

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ
СТУСА

ВАСИЛЮК КАРИНА ОЛЕГІВНА

Допускається до захисту:

В. о. завідувача кафедри журналістики та
соціальних комунікацій, д-р політ. наук,
канд. наук із соц. ком. наук, проф.

Наталія СТЕБЛИНА

« _____ » _____ 2026 р.

**СТВОРЕННЯ СЕРІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА АНАЛІТИЧНИХ
МАТЕРІАЛІВ ПРО СВЯТКУВАННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ УРОЧИСТИХ
ЗАХОДІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Спеціальність 061 Журналістика

**Кваліфікаційна робота
(медіапроект та пояснювальна записка)**

Науковий керівник::

Чорнодон М.І., доцент кафедри журналістики
та соціальних комунікацій.

Оцінка: ____ / ____ / ____

(бали / за шкалою ЕКТС / за національною шкалою)

Голова комісії: _____

(підпис)

Вінниця – 2026

АНОТАЦІЯ

Василюк К.О. Створення серії інформаційних та аналітичних матеріалів про святкування та проведення урочистих заходів під час війни. Спеціальність С7 Журналістика. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2026.

У кваліфікаційній роботі представлено медіапроект «Емоції реалій». Мета - висвітлення видозміни української івент-сфери та особливостей організації дитячого дозвілля в умовах воєнного стану. Об'єкт - контентна стратегія та візуальна репрезентація соціально значущих тем у цифровому середовищі. Проект досліджує оновлення ролі аніматора, як фахівця з психологічної підтримки та аналізує етичні стандарти святкувань під час війни.

Ключові слова: медіапроект, Instagram, дитяче дозвілля, видозміна івент-сфери, етика святкувань, психологічна стійкість.

ABSTRACT

Vasyliuk K.O. Creation of a series of informational and analytical materials about celebrating and holding ceremonial events during wartime.

Specialty C7 Journalism. Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2026.

The qualification work presents the media project "Emotions of Reality." The goal is to highlight the transformation of the Ukrainian event industry and the peculiarities of organizing children's leisure under martial law. The focus is on the content strategy and visual representation of socially significant topics in the digital environment. The project explores the renewal of the animator's role as a psychological support specialist and analyzes the ethical standards of celebrations during the war.

Keywords: media project, Instagram, children's leisure, event industry transformation, ethics of celebrations, psychological resilience.

Частина I

МЕДІАПРОЄКТ

КАРТКА МЕДІАПРОЄКТУ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

здобувачки вищої освіти ОС «Бакалавр»

спеціальності 061 Журналістика ОП «Журналістика»

Василіук Карини Олегівни

Назва	
Формат	Мультимедійний медіапроект (локальний інформаційно-просвітницький майданчик). Поєднує дистрибуцію аналітичного контенту через мобільну платформу Instagram у форматі візуальних інформаційних карток.
Наповнення	Серія медіапублікацій різних жанрів: замітка із безпеки під час свят, огляди трендів у дитячих агенціях Вінниці та методів подолання батьківського почуття провини. Представлено порівняльний аналіз локацій для дитячого дозвілля, а також практичний матеріал за результатами журналістського опитування мешканців міста.
Концепція медіапроект	Створення безпечного, психологічно зваженого медіапростору для батьків, освітян та представників івент-індустрії Вінниччини. Проект спрямований на дестигматизацію дитячого відпочинку під час війни, пошук балансу між дитячою радістю та безпековими вимогами воєнного стану, а також на фіксацію ціннісного перевтілення суспільства. Візуальне рішення базується на єдиному гармонійному оформленні інформаційних карток для зменшення когнітивного навантаження на читача.
Інструменти реалізації	Соціальна мережа та мобільна платформа Instagram. Для підготовки й візуалізації матеріалів використано спеціалізовані графічні та аналітичні інструменти: Canva, Adobe Photoshop, Instagram Insights (для моніторингу метрик аудиторії), а також інтерактивні інструменти збору даних: Instagram Polls та форми експрес-опитувань
Цільова аудиторія	Молодь віком 18–24 роки (аніматори, студенти, представники креативного сектору та молоді батьки Вінниччини). Вторинна: жінки віком 25–34 роки (молоді мами, вихователі, вчителі). За гендерним розподілом переважає жіноча аудиторія (77,5%)
Медіаплатформа (назва вебсайта / каналу поширення / соцмереж(і) / видання)	Instagram
Посилання на медіапроект	https://www.instagram.com/emotions_of_reality?igsh=eDE4cnh0ZG81dGts&utm_source=qr
QR-код на медіапроект	 @EMOTIONS_OF_REALITY_

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ОПИС МЕДІАПРОЄКТУ	7
1.1. Характеристика концепції медіапроєкту.....	7
1.2. Медіаринок та аудиторія.....	9
1.3 Контент план.....	13
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ..	15
2.1. Середовище функціонування, формати контенту та технічні засоби виробництва	15
2.2. Інструменти оцінки ефективності реалізації	16
ВИСНОВКИ	20
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	22
ДОДАТКИ.....	24

ВСТУП

Актуальність медіапроєкту «Емоції реалій» зумовлена глибокими соціально-культурними змінами, які переживає українське суспільство в умовах повномасштабного вторгнення. Питання організації дитячого дозвілля та збереження ментального здоров'я підростаючого покоління постало, як ніколи гостро, адже постійний стрес, загроза життю та соціальна ізоляція негативно впливають на психоемоційний стан дітей. У цьому контексті відбувається суттєва зміна сприйняття значення свята: воно більше не є лише формою розваги, а перетворюється на важливий засіб психологічної адаптації та емоційного розвантаження. Актуальний стан українського медіапростору свідчить про високий попит на контент, який допомагає батькам і опікунам знайти баланс між реаліями війни та потребою дітей у повноцінному дитинстві. Проте існує певний дефіцит спеціалізованих платформ, які б систематично висвітлювали етичні та організаційні аспекти святкування. Більшість контенту в соціальних мережах є фрагментарним. Це підкреслює актуальність створення цілісного медіапроєкту в Instagram. Він може надати аудиторії перевірену інформацію, що поєднує журналістську аналітику, рекомендації психологів та практичні кейси від івент-менеджерів. Особливо важливим є професійне оновлення івент-індустрії. Аніматори та організатори заходів сьогодні змушені переглядати свої методи роботи. Відбувається адаптація сценаріїв, де безпека (наявність укриттів) та етичність (відмова від гучної піротехніки, специфічного музичного супроводу тощо) стають ключовими аспектами. Дослідження цієї теми дозволяє зафіксувати, як професійна спільнота пристосовується до екстремальних умов, перетворюючи розважальні заходи на сеанси ігрової терапії. Таким чином, медіапроєкт «Емоції реалій» не лише фіксує поточні події, але й пропонує конструктивні рішення для майбутнього, що робить його важливою частиною сучасного українського медіадискурсу.

Мета медіапроєкту - розробка та реалізація серії різножанрових медіаматеріалів у мережі Instagram, що комплексно висвітлюють особливості

святкування та проведення урочистих заходів під час війни, а також розкривають видозміну ролі аніматора, як важливого суб'єкта психологічної підтримки та формування ментальної стійкості людей.

Завдання медіапроєкту:

- Дослідити видозміну українського івент-ринку в умовах воєнного стану та визначити ключові тенденції розвитку дитячого дозвілля.
- Розробити концепцію та структуру медіапроєкту «Емоції реалій» для соціальної мережі Instagram, враховуючи специфіку платформи та запити аудиторії.
- Створити серію мультимедійних матеріалів різних жанрів (аналітичне опитування, інтерв'ю, прикладний гайд), що розкривають тему етичного та безпечного свята.
- Проаналізувати етичні дилеми сучасного українського суспільства щодо доречності розважального контенту та знайти баланс у висвітленні цих тем.

Об'єкт медіапроєкту - процес створення та функціонування медіаконтенту про проведення святкових заходів в умовах воєнного стану в Україні.

Предмет медіапроєкту - жанрово-тематичні особливості та журналістські стандарти серії матеріалів, присвячених діяльності івент-сфери та аніматорів, як суб'єктів формування психологічної стійкості громади.

