

ЖУРНАЛІСТИКА

УДК 378.4.014(477.411)КНУ:004.774-026.12]:070»2022»
DOI <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2026.4/31>

Василик Т. І.

<https://orcid.org/0000-0002-0873-9067>

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТА СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НОВИННОЇ СТРІЧКИ ОФІЦІЙНОГО ВЕБСАЙТУ КНУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ (24 ЛЮТОГО – 31 ГРУДНЯ 2022 РОКУ)

У статті досліджено особливості функціонування та структурно-тематичної трансформації новинної стрічки офіційного вебсайту Київського національного університету імені Тараса Шевченка як провідного корпоративного цифрового медіа закладу вищої освіти впродовж першого року повномасштабної війни, а саме з 24 лютого по 31 грудня 2022 року. Актуальність дослідження зумовлена потребою теоретичного та практичного осмислення ролі вебресурсів провідних університетів у системі кризових комунікацій під час екстремальних суспільно-політичних викликів та воєнних дій.

Методологічну основу роботи становлять принципи системності, об'єктивності та історизму. Основним методом дослідження став кількісно-якісний контент-аналіз інформаційних матеріалів, опублікованих на офіційному сайті КНУ у досліджуваний період. Емпіричну базу розвідки склали 419 публікацій, які було проаналізовано за критеріями помісячної динаміки та структурно-тематичного розподілу. На основі статистичних даних виявлено, що щомісячна інтенсивність наповнення ресурсу коливалася від 33 до 58 матеріалів, а кількісні піки активності у вересні та жовтні 2022 року закономірно збіглися з початком нового навчального року та медійним супроводом наслідків масованих ракетних ударів по столиці.

Здійснено детальний розбір змістовного наповнення сайту, диференційованого за 11 тематичними напрямками. Доведено, що домінантними векторами інформаційної політики закладу стали блоки «Управління університетом та організація освітнього процесу» (73 матеріали) та «Інституційна репрезентація, іміджева та ціннісна комунікація» (72 матеріали), що свідчить про першочергову орієнтацію ресурсу на кризовий менеджмент, координацію дій колективу та збереження безперервності навчання. Обґрунтовано функціональне розширення сайту: з класичного інформаційного порталу він трансформувався в інструмент міжнародної академічної дипломатії, документування наслідків російської агресії для університетської інфраструктури, а також платформу поширення інформації про волонтерську діяльність, благодійні ініціативи та психологічну підтримку університетської спільноти. Окрему увагу приділено консолідаційній ролі контенту, який через життєствердні матеріали та комеморативні практики сприяв консолідації університетської спільноти, підтриманню психологічної стійкості колективу та формуванню високої довіри до офіційних джерел інформації в умовах війни. Отримані результати розширюють наукові уявлення про трансформацію корпоративних цифрових медіа закладів вищої освіти в умовах війни. Уперше здійснено комплексний кількісно-якісний аналіз новинної стрічки офіційного вебсайту КНУ імені Тараса Шевченка як корпоративного цифрового медіа впродовж першого року повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну (24 лютого – 31 грудня 2022 року).

Ключові слова: вебсайт ЗВО, корпоративні цифрові медіа, кризові комунікації, контент-аналіз, КНУ імені Тараса Шевченка, інформаційна стійкість, академічна дипломатія.

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну суттєво вплинуло на функціонування інформаційного простору держави та змінило комунікаційні потреби суспільства. В умовах воєнного стану особливого значення набули оперативність інформування, доступ до офіційних джерел інформації, підтримання безперервної комунікації між інституціями та їхніми цільовими аудиторіями. За таких обставин офіційний вебсайт закладу освіти став важливим каналом поширення перевіреної інформації, координації діяльності колективу та підтримання зв'язків із внутрішніми й зовнішніми аудиторіями.

У зв'язку з цим актуальним є дослідження особливостей функціонування новинної стрічки офіційного вебсайту КНУ імені Тараса Шевченка впродовж першого року повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну (з 24 лютого по 31 грудня 2022 року). Адже виклики війни вплинули не лише на тематику матеріалів, а й на функції цього вебресурсу, його структуру та змістове наповнення.

