міністерства культури та інформаційної політики України [9].

Іншою потужною інформаційною зброєю та жанром для прояву творчого натхнення українців як найспівочішої нації світу стала музика, адже споконвіку саме пісня слугувала своєрідним катарсисом, вела у бій, допомагала впоратися з емоціями в найскрутніші часи та піднімала бойовий дух. Саме ці функції музика виконує і в сучасній війні Російської Федерації проти України. Провідні зірки естради, аматори та навіть наші захисники – воїни Збройних Сил долучаються до творення нової музичної історії. На ряду з державним гімном “Ще не вмерла України і Слава, і Воля”, який переформатовується на сучасний лад, знаходячи унікальні форми виконання, сучасне звучання за допомогою різноманітної кількості музичних інструментів, з’являються інші всенародні хіти. Нині відома по всьому світу, у найвіддаленіших куточках усіх країн народна пісня, гімн січових стрільців “Ой у лузі червона калина” набула нової хвилі популярності, що розпочалась з виконання Андрієм Хливнюком – українським музикантом, автором пісень гурту “Бумбокс” ще на початку вторгнення Російської Федерації. Відтоді “Ой у лузі...” перетворилась неначе на другий гімн України, який звучить на устах усіх громадян не тільки нашої держави, а й за кордоном. Згодом ця пісня об’єднала і відомих українських поп-зірок, які заспівали спільним флешмобом, кожен додаючи їй власного звучання, ритму та особливості. Ба більше, навіть британський рок-гурт, провідний представник жанрів психоделічного та прогресивного року, один з найуспішніших гуртів Великої Британії Pink Floyd, надихнувшись вико-

нанням Андрія Хливнюка, створили власний варіант пісні під назвою “Hey Hey Rise Up”, випущеної на підтримку народу України. Це перша нова оригінальна музика, яку вони разом записали як гурт після The Division Bell 1994 року. У треку використано вокал Андрія, взятого з його посту в Instagram, на якому він на Софійській площі в Києві співає “Ой у лузі червона калина”, збудливу українську протестну пісню, написану під час Першої світової війни. Назва треку Pink Floyd взята з останнього рядка пісні, який перекладається як “Гей, гей, вставай і радій”. Вступні хоріві партії пісні виконуються Українським ансамблем пісні і танцю імені Григорія Верьовки [10].

Усе частіше в музиці звучать мотиви на підтримку Президента України Володимира Зеленського. Автори пісень влітають за допомогою слів та мелодії висловлення подяки та відчуття гордості за нашого вже міжнародного героя, що бореться за свободу, демократію та Україну в її історично закріплених кордонах. Також, у топі музичних чартів знаходиться пісня-переможниця щорічного пісенного конкурсу, що проводиться з 1956 року між країнами-членами Європейської мовної спілки “Стефанія” гурту Kalush Orchestra, який представив Україну цьогоріч на заході. Пісня є одою матері, у якій автор розповідає про свої приємні спогади про неї. Цей хіт однозначно підкорив серця багатьох не тільки українців, а й усіх європейців, які охоче доєднались до надання нових форм звучання цієї пісні. Також “Стефанія” стала символом подяки військових, що захищають українців, які знаходяться у металургійному комбінаті “Азовсталь” у Маріуполі. Гурт Kalush Orchestra перед тим, як виступити на “Свробаченні” закликали увесь світ врятувати Маріуполь та Азовсталь, за цей прояв мужності один із воїнів під звуки вибухів заспівав “Стефанію” та виклав відео в своєму Instagram, привітавши таким чином наших переможців на музичному фронті.

