

**Сащук Ганна Миколаївна**

*Доктор політичних наук, професор НН Інституту журналістики  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)*

*<https://orcid.org/0000-0002-8827-3569>*

*e-mail: 9026206@gmail.com*

**Товмаш Дмитро Анатолійович**

*Кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії гуманітарних наук  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)*

*<https://orcid.org/0000-0002-4576-0703>*

*e-mail: tovmash@knu.ua*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАНАРАТИВІВ ПРО ЄВРОАТЛАНТИЧНУ ІНТЕГРАЦІЮ УКРАЇНИ**

### *Резюме*

У статті здійснено комплексний аналіз трансформації медіанаративів про євроатлантичну інтеграцію України у часовому діапазоні 2000 — 2025 рр. Показано, що розвиток медійного дискурсу навколо НАТО є відображенням глибинних змін у системі політичної культури, інформаційної політики та суспільної ідентичності України. З'ясовано, як змінювалися комунікативні акценти в українських медіа — від геополітичної риторики «вибору між Сходом і Заходом» до концепції «спільної безпеки» та «інформаційного суверенітету». Показано, що після 2014 р. журналістика безпеки стала центральним чинником формування наративів про НАТО як гаранта миру, а після 2022 р. — як партнера у спільному протистоянні гібридній агресії.

У роботі доведено, що українські медіа виконують функцію не лише ретрансляції, а й конструювання національної ідентичності, у межах якої євроатлантична інтеграція сприймається як стратегія політичного самоствердження. Застосовано міждисциплінарний підхід (інституційний, контент-, дискурс- і порівняльний аналіз), що дозволив узагальнити закономірності зміни комунікативних рамок — від політичної риторики до культурно-ціннісного дискурсу спільної безпеки.

На основі проведеного аналізу виокремлено основні проблеми сучасних медіанаративів: регіональна нерівномірність їх поширення, надмірна офіціалізація державних меседжів, відсутність сталої координації між державними та незалежними ЗМІ, недостатнє використання цифрових платформ і недосконалість системи оцінювання ефективності комунікацій. Запропоновано напрями вдосконалення: формування мережевої взаємодії журналістів і державних комунікаторів, розвиток нарративної журналістики, створення системи моніторингу наративів, запровадження євроатлантичних модулів у програми журналістської освіти.

Узагальнено, що трансформація медіанаративів про євроатлантичну інтеграцію є не лише процесом адаптації інформаційного простору до стандартів НАТО, а й елементом демократичної модернізації українського суспільства, який зміцнює його суб'єктність, європейську ідентичність і стійкість у протистоянні гібридним загрозам.

**Ключові слова:** медіанаратив; стратегічні комунікації; політичні комунікації; євроінтеграція; інформаційна політика; інформаційна безпека; партнерство; Україна; НАТО.

### *Вступ*

Актуальність теми визначається ключовою роллю інформаційного простору у формуванні суспільного ставлення до євроатлантичного курсу України. Починаючи від офіційного проголошення курсу на *вступ* до НАТО у 2002 р., тема інтеграції поступово трансформувалася з елітарної політичної ідеї у складову суспільного діалогу про безпеку, суверенітет і демократичні цінності. З початку 2000-х років, українські медіа пройшли шлях від фрагментарного й суперечливого висвітлення діяльності НАТО до формування системного нарративу партнерства і спільної безпеки. «Стратегічні комунікації сектору безпеки стали не лише інструментом інформування, а й засобом легітимації цивілізаційного вибору держави» [1, с. 104]. А після Революції Гідності (2014 р.) та початку широкомасштабної російської агресії тема євроатлантичної інтеграції перестала бути предметом політичних декларацій і набула виміру інформаційної оборони. Водночас, як наголошує А. Антипова, «ефективність державної інформаційної політики безпосередньо залежить від рівня синхронізації між державними та журналістськими комунікаціями» [2, с. 47].

Метою статті є аналіз зміни змістових, ціннісних і комунікативних акцентів медіанаративів про євроатлантичну інтеграцію України у взаємозв'язку з етапами розвитку державної інформаційної політики, суспільної думки та системи безпеки, а також визначення ролі журналістики у формуванні позитивного євроатлантичного дискурсу в умовах гібридної війни.