На початку російсько-української війни перед Київським національним університетом імені Тараса Шевченка постали питання безпеки працівників і студентів, забезпечення безперервності освітнього процесу, організації роботи структурних підрозділів в умовах воєнного стану, підтримання міжнародних зв'язків та збереження цілісності університетської спільноти. Вирішення цих завдань значною мірою залежало від ефективності внутрішніх і зовнішніх комунікацій, важливим складником яких став офіційний вебсайт КНУ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування українських медіа в умовах війни перебуває у центрі уваги сучасних дослідників. Я. Альохін розглядає корпоративні комунікації крізь призму їх адаптації до умов повномасштабної війни, наголошуючи на посиленні ролі оперативного інформування, прозорості комунікаційної політики та підтримання взаємодії з внутрішньою аудиторією [1].

Особливості функціонування вітчизняного медіапростору в умовах війни досліджувала О. Гоцур, яка проаналізувала оперативні зміни у діяльності мережевих та електронних ресурсів впродовж перших місяців повномасштабного вторгнення [5]. Проблемам функціонування каналів масової комунікації під час війни присвячені праці О. Погорелова та М. Женченко [12]. Дослідження Л. Чередник зосереджене на діяльності українських медіаресурсів в умовах воєнного

стану та їхній безпосередній ролі в загальнонаціональній інформаційній боротьбі [16].

Д. Олтаржевський аналізує особливості корпоративних комунікацій українських інституцій після початку повномасштабного вторгнення, звертаючи увагу на імператив оперативного інформування та підтримання внутрішньої комунікаційної стабільності [10]. Л. Чернявська розглядає корпоративні цифрові платформи як ефективний інструмент взаємодії з внутрішніми та зовнішніми аудиторіями, підкреслюючи їхню швидку адаптацію до нових умов функціонування та зростання їхньої ролі в періоди екстремальних викликів [17].

Окремі аспекти комунікаційної діяльності КНУ імені Тараса Шевченка вже були предметом авторського інтересу. У матеріалі «Корпоративні медіа КНУ імені Тараса Шевченка як інструмент комунікації та інформаційної стійкості в умовах першого року повномасштабної війни» Т. Василик окреслила базові засади інформаційної політики Університету в умовах воєнного стану [4]. Водночас, якщо попередні розвідки мали переважно оглядовий характер, поза науковою увагою все ще залишається глибокий, емпірично обґрунтований структурно-тематичний аналіз офіційного вебресурсу закладу вищої освіти як цілісного інструменту кризового менеджменту. Потребують детального вивчення закономірності помісячної динаміки публікацій та трансформація змістовних пріоритетів новинної стрічки офіційного сайту КНУ впродовж першого, найскладнішого року повномасштабної війни, що й зумовлює логіку цього дослідження.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у виявленні специфіки функціонування та структурно-тематичної трансформації новинної стрічки офіційного вебсайту КНУ імені Тараса Шевченка як провідного корпоративного цифрового каналу комунікації впродовж першого року повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: дослідити динаміку, інтенсивність та помісячний розподіл публікаційної активності на офіційному вебсайті Університету у 2022 році; здійснити детальний структурно-тематичний аналіз інформаційних матеріалів, розміщених на вебресурсі у досліджуваний період; простежити функціональні зміни офіційного сайту під впливом викликів воєнного стану; визначити нові тематичні акценти та стратегічні комунікаційні пріоритети вебплатформи КНУ в умовах кризового менеджменту.

Методологічну основу дослідження становлять принципи системності, об'єктивності та історизму. У роботі застосовано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, класифікації та узагальнення. Основним спеціальним методом став кількісно-якісний контент-аналіз матеріалів новинної стрічки офіційного вебсайту КНУ імені Тараса Шевченка, що дозволив об'єктивно розподілити емпіричний інформаційний масив за тематичними напрямками та простежити особливості його адаптації та трансформації в умовах війни.

Виклад основного матеріалу. З початком повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну перед КНУ імені Тараса Шевченка постали численні виклики, пов'язані із забезпеченням безпеки працівників і студентів, організацією освітнього процесу, функціонуванням структурних підрозділів та підтриманням зв'язку між членами університетської спільноти. За цих умов особливого значення набув офіційний сайт Університету, який забезпечував оперативне інформування та координацію дій.