Протистояння проти держави-агресора, спосіб чинити опір та доносити світові правду вилилось й у форму влаштування перфомансів. Усе більше людей різноманітного віку, національності, статті та професій об’єднуються в мистецьких акціях проти російської агресії. Актуальними стають незвичайний простір для виконання, нігілістичні і гротескні форми. На перший план в антивоєнних перформансах виходить тілесно-пластична виразність, адже сама суть перформативних мистецьких дій спрямована на переживання глядачем своєрідного емоційного шоку, що настає внаслідок споглядання тих больових впливів, яким під-

дає своє тіло художник. Наприклад, у Вільнюсі залили червоною фарбою ставок перед російським посольством. Моторошний перформанс “Криваве озеро” справив неабияке враження ще й через те, що згодом туди занурилися й самі перформери, тим самим показуючи вражаючу кількість крові, що була пролита на українській землі через воєнні дії росії. Основним закликком акції було не ставати стороннім спостерігачем, а продовжувати захищати людей, яких зараз катують, гвалтують і вбивають [11].

Після страшенно кривавих військових злочинів у Бучі люди почали влаштовувати перформанси, що покликані нагадати світу про той жах, який російські окупанти чинять у містах України. Так, у Тбілісі десятки людей зі зв’язаними білими стрічками руками лягли біля будівлі парламенту Грузії. Їхні пози імітували пози людей, яких знайшли мертвими у Бучі після відступу безжалісних окупантів.

У Берліні та Варшаві відбулися перформанси, які стали нагадуванням про російське бомбардування Драматичного театру в Маріуполі, де супутникові знімки показали, що перед фасадом будівлі та позаду нього, у сквері, були великі написи на асфальті – “Дети”. Очевидно, що ці написи бачили коригувальники вогню та пілоти російської авіації, але це не стало для них перешкодою для вчинення масового вбивства людей, що переходили там. Таким чином, міжнародні спільноти та аматори інших країн вирішили донести світові про ще один злочин Російської Федерації як прояв геноциду української нації, створивши перед театрами Берліну та Варшави написи на асфальті “Дети”.

Мітинги і перформанси відбулися й у місті Сан-Хосе в Кремнієвій Долині, де 24 березня українська спільнота об’єдналася, щоб вшанувати пам’ять загиблих дітей, розмістивши 128 пар дитячого взуття на одній із центральних вулиць міста Сантана Роу. Мета цього перформансу полягала в тому, аби вкотре нагадати світу, що війна триває, і в ній продовжують гинути діти й дорослі.

Хоч і подібні формати перформансів влаштовували найбільше за кордоном, та все ж таки в Україні вони також мали місце. Прикладом слугує перформанс, що відбувся у Львові на площі Ринок, де наші небайдужі громадяни виставили 109 порожніх візочків та автокрісел, що символізувало кількість українських дітей, який вбила Російська Федерація за перші три тижні повномасштабної війни.

До ініціатив пересічних громадян долучалися також й професіонали. Так, український електро-

ний музикант Богдан Конаков влаштував перформанс на вокзалі Лондона, у якому митець вдав убитого українського цивільного, щоб привернути увагу до воєнних злочинів у війні проти України. Ініціатива антивоєнних музичних перформансів не оминула і Святослава Вакарчука, який на руїнах харківського Палацу Праці виконав пісню “Обійми мене” під супровід фортепіано, скрипки та віолончелі.

Ще одним популярним та помітно численним став умовний жанр створення мерчу на патріотичну тематику. Провідні українські бренди одягу, подарунків, усіляких побутових дрібничок, продуктів харчування та навіть послуги з поштового зв’язку знайшли можливість проявити своє творче натхнення заради перемоги України. Так, в онлайн-магазинах і офлайн точках продажу можна наразі придбати різноманітні футболки, чашки, розмальовки, ковдри, тарілки, картини, морозиво, тістечка, поштові марки з проявом українського духу войничості та мужності, що втілені в метафоричних образах, написах та всенародних висловах.

Найпопулярнішим наразі є патріотична марка від “Укрпошти”, яка в умовах воєнного стану ввела в обіг першу українську поштову марку “Русській воєнний корабель, іді...!”. За 5 днів “Укрпошта” продала півмільйона марок з російським кораблем, і наразі планує випуск інших символічних марок із зображеннями, що знайомі всім українцям.

Міністр культури та інформаційної політики Олександр Ткаченко звернувся до консорціуму Unicode з проханням, аби на платформах Apple, Android, Meta та Twitter з’явилися спеціальні українські емодзі. У МКІП створили петицію для підтримки цього рішення, які вважають, що поява українських емодзі на тлі безпрецедентної світової підтримки України допоможе ще більше згуртувати міжнародну спільноту навколо незламності українського народу.