### *Методи дослідження*

Для ефективного розв'язання поставлених завдань було залучено комплекс наукових методів. Так, структурно-функціональний аналіз — дав змогу визначити роль медіа як елемента системи стратегічних комунікацій, що не лише відображає, а й формує безпекову політику через механізми довіри, легітимації та мобілізації суспільства. Інституційний аналіз дозволив виявити нормативно-правові основи трансформації інформаційної політики держави, що визначили контекст формування нових медіанаративів (Доктрина інформаційної безпеки, Стратегія кібербезпеки, створення Центру протидії дезінформації тощо). Застосування порівняльного методу дозволило зіставити різні етапи розвитку наративів (2000 — 2013; 2014 — 2021; 2022 — 2025), що виявило закономірність переходу від периферійного висвітлення до центрального національного дискурсу. Дискурс-аналіз дав змогу виокремити ключові смислові рамки (frames) медіанаративів: «НАТО як загроза», «НАТО як партнер», «НАТО як спільна оборона». Це дозволило простежити еволюцію ціннісних орієнтирів і символічних структур у медійному полі. Контент-аналіз забезпечив емпіричну базу для простеження динаміки висвітлення теми євроатлантичної інтеграції у провідних ЗМІ (Українформ, Європейська правда, Суспільне), зокрема у співвідношенні позитивних, нейтральних і критичних тональностей.

### *Результати дослідження*

Теоретичною основою дослідження є наративна парадигма В. Фішера [3] та концепція масової комунікації Д. МакКвейла, згідно з якою медіа виступають «символічним полем соціального впливу, де формується політична ідентичність суспільства» [4, р. 43]. Медіанаратив як об'єкт політологічного аналізу трактується дослідниками у межах комунікативно-дискурсивного підходу [3; 4]. Він відображає соціально сконструйовані смисли, що формують політичну свідомість і впливають на прийняття рішень. У контексті євроатлантичної інтеграції медіанаративи виступають не лише каналом інформування, а й інструментом політичної соціалізації та формування колективної ідентичності. Медіанаратив, у цьому контексті, трактується як стійка комунікативна конструкція, що поєднує подію, цінність і акторів у цілісну історію з політичним змістом.

В українській науковій традиції поняття стратегічних комунікацій послідовно розвивається у працях А. Антипової, А. Баровської, О. Войтко, О. Гринько, Д. Дубова, В. Горбуліна, С. Гуцала, Л. Компанцевої, О. Куца, М. Ожевана та ін.

Так, Л. Компанцева наголошує, що стратегічні комунікації становлять «інституційний механізм забезпечення інформаційної безпеки держави, спрямований на узгодження політичного дискурсу з ціннісними орієнтирами суспільства» [5, с. 6].

А. Антипова розглядає медіанаратив як «смісловий конструкт, у якому поєднуються державна риторика, журналістські стандарти й соціальні очікування аудиторії» [2, с. 48]. У цьому розумінні медіанаратив не лише відображає політичну позицію держави, а й моделює соціальну дійсність, створюючи рамки довіри або недовіри до інтеграційного курсу. За Антиповою, медіанаратив є «смісловим каркасом, що поєднує державну комунікацію, журналістські практики та інформаційну безпеку» [2, с. 44]. Саме через нього відбувається узгодження державних меседжів із суспільними очікуваннями.

О. Куц визначає стратегічні комунікації у сфері безпеки як «процес перекладу складних політико-військових понять у доступні суспільству символічні коди» [6, с. 36], підкреслюючи, що саме журналістика відіграє ключову роль у цьому процесі. О. Куц пропонує розглядати медіанаратив у євроатлантичному контексті як механізм перекодування технократичних стратегій НАТО у доступні для громадян символічні смисли, завдяки чому інтеграційна тематика перестає бути суто елітарною. Цей підхід особливо важливий у країнах перехідного типу, де наративи виконують роль містка між міжнародними стандартами й національними цінностями.

