

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070:654.197]:[930:159.953.2](477)

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.3.2/31>

Бабенко В. С.

Університет митної справи та фінансів

МАСМЕДІЙНИЙ КОНЦЕПТ «РАДЯНСЬКИЙ КИЛИМ» В КОНФЛІКТІ НАРАТИВІВ УКРАЇНСЬКОЇ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ (НА ПРИКЛАДІ ВИПУСКУ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО БЛОГУ «ПРОЩАВАЙ, ІМПЕРІЄ!»)

У статті порушено проблему існування множинних проєктів історичної пам'яті в мас-медійному дискурсі, що сприяють когнітивним упередженням, кластеризації у сприйнятті національного гранд-наративу, викривленням колективних уявлених про спільне минуле. Прикладом для репрезентації проблеми обрано концепт «радянський килим», який тиражується із різними сценаріями семантичного супроводу про ціннісну матрицю українців як політичної нації. Також цей концепт демонструє динаміку причинно-наслідкових зв'язків, що формували історичний контекст подій в інформаційному просторі.

Для аналізу обрано елементи проєкту історичної пам'яті, що пропонує відеоблог «Прощавай, імперіє!» в ефірі «Суспільне Культура». Розкрита наративна роль концепту «радянський килим» в означеному контенті цього медіа. Описана невідповідність до журналістських стандартів у технології створення матеріалу і те, як ця невідповідність впливає на формування історичної пам'яті. Дібрані масмедійні повідомлення, що пропонують інший якісний рівень репрезентації концепту «радянський килим», розширюючи його парадигму у вітчизняному сегменті медіареальності. Встановлена роль концепту у бінарній опозиції свій/чужий. Описано як ця бінарна опозиція трансформується залежно від конкретного проєкту історичної пам'яті, що осмислює розуміння «радянського килима».

Структуровані та описані головні фактори деструктивного впливу масмедійних практик на український національний гранд-наратив.

На прикладі згаданого концепту визначена смислова спорідненість проєкту історичної пам'яті «Суспільне Культура» із інвазійними впливами російського інформаційного простору. Надані рекомендації, щодо подальшого поглибленого дослідження гібридного впливу російських світоглядних маркерів на український масмедійний контент.

З'ясовано в який спосіб концепт «радянський килим» бере участь в окресленні колективної ідентичності.

Ключові слова: українське телебачення, мас-медіа, авторська програма, соціальні мережі, історична пам'ять, постколоніальні дослідження, процес деколонізації, інформаційні маніпуляції, національна ідентичність.

Постановка проблеми. Проблематика колективної пам'яті (і тих способів, як вона конструюється у масмедійному середовищі) є однією з наріжних для XX–XXI століть. Застосовуючи комунікативні стратегії колишні імперії пояснюють, визнають, спокутують злочини, які вони інституційно здійснювали в межах своєї окупаційної політики, деконструюючи таким чином сталі наративи своїх попередніх проєктів історичної пам'яті. Постколоніальні держави окреслюють

свою ідентичність, оцінку злочинних дій колонізаторів проти себе, символіку ключових історичних подій задля зміцнення ціннісної матриці сьогодення. Послугуючись концептами історичної пам'яті упосліджені і маргіналізовані в минулому соціальні групи маніфестують в категоріях часу і простору свою суб'єктність, культурну самобутність, опозиційність до пригноблювачів. На державному рівні здійснюється переоцінка принципів ієрархії в наративах масової комунікації.

Із початком повномасштабної російсько-української війни зросла потреба у дослідженні того, як РФ маніпулює із колективною пам'яттю, спрямовуючи свої зусилля на стирання одних спогадів і штучне конструювання інших. Ця стратегія «масового газлайтингу» спрямована на обслуговування власних імперських міфів, розмивання української державної суб'єктності в свідомості світової спільноти, поширення дезінформації, навіювання емоцій страху через «ядерний шантаж» тощо.