Упродовж періоду з 24 лютого по 31 грудня 2022 року на офіційному сайті КНУ імені Тараса Шевченка було опубліковано 419 матеріалів. Кожен матеріал проілюстровано 5–15 світлинами, деякі – відеосюжетами з YouTube-каналу «Миттєвості КНУ» та українських засобів масової інформації. Виняток становлять матеріали перших тижнів війни, опубліковані в лютому–березні 2022 року. Вони містять зображення логотипу Університету, сканкопії наказів, розпоряджень, листів, а також скріншоти онлайн-нарад, засідань і службових повідомлень [4].

Особливості візуального оформлення перших публікацій відображають характер комунікаційних завдань, які постали перед Університетом у перші дні повномасштабної війни. Якщо в довоєнний період візуальний контент виконував переважно презентаційну функцію, то після 24 лютого 2022 року на перший план вийшла потреба в оперативному поширенні офіційної інформації та управлінських рішень. Саме тому значну частину контенту становили документи, накази та повідомлення службового характеру.

Вранці 24 лютого 2022 року на сайті Університету у стрічці новин було опубліковано «Звернення ректора до колективу КНУ імені Тараса Шевченка», у якому ректор закликав зберігати спокій та просив кожного працівника доповідати про своє місце перебування та стан справ своєму керівникові, а керівника – профільному проректору. Студентів просили інформувати старост, старост – методистів,

методистів – заступників декана або директора. Повідомлення завершувалося закликом працювати згуртовано та гаслом «Слава Україні!». Матеріал було проілюстровано зображенням Університету, над яким зазначено рік заснування закладу, а під ним розміщено напис «Utilitas, Honor et Gloria». Девіз ордена Святого Володимира, що перекладається як «Користь, Честь і Слава», у контексті перших днів війни набував додаткового символічного значення та апелював до історичної тягlostі університетської спільноти [8].

Окрім ідеологічно-символічного наповнення, кризова комунікація першого дня війни вимагала чітких адміністративно-організаційних роз'яснень. У цей же день на сайті з'явилося друге повідомлення – «Звернення ректора за результатами засідання ректорату» [9]. У ньому містилася інформація про введення воєнного стану та режим роботи Університету. Зазначалося, що КНУ імені Тараса Шевченка продовжує роботу в онлайн-режимі, а заняття проводитимуться відповідно до розкладу. Окремо наголошувалося, що пропуски занять у цей період вважатимуться поважними. Водночас ректор підкреслював необхідність продовження освітнього процесу, називаючи його не лише професійним обов'язком, а й важливою формою психологічної підтримки університетської спільноти.

У повідомленні також ішлося про те, що керівництво Університету, факультетів, інститутів та структурних підрозділів перебуває на робочих місцях. Було повідомлено про запровадження цілодобового чергування керівництва, роботи оперативного штабу та посилення заходів безпеки в навчальних корпусах і гуртожитках. У такий спосіб через офіційний сайт адміністрація не лише інформувала аудиторію про події, а й формувала відчуття керованості ситуацією та безперервності функціонування Університету.

Важливим елементом конструювання цього відчуття безпеки та стабільності стало оприлюднення конкретних інфраструктурних рішень. Окремий блок інформації стосувався укриттів. Членів університетської спільноти поінформували про сховища, розташовані в Червоному корпусі за адресою вул. Володимирська, 60 та в гуртожитках № 6–7 на вул. Михайла Ломоносова, 59 і 61 (нині – вул. Юлії Здановської). Наголошувалося, що як укриття можуть використовуватися також цокольні приміщення гуртожитків, забезпечені всім необхідним.

Не менш важливим був медичний блок повідомлення. Зокрема, повідомлялося про перехід

Університетської клініки на вул. Михайла Ломоносова, 36 (нині – вул. Юлії Здановської) на цілодобовий режим роботи. Було зазначено, що чергує весь необхідний медичний персонал, а сама клініка забезпечена транспортом. Окремо прозвучав заклик до всіх, хто має таку можливість, звернутися до найближчих центрів крові та стати донорами для допомоги українським військовим.

До матеріалу додано відеозвернення ректора, записане в його кабінеті в Головному навчальному корпусі КНУ імені Тараса Шевченка. Сам матеріал супроводжувався зображенням логотипу Університету та написом «Офіційна інформація». Використання стандартизованого брендованого візуального маркування та формат відеозвернення першої особи ЗВО слугували додатковими інструментами верифікації контенту, що мінімізувало ризики проникнення дезінформації у внутрішньоуніверситетське середовище.

