



Mass Culture as a Factor in the Formation of Collective Historical Memory

Maryana Sarapii

Zaporizhzhia National University, Ukraine

The *aim* of the article is to identify the interrelations between mass culture and the processes of forming collective historical memory within a mediatized communicative space. The study examines the processes of constructing collective historical memory in the contemporary Ukrainian socio-communicative environment, using the preservation of memory about the Holodomor in contemporary Ukrainian mass culture as a case study. To achieve this aim, a set of general scientific and specialized *methods* was employed. In particular, analysis and synthesis were used to summarize theoretical approaches to collective memory and mediatization; the comparative method was applied to juxtapose different forms of representing historical memory in mass culture; narrative analysis was used to interpret modes of constructing images of traumatic pasts; and the descriptive method served to record contemporary media practices of memory. The empirical basis of the research comprises media products of domestic mass culture about the Holodomor identified through monitoring – cinema, fiction, social advertising, animation, television projects, etc. (a total of 54 items as of 2025) – as well as an online survey titled “Mass Culture and the Formation of Collective Historical Memory,” conducted on the Facebook social network using Google Forms (91 respondents). The novelty of the study lies in the systematic description of media practices within the mass cultural environment related to the Holodomor, which attests to processes of mediatization of historical memory and the formation of collective historical memory. The *findings* demonstrate that within mass culture as a mediatized environment there occurs the construction, actualization, and emotional interpretation of historical pasts, combining rational (factual knowledge), emotional, and symbolic levels of understanding historical events. This is realized through the use of recognizable images, repetition of narratives and memory rituals. Analysis of media practices shows that processes of the formation of collective historical memory in the mass cultural sphere manifest through narrativity (journalistic, cinematic, and literary forms), symbolism (the formation of recognizable visual and semantic codes), simplification of complex historical events (short videos on social networks), ritualization, and viral dissemination of content. In mass culture, understood in the broadest sense to include media, these actors play a key role as repositories and sites where memory rituals occur, and as a medium of collective historical memory that ensures an emotional connection between generations.

Keywords: historical memory, collective historical memory, mediatization of memory, mass culture, processes of forming collective historical memory

Citation: Сарапій М. (2026). Масова культура як чинник формування колективної історичної пам'яті. *Наукові Записки Інституту Журналістики*, 88(1), 208–219.
<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2026.88.17>.

Copyright: © 2026 Maryana Sarapii. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forms is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted if it does not comply with these terms.



У світі соціальних комунікацій

Масова культура як чинник формування колективної історичної пам'яті

Мар'яна Сарапій

Запорізький національний університет, Україна

Метою статті є виявлення взаємозв'язків між масовою культурою й процесами формування колективної історичної пам'яті в умовах медіатизованого комунікаційного простору. Предметом дослідження є процеси формування колективної історичної пам'яті в сучасному українському соціальнокомунікаційному просторі на прикладі збереження історичної пам'яті про Голодомор в сучасній масовій українській культурі. Для досягнення поставленої мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів: застосовано аналіз і синтез – для узагальнення теоретичних підходів до розуміння колективної пам'яті та медіатизації; порівняльний метод – для зіставлення різних форм репрезентації історичної пам'яті в масовій культурі; нарративний аналіз – для осмислення способів конструювання образів травматичного минулого; описовий метод – для фіксації сучасних медіапрактик пам'яті. Емпіричну базу дослідження становлять виявлені методом моніторингу медіапродукти вітчизняної масової культури про Голодомор – кіно, художня література, соціальна реклама, мультфільм, телепроекти тощо (всього 54 станом на 2025 р.), а також онлайн-опитування «Масова культура та формування колективної історичної пам'яті», проведене у соціальній мережі Facebook із використанням платформи Google Forms (опитано 91-го респондента). Новизна дослідження полягає в системному описі медіапрактик у середовищі масової культури, пов'язаних із Голодомором, що засвідчує процеси медіатизації історичної пам'яті та формування колективної історичної пам'яті. Результати дослідження засвідчують: у межах масової культури як медіатизованого середовища відбувається конструювання, актуалізація та емоційна інтерпретація історичного минулого, де поєднано раціональний (фактичні знання), емоційний та символічний рівні осмислення історичних подій, що реалізується через використання впізнаваних образів, повторення нарративів та ритуалів пам'яті. Аналіз медіапрактик засвідчує, що процеси формування колективної історичної пам'яті в масовокультурному середовищі виявляються через нарративність (журналістські, кінематографічні та літературні форми), символізм (формування впізнаваних візуальних і семантичних кодів), спрощення складних історичних подій (короткі відео у соціальних мережах), ритуалізацію та вірусне поширення контенту. У масовій культурі медіа у найширшому розумінні цього слова відіграють ключову роль суб'єкта пам'яті – сховища та місця, де відбуваються ритуали пам'яті, а також медіумом колективної історичної пам'яті, що забезпечує емоційний зв'язок між поколіннями.