Теоретичне та практичне значення медіапроєкту полягає у вивченні того, як працює сфера свят та розваг під час війни. Створена серія матеріалів є готовим прикладом того, як журналіст може висвітлювати складні соціальні теми через особисту історію та фаховий досвід. Напрацьовані поради щодо безпеки та організації свят будуть корисними для колег-аніматорів, івент-менеджерів та батьків, які прагнуть подарувати дитині свято, попри воєнний стан.

РОЗДІЛ 1

ОПИС МЕДІАПРОЄКТУ

1.1. Характеристика концепції медіапроєкту

Концептуальна модель медіапроєкту «Емоції реалій» ґрунтується на всебічному дослідженні та медійному висвітленні функціонування івент-індустрії в умовах воєнного стану. Основною ідеєю концепції є журналістське переосмислення ролі аніматора, який трансформується з простого розважального персонажа на важливого учасника формування ментальної стійкості та психологічної підтримки громади. Проєкт презентується як мультимедійний кейс, що об'єднує соціальну журналістику із елементами психологічної просвіти. Головна ідея полягає у зміщенні фокусу з комерційної складової святкувань на їхню терапевтичну та стабілізуючу функцію. Концепція передбачає руйнування суспільної стигми щодо «недоречності радості» під час війни через демонстрацію того, як ігрові практики допомагають дітям адаптуватися до кризових умов.

У рамках проєкту створено мультимедійний контент для платформи Instagram у форматі динамічних відеороликів (Reels), інтерактивних аналітичних карток, гайдів, інформаційних дописів та інтерв'ю. Центральним елементом контенту є серія публікацій, що включає детальне інтерв'ю з власницею івент-агенції, в якому розглядаються особливості роботи та методи емоційного відновлення фахівців під час війни. Також представлено аналітичні матеріали у вигляді цифрових карток із прямими цитатами та думками громадян щодо етичної дилеми доречності святкувань. Додатково підготовлено відеорепортаж, що документує проведення дитячого заходу в безпечній локації, а також серію практичних порад для батьків у форматі зручних візуальних гайдів. Такий підхід дозволяє органічно поєднати яскравий візуальний аспект анімаційної діяльності із глибоким аналізом соціальних настроїв. Це підвищує залученість аудиторії та сприяє кращому розумінню видозміни сучасної івент - індустрії.

Особливу роль у реалізації концепції відіграє візуальна складова проекту. Для сторінки розроблено унікальне графічне оформлення: логотип, фірмову кольорову палітру, що поєднує жовті та сині кольори, а також єдину систему шаблонів для обкладинок і публікацій.

Унікальність медіапроекту полягає в поєднанні кількох аспектів. По-перше, він репрезентує роботу івент-сфери під час війни крізь фокус соціальної місії та психологічної підтримки, що часто залишається поза увагою великих медіа. По-друге, проект поєднує практичний досвід аніматора з сучасними digital-форматами, адаптуючи складні етичні питання до потреб користувачів соціальних мереж. По-третє, контент проекту не обмежується лише кадрами зі свят, а включає глибокий аналіз суспільної думки щодо доречності радості, що дозволяє формувати комплексне уявлення про роль позитивних емоцій, як інструменту стійкості. На відміну від окремих розрізнених дописів чи медійних скандалів про «гучні гуляння», проект будує цілісну тематичну платформу, орієнтовану на етичне висвітлення свята як акту ментального спротиву. Соціальна функція медіапроекту полягає у популяризації знань про психологічну стійкість, формуванні критичного ставлення до стереотипів про «радість не на часі» та репрезентації внеску аніматорів у підтримку дітей під час війни. Проект спрямований на розширення обізнаності батьків щодо безпекових та емоційних аспектів дозвілля, подолання суспільного почуття провини та створення якісного підтримуючого контенту в цифровому просторі.

Таким чином, медіапроект «Емоції реалій» є сучасним просвітницьким мультимедійним продуктом, який поєднує соціальну аналітику, цифровий сторітелінг та візуальний брендинг задля популяризації ідеї емоційного відновлення українців у часи війни.

1.2. Медіаринок та аудиторія

Медіапроект «Емоції реалій» працює в українському цифровому соціально-психологічному та івент-медіа сегменті, охоплюючи питання ментального здоров'я, виховання дітей та культурних видів дозвілля під час війни. Останніми роками в Україні спостерігається стабільне зростання потреби в підтримуючому та терапевтичному контенті на платформах соціальних мереж, зокрема Instagram та TikTok. Це підтверджується активним розвитком проєктів, що займаються психологічною допомогою та соціальною адаптацією. При створенні концепції проєкту орієнтиром стали успішні українські ініціативи у сфері ментального здоров'я, зокрема проєкт «Ти як?» та освітні кампанії ЮНІСЕФ, які демонструють ефективність використання гри, як інструменту стабілізації емоційного стану дитини. Водночас аналіз українського медіапростору показав, що попри значну кількість матеріалів про психологію, спеціалізованих платформ, які системно висвітлюють видозміну івент-сфери та роль аніматора як фахівця з психологічної підтримки, практично немає. Саме ця ніша і визначає конкурентну перевагу проєкту.

Основними конкурентами проєкту можна вважати загальні лайфстайл-медіа для батьків та блогерів, які висвітлюють тему дитячого виховання. Проте на відміну від них, медіапроект «Емоції реалій» має вузьку тематичну спеціалізацію, що фокусується саме на професійному досвіді анімації в екстремальних умовах та етиці святкування під час війни, що формує його унікальну нішу в межах соціально-просвітницького сегмента. Потенційними партнерами для розвитку проєкту можуть виступати українські івент-агенції, психологічні центри, благодійні фонди (наприклад: «Маша Фонд»), а також громадські організації, що працюють у сфері захисту прав дітей та ментального оздоровлення. Можливими напрямками партнерської взаємодії можуть бути: спільні просвітницькі кампанії для батьків, спецпроєкти про організацію безпечного дозвілля, проведення спільних ефірів та майстер-класів за участі експертів-психологів.

Цільова аудиторія проєкту складається переважно з осіб віком від 25 до 50 років, які проявляють активний інтерес до питань психологічного благополуччя та соціальної відповідальності. Основну частину цієї аудиторії становлять: батьки дітей молодшого та середнього шкільного віку; представники сфери подій (аніматори, фотографи, декоратори); працівники освіти та вихователі; а також широка публіка, яка шукає способи зменшення стресу через позитивні емоції. Для збільшення аудиторії та подальшого розвитку проєкту доцільним є використання комплексної стратегії просування. Вона включає в себе регулярне та постійне виробництво коротких відеоформатів Instagram Reels, створення інтерактивних опитувань щодо етичності святкувань, інтеграції з дитячими психологами, а також участь у спільних соціальних ініціативах із волонтерськими хабами. Характерною рисою сучасного ринку є також потреба в автентичності. Аудиторія відмовляється від «глянцевого» контенту на користь реальних історій, тому проєкти, які показують відпочинок в укритті чи аніматора в костюмі Пса Патрона, швидше за все викликають довіру та зацікавленість. Оновлюючи візуальну мову медіа, можна створити міцний емоційний зв'язок зі своїми читачами та підписниками, перетворивши їх із пасивних споживачів на активних учасників дискусій про майбутнє наших дітей.

Потенціал проєкту на сучасному медіаринку полягає в можливості зайняти нішу фахового медіа про культуру свята як акту спротиву, що поєднує журналістську аналітику, ігрову терапію та сучасний візуальний сторітелінг. У перспективі проєкт може масштабуватися в міжплатформений бренд із присутністю в YouTube та TikTok, а також у форматі виїзних лекцій та практичних гайдів для батьків про роль свята в системі емоційного відновлення.

Таким чином, медіапроєкт «Емоції реалій» має високий потенціал розвитку на українському цифровому медіаринку завдяки актуальності тематики, професійному підходу до висвітлення етичних дилем та сучасному формату подачі матеріалів.