За таких обставин український масмедійний процес перебуває у стані посиленої мобілізації, яка одночасно задіює кілька напрямів у роботі: впроваджує інформаційну політику деімперіалізації/декомунізації історичної пам'яті, протидіє поточній російській дезінформації, формує цілісне уявлення про сталість українських національних культурних маркерів. Ці процеси відбуваються із різним якісним рівнем. Окремі інформаційні продукти виникають стихійно, без дотримання належних професійних вимог. Фактор російської збройної агресії у режимі реального часу підвищує потенціал постправди у матеріалах, коли механізми емоційного осмислення дійсності домінують над раціональними підходами. Внаслідок цього виникає журналістський контент, що викликає когнітивні упередження у сприйнятті повідомлення і сприяє явищу «множинних сценаріїв пам'яті» про одні і ті ж процеси та явища в історії політичної нації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукова думка розглядає низку понять, що перебувають у спільному термінологічному полі: «колективна пам'ять», «групова пам'ять» (або ж «пам'ять груп»), «історична пам'ять», «суспільна пам'ять», «національна пам'ять», «культурна пам'ять». Всі ці поняття репрезентують концепцію спільних «спогадів» (уявлень про минуле) соціальної групи про свій досвід. А однією з провідних задач усіх цих видів суспільної пам'яті є конструювання ідентичності та формування єдності у групах [22, с. 182]. Вербицька П. зазначає: «Реалізуючи суспільний діалог, долаючи суперечності та образи минулого, культурна пам'ять сприяє примиренню і новим формам співіснування людей і спільнот, відкриває можливості для спільного майбутнього» [4, с. 21].

Г. Бондар приділяє окрему увагу взаємодії колективної пам'яті із масмедійними практиками: «Під впливом цифрових технологій як потужного акселератора спогади самі стають більш мобільними, ефемерними й мінливими, зазнають постійних перетворень» [3, с. 260]. Пам'ять і медіа пере-

бувають у нерозривних відносинах взаємовпливу, а засоби масової комунікації поєднують розрізнені (і соціально кластеризовані) дискурси у спільні наративи [3, с. 277-278].

Примаченко О. звертається до проблеми засилля в українському медіаконтенті маніпулятивного викладу історії з метою обслуговування політичних інтересів. Науковиця наголошує, що способи в які інтерпретуються історичні факти стали інструментами боротьби за увагу споживачів інформаційного продукту [15, с. 78-79]. Дослідниці С. Сторожук та Н. Кривда Н. розглядають проблему порушення традиційної культури функціонування колективної пам'яті під впливом цифрових медіа і в наслідок збільшення інформаційних повідомлень із яким стукається суб'єкт [16].

Постановка завдання. Метою статті є встановлення наративної ролі множинних проєктів історичної пам'яті навколо спільного масмедійного концепту. Для дослідження обрано концепт «радянський килим». Поставлена мета передбачає вирішення таких *задач*:

- визначення наративної ролі масмедійного концепту «радянський килим» в контенті відеоблогу «Прощавай, імперіє!»;
- пошук і опис смислового навантаження масмедійних матеріалів, що надають інші проєкти історичної пам'яті у погляді на концепт «радянський килим»;
- охарактеризування множинних сценаріїв трактування концепту «радянський килим» в контексті актуальних процесів формування історичної пам'яті засобами масмедійної комунікації.

Виклад основного матеріалу. Попри те, що концепт «пам'ять» асоціативно семантично споріднений із концептом «історія» – вони мають суттєву різницю. Крім того Ковін Т. говорить про традиційну опозицію між ними [21, с. 34-35]. У випадку з «історією» мова йде про набір дискурсів, що об'єднує магістральні наративи про факти, які конструюють сталі причинно-наслідкові зв'язки в масовій свідомості. Під «пам'яттю» ми розуміємо уявлення про історію (спільноти чи індивіда), що піддається самоцензурі, адаптації під ідеологічні впливи, мімікрії під провідні, або ж навпаки аутсайдерські наративи. Пам'ять – це мінливий текст, що перебуває під постійним впливом чинників, які редагують його зміст. В. Гриневич стверджує: «Пам'ять сама по собі множинна, у суспільстві існує безліч її проявів, які конфліктують між собою: еліти й певні соціальні групи борються за пам'ять, за вплив на суспільство»