На думку В. Вельгуса, стратегічний наратив є складовою державної системи управління комунікаціями, через яку формуються «усталені картини реальності» [7, с. 69] для внутрішніх і зовнішніх аудиторій. У поєднанні з концепцією Г. Снитко [8, с. 19], яка розмежовує внутрішній та зовнішній українські наративи, це дозволяє розглядати євроатлантичну комунікацію як двовекторну систему — спрямовану водночас на мобілізацію громадян і легітимацію державної політики на міжнародній арені.

У межах теорії стратегічних комунікацій, яку розвиває Д. Дубов [9], наратив визначається як вища форма узгодження комунікаційних зусиль держави, спрямована на формування стійкого ціннісного поля сприйняття. З огляду на це, аналіз медіанаративів є не лише завданням журналістскознавства, а й частиною політичної науки про управління сприйняттям і формування суспільної довіри.

З позицій сучасної журналістики безпеки О. Гринько розглядає медіанаративи як частину інформаційної оборони суспільства, що потребує високого рівня професійної етики, відповідальності та фактчекінгу: «у період гібридної війни журналіст не лише інформує, а й забезпечує стійкість суспільства, перетворюючись із посередника на учасника процесу» [10, с. 87]. За його спостереженнями, саме під впливом війни відбувається «нормативна переоцінка журналістської ролі — від спостерігача до учасника процесу забезпечення стійкості» [10, с. 86].

Отже, медіанаративи постають як складова ширшого комплексу стратегічних комунікацій, де поєднуються інституційні, культурні та

етичні чинники. Сформульована методологічна рамка дозволяє аналізувати еволюцію українського медіадискурсу про НАТО у трьох вимірах: інституційному — як частину політики інформаційної безпеки держави; комунікативному — як систему узгодження між владою, медіа й суспільством і ціннісно-символічному — як процес формування колективної ідентичності через наратив спільної безпеки. Таке поєднання дозволяє не лише описати динаміку зміни сюжетів, а й виявити соціально-політичні механізми, які зумовлюють трансформацію смислів — від «НАТО як зовнішнього актора» до «НАТО як спільного простору безпеки».

Періодизація розвитку медіанаративів про НАТО (2000 — 2025) дає змогу простежити еволюцію суспільного сприйняття євроатлантичного курсу України та відстежити взаємозв'язок між державними комунікаційними стратегіями, зовнішньополітичними подіями й журналістськими практиками.

1) Початковий етап (2000 — 2013): від нейтралітету до вибору. На початку 2000-х років медійний дискурс про НАТО в Україні був неоднорідним і позначався амбівалентністю сприйняття. Тема євроатлантичної інтеграції подавалася як «зовнішньополітичний вибір еліт», а не суспільна потреба. У цьому періоді медіа тяжіли до репродукування політичних позицій — залежно від партійної орієнтації, а не до аналітичного осмислення сутності Альянсу. Як зазначає А. Ділай, «у більшості матеріалів 2000 — 2005 років НАТО фігурувало як зовнішня сила, а тема безпеки — як далека від пересічного громадянина» [11, с. 23]. Наратив «нейтралітету» переважав над наративом «європейського вибору». «У публікаціях початку 2000-х років домінував емоційно нейтральний або критичний контекст, тоді як поняття стратегічного партнерства практично не використовувалося» [11, с. 23].

Проте після «помаранчевої революції» (2004) медіа поступово інтегрують дискурс євроатлантичної безпеки у контекст демократичних реформ і прозорості влади. На рівні риторики формується наратив «НАТО — це не військовий блок, а спільнота цінностей». Після Помаранчевої революції у ЗМІ починає простежуватись нова рамка — «НАТО як символ демократичних цінностей», що співвідноситься з риторикою європейського вибору. Проте цей період залишався суперечливим: у той час як центральні медіа поступово змінювали тональність, регіональні видання продовжували відтворювати наративи радянського походження.

2) Другий етап (2014 — 2021): формування оборонного наративу. Революція Гідності та початок російської агресії у 2014 році докорінно змінили український медіадискурс. Відбулася «поворотна точка» — від інформаційної реактивності до проактивної журналістики безпеки. Українські журналісти перейшли від реактивного інформування до журналістики спротиву, інтегрованої в систему стратегічних комунікацій. Як підкреслює

О. Гринько, «в умовах гібридної війни журналістика перестає бути нейтральною: вона набуває функції інформаційного спротиву [10, с. 87].