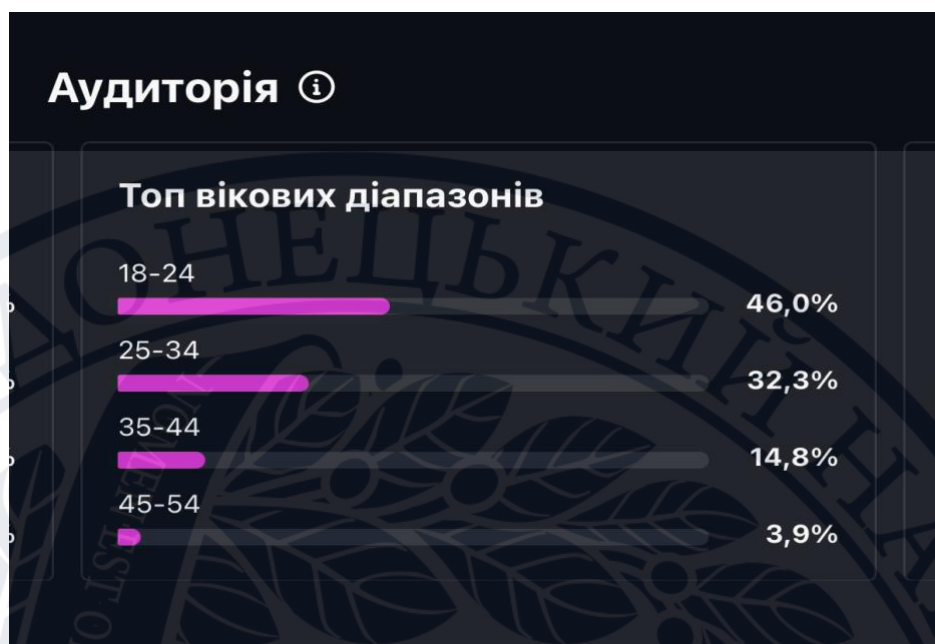


Рис. 1.1. – Вікові категорії аудиторії

Дослідження цільової аудиторії проєкту дозволяє виділити два ключових сегменти. Перший - це молодь у віці від 18 до 24 років, яка складає 46,0% загальної кількості користувачів (Рис.1.1.). Ця група охоплює студентів, молодих батьків, а також початківців у креативних індустріях та івент-сфері (зокрема аніматорів), які активно залучені до організації дитячого дозвілля в сучасних умовах. Дані статистики та цифрових взаємодій демонструють наявність значної вторинної аудиторії - користувачів у віці від 25 до 34 років, що становлять 32,3%.

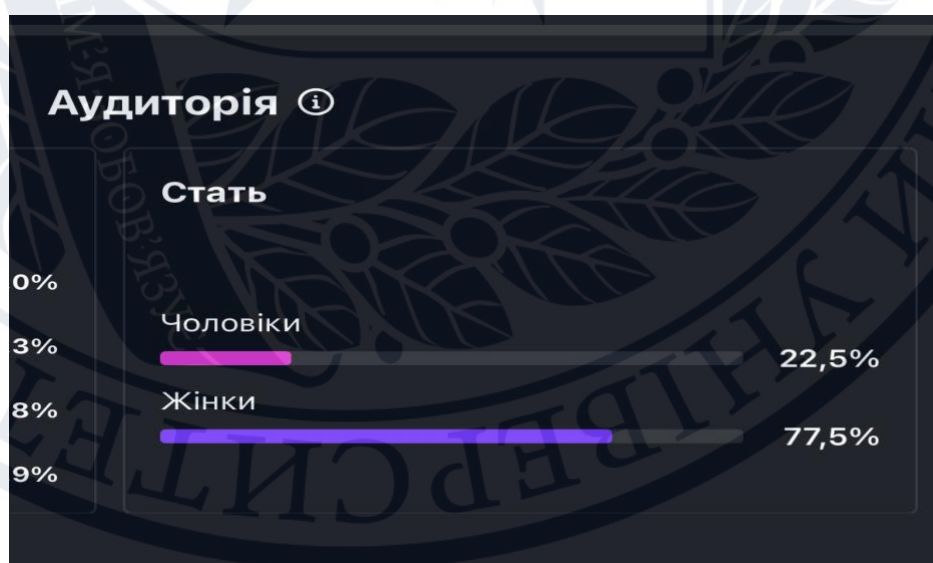


Рис 1.2. – Гендерне розподілення аудиторії

У гендерному розрізі помітне переважання жіночої частини, яка досягає 77,5%, тоді як чоловіча складає лише 22,5% (Рис. 1.2.). Ця жіноча аудиторія представляє найбільш свідоме соціальне середовище. Сильна присутність у вікових категоріях 18–24 та 25–34 років свідчить про високий інтерес суспільства до тем кризової психології, подолання провини батьків і етичних норм під час війни. Доросла частина аудиторії часто виконує роль менторів або безпосередніх організаторів дитячого простору, що забезпечує проєкту стабільну базу для взаємодії та сприяє поширенню контенту через механізми батьківської й професійної солідарності за межами Вінницької області. Таким чином, поєднання активного молодіжного ядра з усвідомленим дорослим оточенням формує унікальну екосистему медіапроєкту, де соціально-журналістські матеріали отримують підтримку як з боку учасників івент-індустрії, так і з боку замовників (батьків).

Характеристики поведінки й споживання медіаконтенту аудиторії проєкту «Емоції реалій» відображають загальні тенденції діджиталізації та мікронавчання в Україні. Користувачі проявляють потребу в високій інтерактивності та мобільності, використовуючи Instagram для швидкого доступу до перевіреної інформації. Аудиторія прагне отримувати чіткий і структурований контент, який знижує психологічний тягар і надає експертні рекомендації (прямі цитати психологів, чеклисти безпеки), а також створює відчуття участі у вирішенні важливих соціальних проблем. Актуальність медіапроєкту «Емоції реалій» визначається гострим суспільним запитом на формування нових етичних стандартів. У період тривалого воєнного стану питання захисту психічного здоров'я дітей та їх право на позитивні емоції стають критичними для багатьох родин. Проєкт пропонує не абстрактні навчальні матеріали, а реальні кейси локального ринку разом із узагальненими даними громадської думки вінничан та офіційними позиціями таких установ як ЮНІСЕФ або БФ «Голоси дітей». Це робить контент максимально релевантним сучасним вимогам суспільства.

Спроможність проєкту зайняти й утримувати свою нішу на українському медіаринку обумовлена його концептуальною збалансованістю. Сегмент аудіовізуального й текстового контенту для батьків переважно розділений між розважальним контентом івент-агенцій та складними академічними статтями з психології. «Емоції реалій» заповнюють вакантну ланку соціальної журналістики шляхом глибокого аналізу через доступну й інтерактивну комунікацію без маніпуляцій.

Довгострокові перспективи медіапроєкту закладені також у його технічній гнучкості й можливостях масштабування. Професійний підхід до створення контенту передбачає використання багаторівневої інфографіки та перевірки джерел інформації разом із опитуванням (Vox Populi, експрес-опитування), що забезпечує конкурентні переваги продукту. Стратегія кросмедійності комбінується текстову аналітику з візуальними картками для безперервного розширення аудиторії проєкт має всі шанси стати впливовим всеукраїнським майданчиком для комунікаційної діяльності, психологічної підтримки й адаптації індустрії дитячого дозвілля до сучасних викликів.

1.3 Контент план

Таблиця 1.1

Дата	Назва матеріалу	Формат	Результат
09.05.2026	«Чи маємо ми право на радість коли в країні війна?»	Замітка/новина	Охоплення: 15 лайків; 1 коментар;
15.05.2026	Інтерв'ю зі співвласницею івент-агенції «Mіxmiх» Віолеттою.	Інтерв'ю	Охоплення: 17 лайків; 3 коментарі; 59 переглядів;

Продовження таблиці 1.1.