[5, с. 19]. М. Андрійчук вступає у полеміку із цією думкою, зазначаючи, що такі постколоніальні держави як Україна мусять позбутися феномену варіативностей пам'яті про своє минуле, адже цей колективний стан свідомості дає можливість колишній метрополії (РФ) здійснювати свої дестабілізуючі сценарії впливу (стратегії гібридної війни). Дослідник вважає, що політична нація «має створити такий конструкт національної пам'яті, який об'єднав би всю множину пам'ятей» [1, с. 18]. Таку позицію можна означити прагненням утвердити історичну/національну пам'ять як складову українського гранд-нарративу. Однак, як говорить історик В. Михайловський «Український гранд-нарратив складний, нелінійний та неоднорідний», а однією з головних проблем, що стоїть перед комунікативними практиками спрямованими на нього полягає у потребі відділити «своє» від «чужого» [12]. Чи є принцип бінарних опозицій тим методом селекції концептів колективними пам'яті, що релевантний та універсальний для усіх винятків без винятків? Якщо так, то яка інституційна одиниця масмедійного процесу має взяти на себе символічну роль арбітра, чиє оціночне судження стане визначальним як для більшості інших медіа, так і для широкої аудиторії? На такий статус може претендувати Національна суспільна телерадіокомпанія України відома також як Суспільне мовлення, або ж просто «Суспільне» (під цією загальною назвою представлені загальнонаціональні канали «Перший», «Суспільне Культура», «Суспільне Спорт», а також регіональні дирекції). Серед іншого до такого висновку підводить колективна праця «Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики», яка говорить про цього мовника як важливий засіб формування демократичних процесів та авторитетне джерело, до якого аудиторія звертається під час національних загроз [14, с. 149]. Також варто згадати опитування з медіаграмотності, що у 2022 році провели проєкт ЮНІСЕФ U-Report та інтернет-видання «Детектор медіа». За його результатами «Суспільне» визначене як найпопулярніше медіа серед української молоді [18]. У 2023 році Інститут масової інформації провів глибинний моніторинг медіа за підсумками якого «Суспільне» увійшло до 9 найякісніших і відповідальних українських онлайн-медіа [13]. Попри це досліджуючи програмне наповнення «Суспільне Культура» у період 2020–2022 роках Л. Федорчук доходить до висновку, що «місія суспільного мовника і задекларовані програмні принципи реалізуються в ефірі лише частково» і надає рекомендації

щодо більшої наповненості контенту ідеями української ідентичності, що репрезентуються у протидії окупаційним силам РФ [17, с. 154].

Аналізуючи смисловий зміст восьмого випуску відеоблогу «Прощавай, імперіє!» підготовлений «Суспільне Культура» відзначимо, що тема української ідентичності в гострій опозиції до радянсько-російської стає наріжною для цього проєкту. Однак головна його наративна роль не в окресленні чітких та виразних маркерів ідентичності української культури. Авторка цього блогу О. Котубей-Геруцька за участі запрошених експертів розповідає про системну і цілеспрямовану активність Радянського Союзу у стиранні тих ознак, що формують у колективному полі культурний портрет українців як нації за власним самовизначенням, а не привнесеними впливами. При цьому селекція фактів (та їхня інтерпретація) формує одну з множинних історичних пам'ятей, в якій масмедійна версія історії позиціонує себе як об'єктивну колективну історію політичної нації. Випуск блогу, що ми взяли для розгляду отримав назву «Дім, милий дім: як Радянський Союз знищував індивідуальність через житло» і вийшов 29 жовтня 2024 року [9]. Наша увага зосередилася на смисловому наповненні масмедійного концепту «радянський килим», що ілюструє процес боротьби різних соціальних кластерів та інституцій (які при цьому можуть бути об'єднані спільним гранд-нарративом) за матрицю історичної пам'яті, що має стати провідним для суспільної більшості.

Описуючи естетику радянського інтер'єру середньостатистичного громадянина О. Котубей-Геруцька так підкреслює його мейнстримівські ознаки: «І тепер це та оздоба про яку пишуть, шукаючи квартиру: «Без бабусинового ремонту». Так, йдеться про бурштинову шафу-стінку, килими на стіні і люстри під кришталю». Цим висловлюванням журналістка створює в уяві аудиторії первинне уявлення про елементи родинного побуту, що не ідентифікуються як «своє» і не належать до символічного простору із яким суспільство хоче співвідносити свої естетичні потреби. А загальний наратив випуску фіксує переконання, що умови радянського побуту були проявом заборони Радянського Союзом на можливості індивідуального самовираження (і таким проявом є зокрема нав'язана потреба мати килим на стіні).