Таким чином, уже перший день повномасштабного вторгнення засвідчив оперативність і системність комунікаційної роботи через новинну стрічку офіційного вебсайту Університету. Аналіз перших повідомлень дозволяє стверджувати, що офіційний вебресурс перетворився на інструмент кризової комунікації, через який здійснювалося поширення управлінських рішень, координація дій університетської спільноти, підтримання психологічної стабільності та формування довіри до офіційних джерел інформації.

Динаміка публікацій у наступні дні засвідчила, що обрана стратегія інформування трансформувалася у постійний режим супроводу життєдіяльності закладу в умовах повномасштабного вторгнення. Зокрема, на сайті один за одним з'являлися матеріали, присвячені забезпеченню життєдіяльності КНУ імені Тараса Шевченка в умовах воєнного стану, змінам в організації освітнього процесу та створенню належних умов для мешканців Студмістечка. Зважаючи на те, що станом на 28 лютого 2022 року в гуртожитках Університету залишалося проживати понад 1600 осіб, у публікаціях наголошувалося, що керівництво та працівники критичної інфраструктури закладу постійно перебувають на робочих місцях для безперебійного функціонування КНУ.

Посилаючись на офіційну інформацію, Центр комунікацій повідомляв: «Ситуація в Києві стабільна та контрольована. Наша влада, ЗСУ, Сили територіальної оборони, Національна гвардія та поліція забезпечують це 24/7. КНУ імені Тараса Шевченка – це родина: діємо спільно та злагоджено, разом вистіймо. Віримо в ЗСУ! Слава

Україні!» [11]. Така риторика свідчить про свідому інтеграцію офіційного дискурсу Університету в загальнонаціональний інформаційний контекст опору, де вебресурс ЗВО бере на себе роль психологічного консолідатора спільноти.

Цей досвід перших днів протистояння заклав основу для подальшої трансформації інформаційної політики ЗВО протягом усього першого року повномасштабного вторгнення.

Водночас вебресурс Університету стрімко опанував функцію інструменту міжнародної наукової дипломатії та інформаційного опору на зовнішній арені. Уже в перші дні війни офіційний сайт КНУ став майданчиком для публікації звернень до провідних світових установ та організацій із закликом засудити повномасштабне військове вторгнення РФ, яке порушує міжнародне право та ставить під загрозу мир у всьому світі.

Яскравим прикладом такої транскордонної комунікації стало оприлюднене першого березня «Звернення до провідних функціонерів наукометричної спільноти світу» [7]. У цьому документі університетська спільнота чітко артикулювала солідарну відповідальність російської академічної спільноти за розробку озброєння та ідеологічне виправдання імперіалізму, закликавши світових провайдерів наукового вмісту та упорядників авторитетних рейтингів, зокрема компанію Elsevier, до рішучого академічного бойкоту: «Зупинивши індексування їхніх наукових журналів, книг, матеріалів конференцій та іншого наукового вмісту у базах даних, членство представників цих установ у редакційних колегіях наукових журналів та можливість авторам з цих установ публікуватись у наукових журналах, припинивши надання на території цієї країни доступу до інформаційних ресурсів та виключивши ці установи з рейтингів закладів вищої освіти» [7].

Публікація цих документів та листів підтримки від іноземних колег на офіційному вебресурсі виконувала подвійну функцію: з одного боку, вона демонструвала світові та внутрішній аудиторії високий рівень міжнародної інтеграції та підтримки КНУ, а з іншого – слугувала додатковим фактором психологічної стійкості для університетської спільноти, засвідчуючи, що провідні інтелектуальні центри світу солідарні з Україною [14].

Поряд із мобілізацією міжнародної підтримки, контент офіційного сайту КНУ відіграв важливу терапевтичну та ціннісно-смыслову роль. Матеріали сайту були покликані не тільки інформувати, а, розповідаючи про життя Університету, об'єднувати, вселяти віру, надихати, спонукати

працювати задля перемоги. Опублікований допис директорки Ботанічного саду імені академіка О. В. Фоміна Марини Гайдаржи «Ботсад Університету сьогодні: життя перемагає темряву» засвідчує вічність життя. У дописі зазначалося: «Життя триває, насіння проростає, і у Ботанічному саду вже готуються до весняної висадки тисячі рослин, які прикрашатимуть наше місто протягом наступного сезону і ще багато років. Як символ надії у ці буремні дні, у великій субтропічній оранжереї Ботанічного саду знову квітує 200-річна пальма Лівістона» [2].