Ключові слова: історична пам'ять, колективна історична пам'ять, медіатизація пам'яті, масова культура, процеси формування колективної історичної пам'яті

У сучасному українському інформаційно-комунікаційному просторі процеси формування колективної історичної пам'яті в більшості випадків відбуваються в полі

Мар'яна Сарапій  <https://orcid.org/0000-0002-5567-0920>

Цю статтю було опубліковано спочатку онлайн 04 червня 2026 р. Вона є результатом дослідження аспірантки факультету журналістики Запорізького національного університету, проведеного в межах науково-дослідницької роботи над кандидатською дисертацією «Медіатизація пам'яті в українських регіональних ЗМІ», що виконується на кафедрі видавничої справи та редагування.

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів. У розробленні дослідження, зборі, аналізі чи інтерпретації даних, у написанні рукопису спонсори участі не брали.

Кореспонденцію щодо цієї статті слід адресувати Мар'яні Сарапій: mar2704@ukr.net.



масової культури та медіа у найширшому розумінні цього поняття. Медіа розглядаються як невід'ємний компонент масової культури суспільства, де масова культура знаходить максимальний розвиток та середовище для функціонування. Феномен взаємодії масової культури та колективної історичної пам'яті набуває особливої значущості в умовах інтенсивної медіатизації суспільного життя. У статті описується система медіапрактик (кіно, художня література, соціальна реклама, мультимедіа, соціальні мережі, освітні платформи), які продукують, транслюють і актуалізують наративи про минуле, формуючи спільні уявлення про історичні події. Предметом аналізу є процеси формування колективної історичної пам'яті в сучасному медіатизованому соціальнокомунікаційному просторі на прикладі поширення історичної пам'яті про Голодомор у масовій українській культурі. Ці процеси відображаються через наповнення інформаційного простору медіапродуктами на історичну тематику.

Теоретичне підґрунтя

Попри наявність значного теоретичного доробку, присвяченого проблематиці формування колективної пам'яті, наприклад, праці А. Ассман (2011), Я. Ассмана (1995), М. Гальбакса (1992), Дж. Оліка (1999), П. Нора (1989) та інших, в українському науковому дискурсі все ще бракує наукових досліджень, які дали б змогу простежити процеси формування колективної історичної пам'яті засобами масової культури, складником якої є медіа. Осмислення теми ускладнюється розумінням поняття «масова культура» (Ткаченко, 2013, с. 24). Особливо відчувається відсутність праць у сфері української масової культури, її тенденцій та особливостей розвитку в умовах творення власних історичних міфів та формування колективної історичної пам'яті з одночасним руйнуванням наративів країни-агресорки.

Теоретико-методологічну основу дослідження становить соціальнокомунікаційний підхід, що поєднує теоретичний аналіз проблеми розуміння колективної пам'яті (Assmann, 2011; Assmann & Czaplicka, 1995; Halbwachs, 1992; Nora, 1989) з емпіричним вивченням медіапрактик її формування в умовах сучасної вітчизняної масової культури. У межах цього підходу *масова культура* розуміється як штучно створене комунікаційне середовище (Macdonald, 1953) продукування, поширення та інтерпретації наративів (у нашому випадку на історичну тематику), *медіатизація* – як процес трансформації пам'яті під впливом медіа (Hoskins, 2001) та процес взаємопов'язаної індивідуальної, соціальної та культурної медіазалежності спільноти (Hoskins, 2014, р. 661). У контексті дослідження важливим є розрізнення «історичної» та «колективної» пам'яті. Ці поняття перетинаються, проте не є тотожними. «*Історична пам'ять*» є сукупністю уявлень про минуле, які формуються на основі історичних досліджень, державної політики, освіти та культури, поширюється в записках, книгах, свідченнях людей тощо, тобто зафіксована в письмових наративах, претендує на об'єктивність (Halbwachs, 1992, р. 51). Поняття «*колективна пам'ять*» розуміється як спільні уявлення, сформовані тривалим, складним процесом конструювання, збереження та передавання значущої для певної групи (спільноти, нації, етносу, покоління тощо) минувшини, що здійснюється через соціальну взаємодію в теперішньому часі. Головна функція колективної пам'яті полягає у встановленні зв'язків спільноти з минулим через святкування, обряди, традиції або навіть заперечення певних сторінок історії (Hoskins, 2001). Це «активне минуле» формує ідентичність спільноти та базується на спільному досвіді (Olick, 1999, р. 335), допомагає зберегти цінності та норми. Лише частина історичної пам'яті може стати надбанням колективної історичної пам'яті, що корелює, зокрема, з процесами її медіатизації та введенням в площину масової культури. Теоретико-методологічна база медіатизації пам'яті розглянуто в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців Р. Адріансена (Adriaansen, 2025), Е. Госпінса (Hoskins, 2001, 2014),



Н.Дакович (Daković, 2021), С. Мандолессі (Mandolessi, 2023, 2024), Т.Хітрової (2017), Я. Яненка (2025) та іншими. Попри значний науковий доробок із медіатизації пам'яті поза увагою залишається наукове осмислення впливу української масової культури на процеси формування колективної історичної пам'яті в медіатизованому комунікаційному просторі.

Метою статті є виявлення взаємозв'язків між масовою культурою й процесами формування колективної історичної пам'яті в умовах медіатизованого комунікаційного простору.