12.05.2026	«Свято під час війни: думки українців»	Опитування	Охоплення: 15 лайків; 2 коментарів;
18.05.2026	Любов крізь кілометри: військовий разом із дружиною влаштували яскравий сюрприз для донечки.	Репортаж	Охоплення: 15 лайків; 51 перегляд;
25.05.2026	«Чи на часі дитячий сміх, коли йде війна? Чому радість стала формою опору»	Замітка	Охоплення: 12 лайків;
27.05.2026	5 правил дитячого свята з аніматорами під час війни. Як уникнути небезпеки?	Новина/Замітка	Охоплення: 11 лайків; 1 коментар;
27.05.2026	Огляд трендів у дитячих агенціях Вінниці.	Огляд	Охоплення: 11 лайків; 1 коментар;
28.05.2026	Як подолати почуття провини та що про це думають фахівці	Стаття	Охоплення: 8 лайків;
28.05.2026	Приміщення чи вулиця: як правильно організувати дитяче свято під час війни?	Опитування	Охоплення: 5 лайків; 1 коментар;
29.05.2026	Питання та результати опитування мешканців Вінниці.	Замітка	Охоплення: 3 лайки;

РОЗДІЛ 2

ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ

2.1. Середовище функціонування, формати контенту та технічні засоби виробництва

Основним робочим середовищем медіапроєкту «Емоції реалій» обрано соціальну мережу Instagram. Ця платформа була обрана тому, що її мультимедійність дозволяє органічно поєднувати візуальний, текстовий та аудіовізуальний контент. У сучасних умовах відбуваються значні зміни у споживанні інформації. Аудиторія надає перевагу мобільним платформам, які пропонують миттєвий доступ до контенту та можливість прямої взаємодії з автором. Instagram забезпечує необхідний рівень інтерактивності завдяки своїй системі коментарів, приватних повідомлень та інструментів обміну, які дуже важливі для будь-якого проєкту соціальних мереж.

Таким чином, зміст медіапроєкту є багатоформатним і високоякісним. У цьому базовому форматі аудиторія отримує карусельні пости, наповнені даними, які збирають текстові рекомендації та аналітику - все в легкій для читання графічній формі, що дозволяє чітко сприйняття на будь-якому пристрої. Зйомка проводиться з максимальною увагою, щоб досягти естетичної та емоційної глибини, за допомогою природного та штучного освітлення. Звуковий супровід, необхідний для запису інтерв'ю у Вінниці, записується за допомогою портативного бездротового петличного мікрофона, що чітко записує голос. Отже, окрім візуального аспекту, проєкт також складається з великих текстових матеріалів у сервісних та журналістських жанрах, які розглядають тему психологічної трансформації дитячих свят під час війни. Розробка повного медіапродукту потребує професіоналів на рівні програмної команди, щоб працювати на кожному етапі. Для графічного моделювання, корекції кольору та редагування графічних матеріалів я використовувала редактор Canva - що полегшує сторінкам мати єдиний стиль. Динамічні відео були оброблені та відредаговані за допомогою відеоредактора CapCut та InShot. Візуальне

оформлення, конструювання обкладинок каруселі та проєктування виконувалися за допомогою графічних редакторів та Google Gemini і ChatGPT для технології штучного інтелекту - які генерували спеціалізовані фото-референси та картинки для проєкту. Текстова підтримка, написання сценаріїв опитувань та аналітичних статей виконувалися за допомогою текстових процесорів Microsoft Word, надаючи достатньо якісних даних для підготовки медіапроєкту до фінального продукту.

2.2. Інструменти оцінки ефективності реалізації

У проєкті «Емоції реалій» на платформі Instagram використовується колекція інтерактивних інструментів для двостороннього спілкування з аудиторією та отримання миттєвого зворотного зв'язку. Основним каналом для насичених обговорень є розділ коментарів під замітками та журналістськими постами, де читачі можуть висловлювати думки щодо доречності святкувань під час війни. Наступний аналіз коментарів фіксує поступову зміну соціальних стереотипів та зміну ставлення батьків до психологічної підтримки дітей через ігрові формати.

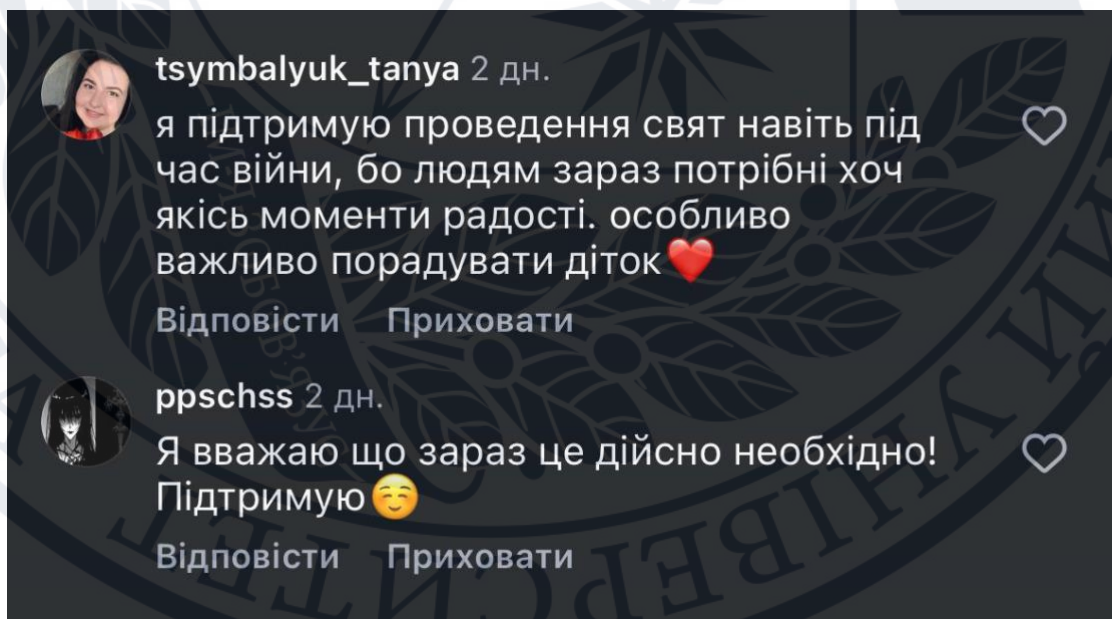


Рис. 2.1.—. Відгук користувачів на пост «Свято під час війни: що думають українці?»

Комунікація проєкту «Емоції реалій» побудована на безперервному двосторонньому зв'язку з аудиторією всередині соціальної мережі Instagram. Інструментами для збору первинного зворотного зв'язку виступають публічні реакції, експертні обговорення під публікаціями, а також приватні діалоги в Direct, які забезпечують високий рівень конфіденційності під час розбору чутливих тем. Завдяки регулярному аналізу коментарів та розгорнутих відгуків користувачів під матеріалами відбувається постійне сканування запитів батьківської спільноти й представників івент-індустрії Вінниці, що дозволяє оптимізувати контент-план під реальні потреби читачів. Моніторинг результативності створеного медіапродукту та дослідження реакцій аудиторії базуються на перехресному аналізі внутрішніх метрик Instagram Insights та фактичних комерційних маркерів вінницьких івент-агенцій. Для визначення ефективності блогу відстежується комплекс ключових показників, серед яких: загальне охоплення публікацій, коефіцієнт залученості, а також демографічний та географічний зрізи підписників. Особлива увага приділяється кількості збережень та внутрішніх репостів, адже саме це є головними індикаторами корисності для сервісних журналістських матеріалів. Паралельне зіставлення цифрової аналітики соцмереж із практичними даними локальних агенцій (динамікою бронювань, попитом на захищені локації та зміною лідерів серед дитячих аніматорів) дозволило верифікувати соціокультурне перевтілення суспільних пріоритетів під час війни. Висока кореляція між кількістю збережень гайдів у блозі та реальними змінами в поведінці клієнтів івент-компаній Вінниці доводить високу якість, прикладну дієвість та цінність реалізованого проєкту.