Після 2014 року у публікаціях центральних ЗМІ домінують теми реформ сектору безпеки, спільних навчань, технічної допомоги НАТО. О. Поступово формується позитивний наратив — «партнерство задля безпеки». За спостереженням О. Куца, «українські ЗМІ почали використовувати термінологію Альянсу, адаптуючи її до національного контексту та формуючи власні наративи на основі стратегічних документів НАТО» [6, с. 38]. А. Ковальов[12] теж акцентує, що саме цей період став початком інституційної синхронізації українських комунікацій із євроатлантичними стандартами StratCom. Наративи, які раніше мали фрагментарний характер, набувають стратегічної спрямованості та інтегруються в державну політику інформаційної безпеки [5]. Українські ЗМІ перейшли від моделі «інформування про НАТО» до моделі «співучасті у стратегічних комунікаціях держави» [1]. Формується поняття «журналістика безпеки», зорієнтоване на протидію дезінформації та підвищення суспільної стійкості [13, с. 18].

Особливістю етапу стало і посилення ролі державних медіа як носіїв офіційного дискурсу (канали «Рада», «Дом», інформагентство «АрміяInform»). Водночас незалежні журналісти створюють власний контрнاراتив — більш критичний, але загалом прихильний до євроатлантичного вектора [8].

3) Третій етап (2022 — 2025): наратив спільної боротьби. Повномасштабне вторгнення Росії стало каталізатором радикальної переорієнтації медіанаративів. Вже у перші тижні війни відбулася повна переінтерпретація образу НАТО — з абстрактного партнера у реального союзника. Наратив «євроатлантичної інтеграції» трансформувався в «євроатлантичну солідарність», де головним мотивом стали спільна боротьба, взаємна підтримка й моральна єдність. Після лютого 2022 року НАТО перестало бути для українців абстрактним поняттям — воно стало частиною національної історії виживання» [1, с. 104–105].

Провідні українські медіа систематично відтворюють теми допомоги союзників, інтеграції у військові стандарти, участі у навчальних програмах та взаємного визнання. В інформаційному полі утверджується ціннісна рамка «НАТО = безпека, цивілізація, довіра», що поступово витісняє старі стереотипи.

Згідно з аналізом публікацій видань «Європейська правда», «Укрінформ» та «Суспільне» за 2022 — 2024 рр., домінують три тематичні блоки: військово-технічна підтримка та стандарти НАТО; ціннісна ідентичність України як частини євроатлантичного простору; моральна легітимність боротьби проти агресії. Як слушно зауважує О. Гринько, «в умовах

гібридної війни медіа стали не просто ретрансляторами, а суб'єктами інформаційної оборони» [10, с. 87].

Отже, за 25 років відбулася глибинна трансформація українських медіанаративів про НАТО — від «обережного нейтралітету» — через «прагматичне партнерство» — до «спільної боротьби та єдності». Цей шлях відображає не лише еволюцію журналістських практик, а й модернізацію української політичної культури, у якій євроатлантична інтеграція набула статусу символу національної суб'єктності та цивілізаційного вибору.

Євроатлантичний вектор розвитку сьогодні виступає інтеграційним кодом української ідентичності, у якому відображено цінності свободи, демократії, взаємної допомоги. В. Вельгус слушно зазначає, що «стратегічний наратив виконує функцію політичної ідентифікації суспільства, перетворюючи комунікацію на механізм єдності» [7, с. 20]. Навіть більше, у сучасній політичній комунікації наратив виконує інтегративну функцію — об'єднує соціальні групи навколо спільних цінностей і забезпечує «моральну кодифікацію» зовнішньополітичного курсу. Журналістика безпеки в умовах гібридної війни, на думку О. Гринько стала «моральним щитом суспільства» [10, с. 86]. Цей тип журналістики не лише інформує, а й виконує ідентифікаційну функцію, допомагаючи аудиторії осмислити себе як частину ширшої євроатлантичної спільноти. Через таку оптику навіть рутинні новини про навчання, стандарти або допомогу Альянсу набувають символічного змісту — підтвердження «належності до Заходу».