Метод

У статті використано комплекс методів, що дало можливість всебічно проаналізувати обрану проблематику. Так, метод аналізу наукової літератури застосовано для формування теоретичного підґрунтя дослідження, зокрема для окреслення ключових підходів до розуміння кореляції понять масова культура, медіатизація, історична пам'ять та колективна історична пам'ять. Метод моніторингу медіапростору дозволив виявити медіапродукти вітчизняної масової культури про Голодомор, що засвідчує процеси медіатизації історичної пам'яті засобами масової культури – кіно, художня література, соціальна реклама, мультфільм, телепроекти тощо (всього 54) станом на 2025 р. Онлайн-опитування (91 респондент) проведене через відкрите посилання в соціальній мережі Facebook із використанням платформи Google Forms є лише індикатором актуальних тенденцій у медіапрактиках. Вибір цього інструменту зумовлений тим, що соціальні мережі є ключовим простором функціонування масової культури, а також середовищем активного споживання й поширення медіаконтенту на історичну тематику. Вибірка сформована за принципом доступності та добровільної участі респондентів, які мають інтерес до теми дослідження. Опитування було спрямоване на виявлення уявлень щодо ролі масової культури у формуванні історичної пам'яті, довіри до різних форматів масової культури та участі в ритуалах пам'яті. Анкета складається з блоків, що охоплювали соціодемографічні характеристики респондентів, джерела отримання знань про історичні події, оцінку впливу масової культури на інтерпретацію минулого, а також ставлення до ризиків спрощення історичної інформації, оприлюдненої засобами масової культури. Окремий блок відкритих запитань дав змогу зібрати якісні дані щодо персонального досвіду взаємодії з продуктами масової культури та суб'єктивного осмислення їхнього впливу. Дослідження поєднує якісний (контент-аналіз медіапродуктів і тематичний аналіз відкритих відповідей) та кількісний компоненти (онлайн-опитування). Такий підхід дозволяє простежити та інтерпретувати взаємозалежності між масовою культурою та суб'єктивними уявленнями про процеси запам'ятовування історичних подій.

Результати та обговорення

Для обґрунтування взаємозв'язку масової культури та процесів формування колективної історичної пам'яті в умовах медіатизованого комунікаційного простору окреслимо базові поняття дослідження. Нам імпонує розуміння генезису *масової культури*, окреслене Д. Макдональдом: «масова культура певною мірою є продовженням старого народного мистецтва, яке до промислової революції було культурою простого народу» (Macdonald, 1953, р. 2). Не погодимося із автором, що масова культура «руйнує всі цінності» (Macdonald, 1953, р. 5). Масова культура з усім потужним інструментарієм (до якого належать і медіа) здатна створювати, змінювати, поглиблювати та розвивати цінності. Процеси формування колективної історичної пам'яті засобами масової культури, згадує,



цитуючи Д. Чемберса та Де. Калберта, Е. Хоскінс: «Громадська пам'ять про війни XX століття була створена не стільки на основі спогадів про минуле, скільки на основі штучно сформованого минулого, яке значною мірою формували зображення в документальних фільмах, художніх фільмах та телепередачах» (Hoskins, 2001, р. 336). Тобто йдеться про конструювання історії через медіатексти. Дослідник окреслює феномен нової пам'яті, створеної за допомогою медіа: «ключова динаміка пам'яті, сформованої в теперішньому, є штучною» (*йдеться про колективну пам'ять – автор*), «та, перш за все, опосередкованою» (Hoskins, 2001, р. 335). Це конструює нову реальність – *нову пам'ять*, яка є динамічною, глобальною та постійно оновлюваною засобами медіа (р. 343). Розуміння динаміки формування колективної історичної пам'яті через медіатизацію сьогодні є розширення локалізації *місць пам'яті* (термін за Nora, 1989), які матеріалізуються не лише в реальному світі (кладовища, пам'ятники, архіви, музеї тощо), а й у віртуальному (наприклад, сайти музеїв, книги пам'яті, платформи пам'яті, наприклад, «Меморіал» тощо). До віртуальних місць пам'яті належать також соціальні мережі: український сегмент Facebook, Instagram, TikTok наповнений текстами про вшанування пам'яті полеглих у російсько-українській війні. Поряд із оголошенням про смерть на офіційних каналах можна спостерігати поширення інформації й на персональних сторінках та подальше вірусне оприлюднення. Індивідуальна історична пам'ять через можливе вірусне поширення може долати межі персональної інформації й утворювати палітру загальних (колективних) уявлень про, наприклад, втрату найкращих, звияжність, героїзм та самопожертву українського народу. Вияви масової культури – «сучасний кінематограф, поп- і рокмузика, телебачення, масова художня література, засоби масової комунікації – радіо-FM, мобільний зв'язок, інтернет-комунікації та комп'ютерні ігри тощо» (Дротянко, 2013, с. 5), – можуть також презентувати медіапрактики пам'яті. Цей перелік розширюється через прояви масової культури в усіх сферах життєдіяльності сучасного суспільства. Так, Г. Беженар фіксує прояви маскульту в індустрії дитинства, масовій загальноосвітній школі, засобах масової інформації, системі національної ідеології та пропаганди, масовій соціальній міфології, індустрії дозвілля тощо (Беженар, 2020, с. 16–17). У системі національної ідеології та пропаганди на державному рівні запроваджено День пам'яті жертв голодоморів (пам'ятний день в Україні, що припадає на четверту суботу листопада), діяльність Українського інституту національної пам'яті та Національного музею Голодомору-геноциду тощо.