В Instagram-блозі проєкту «Емоції реалій» ключова увага фокусувалася на показниках охоплення унікальних акаунтів, кількості взаємодій із публікаціями, зокрема на вподобаннях та коментарях матеріалів, а також на динаміці приросту читачів. Аналіз демографічних характеристик на платформі дозволив підтвердити початкову гіпотезу щодо ядра цільової аудиторії проєкту, яке складають жінки, переважно молоді мами віком від вісімнадцяти до двадцяти чотирьох років, а також соціально активні жителі Вінниччини, залучені до

обговорення суспільно важливих тем. Отримані аналітичні дані стали базою для прийняття стратегічних рішень щодо подальшого наповнення медіапроєкту. Механізм використання цих інструментів полягав у постійному відстеженні реакцій аудиторії на різні журналістські формати від емоційних новин до прикладних чек-листів. Показник вподобань та коментарів конкретних каруселей чітко вказував на високу цінність обраних тем, зокрема безпеки та етики дитячих свят. Водночас моніторинг падіння охоплень допомагав оптимізувати обсяги текстових описів, коригувати візуальну подачу та здійснювати повне перевтілення структури контенту під актуальні запити читачів, що дозволило об'єктивно оцінити рівень досягнення цілей, адаптувати комунікаційну стратегію та створити максимально затребуваний соціально-журналістський продукт.

Якісним критерієм ефективності проєкту став безпосередній зворотний зв'язок від аудиторії у коментарях, що зафіксував високий рівень довіри до платформи «Емоції реалій». На основі отриманих відгуків було виділено кілька ключових векторів сприйняття контенту. Зокрема, було відзначено психотерапевтичний ефект матеріалів, адже одна з читачок, мати п'ятирічної дівчинки, наголосила, що допис із залученням думок фахових психологів допоміг їй подолати внутрішнє почуття провини за організацію невеликого дня народження в умовах воєнного стану, повернувши дитині відчуття психологічної стабільності. Також користувачі високо оцінили візуальну складову, підкресливши лаконічний дизайн інформаційних карток та чітку структуру чек-листів, що дозволяє комфортно й швидко сприймати важливі правила безпеки з екрана смартфона.

Підсумовуючи реалізацію медіапроєкту, можна стверджувати, що поставлені мета та завдання були успішно виконані. Створений Instagram-блог «Емоції реалій» органічно заповнив нішу конструктивної сервісної журналістики у регіональному медіапросторі, вдало поєднавши гостру соціально-психологічну проблематику воєнного часу із сучасними стандартами цифрового дизайну. Аналіз статистичних даних та якісний зворотний зв'язок від

аудиторії доводять, що розроблений продукт повністю відповідає потребам, очікуванням та етичним запитам сучасного суспільства. Проєкт продемонстрував свою життєздатність, як ефективний інструмент соціальної комунікації, здатний залучати та утримувати увагу вибагливого користувача у висококонкурентному цифровому середовищі.



ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі підбито підсумки розробки та практичної реалізації студентського медіапроєкту «Емоції реалій». Процес створення та ведення тематичного Instagram блогу підтвердив початкову гіпотезу про те, що в умовах тривалого воєнного стану та перенасиченого тривожного інформаційного простору аудиторія потребує не просто констатації фактів чи відсторонених новин, а конструктивної сервісної журналістики та дієвої психологічної підтримки. Успішне поєднання глибокого журналістського аналізу соціальних дилем із прикладними порадами для батьків дозволило створити конкурентоспроможний і корисний цифровий медіапродукт. Виконані завдання довели, що формат відкритого діалогу та практики є найбільш релевантним інструментом для встановлення довірливих відносин із громадою, адже він позбавлений штучності, зайвого тиску та моралізаторства. На етапі дослідження регіонального медіаринку та середовища функціонування було доведено безперечну актуальність обраної комунікаційної ніші, пов'язаної з етикою дитячого дозвілля та збереженням ментального здоров'я в тилу. Аналіз цільової аудиторії показав високий суспільний запит молодих батьків, вихователів та освітян віком від вісімнадцяти до двадцяти чотирьох років на якісні мультимедійні матеріали, що допомагають долати внутрішнє почуття провини та знаходити правильні рішення для виховання малечі. Обговорення тем безпеки в укриттях, етики звукового супроводу свят та емоційної чутливості до дітей військовослужбовців або внутрішньо переміщених осіб знайшло глибокий відгук серед мешканців Вінниччини. Практична реалізація проєкту підтвердила визначальну роль візуального та структурного подання інформації в сучасних соціальних мережах. Застосування сучасних інструментів графічного дизайну, єдиної колористики та ергономічної верстки текстових каруселей дозволило створити продукт, що повністю відповідає актуальним стандартам цифрової естетики. Робота над архітектурою карток-інструкцій та оптимізація обсягів текстових описів забезпечили комфортне та швидке сприйняття складних

соціально-психологічних тем з екранів мобільних пристроїв. Комплексний підхід до виробництва контенту довів, що студентські медіаініціативи здатні успішно утримувати увагу аудиторії завдяки суворому дотриманню професійних вимог до візуальної комунікації та логіки викладу матеріалу. Розроблена та поетапно впроваджена стратегія просування на платформі Instagram продемонструвала високу ефективність обраного інструментарію. Ставка на залучення аудиторії через сервісні матеріали та карткові чек-листи виявилася повністю виправданою, оскільки саме такий формат забезпечив високі показники вподобань і коментарів, що позитивно вплинуло на алгоритмічне охоплення унікальних акаунтів. Використання інтерактивних опитувань, живих бліц-інтерв'ю з містянами та публікація аналітичних оглядів ринку послуг дозволили ефективно конвертувати випадкових користувачів у постійну й лояльну спільноту читачів. Такий розподіл журналістських жанрів у межах одного профілю став оптимальною моделлю для поширення корисного соціального контенту. Оцінка результатів функціонування медіапроєкту, здійснена за допомогою вбудованих аналітичних інструментів вебаналітики та ретельного аналізу якісного зворотного зв'язку, безапеляційно підтверджує повне досягнення поставленої мети. Статистичні показники охоплення, взаємодії з публікаціями та позитивна динаміка коментарів свідчать про щирий інтерес аудиторії до порушених проблем. Відгуки молодих матерів, представників вимушено переміщених сімей та студентської спільноти підкреслюють високу соціально-психологічну значущість блогу як безпечного та емпатичного майданчика для пошуку відповідей на складні виклики батьківства під час війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Новий рік у дні війни: святкувати чи ні — поради психологів // Одеське життя. — URL: <https://odessa-life.od.ua/uk/article-uk/novij-rik-u-dni-vijni-svjatkuvati-chi-ni> (дата звернення: 28.05.2026).
2. Ритуали як опора, шанс на відновлення: психологи про святкування під час війни // Суспільне Новини. — URL: <https://suspilne.media/909845-rituali-ak-opora-sans-na-vidnovlenna-psihologi-pro-svatкування-pid-cas-vijni/> (дата звернення: 28.05.2026).
3. Страх повітряних тривог: як впоратися самостійно і допомогти дитині // HowAreU. — URL: <https://howareu.com/materials/strakh-povitrianykh-tryvoh-iak-vporatysia-samostiino-i-dopomohty-dytyni> (дата звернення: 28.05.2026).
4. Фонд «Маша» // Masha Foundation. — URL: <https://mashafund.org.ua/> (дата звернення: 28.05.2026).
5. Чи доречні святкування під час війни? // Dovidka.info. — URL: <https://dovidka.info/chy-dorechni-svyatkuvannya-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 28.05.2026).
6. Чи можна святкувати під час війни — коментар психолога // The Page. — 18.12.2024. — URL: <https://thepage.ua/ua/news/chi-mozhna-svyatkuvati-pid-chas-vijni-komentar-psihologa> (дата звернення: 28.05.2026).
7. Чому потрібно відзначати свята навіть під час війни — пояснення психологині // NV Life. — URL: <https://life.nv.ua/ukr/socium/chi-potribno-vidznachati-novorichni-svyata-pid-chas-viyni-vidpovid-psihologa-50289908.html> (дата звернення: 28.05.2026).
8. Як святкувати Різдво та Новий рік під час війни без почуття провини: рекомендації психологині // Робота.ua (Блоги / Expert thoughts). — URL: <https://budni.robota.ua/expert-thoughts/yak-svyatkuvati-rizdvo-ta-noviy-rik-pid-chas-viyni-bez-pochuttya-provini-rekomendatsiyi-psihologini> (дата звернення: 28.05.2026).