З огляду на вищезазначені приклади в цих умовно виділених жанрах контенту на тематику айдентики єдності, можна відзначити, що такий специфічний вид персонального і колективного досвіду як перформанс дає наснагу та віру у перемогу. Війна зачепила кожного українця, у колективному мистецтві кожен відчуває не лише єдність близьких за духом людей, а й національну ідентичність. Усе це засобами мистецтва формує надію на відновлення зруйнованих міст та селищ, впевненість у світле й прекрасне майбутнє України.

Війна сколихнула весь демократичний світ та стала поштовхом до рішучих дій з боку міжнародних політичних лідерів, які дипломатично, економічно, фінансово та військово допомагають Україні в боротьбі за свободу та за свої території. Але крім матеріального прояву підтримки нашої держави більшість європейських країн висловили своє відчуття єдності та спорідненості в намірах через по-українськи патріотичні інсталяції. У Барселоні (Іспанія), Лондоні, Ліверпулі, (Велика Британія), Відні (Австрія), Неймінгу (Голландія), Парижі (Франція), Римі, Турині (Італія), Штральзунді, Мюнхені, Кельні (Німеччина), Нью-Йорку (США), Сіднеї (Австралія), Токіо (Японія) головні і символічні будівлі світу: оперні театри, Колізей, стадіони, ратуші, Бранденбурзькі ворота, Ейфелева вежа, урядові будівлі, Колесо London Eye, каплиці, Колона Нельсона на Трафальгарській площі, – підсвітили героїчними синьо-жовтими кольорами на знак солідарності з Україною [12].

Контент на тему айдентики єдності став найбільшою та найпотужнішою інформаційною зброєю українців у протистоянні з державою-агресором. За допомогою медіаконтенту різного жанру, формату, на всіх можливих і доступних мережевих майданчиках українці виборювали і продовжують виборювати свободу своєї держави через музику, поезію, картини, арт-зображення, влаштування масових перфомансів, що стають головним ключем донесення правди, мерчі, як один із елементів формування національної ідентичності, відео, аудіо тощо. Усе це стає не тільки одним із важливих способів чинення опору та спротиву проти російських загарбників, а й ефективною консолідаційною силою, що об'єднує в єдиному творчому пориві креативу та мистецького патріотизму всіх українців: від аматорів до професійних діячів різного віку, статі, національності, статусу, – усі стали рівні та єдині в намірах та думках у боротьбі проти ворога.

Через актуалізацію прагнення до пізнання історії України digital контент стає частиною

виховного процесу молодого покоління, надаючи чітке розуміння самотності, автентичності нашої культури, розуміння причинно-наслідкових зв'язків минулих відносин між Україною та Росією. Як бачимо, контент у часи війни виконує консолідуючу, рекреаційну та виховну функцію, створюючи умови для швидшого наближення перемоги України та подальшого соціального розвитку нашої нації.

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз матеріалу дозволив дійти висновку про те, що digital креативи виступають як інструмент інформаційного спротиву в умовах війни, де за допомогою контенту формується айдентика єдності України для відображення позитивного національного брендингу України. Таким чином, для ефективної протидії інформаційній та військовій агресії з боку РФ, найважливішою практичною потребою сьогодні є необхідність системного розуміння теоретичних основ забезпечення інформаційної безпеки держави. Застосування digital креативів сприяє забезпеченню інформаційної безпеки України, де соціальні мережі виступають як платформи політичної активності громадян для протидії РФ в інформаційному просторі. Завдяки айдентичності єдності України, мільйони людей з різних країн підтримують українців: хтось фінансово, хтось надає прихисток, хтось відвідує мітинги та висловлює свою підтримку в соцмережах, а хтось використовує українську національну символіку в повсякденному житті.