Для ілюстрації процесів формування колективної історичної пам'яті засобами масової культури було обрано тему Голодомору в Україні, що дає змогу простежити презентації історичної пам'яті в умовах медіатизованого комунікаційного простору. Як бачимо з Рис. 1, отримання базової інформації відбувається через заклади освіти. Для аналізованої групи реципієнтів головним джерелом історичної інформації є навчальна програма з історії. Процеси медіатизації поширюються не лише на підручники та навчальні посібники, а й на викладені в інтернеті заняття в різних форматах, наприклад, відео-уроки Всеукраїнської школи онлайн (<https://lms.e-school.net.ua>), та численні конкурси для дітей та юнацтва – від малюнків до написання есе про історію родини. У цьому випадку пам'ять є живою, поширюється із вуст в уста, а також медіатизується через ресурси оприлюднення інформації. Готові презентації та сценарії виховних годин для початкових класів (наприклад, матеріали на Naurok і бібліотеках для вчителів) демонструють, як тема Голодомору стандартизовано подається в навчальному процесі. Ці матеріали часто містять візуальні символи (свічка, колосок) й адаптовані тексти для дітей. В українському освітньому просторі як медіапрактики збереження пам'яті можемо спостерігати оприлюднені розробки уроків, методичні рекомендації, які мають визначену мету – формування історичної пам'яті. Фахівці онлайн-платформи для вчителів JustClass радять: «День пам'яті жертв Голодомору в школі варто проводити так, щоб діти не відчували страху, але розуміли масштаб трагедії» (Ляшенко, 2025). Історичні події про Голодомор



описуються в дитячій літературі, наприклад, тексти Катерини Єгорушкіної «Скрина» (2020) та Зоряни Живки «Ангел на ймення Грушка» (2023). Як зауважує М. Семенченко на сайті «Українського тижня»: «Ще 10–15 років тому було складно відшукати дитячу літературу, присвячену Голодомору 1932–1933 років. Батьки та вчителі могли скористатися хіба що кількома творами, написаними раніше. Це, наприклад, “Легенда про колоски” Віри Вовк 1954-го року, повість Ольги Мак “Каміння під косою” (двічі перевидавалася в незалежній Україні) і її оповідання “Розігріті душі”, а ще спогади сільської вчительки, очевидиці Голодомору Анастасії Лисивець “Скажи про щасливе життя”, написані 1976 року. Книжка побачила світ лише у 1993 році у видавництві “Веселка»» (Семенченко, 2023). У роботі журналістки описано 13 дитячих видань на окреслену тематику. Публікація вийшла в листопаді до Дня пам’яті жертв голодоморів, виконує функцію медіатизації історичної пам’яті через привернення уваги до медіапродуктів, у нашому випадку – дитячої літератури. В українському масовокультурному просторі є мультиплікаційний фільм про Голодомор «Голодний Дух» (художниця-постановниця стрічки Аліна Харченко). У середній та старшій школі під час навчального процесу поглиблюються базові знання про цю трагедію. Національний музей Голодомору-геноциду розробляє освітні програми, цифрові історії та матеріали для шкіл і сімей; музейні проекти транслюють офіційні наративи й стандартизовані візуальні образи, які входять у медіапрактику збереження пам’яті (екскурсії, інтерактиви, буклети). Український інститут національної пам’яті (УІНП) публікує набори візуальних і відеоматеріалів для поширення в школах і соцмережах, що робить пам’ять про Голодомор частиною масових освітніх кампаній для молоді. Креативною командою «Young & Hungry Production» за підтримки Міністерства інформаційної політики та за участі Українського інституту національної пам’яті і Центру досліджень визвольного руху було створено соціальну рекламу «Ти приніс мені яблуко» (2023) (<https://uinp.gov.ua/aktualni-temy/materialy-pro-golodomor-1932-1933>).

Різноманіття медіаформ – від освітніх проєктів і дитячої літератури до кінематографа, соціальної реклами та цифрових ритуалів пам’яті – не є сукупністю розрізнених прикладів, а утворює цілісне комунікаційне поле масової культури, у межах якого відбувається трансляція, актуалізація та емоційне закріплення історичних наративів про Голодомор та формування колективної історичної пам’яті через наративи медіатекстів (фільми, журналістика, література тощо).

Історичні наративи активно поширюються в соціальних мережах. Як показало проведене автором дослідження, найчастіше опитані реципієнти отримують історичну інформацію із соціальних мереж (65%), на другому місці – книги (54%), на третьому – шкільна чи університетська програма (44%). Викривлення результатів може бути через високу освіченість реципієнтів – лише 8% опитаних мають середню освіту. Попри все, результати вказують на поєднання інституційних й неінституційних каналів формування історичної пам’яті (див. рис. 1). Значна роль соціальних мереж підтверджує зміщення акценту з традиційних форм передавання історичного знання (родинні перекази, освіта, музеї, виставки тощо) до цифрових форматів (соціальні мережі), а також художньої масової культури (книги, кінематограф). Освітні інституції формують базову, засновану на фактах, версію історичної пам’яті, тоді як соціальні мережі, художня література, кінематограф забезпечують її актуалізацію та емоційне залучення. Сучасні медіапрактики засвідчують перехід від інституційного зберігання минулого (архіви, документалістика, наукова історична література, заклади освіти) до маскультурних практик пам’яті, наприклад, рілси в Instagram, короткі відео на YouTube-каналі чи TikTok тощо. Короткі, привабливі, емоційно насичені відео заступають складні тексти чи довгі відео. Подання інформації в соціальних мережах формує в аудиторії «кліпове мислення» – суспільство звикає до коротких візуальних форматів подання інформації. На цьому етапі виникають ризики спрощення та втрати контексту, «у таких відео потрібно вкласти найголовніше, щоб