Медіа, через повторюваність сюжетів і символів, формують у свідомості громадян стійке уявлення про НАТО як спільноту, до якої Україна вже належить за цінностями, навіть до моменту юридичного *вступу*. Це — приклад наративної інтеграції партнерства, коли належність формується не документами, а публічною історією, що розповідається про себе. Як підкреслює А. Антипова, «сучасні медіа дедалі частіше виступають не лише посередниками, а співтворцями нової ідентичності, що базується на принципах інформаційного суверенітету» [2, с. 49]. Цей суверенітет означає здатність держави і суспільства самостійно продукувати позитивні наративи, які відповідають національним інтересам і нейтралізують зовнішні маніпуляції.

О. Снитко підкреслює, що наратив євроатлантичної інтеграції має подвійний характер: внутрішній — спрямований на консолідацію українців, і зовнішній — орієнтований на міжнародну підтримку. Поєднання цих двох рівнів створює нову модель комунікаційної суб'єктності України, основу політичної самоідентифікації [8, с. 31].

Отже, сучасні медіанаративи можна розглядати як «архітектуру довіри», у якій інтеграційна тематика об'єднує суспільство навколо позитивного бачення майбутнього. Ця довіра ґрунтується на реальних

діях — підтримці союзників, постачанні зброї, навчанні військових, гуманітарній співпраці — що підтверджує автентичність нарративу «спільної безпеки» [1, с. 106].

Важливим чинником трансформації є поява стратегічних комунікацій сектору безпеки та оборони, які задають стандарти синхронізації державного та суспільного медіадискурсу. Укази Президента України № 47/2017 «Про Доктрину інформаційної безпеки» [14], № 106/2021 «Про створення Центру протидії дезінформації» [15] і № 44/2021 «Про Стратегію кібербезпеки України» [16] заклали інституційні підвалини такої взаємодії. Унаслідок цього в українському медіапросторі утверджується позитивний нарратив про НАТО як символ цивілізаційного вибору, гарантію безпеки і партнерства, що підтримується як офіційними структурами, так і незалежними журналістськими.

Таким чином, євроатлантична інтеграція у медійному вимірі перетворилася на стратегію ідентичності, яка одночасно виконує три функції: ціннісну — закріплює європейські стандарти свободи, демократії й верховенства права як основу суспільного консенсусу; політичну — забезпечує легітимацію державного курсу та зміцнює суб'єктність України у міжнародних відносинах і комунікативну — формує довготривалу рамку сприйняття НАТО не як «іншого», а як «нашого спільного дому безпеки». У підсумку медіа стають не лише ареною обміну інформацією, а механізмом формування національної ідентичності в координатах євроатлантичного простору. Через цей процес відбувається поступова нормалізація ідеї членства в НАТО — від дискусійного питання до суспільного консенсусу.

Однак, попри очевидний поступ у формуванні зрілої системи стратегічних комунікацій, український медіадискурс про НАТО та євроатлантичну інтеграцію все ще залишається неповним і фрагментованим. Його еволюція засвідчує не лише успіхи, а й низку структурних проблем, які знижують ефективність інформаційної політики держави та довіру суспільства до євроатлантичного курсу, зокрема:

1) Регіональна інформаційна асиметрія. Дані моніторингів Інституту масової інформації (2023) свідчать, що регіональні та локальні медіа значно рідше висвітлюють тематику НАТО, ніж центральні. У південних і східних областях спостерігається дефіцит аналітичних матеріалів про реальний зміст співпраці України з Альянсом. Це створює поле для маніпуляцій і відродження старих міфів («НАТО — війна», «нас не приймуть» тощо);

2) Надмірна офіціалізація державних комунікацій. Часто інформаційні повідомлення зводяться до звітності «підписано», «затверджено», «проведено» без пояснення суспільної цінності, домінуванням бюрократично-звітного характеру над поясненням змісту й наслідків;

3) Фрагментарність міжінституційної взаємодії. Відсутність системної координації між державним комунікатором (Центр стратегічних комунікацій, Міноборони, МЗС) й незалежними ЗМІ знижує узгодженість меседжів;