Практичне значення проведеного дослідження полягає в тому, що висновки та рекомендації, розроблені авторами та запропоновані в статті, можуть бути використані для забезпечення реалізації айдентики єдності України як виду інформаційної зброї проти військової агресії Росії. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення соціальної значущості контенту айдентики єдності України, забезпечення безпечної комунікації в умовах воєнного стану та для обмеження негативних інформаційно-психологічних впливів.

Список літератури:

1. Малик Я. Інформаційна війна і Україна. Науковий вісник “Демократичне врядування”. 2015. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/dg/vsi-vypusky/vypusk-15-2015/informaciyna-viyna-i-ukrayina>
2. Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України. 2022. URL: <https://mkp.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України. 2022. URL: <https://thedigital.gov.ua/>
4. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>
5. Castillo W. Air Force Intel Uses ISIS ‘moron’ Post to Track Fighters’. 2015. URL: <http://edition.cnn.com/2015/06/05/politics/air-force-isis-moron-twitter>

6. StopFake.org. Opinions Russia's top 100 lies about Ukraine. 2015. URL: <http://www.stopfake.org/en/russia-s-top-100-lies-aboutukraine>
7. Шепелева А. 67 відсотків європейців підтримують постачання зброї Україні – опитування. 2022. URL: <https://www.dw.com/uk/67-vidsotkiv-jevropceiv-pidtrymuyut-postachannia-zbroi-ukraini-opytuvannia/a-61700941>
8. Садівничий В. Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: моногр.; за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2018. С. 49–60.
9. Міністерство культури та інформаційної політики України. Поезія вільних. Наша поезія – це зброя, що надихає тих, хто тримає зброєю справжню. 2022. URL: <https://warpoetry.mkip.gov.ua/>
10. Київ. Media. Українці розкритикували нову айдентичку України у світі від Мінкульту Ткаченка. 2022. URL: <https://kyiv.media/news/ukrayinczi-rozkrytykuvaly-novu-ajdentyku-ukrayiny-u-sviti-vid-ministerstva-kultury>
11. Лачко О. Українське перформативне мистецтво під час війни. Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 12th International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Chicago, USA. 2022. pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/xii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-modern-directions-of-scientific-research-development-18-20-maya-2022-goda-chikago-ssha-arhiv/>
12. Караван. В кольорах України: як світ висловлює нам підтримку у війні (ФОТО). 2022. URL: <https://karavan.ua/novosti/v-kolorah-ukraini-jak-svit-vislovljuie-nam-pidtrimku-u-vijni-foto/>

Netreba M. M., Ryzhova D. O. DIGITAL CREATIVES AS AN INSTRUMENT OF INFORMATION RESISTANCE IN WARTIME

The paper studies the features of Digital Creatives as a tool of information resistance in wartime. In particular, the focus is on the study of the identity of unity as a form of information weapon against Russia's military aggression. The authors study the greatest trends in the development of modern state information policy in Ukraine, as part of public discourse, which allow direct and public response to political processes in society. The study shows that digital professionals and amateurs have teamed up for Ukraine's victory to create different types of media user content as an information front since the first days of Russia's invasion of Ukraine. It has been established that video makers, copywriters, and illustrators create professional content and distribute it in order to counteract misinformation, use the content to psychologically put pressure on enemies and support allies. The idea is to bring significant truth to society and the international community, to raise the patriotic spirit of Ukrainians, to demonstrate Ukraine to the world as a brand, to distinguish our culture from others, giving visual and conceptual meaning to the new identity of unity. The materials of the study were digital creatives about Ukraine in social communities, where Ukrainians have fought and continue to fight for the freedom of their country through music, poetry, paintings, art, fine arts, photography, mass performances, installations, literature, merch development, stickers as an element of network communication, audio content, video and animated videos, which become the main key to telling the truth. The paper presents the typology of modern content in various forms, which had a significant impact on changing the previously established ideas about Ukraine and turned our country into a real symbol of courage and bravery in many countries. This article presents the author's vision of the approaches to the implementation of content and digital creatives as tools of information resistance in wartime to bring Ukraine closer to victory and further social development of our nation.

Key words: digital creatives, identity, media content, branding, social networks, digital space.