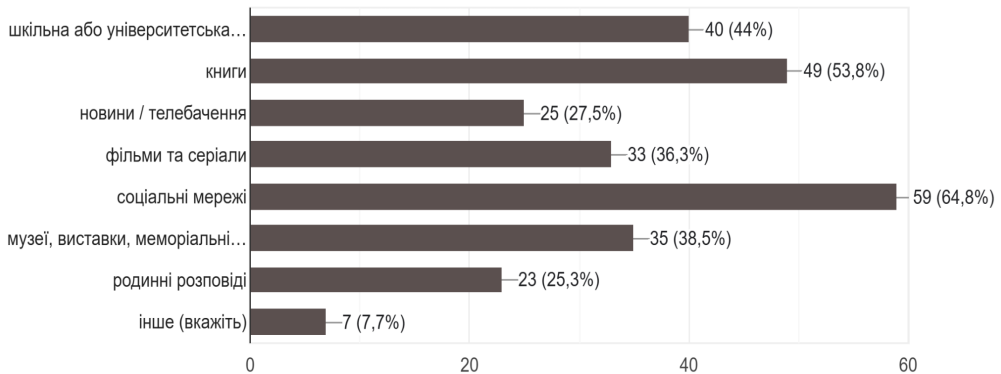
аудиторія зрозуміла суть, але через короткий формат» (Абдуллаєва, 2026). Примітивізація інформаційних історичних потоків у масовій культурі є природним процесом. Розпорошені уривки інформації залишають лише загальні уявлення про історичні події, що також може вплинути на формування колективної історичної пам'яті.

Рисунок 1.

Джерела отримання інформації на історичну тематику

З яких джерел ви найчастіше отримуєте інформацію про історичні події XX століття?(оберіть до трьох варіантів)

91 відповідь



Автором не виявлено промислово виготовлених іграшок, комп'ютерних ігор на тему Голодомору, що мало би на меті поширення колективної історичної пам'яті через індустрію розваг. Немає мемів, коміксів, анекдотів тощо, що засвідчує табування та сакральність означеної тематики, сприйняття її як морально чутливого контенту. На запитання «Як ви ставитеся до використання мемів і гумору на травматичні історичні теми, наприклад, про Голодомор?» 53% респондентів відповіли «негативно», хоча загалом існує схвалення на використання мемів і гумору на історичну тематику. Лише близько 25% респондентів відповіли «скоріше негативно» та «негативно» (див. рис. 2).

Схвалення гумору щодо інших історичних тем і неприйняття його у випадку Голодомору демонструє вибірковість масовокультурних медіапрактик пам'яті. Це підтверджує, що не всі інструменти масової культури є однаково прийнятними для репрезентації травматичного минулого, а межі допустимого визначаються колективними етичними нормами та культурними табу.

Колективна пам'ять про Голодомор в українському суспільстві є живою та персоніфікованою. Медіапроекти прив'язані до конкретних локацій та історій із життя, що дозволяє говорити про цю подію не загалом, а конкретно, описуючи долі людей. «Самі медіа та медійні продукти стали частиною колективної пам'яті, взявши на себе роль “місць пам'яті”, простору усвідомлення та підтримання історичної/етнічної/національної/соціальної ідентичності» (Хітрова, 2017, с. 163). Сайт Національного музею Голодомору-геноциду є інституційним місцем пам'яті, що поєднує музейну експозицію, документальні матеріали, мультимедійні інсталяції та освітні медіапроекти (<https://holodomormuseum.org.ua>).

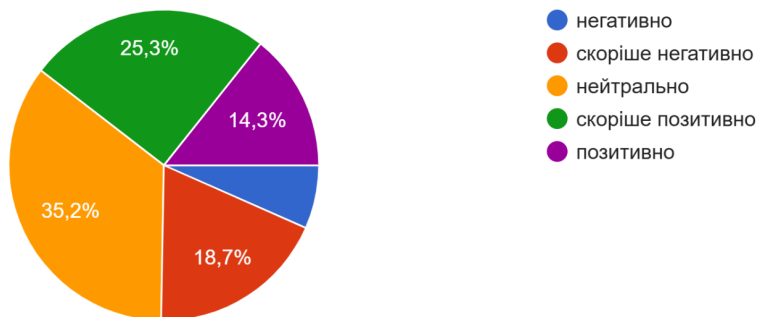


Рисунок 2.

Ставлення до використання гумору у висвітленні історичної тематики

Як ви ставитеся до використання мемів і гумору на історичні теми?