4) Недостатнє використання цифрових платформ і соціальних медіа. Хоча після 2022 року держава активно комунікує через Twitter/X, Facebook і YouTube, контент у цих каналах залишається переважно інформаційно-протокольним. У той же час TikTok, Instagram та Telegram — головні платформи для молодшої аудиторії — залишаються малозадіяними у стратегічному комунікаційному процесі;

5) Відсутність єдиних методик вимірювання ефективності стратегічних комунікацій у сфері євроатлантичної тематики. Це призводить до описового характеру аналітики і унеможливорює об'єктивну оцінку того, наскільки наративи справді впливають на довіру, мобілізацію та розуміння аудиторії;

6) Брак освітньої підготовки. Попри зростання уваги до теми, євроатлантична інтеграція слабо представлена у навчальних курсах журналістики, політології та комунікацій. Це створює кадровий вакуум у сфері стратегічних комунікацій.

Подолання цих проблем вимагає системного підходу, переходу від ситуативних PR-практик до системної стратегії інформаційної дипломатії, де медіа діятимуть як партнери держави у формуванні нової української ідентичності — євроатлантичної за суттю, демократичної за змістом і відповідальною за формою.

### *Висновки*

Проведене дослідження засвідчило, що трансформація медіанаративів про євроатлантичну інтеграцію України є не лише комунікаційним, а й цивілізаційним процесом, який відображає глибокі зрушення у політичній культурі, ціннісній системі та способах самоідентифікації українського суспільства. Від початку 2000-х років до сьогодні медіадискурс пройшов шлях від нейтрально-обережного інформування про НАТО до активної участі медіа у формуванні наративу спільної безпеки та солідарності. Якщо на початковому етапі (2000 — 2013) тема НАТО розглядалася як зовнішньополітичний маркер, то після 2014 року вона перетворилася на інтеграційну рамку української державності, а після 2022 — на моральний символ спротиву та спільності цінностей із демократичним світом.

Медіа дедалі більше виступають не пасивними ретрансляторами, а активними суб'єктами стратегічних комунікацій, що беруть участь у побудові інформаційної стійкості держави. Вони створюють «архітектуру

довіри», у якій євроатлантична інтеграція постає не як геополітичний вибір, а як елемент політичної та культурної ідентичності.

Водночас виявлено низку проблем — фрагментарність, офіціалізацію, регіональні дисбаланси, відсутність сталого моніторингу. Їх подолання вимагає розроблення інтегрованої національної стратегії щодо стратегічних комунікацій, що спиратиметься на співпрацю держави, ЗМІ й громадянського суспільства.

### *Список посилань*

1. Сашук Г. М. (2025). Еволюція стратегічних комунікацій сектору безпеки та оборони України як інструменту протидії інформаційним загрозам. *Політичне життя*. 2025. № 3. С. 103 — 108.
2. Антипова А. (2023). Стратегічні комунікації як складова інформаційної безпеки держави. *Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ*. 2023. № 13(1). С. 44 — 52.
3. Fisher, W. R. (1987). *Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value, and action*. Columbia: University of South Carolina Press, 271 p.
4. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications, 621 p.
5. Компанцева Л. (2017). Доктрина інформаційної безпеки України: теоретико-правові засади. *Інформація і право*. 2017. № 3(22). С. 5 — 12.
6. Куц О. (2019). Стратегічні комунікації у сфері безпеки: український досвід. *Інформація і право*. 2-19. № 3(30). С. 34 — 40.
7. Вельгус В. Стратегічний нарратив як складова системи державного управління США. А. Політичні дослідження. *Журнал ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2025. № 1(9). С. 62 — 77.
8. Снитко О. С. Внутрішній та зовнішній стратегічні нарративи України: шляхи тестування ідей. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. *Вісник КНУ ім. Т. Шевченка*. 2025. Вип. 50. С. 19 — 40.
9. Дубов Д. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41). С. 9 — 23.
10. Гринько О. (2016). Українські медіа в умовах гібридної війни: трансформації та виклики. Наукові записки Інституту журналістики. 2016. Вип. 63. С. 84 — 91.