Блог детально зупиняється окремо на кожній з трьох згаданих складових інтер'єру. В розмові про «радянський килим» без підкріплення цієї думки аргументами фахових істориків (або інших профільних науковців) припускається, що тра-

диція масового представлення килимів в радянському побуті є наслідком привласнення Російською імперією культури упокорених народів Кавказу. Це подається як самодостатнє судження, що не потребує бути представленим у переліку різних поглядів на означену тему. Таким чином редакція блогу «Прощай, імперіє!» порушує одне з правил у створенні журналістського контенту, а саме представлення плюралізму думок. Дотримання цього правила є особливо слухним в дискусійних питаннях, що не мають однозначної відповіді. С. Кривенко вважає недотримання етики плюралізму одним з проявів мовного снобізму журналістів. А саме поняття мовного снобізму науковець розуміє як «соціальну деформацію поглядів, думок, поведінки, манер, смаків, уподобань людини, що виявляється в зневажливому та упередженому ставленні до всього іншого, у культивуванні вищої інтелектуальності та вишуканих смаків» [10, с. 171]. У 2021 році Комісія з журналістської етики опублікувала свою заяву у якій говориться: «Зберігаючи плюралізм поглядів та свободу слова, редакція має виключити випадки, коли медіа перетворюється на майданчик для поширення упереджених висловлювань або неперевіреної інформації під виглядом оціночних суджень» [7].

Окремо зазначимо, що повномасштабне вторгнення РФ в Україну потребувало від українського журналістського середовища перегляду правил дотримання плюралізму думок з огляду на безпекові норми. Це зумовлено як стратегіями російської інформаційної війни так і інерцією радянських наративів в українському медійному просторі. В наслідок цього постає нагальна потреба контролювати і унеможлиблювати наративи, що ставлять під сумнів українську державну, історичну та культурну суб'єктність. Проте саме ця обставина дозволяє трактувати комунікативні норми в ефірі «Суспільне Культура» як якісно вірний зразок, а смислові відхилення від нього – як небажані прояви можливого порушення української суб'єктності.

Однак, якщо гранд-наратив неоднорідний, а динаміку комунікативних стратегій в ньому складають різні проекти бінарної опозиції свій/чужий в означенні української ідентичності, то який ще погляд на масмедійний концепт «радянський килим» пропонують нам журналістські практики? Редакторка сайту УНІАН К. Кащавцева підготувала у 2023 році матеріал із добіркою п'яти окремих причин, через які існувала масова традиція вішання килимів на стіну в СРСР. Це такі

причини: 1) данина європейським та азіатським традиціям (культура настінного декору привнесена з поїздок до Туреччини, коли висока собівартість килимів підкреслювала високий соціальний і матеріальний статус власника); 2) заощадження на шпалерах, які були дефіцитним товаром (до того ж килими могли приховувати відсутність естетичного ремонту в квартирі, на який бракувало коштів); 3) збереження затишку (килим стає інструментом гармонізації хатнього простору); 4) практичність (килим утеплював стіни взимку, виконував роль шумоізоляції). Ще один аспект, який називає журналістка (прагнення престижу), повторює висловлені нею раніше тези [8]. Сайт «Галерея декору» посилює аргументацію переліку цих причин думкою про те, що оскільки килим міг коштувати як три зарплаті пересічного радянського громадянина, то зростала мотивація зберегти його як матеріальний об'єкт. Саме з цією метою його вішали на стіну, щоб споглядати як естетичний твір та уберегти від пошкоджень [19]. Якщо ж звернутися до етнографічних розвідок з історії побуту, то можна зустріти свідчення про те, що прикрашання українського житла настінними килимами є складовою культурної ідентичності південного регіону ще до приходу радянської влади [2, с. 15]. Такі факти здатні підірвати достовірність окремого сценарію проєкту історичної пам'яті, що пропонує блог «Прощай, історіє!». Однак, їхня подальша пряма (або опосередкована) полеміка із контекстом «Суспільне Культура» можлива за умови, якщо вони стануть частиною аргументації матеріалів медіакритики, що аналізують якісний рівень означеного блогу.