91 відповідь



Український кінематограф має значний доробок на означену тематику: рубрика «Фільми про Голодомор» сайту Музею Голодомору нараховує 39 документальних та художніх фільмів. На запитання «Чи траплялося вам після перегляду фільму, серіалу або відвідання виставки змінювати або уточнювати власне розуміння історичної події?» 88% опитаних дали ствердну відповідь. До переліку медіапродуктів для додаткового осмислення, відтворення, а відповідно й запам'ятовування аналізованої тематики сьогодні можна віднести й журналістські матеріали, наприклад, «Реальна історія з Акімом Галімовим. Голодомор». На запорізькому регіональному телебаченні (МТМ) до пам'ятної дати вшанування жертв Голодомору було випущено проєкт «Істфакт. Голодомор 30-х – геноцид: причини, масштаби та факти. Як виживали українці». Відео присвячене аналізу причин, масштабів та жахливих фактів штучного голоду в Україні. Поряд із сухими історичними фактами ведуча та запрошена гостя подавали історії своїх родин: мати гості у віці 9 років знайшла на полі дохлу ворону і принесла додому; бабуся плакала, але варила з неї м'ясо на весь тиждень для чотирьох дітей. Учасники програми актуалізують *пасивну пам'ять* (архівні дані), перетворюючи її в *активну* (терміни за Hoskins, 2001, р. 335) через персоніфікацію та емоційний виклад. Це свідомі зусилля, щоб зафіксувати певну версію історії та передати її наступним поколінням. У нашому опитуванні на запитання «Які емоції найчастіше викликає у вас історичний травматичний контент масової культури (наприклад, про масовий голод в Україні)?» респонденти визнали, що домінантними емоційними реакціями на історичний травматичний контент є співчуття, сум та обурення (див. рис. 3).

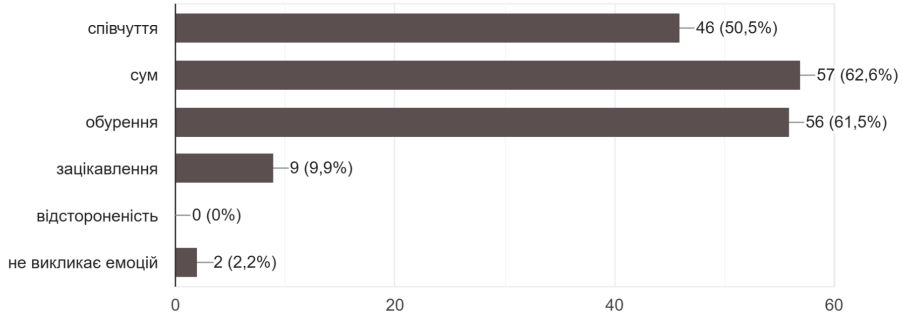


Рисунок 3.

Емоцій, які виникають при споживанні історичного травматичного контенту

Які емоції найчастіше викликає у вас історичний травматичний контент масової культури (наприклад, про масовий голод в Україні)?

91 відповідь



Це свідчить про високий рівень емоційної залученості реципієнтів, що може бути чинником перетворення історичної пам'яті (базових знань) на елемент колективної пам'яті, в А. Ассман – *пам'яті-сховища й функціональної пам'яті* (Assmann, 2011, р. 127). Емоційний вимір сприйняття масовокультурних репрезентацій історичних подій має сприяти не лише запам'ятовуванню фактів, а й формуванню моральних оцінок минулого та відчуття особистої причетності до національної історії. Масова культура виступає ефективним інструментом емоційного посередництва між історичним знанням і сучасним реципієнтом. Ці процеси (запам'ятовування та забування) на думку опитаних мають бути контрольованими державними інституціями (97%), ствердні відповіді супроводжувалися коментарями – «лише формувати й направляти, а не контролювати», «сприяти поширенню та розвитку», «в рамках державної політики», реципієнти також зазначили важливу роль громадянського суспільства у формуванні колективної історичної пам'яті для протидії російським наративам.

В інформаційному просторі можемо спостерігати різні опції неінституційного медіапродукту на політичну та історичну тематики, що є характеристикою громадянського суспільства на (автономність від держави, добровільна участь, самоорганізація, сприяння розвитку демократії тощо). До цієї категорії можемо віднести українських блогерів зі значною аудиторією, які медіатизують колективну історичну пам'ять. Віталій Дрібниця («Vox veritatis». Голос правди), Євгеній Мороз (Morozenko), Євгеній Мороз («KVITAN». Неприємний співрозмовник), Андрій Попик, Станіслав Чумак та інші у доступній й часто емоційній формі розповідають історію України росіянам, розвінчуючи міфи російської пропаганди, одночасно спрямовуючи інформацію на українську аудиторію Chatroulette. Актуалізовані потоки історичної інформації достатньо аргументовані, позначені динамікою, гумором, видовишністю, проте мають фрагментарний та несистемний характер. Такі матеріали не створюють фундаментальну, базову історичну пам'ять (сховище), а є корисними в контексті формування позитивного ставлення до власної історії та культури, що надає цій інформації ознак функціональності.