11. Ділай А. (2019). Проблеми становлення стратегічних комунікацій української армії в контексті документів НАТО. О. Наукові записки Інституту журналістики. 2019. Вип. 1(74). С. 21 — 29.
12. Ковальов А. В. (2025). Політичні PR в контексті розвитку військово-політичної комунікації. Політичне життя. 2025. № 3. С. 109 — 113.
13. Брайян Є. (2025). Медіанаративи війни: героїзація та журналістика пам'яті. Медіаосвіта і медіа грамотність. 2025. Пип. 2(19). С. 15 — 27.
14. Указ Президента України № 47/2017 «Про Доктрину інформаційної безпеки України». Офіційний вісник Президента України, 2017. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>
15. Указ Президента України № 106/2021 «Простворення Центру протидії дезінформації». Офіційний вісник Президента України, 2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1062021-37545>
16. Указ Президента України № 44/2021 «Про Стратегію кібербезпеки України». Офіційний вісник Президента України, 2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/442021-36441>
17. Свобода слова в Україні у 2023 році: підсумковий звіт ІМ. І. Київ: ІМІ, 2024. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/svoboda-slova-v-ukrayini-u-2023-rotsi-pidsumkovyj-zvit-imi-i55768>
18. NATO. (2009). NATO Strategic Communications Policy. Brussels: NATO HQ, 12 p. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natolive/official\\_texts\\_75605.htm](https://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_75605.htm)
19. NATO. (2017). Military Committee Policy on NATO Strategic Communications. Brussels: NATO HQ, 8 p. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics\\_156338.htm](https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_156338.htm)
20. NATO StratCom COE. (2022). War on all fronts: How the Kremlin's media ecosystem broadcasts the war in Ukraine. Riga: NATO StratCom COE, pp. 27 — 45. URL: <https://stratcomcoe.org/publications/war-on-all-fronts/301>
21. Хилько М.І., Товмаш Д. А., Матвійчук А. В. Технології моделювання стратегічних комунікацій. Міждисциплінарні дослідження складних систем. Київ: Український державний університет імені Михайла Драгоманова, 2023. № 22. С. 65-74.

*References*

1. Sashchuk, H. M. (2025). Evolution of strategic communications of Ukraine's security and defense sector as a tool to counter information threats. *Political Life*, (3), 103 – 108.
2. Antypova, A. (2023). Strategic communications as a component of state information security. *Law Journal of the National Academy of Internal Affairs*, 13(1), 44 – 52.
3. Fisher, W. R. (1987). *Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value, and action*. Columbia: University of South Carolina Press.
4. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
5. Kompantseva, L. (2017). Doctrine of information security of Ukraine: Theoretical and legal foundations. *Information and Law*, 3(22), 5 – 12.
6. Kuts, O. (2019). Strategic communications in the field of security: Ukrainian experience. *Information and Law*, 3(30), 34 – 40.
7. Velhus, V. (2025). Strategic narrative as a component of the U.S. public administration system. *Political Studies: Journal of the I.F. Kuras Institute of Political and Ethnic Studies of NAS of Ukraine*, 1(9), 62 – 77.
8. Snytko, O. S. (2025). Internal and external strategic narratives of Ukraine: Ways of testing ideas. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice, Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv*, 50, 19 – 40.
9. Dubov, D. (2016). Strategic communications: Problems of conceptualization and practical implementation. *Strategic Priorities*, 4(41), 9 – 23.
10. Hrynko, O. (2016). Ukrainian media in conditions of hybrid war: Transformations and challenges. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 63, 84 – 91.
11. Dilai, A. (2019). Problems of formation of strategic communications of the Ukrainian army in the context of NATO documents. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 1(74), 21 – 29.
12. Kovalov, A. V. (2025). Political PR in the context of the development of military-political communication. *Political Life*, (3), 109 – 113.