Символізм незламності та вірності національним традиціям став наскрізним мотивом університетської вебплатформи в умовах наступу на столицю. На особливу увагу в цьому контексті заслуговує матеріал «За силою духа – до Тараса на прощу» [6]. У ньому йшлося про проведений університетськими працівниками мітинг-реквієм з нагоди 208-ї річниці від дня народження Шевченка, що відбувся біля підніжжя пам'ятника поету. Унікальними для майбутніх історичних розвідок будуть розміщені в дописі світлина співробітників Університету на фоні Червоного корпусу, обкладеного захисними мішками з піском, порожньої Володимирської вулиці та ще не забезпеченого від можливих руйнувань пам'ятника Кобзареві.

Офіційний сайт Шевченкового університету одночасно виконував функцію хронікера воєнних злочинів агресора, документуючи загрози для освітньої інфраструктури. Матеріали сайту детально висвітлювали наслідки та ліквідацію ворожих ударів, від яких упродовж першого року війни систематично потерпав Університет. Зокрема, було зафіксовано руйнування від 16 березня 2022 року, коли постраждав корпус Факультету інформаційних технологій [13]; масштабну атаку 10 жовтня 2022 року, внаслідок якої зазнали ушкоджень Головний (Червоний) корпус, корпуси Навчально-наукового інституту філології, Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича та Хімічного факультету [3; 15]; а також удар 31 грудня 2022 року, який пошкодив Спортивний комплекс та навчальні корпуси поблизу станції метро «Виставковий центр» [18].

Таким чином, у публікаціях офіційного вебресурсу трагічні хроніки руйнувань тісно перепліталися з життєствердними наративами, що дозволяло підтримувати баланс між реалістичним відображенням воєнних загроз та плеканням оптимізму всередині академічної спільноти.

Узагальнений аналіз матеріалів офіційного сайту КНУ імені Тараса Шевченка підтверджує,

що вебресурс у повному обсязі зберіг функцію репрезентації повсякденної життєдіяльності закладу вищої освіти. Протягом першого року повномасштабного вторгнення на платформі систематично з'являлися матеріали, що розкривали різні сторони функціонування Університету: освітньо-наукові події, культурно-мистецькі та спортивні заходи, розвиток співпраці з партнерськими інституціями, закордонними навчальними закладами й комерційними компаніями. Окрему увагу було приділено інституційно-організаційній діяльності, зокрема висвітленню засідань Ректорату, Вченої ради, Приймальної комісії та Співки ректорів ЗВО України. Також медійно супроводжувалися рутинні, але критично важливі для життєзабезпечення громади процеси: кампанія з вакцинації співробітників та особливості перебігу вступної кампанії в умовах війни.

Характерною тенденцією воєнного періоду стало відчутне збільшення кількості матеріалів, що ілюструють соціальну місію Університету – благодійність, волонтерські ініціативи, допомогу Збройним Силам України, підтримку постраждалих громад та інтеграцію внутрішньо переміщених осіб. Окрім цього, вагоме місце в контент-структурі посіли публікації, спрямовані на національно-патріотичне виховання студентської молоді.

Інтенсивність та динаміку наповнення вебресурсу в досліджуваний період демонструють кількісні показники. Щомісячно на сайті з'являлося від 33 до 58 інформаційних матеріалів. Ураховуючи визначені хронологічні межі дослідження (з 24 лютого по 31 грудня 2022 року), показники за лютий відображають виключно публікаційну активність останніх днів місяця, що збіглися з початком повномасштабної агресії (див. табл. 1).