Сьогодні більшість проєктів масової культури про Голодомор віртуалізуються. Акція «Запали свічку пам'яті» реалізується не лише у реальному часі, а й віртуально, має вірусну природу – поширюється в соціальних медіа на персональних та офіційних



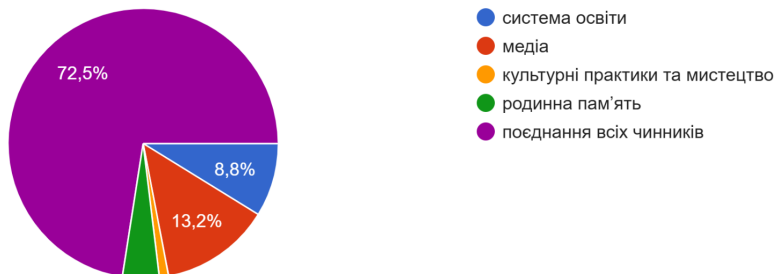
сторінках. Значна частина опитаних повідомила про участь у таких практиках як в онлайн-, так і в офлайн-форматах (57% опитаних). Ритуали пам'яті як елемент масової культури є важливим чинником формування спільного символічного простору, у межах якого індивідуальні емоції та переживання інтегруються у колективний досвід. «Масова культура оперує спрощеними, але потужними образами про Голодомор, наприклад, “п’яти колосків”, “яблука”, що має тиражуватися в мерчі, плакатах чи соціальних мережах. Це яскравий приклад медіатизації – перетворення інформації про трагедію на впізнаваний візуальний код» (Сарапій, 2025, с. 97). Сьогодні символом вшанування пам’яті жертв Голодомору є також «Мелодія ля-мінор» Мирослава Скорика. В умовах російсько-української війни важливим символічним ритуалом пошани, подяки та пам’яті на честь полеглих воїнів та мирних жителів, які віддали життя за незалежність країни, є хвилина мовчання. Символізація та ритуалізація історичних подій у масовій культурі пов’язується з тривалим, складним процесом конструювання колективної історичної пам’яті, встановленням зв’язків сучасників із минулим через конкретні дії. Опитані реципієнти відзначають роль освіти та взаємодію всіх каналів отримання інформації й сприймають процес формування колективної історичної пам’яті як результат сукупної взаємодії каналів комунікації – 72,5% (див. рис. 4).

Рисунок 4.

Чинники формування колективної історичної пам’яті

Що, на вашу думку, найбільше впливає на формування колективної історичної пам’яті?

91 відповідь



Формування колективної історичної пам’яті залежить від системної повторюваності, перехресного впливу інституційних (освіта, музеї, журналістика тощо) і неінституційних (блогерство, створення дописів користувачами соціальних мереж, репости історичної інформації тощо) практик.

Висновки

У межах масової культури як медіатизованого середовища відбувається конструювання, актуалізація та емоційна інтерпретація історичного минулого, що в умовах масовокомунікаційних процесів корелює з формуванням когнітивних, емоційних та символічних вимірів колективної пам’яті. Наповнення інформаційного простору медіапродуктами на історичну тематику (на прикладі медіатизації історичної пам’яті про Голодомор) створює передумови для формування колективної історичної пам’яті. Отримані результати, у межах дослідженої вибірки респондентів, дозволяють зауважити, що освіта забезпечує формування базового когнітивного каркасу історичної пам’яті, тоді як масова культура та медіа виконують функцію переведення знання з архівного збереження



(у нас – історична пам'ять) у площину емоційної причетності, що пов'язується із формуванням колективної історичної пам'яті. У середовищі масової культури поєднано раціональний (фактичні знання), емоційний та символічний рівні осмислення історичних подій, що реалізується через використання впізнаваних образів, повторення наративів та ритуалів пам'яті. Це явище сприяє стійкості історичної пам'яті в умовах сучасного соціокомунікаційного середовища та формування колективної пам'яті. Аналіз медіапрактик засвідчує, що процеси формування колективної історичної пам'яті в масовокультурному середовищі виявляються через наративність (журналістські, кінематографічні та літературні форми), символізм (формування впізнаваних візуальних і семантичних кодів), спрощення складних історичних подій (короткі відео у соціальних мережах), ритуалізацію та вірусне поширення контенту. Опитані респонденти зазначили важливість емоційної залученості в процесі засвоєння історичного контенту, який представлений, насамперед, медіапродуктами масової культури. Водночас результати дослідження вказують на наявність культурних обмежень у використанні окремих медіаінструментів – травматичні історичні теми демонструють вищий рівень нормативної регуляції, що проявляється у вибіркового прийнятті гумору, мемів та інших форм спрощеної репрезентації. Це свідчить про існування етичних меж медіатизації пам'яті, які формуються в межах колективних культурних норм.

Разом з очевидністю отриманих результатів зауважимо про методологічні обмеження дослідження: незначна кількість респондентів та ефект самовідбору не дозволяють екстраполювати висновки на ширшу популяцію. У цьому контексті результати мають розвідувальний характер і фіксують тенденції, притаманні досліджуваній групі респондентів. Перспективи подальших досліджень полягають у застосуванні репрезентативних вибірок, а також у порівняльному аналізі різних історичних кейсів, що дасть змогу уточнити варіативність механізмів медіатизації історичної пам'яті в різних культурних і медіасередовищах з метою конструювання спільних уявлень про минуле через культуру, освіту, традиції, медіа, політику та інше.