9. Voices of Children (БФ «Голоси дітей») // Voices of Children. – URL: <https://voices.org.ua> (дата звернення: 28.05.2026).
10. YouTube-відео // YouTube. – URL: <https://youtu.be/sLHFKYtmRNM> (дата звернення: 28.05.2026).



ДОДАТКИ

ДОДАТОК А Контент для медіапроєкту

Замітка

Чи маємо ми право на радість, коли в країні війна?

Війна змінює не лише реальність, а й наше ставлення до звичних речей. Те, що раніше здавалося природним - сміх, свята, розваги - тепер часто викликає внутрішній спротив і запитання: чи доречно це взагалі? Але радість - це не протилежність співчуттю. Це не знецінення болю, який переживає країна. Це спосіб витримати реальність, яка щодня тисне страхом і втомою. Людина не може жити лише в стані втрати - психіка потребує моментів світла, навіть у найтемніші часи

Особливо це стосується дітей. Вони не повинні втрачати дитинство через війну дорослих. Свято для них - це не розкіш, а відчуття нормальності, безпеки й любові.

Питання не в тому, чи маємо ми право на радість. Питання в тому, якою має бути ця радість - чутливою, доречною і такою, що не заперечує реальність у якій ми живемо

Адже навіть під час війни життя не зупиняється. І радість - теж його частина.

Субтитри до інтерв'ю зі співвласницею івент-агенції «Mixmix» Віолеттою

Друзі, всім привіт Мене звати Карина і сьогодні поруч зі мною знаходиться Віолетта, співвласниця івент-агенції «Мікс-Мікс».

Усім привіт!

Дуже вдячна, що ти приєдналася до нас. У мене є до тебе декілька запитань стосовно твоєї сфери діяльності. Ні для кого не секрет, що війна внесла корективи у життя кожного українця, і мене цікавить саме те, як вона повпливала на вашу діяльність.

Сфера аніматорства з початку повномасштабної війни перевернулася на 180 градусів. Дійсно, змінилися люди, змінилися ціни. По сьогоднішній день морально, якщо чесно сказати, трошечки важче працювати.

Загалом, як технічно змінилася організація ваших заходів? Адже також ні для кого не секрет, що зараз багато укриттів бувають зачинені, а вони під час повітряних тривог необхідні для людей. Я б хотіла дізнатися деталі вашої організації.

Так, з початку повномасштабної війни у нас у школах, у садочках з'явилися укриття. Це є великий плюс, звісно, але не завжди ми в них працюємо, тому що більшість можуть бути просто закритими.

Ми бували на святах, де працювали спочатку на дитячому майданчику на території садочка, потім лунала повітряна тривога і ми всі переходили в укриття. На свято це абсолютно ніяк не повпливало, адже ми вважаємося професіоналами в даній сфері. Діти також цих змін абсолютно не відчули, тому я вважаю, що в даному випадку робота виконана.

— Що стало для вас найбільшим випробуванням за ці чотири роки?

— Я би згадала тільки один єдиний момент. Це було у 2022 році, я зараз не пригадаю точно, чи це був травень, чи літо. У нас був відкритий центр «Я Маріуполь». І ми з командою туди їхали на благодійний захід. Там було дуже багато дітей, дуже багато жінок, саме жінок літнього віку. Дуже важко було зрозуміти саме дітей. Не хочеться якось задавати зайвих питань - правильних чи неправильних. Ти не знаєш, як дитина відреагує, тому що дитині

8–9 років, а ти можеш задати питання про батьків, і це їх дійсно може трошки занепокоїти.

Вони самі розповідали свої історії, і, працюючи, я не змогла абсолютно стримати сліз. Дійсно скажу: я плакала дуже сильно, я їх обіймала, підіймала на руки і розуміла, що в цих дітей лишилися тільки бабусі або вони, на жаль, залишилися сиротами через країну, якої не існує.

Який взагалі ви бачите подальший розвиток своєї діяльності, якщо, не дай Боже, звісно, війна буде тривати ще роками?

Після 24 лютого 2022 року я взагалі не бачила ніякого сенсу, все стало на дуже велику паузу. На сьогоднішній день я вдячна нашим клієнтам - і новим, і старим клієнтам, які до нас повертаються

Звісно, ми будемо працювати, будемо розвиватися, тому що стояти на одному місці не завжди круто. І, звісно, будемо підтримувати військових, донатити військовим, брати участь у благодійних заходах. Також є заходи, де збираються кошти саме для військових.

І хотіла б сказати, що наші свята це безпечно, відповідально й емоційно. Це ті емоції, які залишаються з людьми дійсно на багато років.

Також питання, яке турбує багато івент-агенцій та безпосередньо суспільство. Чи вважаєте ви доречним святкування у такий час?

Я тобі зараз скажу чисто свою суб'єктивну думку: життя має тривати. Я навіть наведу приклад військових, які у нас неодноразово замовляють вітання для своїх дружин, для дітей. Так як вони не можуть фізично бути поруч, вони хочуть через нас зробити такий сюрприз, такий подарунок.

Коли я з ними спілкувалася, вони мені не один раз казали: «Ви маєте там жити, ви маєте там посміхатися і бути щасливими. Саме для того ми зараз там знаходимося».

Звісно, що є багато хейту. І скажу по правді, найбільший хейт — це, певно, соціальна мережа Facebook. Там вікова категорія може бути 50+, люди дуже активно можуть писати: яке взагалі може бути життя, коли така трагедія, і тому подібне.

Але якщо з іншої сторони на це подивитися, якщо кожна людина буде ходити по вулиці з сумним обличчям, то, не знаю, це буде дійсно дуже хмуре життя.

Можливо, на твоїй пам'яті є такий момент хейту, який закарбувався найбільше?

Це, певно, така соціальна мережа Facebook. Ми виставили відео також із вітанням. До речі, замовляв військовий це вітання. І нам написали дуже великий текст у Facebook про те, яке ми маємо право це виставляти, як ми можемо сміятися і радіти. Але наша ціль взагалі у даній сфері - це приносити радість, приносити емоції, які будуть запам'ятовуватись. Для цього я у цій сфері і працюю.

Друзі, хочемо подякувати вам за перегляд. Хочу подякувати особисто тобі, що завітала до нас, поділилася своїм досвідом і своїми порадами. Я впевнена, що нашим глядачам було неймовірно цікаво це послухати.

Дякую, що запросила.

Тож, друзі, слідкуйте за оновленнями, підписуйтесь, будемо вам раді.

Свято під час війни: що думають українці?

Результати опитування

«Ми воюємо за майбутнє наших дітей. Якщо я можу подарувати сину годину радості сьогодні, я це зроблю. Це його стійкість». Олена, мама 6-річного Максима.

«Ми тут якраз для того, щоб пацани та дівчата в тилу могли хоч іноді бачити посмішки своїх дітей. Якщо дитина сміється, значить ми все робимо правильно. Це теж свого роду оновлення сил для нас: бачити, що життя в Україні триває попри все». Ігор, військовослужбовець ЗСУ.

«Спочатку я сердилася, думала: ну яке воно свято, коли така біда в країні? А потім подивилася на внуків. Вони ж кожную сирену знають. Їм треба те світло. Життя не можна ставити на паузу, бо діти виростуть і не матимуть жодного доброго спогаду». Галина Миколаївна, виховує двох онуків.

«Коли ми бачимо відео, де діти сміються та граються, ми розуміємо, заради кого ми тут. Це дає сили стояти далі. Життя має тривати». Роман, військовослужбовець ЗСУ.

«Мені важко сприймати гучні святкування, коли щодня ми бачимо трагедії. Можливо, варто змінити формат на більш тихий та інтимний». Ігор, волонтер, переселенець з Харкова.

Ми можемо сперечатися про формати чи гучність, але головне залишається незмінним: свято сьогодні - це не про ігнорування війни. Це про нашу здатність залишатися людьми навіть у найтемніші часи.