Таблиця 1
Дані розподілу кількості матеріалів по місяцях з 24.02.2022 по 31.12.2022

Місяць	Кількість публікацій
Лютий	5
Березень	43
Квітень	33
Травень	34
Червень	42
Липень	34
Серпень	32
Вересень	53
Жовтень	58
Листопад	45
Грудень	40

Кількісний пік публікаційної активності у вересні (53) та жовтні (58) цілком закономірно збігається з початком нового навчального року, адаптацією освітнього процесу до безпечових умов та медійним супроводом наслідків масованих ракетних обстрілів столиці у жовтні. Отримані статистичні дані свідчать про високу комунікаційну адаптивність Центру комунікацій КНУ, який зумів оперативно перезапустити та підтримувати сталу роботу головного цифрового медіа-каналу Університету в кризових умовах. Для глибшого розуміння специфіки контенту в умовах воєнного стану ці матеріали було диференційовано за тематичними напрямками (див. табл. 2).

Таблиця 2

Тематичний розподіл публікацій на сайті КНУ імені Тараса Шевченка

Тематичний напрям	Кількість
Управління університетом та організація освітнього процесу	73
Вступна кампанія та профорієнтація	30
Міжнародна співпраця та академічна дипломатія	59
Наукова діяльність, рейтинги та інновації	50
Партнерства з державними органами, бізнесом та громадським сектором	31
Безпека, здоров'я, психологічна підтримка, інфраструктура та відновлення	28
Волонтерство, благодійність, підтримка ЗСУ та соціальна місія	18
Меморіалізація, пам'ять і національно-патріотичний дискурс	22
Культурно-мистецькі та просвітницькі події	19
Спорт, студентське життя, кар'єра та досягнення спільноти	17
Інституційна репрезентація, іміджева та ціннісна комунікація	72
Разом за текстовим реєстром	419

Аналіз тематичної структури новинної стрічки офіційного вебсайту КНУ імені Тараса Шевченка засвідчив, що найбільшу частку становлять публікації, присвячені управлінню університетом та організації освітнього процесу (73 матеріали). Такий розподіл свідчить про пріоритетність забезпечення безперервності функціонування закладу вищої освіти, оперативного інформування університетської спільноти та координації діяльності структурних підрозділів в умовах воєнного стану.

Майже однаковою за обсягом є категорія «Інституційна репрезентація, іміджева та ціннісна комунікація» (72 матеріали). Це дає підстави стверджувати, що офіційний вебсайт виконував

не лише інформаційну, а й репрезентаційну функцію, спрямовану на підтримання інституційної ідентичності, консолідацію університетської спільноти та позиціонування КНУ імені Тараса Шевченка як одного з провідних закладів вищої освіти України в умовах повномасштабної війни.

Вагоме місце у структурі контенту посідають матеріали, присвячені міжнародній співпраці та академічній дипломатії (59 публікацій), що відображає активізацію взаємодії Університету із закордонними закладами вищої освіти, міжнародними організаціями та професійними академічними мережами. Значний масив становлять також публікації про наукову діяльність, рейтинги та інновації (50 матеріалів), які демонструють збереження наукової активності та міжнародної конкурентоспроможності університету попри виклики воєнного часу.

Водночас результати тематичної класифікації засвідчили появу нових змістових категорій, характерних саме для періоду повномасштабної війни. Зокрема, до них належать матеріали, присвячені питанням безпеки, психологічної підтримки, функціонування інфраструктури та її відновлення (28 публікацій), а також публікації про волонтерську діяльність, благодійні ініціативи, підтримку Збройних Сил України та реалізацію соціальної місії Університету (18 публікацій). Їх поява свідчить про розширення функціонального призначення корпоративного медіа, яке почало виконувати функції кризової комунікації та суспільної мобілізації.

Окрему тематичну групу становлять матеріали, присвячені меморіалізації, вшануванню пам'яті загиблих членів університетської спільноти та національно-патріотичній проблематиці (22 публікації). Їх систематична присутність у новинній стрічці свідчить про формування в корпоративних медіа нових комеморативних практик, зумовлених повномасштабною війною, та про посилення ролі університету як простору збереження колективної пам'яті.

Отже, результати структурно-тематичного аналізу підтверджують, що впродовж першого року повномасштабної війни офіційний вебсайт КНУ імені Тараса Шевченка зазнав не лише змістових, а й функціональних трансформацій. Поряд із традиційними завданнями інформування про освітню, наукову та міжнародну діяльність він набув ознак інструменту стратегічної кризової комунікації.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу виявити специфіку функціонування та структурно-тематичної трансформації новинної стрічки офіційного вебсайту КНУ імені Тараса

Шевченка як провідного корпоративного цифрового каналу комунікації впродовж першого року повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну.