Враховуючи те, що для програми «Прощай, імперія!» важливо вибудовувати українську культурну ідентичність в бінарній опозиції до імперських інвазійних впливів, то особливої уваги заслуговують можливі ознаки російських наративів, що мімікують під українські в ефірі «Суспільне Культура». Ми вже згадували про вжиту у випуску фразу «без бабусиного ремонту» як зневажливе означення інтер'єру пізньорадянської доби із килимами на стінах. В російській мем-культурі 2010-х років такий інтер'єр (із обов'язковим елементом настінного килима) отримав назву із ще більш презирливим емоційним забарвленням – «радянський бабушатник» [20, с. 1158]. Перед цим, у 2000-х роках, російська культура спілкування в соціальних мережах створила сталий наратив про портрет на тлі радянського настінного килима, як прояв зубожіння, несмаку, дивацтва. Люди на цих світлинах висмі-

ювалися, а в медійному просторі сомереж концепт «радянський килим» став складовою кібербулінгу і способу формувати ієрархічні зв'язки між різними користувачами [11].

Ми не можемо стверджувати про прямий причинно-наслідковий зв'язок між російським інтернет-мемом «бабушатник» та українським масмедійним висловом «без бабусиного ремонту». Встановлення цього зв'язку потребує використання додаткових методів дослідження, серед яких особливо доречними, на нашу думку, будуть контент-аналіз масивів текстів мережевого спілкування, опитування українських користувачів соціальними мережами (чий активний досвід перебування на цих платформах припав на 2000–2010-ті роки) та інтерв'ювання експертного середовища. Попередня нерепрезентативна вибірка огляду коментарів дозволяє говорити про виразну особливість російськомовних традицій спілкування середини 2000-х років у соціальній мережі LiveJournal. Ця традиція полягала у використанні світлин взятих з приватних акаунтів та сайтів знайомств на який були зображені люди на тлі своїх хатніх інтер'єрів із настінним килимом. Знімки публікували з метою глузування із зовнішності та матеріального стану представлених осіб. В той час як у вітчизняній мем-культурі нам невідомі подібні приклади. Українське мережеве спілкування тиражує концепти на кшталт посуду у вигляді керамічних рибок з сервантів радянської доби. Їхня згадка у мем-культурі репрезентує жарти про типовість таких артефактів, їхню малофункціональність і дискусійну естетичну доцільність. Однак такі повідомлення не мають виразної емоції презирства і не виконують роль висміювання подібних зразків інтер'єру.

З огляду на викладені міркування доцільно згадати есе О. Забужко «Мій теплий ламповий рашизм», що вийшло у грудні 2021 року. В ньому письменниця говорить про масову присутність в українських онлайн-медіа російських текстів, які засобами перекладу та зміни географічних назв видають за матеріали українського походження. Ці публікації сконструйовані як життєві історії пересічних людей про проблеми в особистому (переважно родинному) житті. Як наголошує О. Забужко за такими матеріалами можна простежити жорстку ієрархізацію російського суспільства, яка набуває форм не властивих для української соціальної дійсності. Стислий перелік художньо-публіцистичних реалій в яких перебувають персонажі таких текстів можна охарактеризувати так: загострений соціал-дарвінізм; чітка

структура владних привілеїв серед членів суспільства подана як омріяний стандарт для досягнення; виразні маркери матеріального благополуччя, які шляхом подолання моральних перепон дозволяють вирватися з обставин сорому за бідність. Матеріали демонструють нам відносини між суб'єктами сповнені соціальної ентропії, в яких руйнується історична пам'ять в межах такого кластеру як родина [6]. Це та масмедійна реальність (описана за російським суспільством) в якій матеріальний спадок від старшого покоління позбувається своєї символічної прив'язки через позитивні емоції до «бабусь» і стає емблемою власної відповідності/невідповідності загальноприйнятим ієрархічним стандартам.

Висновки. Історична пам'ять не лише складова інформаційного продукту, вона також формує для медіа їхній бренд, місію, редакційну політику, репутаційний капітал, етику взаємодії з аудиторією. Серед іншого ця форма колективної пам'яті (із виразними маркерами визначних подій минулого через які ідентифікують себе соціальні групи) репрезентує медіа як соціальний інститут.