Головне - чути один одного, не засуджувати й пам'ятати: наші щирі емоції - це теж частина майбутньої Перемоги.

Текст під постом: Суспільство ніколи не буде одної думки у питанні святкувань під час війни. І це нормально. Під час підготовки медіапроєкту я поспілкувалася з різними людьми: від військових до матусь. Виявилося, що «радість» сьогодні - це не про вечірки, а про відновлення нашої сили. Для багатьох івент-сфера стала формою психологічної допомоги. Проте питання формату залишається гострим. Як знайти той самий баланс між повагою до трагедії та правом дитини на дитинство? Гортайте карусель, щоб побачити реальні думки українців. Чиї слова вам відгукнулися найбільше?

«Чи на часі дитячий сміх, коли йде війна? Чому радість стала формою опору»

Батьки часто відчують провину за бажання подарувати дитині бодай краплю безтурботності, а стрічки соцмереж коливаються від засудження до підтримки. Проте, якщо зануритися глибше в психологію виживання нації, стає очевидним: дитячий сміх сьогодні - це не зрада, а форма нашого спільного опору.

Дитинство не можна поставити на паузу чи перенести на час після перемоги. Воно триває тут і зараз, у залізобетонних реаліях сьогодення. За останні роки відбулася колосальна зміна самого поняття «дитяче свято». Зі сфери чистих розваг та марнославства воно перейшло в категорію ментальної терапії. Коли батьки разом із агенціями планують день народження в укритті, вони борються не за красиві фотокартки, а за психологічну стійкість своєї дитини. Це і є наше головне оновлення цінностей: ми почали вимірювати свята не масштабом бюджету, а глибиною емоційного захисту.

Ворог намагається відібрати у нас майбутнє, залякати і позбавити сили.. Коли дитина замикається в собі від страху, ворог досягає своєї мети. Але коли попри сирени малеча бігає на естафетах, щиро сміється з витівок аніматора чи задуває свічки на торті, відбувається дивовижне перевтілення простору навколо. Сховище перестає бути місцем страху, воно стає місцем сили. Дитяча радість

генерує колосальний ресурс для батьків, даючи їм сили боротися, працювати та допомагати.

Ми переживаємо глибоке етичне оновлення. Наші свята стали тихішими, свідомішими та поважнішими до контексту війни. Проте вони не зникли, бо любов до дітей сильніша за страх. Подарувати дитині свято сьогодні - це продемонструвати всьому світу і самим собі: життя триває, ми сильні, а наші діти матимуть щасливі спогади попри все. Дитяча посмішка - це наш тихий маніфест перемоги, який зароджується в укриттях уже зараз. Чи маємо ми право на радість сьогодні.

Текст під постом: Почуття провини часто руйнує нас зсередини, коли ми намагаємося влаштувати свято для дитини. Проте дитячий сміх під час війни – це не зрада. Це наша зброя. Замітка про те, як відбулася видозміна наших цінностей та чому безпечне свято сьогодні є формою ментального супротиву. Гортайте карусель, щоб прочитати повний текст, та діліться своїми думками в коментарях.

5 правил дитячого свята з аніматорами під час війни. Як уникнути небезпеки?

Безпека поруч. із укриттям. Локація має бути захищеною. Домовтеся з аніматорами, щоб у разі тривоги спуск до сховища перетворився на частину безпечного квесту.

Етика звуків. Виключити хлопавки, салюти та надто гучну музику. Тим паче, якщо свято на вулиці. Наша спільна зміна етичних норм вимагає поваги до спокою оточуючих. Голосні звуки можуть налякати дітей.

Професійна підготовка. Обирайте аніматорів, які знають основи психологічної допомоги та вміють екологічно працювати з дитячим стресом у замкненому просторі.

Прозора комунікація з батьками гостей. Заздалегідь попередьте інших батьків про точну адресу локації, наявність укриття та план дій на випадок

тривоги. Такий святковий етикет допоможе усім гостям почуватися впевнено та безпечно.

Чутливість до емоційного стану дітей. Серед запрошених можуть бути малюки з родин ВПО або діти, чиї батьки зараз на фронті. Попросіть аніматорів уникати тем розлуки чи тригерних сюжетів, демонструючи якісне оновлення принципів емпатії та інклюзії.

Текст під постом:

Дитяче свято під час війни: як організувати його правильно? Повертаємось до нашої теми, чи доречно влаштовуєте дні народження для дітей зараз? Батьків часто руйнує почуття провини, але психологи наголошують: радість для дитини сьогодні - це ліки та ресурс для виживання. Відома українська дитяча та сімейна психологиня Світлана Ройз зазначає: «Для дитини свято - це не просто розвага, це важливий маркер того, що життя триває, це точка опори. Радість під час війни стає паливом для нашої стійкості. Проте формати цих свят мають пройти через повну трансформацію та бути чутливими до реальності». Саме тому відбулася докорінна зміна підходів до дитячого дозвілля. Разом з івент-експертами ми зібрали 5 золотих правил, як організувати свято з аніматорами етично, безпечно та з турботою про кожного.

ПЕС ПАТРОН, ПАТРІОТИЧНІ КОЗАКИ ТА ЩЕНЯЧИЙ ПАТРУЛЬ ЗАМІСТЬ ЛЮДИНИ-ПАВУКА ТА БАРБІ: ОГЛЯД ТРЕНДІВ У ДИТЯЧИХ АГЕНЦІЯХ ВІННИЦІ.

Огляд трендів у дитячих агенціях Вінниці.

Я проаналізувала публікації, каталоги послуг та реальні замовлення кількох провідних івент-агенцій Вінниці. Як журналістка, я помітила дивовижну тенденцію: дитяча масова культура в нашому місті миттєво зорієнтувалася під нову реальність. За останні роки відбулося кардинальне перевтілення списку улюблених персонажів, яких діти хочуть бачити на своїх іменинах. Якщо раніше батьки найчастіше замовляли Людину-Павука чи принцес Діснея, то зараз,

вивчаючи свіжі графіки бронювань та публікації в Instagram, можна побачити зовсім інших кумирів! Головним улюбленцем вінницької малечі став відомий Пес Патрон, а також добрі козаки та Щенячий патруль. На мою думку, це логічне перевтілення дитячих пріоритетів, адже діти шукають близьких і зрозумілих їм рідних героїв. Коли я розбирала деталі сучасних сценаріїв разом із керівниками агенцій, то зафіксувала, що таке перевтілення репертуару повністю змінило суть ігрових програм: Нові акценти: Замість класичного «рятування всесвіту від монстрів» агенції тепер пропонують квести на логіку, кмітливість та знання українських пісень. Добрі та безпечні ігри: Діти із захопленням допомагають іграшковому Патрону розгадувати веселкові головоломки, проходять заплутані лабіринти та вчаться у формі гри допомагати один одному. Мій аналіз ринку доводить: дитяче свято у Вінниці отримало власне, унікальне обличчя. Перевтілення форматів пішло на користь, адже тепер дружба, взаємовиручка та щирий, безпечний сміх стали головними елементами кожної програми.

Як подолати почуття провини та що про це думають фахівці

Питання про те, чи варто організовувати дні народження та розваги для дітей в умовах воєнного стану, часто викликає у батьків почуття провини та сумніви. Проте фахівці з психічного здоров'я впевнені: позбавляти дитину радості зараз - це додатково травмувати її психіку.

«Радість — це паливо для нашої стійкості. Якщо ми не інвестуємо в радість, у нас не буде сил витримувати навантаження. Для дитини свято - це маркер безпеки. Коли дорослі святкують, роблять щось звичне, дитина відчуває: "Світ стабільний, я під захистом". Свята, дні народження, родинні традиції — це те, що повертає дитині відчуття контролю над часом і життям».

Світлана Ройз, дитяча та сімейна психологиня

«Дитинство не можна поставити на паузу чи перенести на час "після перемоги". Дитина росте тут і зараз, і якщо ми позбавимо її позитивних емоцій сьогодні, ми заберемо в неї шматок життя, який уже ніколи не повернеться. Батьківське

почуття провини не повинно позбавляти дітей їхнього природного права на радість. Гра і сміх — це захисні механізми, які допомагають психіці справлятися з травматичним досвідом».