По-перше, встановлено, що офіційний вебсайт забезпечував безперервну інформаційну підтримку діяльності Університету в умовах воєнного стану. Упродовж 24 лютого – 31 грудня 2022 року на вебресурсі було опубліковано 419 інформаційних матеріалів. Помісячний аналіз засвідчив стабільну інтенсивність публікаційної активності (від 33 до 58 матеріалів), а її найбільші показники у вересні та жовтні пов'язані з початком нового навчального року, адаптацією освітнього процесу до умов війни та висвітленням наслідків масованих ракетних ударів по Києву. Отримані результати свідчать про високу адаптивність корпоративного цифрового медіа до кризових умов.

По-друге, структурно-тематичний аналіз дозволив визначити основні напрями інформаційної політики Університету. Домінантними стали тематичні блоки «Управління університетом та організація освітнього процесу» (73 матеріали) та «Інституційна репрезентація, іміджева та ціннісна комунікація» (72 матеріали), що засвідчує переорієнтацію редакційної політики на забезпечення безперервності діяльності закладу вищої освіти, підтримання внутрішньої комунікації та консолідацію університетської спільноти. Водночас значна кількість публікацій, присвячених міжнародній співпраці та академічній дипломатії (59 матеріалів), а також науковій діяльності, рейтингам та інноваціям (50 матеріалів), підтверджує прагнення Університету зберегти міжнародну академічну суб'єктність і наукову активність навіть

в умовах війни.

По-третє, встановлено, що в досліджуваній період відбулася функціональна трансформація офіційного вебсайту. Поряд із традиційними інформаційною, репрезентаційною та іміджевою функціями він почав виконувати функції кризової комунікації, інституційної координації, міжнародної академічної дипломатії, документування наслідків російської агресії, меморіалізації та суспільної мобілізації. Поява нових тематичних категорій – безпеки, психологічної підтримки, волонтерства, соціальної місії та вшанування пам'яті загиблих – відображає адаптацію корпоративного цифрового медіа до нових суспільних викликів.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що впродовж першого року повномасштабної війни офіційний вебсайт КНУ імені Тараса Шевченка трансформувався з традиційного інформаційного ресурсу у багатофункціональний корпоративний цифровий медіаресурс, який забезпечував оперативну кризову комунікацію, підтримував інституційну стійкість університетської спільноти, репрезентував діяльність Університету в національному та міжнародному інформаційному просторі й водночас став важливим інструментом документування воєнної доби.

Перспективи подальших досліджень полягають у здійсненні порівняльного аналізу комунікаційних стратегій офіційних вебсайтів українських закладів вищої освіти в умовах повномасштабної війни, а також у дослідженні трансформації корпоративних цифрових медіа університетів на наступних етапах російсько-української війни.

Список літератури:

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») / упоряд. М. Лозинський, А. Яценко, Г. Яценко. 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: 24.06.2026).
2. Ботсад Університету сьогодні: життя перемагає темряву. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12126> (дата звернення: 24.06.2026).
3. Брифінг адміністрації КНУ щодо ліквідації наслідків терористичного акту рф 10 жовтня 2022 року. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/news/12446> (дата звернення: 24.06.2026).
4. Василик Т. І. Корпоративні медіа КНУ імені Тараса Шевченка як інструмент комунікації та інформаційної стійкості в умовах першого року повномасштабної війни. VII Міжнародна науково-практична конференція Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського до 175-ї річниці від дня народження Ісмаїла Гаспринського – видатного кримськотатарського культурного та громадсько-політичного діяча : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2026. С. 264–267. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-621-1-72>