Декларація про генеративний штучний інтелект та технології, що використовують штучний інтелект у процесі написання. Під час підготовки цієї статті авторка використовувала ChatGPT для пошуку наукових джерел. Після використання цього інструмента повні тексти джерел було прочитано та опрацьовано. Крім ChatGPT, для пошуку джерел було використано пошукову систему Google та інструменти Copilot, а також архіви онлайн-бібліотеки В. Вернадського. Для аналізу змісту джерел також використовувався інструмент notebooklm.google.com (цей ресурс дає можливість зрозуміти, чи варто витрачати час на читання та перегляд джерел).

Автор статті несе повну відповідальність за правильне використання та цитування джерел.

Посилання

- Adriaansen, R., Smit, R. (2025). Collective memory and social media. *Current Opinion in Psychology*. 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2025.102077>.
- Assmann, A. (2011). Cultural memory and Western civilization: Functions, media, archives. Cambridge University Press. https://assets.cambridge.org/97805211/65877/frontmatter/9780521165877_frontmatter.pdf.
- Assmann, J., & Czaplicka, J. (1995). Collective memory and cultural identity. *New German Critique*, 65, 125–133.
- Daković, N. (2021). Digital turn—memory studies. *The IPSI. Transactions on Internet Research*. 17(2). 2–7. <https://ipsitransactions.org/journals/papers/tir/2021jul/p2.pdf>
- Halbwachs, M. (1992). On collective memory (L. A. Coser, Trans.). University of Chicago Press. (Original work published 1950) <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/O/bo3619875.html>.



- Hoskins, A. (2001). New memory: Mediating history. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 21(4), 333–346. <https://doi.org/10.1080/01439680120075473>.
- Hoskins, A. (2014). The Mediatization of Memory. *Mediatization of Communication*. Publisher : De GruyterEditors: Knut Lundby, 661–679. https://www.researchgate.net/publication/271014088_The_Mediatization_of_Memory.
- Macdonald, D. (1953). Theory of Mass Culture. *Diogenes*, 1(3), 1–17. <https://doi.org/10.1177/039219215300100301>.
- Mandolessi, S. (2023). The Digital Turn in Memory Studies. *Memory Studies*, №16 (6), 1513–1528. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17506980231204201>.
- Mandolessi, S. (2024). Memory in the digital age. *Open Res Europe*. <https://doi.org/10.12688/openreseurope.16228.2>.
- Nora, P. (1989). Between memory and history: Les lieux de mémoire. *Representations*, 26, 7–24. <https://www.jstor.org/stable/2928520>.
- Olick, J. K. (1999). Collective memory: The two cultures. *Sociological Theory*, 17(3), 333–348. <http://www.jstor.org/stable/370189>.
- Абдуллаєва, Л. (2026). Reels-журналістика: як короткі відео змінили споживання новин [Reels Journalism: How Short-Form Video Has Transformed News Consumption]. *Медіакритика*. <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analytyka/reels-zhurnalistyka-yak-korotki-video-zminyly-spozhyvannya-novyn.html>.
- Беженар, Г. (2020). *Теорія масової культури : курс лекцій* [Mass Culture Theory: A Lecture Course]. Київ. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 49.
- Дротянко, Л. (2013). Масова культура і масова свідомість в умовах глобалізації [Mass Culture and Mass Consciousness in the Context of Globalization]. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*, 1(17), 5–9.
- Ляшенко, О. (2025). День пам'яті жертв Голодомору в школі: ідеї уроків та заходів [Holodomor Remembrance Day at School: Lesson and Event Ideas]. <https://justclass.com.ua/blog/den-pamyati-zhertv-golodomoru-v-shkoli-ideyi-urokiv-ta-zahodiv>.
- Сарапій, М. (2025). Процеси формування історичної пам'яті про Голодомор у масовій культурі [Processes of Forming Historical Memory of the Holodomor in Mass Culture]. *Деколонізація: міждисциплінарний дискурс, медійна оптика, інформаційно-комунікаційні засоби в популяризації в громадянському суспільстві: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. 96–100.
- Семенченко, М. (2023, 27 листопада). Пам'ять і сила, а не страх: дитячі книжки про Голодомор [Memory and Strength, Not Fear: Children's Books About the Holodomor]. *Український тиждень*. <https://tyzhden.ua/pam-iat-i-syla-a-ne-strakh-dytiachi-knyzhky-pro-holodomor>.
- Ткаченко, Н. (2013). Масова культура в Україні: тенденції та закономірності розвитку [Mass Culture in Ukraine: Development Trends and Patterns]. [Кандидатська дисертація, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]. <https://uacademic.info/ua/document/0413U001271>.
- Хітрова, Т. (2017). Медіатизація пам'яті в концепції соціокомунікаційного підходу [The Mediatization of Memory in the Framework of the Socio-Communicative Approach]. *Поліграфія і видавнича справа*, 1, 163–171. <https://pvs.uad.lviv.ua/uk/articles/memory-mediatization-in-the-framework-of-social-and-communicative-approach>.
- Яненко, Я. (2025). Комеморативні практики в дискурсі журналістикознавства [Commemorative Practices in the Discourse of Journalism Studies]. *Образ*, 2 (48), 21–29. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-21-29](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-21-29).

Надійшла до редакції 19.01.2026
Прийнято до друку 15.05.2026
Оприлюднено 25.05.2026