Катерина Гольцберг, дитяча психологиня, президентка Асоціації дитячих аналітичних психологів

«Ми працюємо з дітьми у прифронтових зонах і в тилу, і бачимо, що позитивні емоції — це база для психологічного відновлення. Дитині потрібен простір, де вона може побути просто дитиною, погратися, відзначити свій день народження. Але формат має змінитися: головне — це безпека, близькість рідних, адаптовані ігри без гучних тригерних звуків, які можуть налякати чи нагадати про обстріли».

Олена Розвадовська, голова правління Благодійного фонду «Голоси дітей» (Voices of Children)

Аналіз прямих висловлювань провідних українських експертів доводить, що дитячі свята в умовах війни остаточно пройшли через перевтілення - зі сфери безтурботних розваг вони перейшли у площину терапії та ментального захисту. Організація безпечного, тихого та емоційно чутливого свята є дієвим інструментом профілактики дитячих психотравм.

Текст під постом:

Для проєкту «Емоції реалій» я провела дослідження та зібрала офіційні позиції провідних українських дитячих психологів і благодійних організацій, які щодня працюють із ментальним здоров'ям малечі в умовах воєнного стану. Світлана Ройз, Катерина Гольцберг та Олена Розвадовська дають чітку, науково обґрунтовану відповідь на ці батьківські дилеми. Усю детальну інформацію, прямі цитати експертів та верифіковані посилання на платформи психологічної підтримки та психологів я вклала у картки до цього допису. Гортайте карусель, щоб прочитати першоджерела та дізнатися, чому фахівці наполегливо рекомендують. Діліться у коментарях своїми думками стосовно цього та

зберігайте допис, щоб не втратити корисні ресурси для підтримки психологічної стійкості вашої родини.

Приміщення чи вулиця: як правильно організувати дитяче свято під час війни?

Після 2022 року формат дитячих свят в Україні змінився не лише в емоційному, а й у практичному сенсі. Батьки та івент-організатори дедалі частіше обирають між двома варіантами: святкування в приміщенні або на відкритому повітрі. Обидва мають свої переваги та ризики — і питання безпеки тут стає ключовим.

Свято в приміщенні

Святкування у закритому просторі сьогодні вважається більш контрольованим варіантом.

Плюси:

- Можливість швидко перейти в укриття під час тривоги;
- Контрольований доступ і безпека дітей;
- Стабільні умови незалежно від погоди;
- Менше зовнішніх ризиків.

Мінуси:

- Обмежений простір;
- Складніше забезпечити відчуття "свободи";
- У разі тривоги — необхідність евакуації всіх гостей одночасно.

Свято на вулиці

Вуличні формати залишаються популярними, особливо в теплу пору року.

Плюси:

- Більше простору для ігор та активностей;
- Природна атмосфера;
- Легше організувати великі групи дітей;
- Менше відчуття "замкненості".

Мінуси:

- Складніше реагувати на повітряні тривоги;
- Відсутність стабільного укриття поруч;
- Залежність від погоди;
- Більші ризики з точки зору безпеки.

Як зробити свято правильним у воєнний час?

Експерти івент-сфери наголошують: універсального формату не існує. Але є базові принципи, які варто враховувати:

- Наявність найближчого укриття та плану дій;
- Мінімізація гучних звуків, які можуть викликати стрес;
- Невелика кількість гостей замість масових подій;
- Попереднє інформування батьків про правила безпеки;
- Емоційна чутливість до стану дітей.

Свято сьогодні - це вже не про масштаб. Це про баланс між радістю та відповідальністю. І головне питання залишається тим самим: як зберегти дитинство, не ігноруючи реальність, у якій ми живемо.

Текст під постом:

У сучасних умовах свято - це не про масштаб, а про відповідальність. І головне завдання дорослих - знайти баланс між радістю для дітей і реальністю, в якій ми живемо. У пості розбираємо, де краще святкувати дитячі події під час війни і що варто врахувати

Питання та результати опитування мешканців Вінниці

"Як ви особисто ставитеся до проведення дитячих розваг та днів народження під час воєнного стану?"

Абсолютна більшість опитаних перехожих підтримує організацію дитячих свят, проте із суворими обмеженнями. Найбільшу кількість голосів здобула позиція, що заходи мають відбуватися винятково у скромному, тихому та адаптованому до сучасних реалій форматі. Пишні святкування та гучні розваги аудиторія вважає неформатними та недоречними. Водночас вагома частина опитаних зізналася, що під час планування дозвілля для малечі досі бореться із внутрішніми коливаннями та почуттям провини.

"Які образи аніматорів та тематики програм, на вашу думку, є найбільш актуальними для дітей сьогодні?"

Половина учасників опитування зазначили, що сучасні діти найкраще реагують на ведмедиків, зайчиків, безумовним лідером є Пес Патрон. Разом із тим зафіксовано стрімке зростання попиту на альтернативні інтерактивні

формати, такі як командні квести на логіку, кмітливість та творчі майстер-класи, які взагалі не потребують залучення класичних костюмованих персонажів.

"Що є для вас головним безпековим та етичним критерієм під час організації дитячого заходу?"

У цьому питанні мешканці міста продемонстрували максимальне єднання. Головним безпековим фактором визнано наявність надійного, перевіреного бомбосховища безпосередньо поруч із локацією та психологічну підготовку аніматорів, які мають чітко й спокійно діяти під час повітряної тривоги. З етичної точки зору базовою вимогою вінничан є повна відмова від використання гучного звукового супроводу, хлопавок чи будь-яких спецефектів із різкими звуками, що можуть виступити тригером для дітей, перехожих чи військовослужбовців.

Текст під постом:

У межах реалізації медіапроєкту «Емоції реалій» я провела опитування, залучивши 10 респондентів із Вінниці. Головною метою цього кроку було дізнатися реальні думки представників громади щодо організації дитячих свят у часи війни та зібрати первинну інформацію для аналізу. Я зафіксувала відповіді кожного учасника та узагальнила отримані дані, щоб виділити ключові тенденції, які найбільше хвилюють суспільство сьогодні. Цей невеликий, але показовий зріз думок чітко продемонстрував, як змінилися безпекові вимоги та моральні орієнтири суспільства під час воєнного стану. Усі зібрані та структуровані відповіді стали основою для допису. Узагальнення інформації дозволило побачити загальне перевтілення індустрії дитячого дозвілля: сьогодні на зміну звичайним гучним розвагам приходять критерії емпатії, психологічного розвантаження, тиші та безпеки.

Репортаж

Справжнє свято відбулося 12 травня в одному з дитячих садочків Вінниці. Для Діани та її друзів це було справжнє диво. Розваги з активними естафетами, квестами та рухливими конкурсами стали сюрпризом від батька дівчинки, який зараз захищає Україну на передовій і не зміг бути присутнім особисто.

Організацією заходу займалася вінницька івент-агенція «Mіxmіx», яка повністю адаптувала програму під сучасні психологічні та безпекові вимоги. Розважальна частина складалася з командних змагань, де діти долали перешкоди, змагалися у швидкості та вчилися взаємовиручці. Така видозміна класичних розважальних сценаріїв на користь активного командного спорту допомагає малечі скинути напругу та емоційно розвантажитися.

”Ми бачимо, як через рухливі естафети діти вивільняють накопичений стрес. Наше завдання як організаторів - не просто провести конкурси, а перетворити гру на терапію. Це якісне оновлення нашого підходу до дитячої анімації під час війни, - розповідає представниця агенції Віолетта.”

Сам військовослужбовець дистанційно спостерігав за розвагами доньки через відеозв'язок у хвилини відпочинку.

За словами мами іменинниці, Вікторії, для батька було принципово важливо подарувати дитині відчуття безтурботного свята попри сотні кілометрів відстані.

На території садочку наявне укриття, що є обов'язковим стандартом безпеки. Подібні ініціативи наочно ілюструють, як видозміна звичних святкових традицій допомагає українським родинам підтримувати ментальний дух та зберігати радість для наймолодших навіть у складні часи.