5. Гоцур О. Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий–вересень 2022 року). *Communications and Communicative Technologies*. 2022. Вип. 22. С. 47–53. DOI: <https://doi.org/10.15421/292205>
6. За силою духу – до Тараса на прощу! *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/news/12130> (дата звернення: 23.06.2026).
7. Звернення до провідних функціонерів наукометричної спільноти світу. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12120> (дата звернення: 25.06.2026).
8. Звернення ректора до колективу КНУ імені Тараса Шевченка. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12114> (дата звернення: 25.06.2026).
9. Звернення ректора до колективу КНУ імені Тараса Шевченка. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12114> (дата звернення: 25.06.2026).
10. Звернення ректора за результатами засідання ректорату. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12116> (дата звернення: 24.06.2026).
11. Олтаржевський Д. О. Корпоративні комунікації в Україні в умовах війни з росією. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2022. Т. 2 (81). С. 73–85. DOI: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.81.5>
12. Онлайн-нарада з ректором КНУ: підсумки 28 лютого. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/en/news/12119> (дата звернення: 23.06.2026).
13. Погорелов О. В., Женченко М. І. Друковані чи онлайн? Досвід роботи українських місцевих медіа у перший рік війни. *Поліграфія і видавнича справа*. 2023. Т. 2 (86). С. 227–239. DOI: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2023-2-86-227-239>
14. Університет ліквідує наслідки ракетних обстрілів. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/news/12144> (дата звернення: 23.06.2026).
15. Університет отримує листи підтримки від іноземних колег. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/ua/news/12121> (дата звернення: 26.06.2026).
16. Університет працює над відновленням корпусів, пошкоджених ракетними обстрілами. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/news/12468> (дата звернення: 23.06.2026).
17. Чередник Л. А. Діяльність українських масмедіа під час російсько-української війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 2. С. 75–81. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.2.2022.263976>
18. Чернявська Л. В. Корпоративні комунікації в умовах війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75), № 5, Ч. 2. С. 336–343. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/49>
19. Шевченків університет потребує допомоги. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. URL: <https://knu.ua/news/12574> дата звернення: 23.06.2026)

Vasylyk T. I. FUNCTIONAL AND STRUCTURAL-THEMATIC TRANSFORMATIONS OF THE OFFICIAL WEBSITE NEWS FEED OF TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV UNDER FULL-SCALE WAR CONDITIONS (FEBRUARY 24 – DECEMBER 31, 2022)

Abstract. The article examines the functional characteristics and structural-thematic transformations of the news feed on the official website of Taras Shevchenko National University of Kyiv as the leading corporate digital medium of a higher education institution during the first year of the full-scale war, covering the period from 24 February to 31 December 2022. The relevance of the study is обусловлена the need for both theoretical and practical understanding of the role of leading university websites within the system of crisis communication under conditions of extreme socio-political challenges and wartime.

The methodological framework is based on the principles of systemacity, objectivity, and historicism. The principal research method is quantitative and qualitative content analysis of the information materials published on the University's official website during the study period. The empirical basis of the research comprises 419 news items, analysed according to their monthly publication dynamics and structural-thematic distribution. Statistical analysis revealed that the monthly publication output ranged from 33 to 58 items, while the highest publication activity recorded in September and October 2022 coincided with the beginning of the new academic year and media coverage of the consequences of massive missile attacks on Kyiv.

A detailed analysis of the website's content identified 11 thematic categories. The study demonstrates that the dominant directions of the University's information policy were «University Governance and the Organization of the Educational Process» (73 publications) and «Institutional Representation, Image-Building, and Value-Based Communication» (72 publications), indicating that the website primarily served the purposes

of crisis management, coordination of the university community, and ensuring the continuity of the educational process. The study also substantiates the functional expansion of the website: beyond its traditional role as an information platform, it evolved into an instrument of international academic diplomacy, a platform documenting the consequences of Russian aggression for the University's infrastructure, and a communication channel disseminating information about volunteer activities, charitable initiatives, and psychological support for the university community. Particular attention is paid to the integrative role of the website's content, which, through life-affirming narratives and commemorative practices, contributed to strengthening community cohesion, supporting the psychological resilience of staff and students, and maintaining a high level of trust in official sources of information during wartime.

The findings broaden scholarly understanding of the transformation of corporate digital media in higher education institutions under wartime conditions. For the first time, a comprehensive quantitative and qualitative analysis of the news feed of the official website of Taras Shevchenko National University of Kyiv as a corporate digital medium during the first year of the full-scale Russian invasion of Ukraine (24 February – 31 December 2022) has been conducted.

Keywords: *HEI website, corporate digital media, crisis communications, content analysis, Taras Shevchenko National University of Kyiv, information resilience, academic diplomacy.*

Дата першого надходження статті до видання: 03.07.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 27.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.09.2026