Саме як для соціального інституту – перед українськими медіа стоїть задача у формуванні концептів історичної пам'яті, як складової національного гранд-нарративу. Ця робота має об'єднати розрізнені концепти у спільне цілісне повідомлення, структурувати уявлення про минуле у герметичну систему смислів із низькою здатністю зазнавати сторонніх деструктивних впливів.

Однак спільна концепція гранд-нарратива зазнає розширення внаслідок чотирьох факторів:

1. Кластеризованості суспільства (коли кожен окремий соціальних кластер політичної нації може формувати власну ієрархію смислів та відмінності у бінарній опозиції свій/чужий в межах історичної пам'яті). Ця обставина актуалізує вжиток поняття «пам'ять груп», як паралельного існування різних проєктів «спогадів» про одне і те ж явище.

2. Неналежне дотримання журналістських стандартів при творенні інформаційного продукту (недбала селекція фактів, підбір нерелевантного експертного середовища для коментарів, порушення плюралізму думок тощо).

3. Брак критичного осмислення концептів, коли не враховується їхня етимологія та інші фактори впливу на змістове наповнення.

4. Вкоріненість в масмедійний простір інвазійних (імперіалістичних, радянських, російських) смислових кодів, що здатні мімікувати під автхтонні.

Перший та другий фактор формують суміжне явище – агентну роль впливу медійних осіб та осіб з високим репутаційним на рейтингування концептів історичної пам'яті в кластерах (або ж – інформаційних бульбашках). Внаслідок цього причинно-наслідкові зв'язки наступної черги отримують першість, а другорядні факти висвітлюються як магістральні.

Окремої уваги заслуговує подальше дослідження адаптації російських культурних маркерів під український інформаційний контекст, коли когнітивні інструменти не розпізнають їх як інвазійну присутність. Такі дослідження вимагають міждисциплінарних підходів у розгляді історії та сучасного наповнення масмедійного контенту.

Список літератури:

1. Андрійчук М. Т. Вітчизняні мас-медіа та формування національної пам'яті українського народу. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 55. С. 17-20.
2. Баньковська А. К. Особливості меблювання та декорування українського традиційного житлового простору. *Традиції та новачії у вищій архітектурно-художній освіті*. Вип. 4. 2015. С. 13-18.
3. Бондар Г. Від «колективної пам'яті» до «пам'яті груп» та постпам'яті: до питання розвитку і сучасних викликів у студіях пам'яті. *Україна–Польща: історична спадщина і суспільна свідомість*. 2020. №13. С. 257-288.
4. Вербицька П. Культурна пам'ять як чинник конструювання ідентичності в умовах трансформації українського суспільства. *Historical and cultural studies*. 2018. Вип. 5 (1). С. 15-22.
5. Гриневич В. Війна за війну. *Критика*. 2012. Ч. 6. С. 19-23.
6. Забужко О. Мій теплий ламповий рашизм. *Deutsche Welle*. 2021. URL: <https://www.dw.com/uk/oksana-zabuzko-mij-teplij-lamprovij-rasizm/a-60100701> (дата звернення: 16.04.2025)
7. Заява Комісії: Журналісти не повинні зловживати правом на оціночні судження. *Комісія з журналістської етики*. 2021. URL: <https://surl.li/wiflge> (дата звернення: 16.04.2025)
8. Кащавцева К. Справа не в моді: чому в СРСР вішали килими на стіну насправді. *УНІАН*. 2023. URL: <https://surl.lu/wwhbx1> (дата звернення: 16.04.2025)
9. Котубей-Геруцька О. Дім, милий дім: як Радянський Союз знищував індивідуальність через житло | ВІДЕО. *Суспільне Культура*. 2024. URL: <https://surl.gd/eyldjz> (дата звернення: 16.04.2025)
10. Кривенко С. Мовленнєвий снобізм як вада професійної комунікації. *Український світ у наукових парадигмах*: зб. наук. пр. Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Харків: ХНПУ; ХІФТ. 2024. Вип. 11. С. 171-173.
11. Мирович М. Символ жебрацтва із СРСР: викиньте його негайно. *OBOZ.UA*. 2021. URL: <https://surl.lt/vhfgdz> (дата звернення: 16.04.2025)
12. Михайловський В. Як увімкнути гравітацію українського гранд-нарративу?. *Український тиждень*. 2022. URL: <https://tyzhden.ua/iak-uvimknuty-hravitatsiiu-ukrainskoho-grand-naratyvu/> (дата доступу: 15.04.2025)
13. Онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ІМІ. *Інститут масової інформації*. 2023. URL: <https://surl.gd/xlabku> (дата звернення: 15.04.2025)
14. Остапа С., Мінський В., Розкладай І. Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики, ТОВ «Друкарня Віол», Київ. 2018. 156 с. URL: https://detector.media/php_uploads/files/books/ua-suspilne-web.pdf (дата звернення: 15.04.2025)
15. Примаченко О. Роль медіа в комплексному впливові історії на суспільну свідомість. *Вісник Львівського університету. Серія : «Філософські науки»*. 2022. № 30. С. 74-82.
16. Сторожук С., Кривда Н. Вплив медіа на колективну пам'ять. *Науковий журнал «Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія»*. 2020. № 11 (1). С. 90-100. DOI: <http://dx.doi.org/10.31548/hspedagog2020.01.090>.
17. Федорчук Л. Культура в ефірі Суспільного: телевізійний контент і перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2023. Випуск 52-53. С. 147-156 DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2023.52-53.11729>
18. Фейки та факти. Чи розрізняє їх українська молодь?. *Детектор медіа*. 2022. URL: <https://surl.gd/ksdwcf> (дата звернення: 15.04.2025)
19. Чому радянські килими вішали на стіну над ліжком?. *Галерея декору*. URL: <https://surl.lu/vkuaaw> (дата звернення: 16.04.2025)
20. Ямборко О. Килим у житловому інтер'єрі, як елемент радянської культури побуту. *Народознавчі зошити*. Львів, 2018. № 5 (143). С. 1149-1160.