13. Braiyan, Ye. (2025). Media narratives of war: Heroization and journalism of memory. *Media Education and Media Literacy*, 2(19), 15 – 27.
14. President of Ukraine. (2017). Decree No. 47/2017 “On the Doctrine of Information Security of Ukraine”. Official Bulletin of the President of Ukraine. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>
15. President of Ukraine. (2021). Decree No. 106/2021 “On the establishment of the Centre for Countering Disinformation”. Official Bulletin of the President of Ukraine. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1062021-37545>
16. President of Ukraine. (2021). Decree No. 44/2021 “On the Cybersecurity Strategy of Ukraine”. Official Bulletin of the President of Ukraine. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/442021-36441>
17. Institute of Mass Information. (2024). Freedom of speech in Ukraine in 2023: Final report of IMI. Kyiv: IMI. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/svoboda-slova-v-ukrayini-u-2023-rotsi-pidsumkovyj-zvit-imi-i55768>
18. NATO. (2009). NATO strategic communications policy. Brussels: NATO HQ. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natolive/official\\_texts\\_75605.htm](https://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_75605.htm)
19. NATO. (2017). Military Committee policy on NATO strategic communications. Brussels: NATO HQ. URL: [https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics\\_156338.htm](https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_156338.htm)
20. NATO StratCom COE. (2022). War on all fronts: How the Kremlin’s media ecosystem broadcasts the war in Ukraine (pp. 27 – 45). Riga: NATO StratCom COE. URL: <https://stratcomcoe.org/publications/war-on-all-fronts/301>
21. Khylyk, M. I., Tovmash, D. A., & Matviichuk, A. V. (2023). Technologies of modeling strategic communications. *Interdisciplinary Studies of Complex Systems*, 22, 65 – 74. Kyiv: Mykhailo Drahomanov Ukrainian State University.

**Hanna Sashchuk**

*Doktor of Political Sciences, Professor at the Institute of Journalism  
Taras Shevchenko National University of Kiev (Kyiv, Ukraine)  
<https://orcid.org/0000-0002-8827-3569>  
e-mail: 9026206@gmail.com*

**Dmytro Tovmash**

*Candidate of Sciences in Philosophy (Ph. D), Associate Professor of  
the Department of Philosophy of the Humanities  
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)  
<https://orcid.org/0000-0002-4576-0703>  
e-mail: tovmash@knu.ua*

**TRANSFORMATION OF MEDIA NARRATIVES  
ABOUT UKRAINE’S EURO-ATLANTIC INTEGRATION**

*Abstract*

The article presents a comprehensive analysis of the transformation of media narratives about Ukraine’s Euro-Atlantic integration within the time span of 2000 – 2025. It demonstrates that the evolution of media discourse around NATO reflects profound changes in Ukraine’s system of political culture, information policy, and social identity. The study reveals how communicative emphases in Ukrainian media have shifted – from the geopolitical rhetoric of a “choice between East and West” to the concepts of “collective security” and “information sovereignty.” It is shown that after 2014, security journalism became a central factor in shaping narratives about NATO as a guarantor of peace, and after 2022 – as a partner in the joint resistance to hybrid aggression.

The study proves that Ukrainian media perform not only the function of retransmission but also the construction of national identity, within which Euro-Atlantic integration is perceived as a strategy of political self-affirmation. An interdisciplinary approach (institutional, content, discourse, and comparative analysis) was applied, allowing to generalize the regularities of the transformation of communicative frameworks – from political rhetoric to the cultural and value-oriented discourse of collective security.

Based on the conducted analysis, the main problems of modern media narratives were identified: regional disparities in their dissemination, excessive officialization of state messages, lack of stable coordination between state and independent media, insufficient use of digital platforms, and the imperfection of communication effectiveness assessment systems. The directions for improvement are proposed: establishing network-based interaction between journalists and government communicators, developing narrative journalism, creating a system for narrative monitoring, and introducing Euro-Atlantic modules into journalism education programs.

It is summarized that the transformation of media narratives about Euro-Atlantic integration is not only a process of adapting the information space to NATO standards but also an element of the democratic modernization of Ukrainian society that strengthens its agency, European identity, and resilience in confronting hybrid threats.

**Keywords:** media narrative; strategic communications; political communications; European integration; information policy; information security; partnership; Ukraine; NATO.

*Стаття надійшла до редакції 14.05.25*

*© Сащук Г. М., Товмаш Д. А., 2025*