21. Cauvin T. New Field, Old Practices: Promises and Challenge of the Public History – Tree of Knowledge. *magazén | International Journal for Digital and Public Humanities*. 2021. Vol. 2, no.1. P. 13-44. DOI: <https://doi.org/10.30687/mag/2724-3923/2021/03/001>.

22. Pohn-Lauggas M. Memory in the shadow of a family history of resistance. A case study of the significance of collective memories for intergenerational memory in Austrian families. *Memory Studies*. 2021. Vol. 4(2). P. 180-196.

Babenko V. S. MASS MEDIA CONCEPT “SOVIET CARPET” IN THE CONFLICT OF NARRATIVES OF UKRAINIAN HISTORICAL MEMORY (ON THE EXAMPLE OF THE TV BLOG “PROSHCHAVAY, IMPERIYE!”)

The article raises the problem of the existence of multiple projects of historical memory in mass media discourse, which contribute to cognitive biases, clustering in the perception of the national grand narrative, and distortion of collective ideas about the common past. The concept of “Soviet carpet” was chosen as an example to represent the problem, which is replicated with various scenarios of semantic support about the value matrix of Ukrainians as a political nation. This concept also demonstrates the dynamics of cause-and-effect relationships that formed the historical context of events in the information space.

Elements of the historical memory project offered by the video blog “Proshchavay, Imperiye!” (“Farewell, Empire!”) on the air of “Suspilne Kultura” were selected for analysis. Revealed the narrative role of the concept of “Soviet carpet” in the specified content of this media. Described the discrepancy with journalistic standards in the technology of creating the material, and how this discrepancy affects the formation of historical memory. Mass media messages are selected that offer a different qualitative level of representation of the concept of “Soviet carpet”, expanding its paradigm in the domestic segment of media reality. Established the role of the concept in the binary opposition of our/other. It is described how this binary opposition is transformed depending on the specific historical memory project that comprehends the understanding of the “Soviet carpet”.

The main factors of the destructive impact of mass media practices on the Ukrainian national grand narrative are structured and described.

Using the example of the aforementioned concept, the semantic relationship of the historical memory project “Suspilne Kultura” with the invasive influences of the Russian information space is determined. Recommendations are provided for further in-depth research into the hybrid influence of Russian ideological markers on Ukrainian mass media content.

It is clarified how the concept of “Soviet carpet” participates in the outlining of collective identity.

Key words: *Ukrainian television, mass media, author’s program, social media, historical memory, postcolonial studies, process of decolonization, information manipulation, national identity.*