

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»

імені Т.Г. ШЕВЧЕНКА

Філологічний факультет

Кафедра української мови, літератури та журналістики

Допустити до захисту

_____завідувач кафедри

«_____»_____2025 р.

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

МЕДІАПРОЄКТ «ДУША І ЛОГОС» ЯК ФОРМА ПСИХОЛОГІЧНОЇ
ПІДТРИМКИ ВІЙСЬКОВИХ І ЦИВІЛЬНИХ У ЧАС ВІЙНИ:
КОНЦЕПЦІЯ, ЗМІСТ І КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Студентки МЖ 62 групи

Спеціальність 061 Журналістика

Матюши Олени Миколаївни

Науковий керівник – кандидат філ.

наук, доцент

Хоменко Ілля Андрійович

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії

_____ (підпис) _____ (прізвище ініціали)

_____ (підпис) _____ (прізвище ініціали)

_____ (підпис) _____ (прізвище ініціали)

м. Чернігів – 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕДІАПСИХОЛОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	9
1.1. Психологічний вимір сучасної журналістики.....	9
1.2. Особливості комунікації в умовах війни і кризових ситуацій.....	14
1.3. «Логос» і «слово» як інструменти психологічної підтримки.....	20
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ТА ЗМІСТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕДІАПРОЄКТУ «ДУША І ЛОГОС».....	26
2.1. Ідея, структура та цільова аудиторія медіапроєкту.....	26
2.2. Жанрові та формальні особливості радіопрограми психологічного спрямування	31
2.3. Комунікативні технології створення психологічного медіапродукту	37
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПІЛОТНОГО ВИПУСКУ РАДІОПРОГРАМИ «ПОРАДИ ПСИХОЛОГА».....	43
3.1. Підготовка і сценарна модель першого випуску: інтерв'ю- знайомство з військовим психологом	43
3.2. Особливості реалізації та первинна оцінка пілотного випуску радіопрограми	51
3.3. Перспективи розвитку циклу «Душа і логос».....	55
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Актуальність теми. Повномасштабна російсько-українська війна радикально змінила конфігурацію українського медіапростору, посиливши не лише інформаційну, а й психологічну відповідальність журналістики. Сучасні медіа дедалі частіше постають не лише каналом передавання фактів, а й інструментом символічної підтримки, формування стійкості, надання сенсу подіям, які руйнують звичні життєві орієнтири людей [17; 32]. У цьому контексті особливої ваги набувають медіапроекти, що поєднують професійні стандарти журналістики з інструментами психологічної допомоги та етичного висвітлення травматичного досвіду війни [4; 9].

Досвід кризової та воєнної психології засвідчує, що тривале перебування в умовах небезпеки, втрат, вимушених змін життєвого укладу призводить до зростання рівня стресу, тривоги, проявів посттравматичного стресового розладу як у військових, так і у цивільних осіб [3; 43]. У таких умовах слово – усне, письмове, медійне – набуває терапевтичного потенціалу: воно може структурувати переживання, знімати відчуття ізоляції, формувати навички самодопомоги й взаємопідтримки [6; 20].

Окремої уваги потребують голоси фахових психологів, зокрема військових, які безпосередньо працюють з бійцями, підрозділами спеціального призначення та їхніми родинами. Їхній досвід, вербалізований у форматі медіапроектів, створює можливість для появи нових форм гуманістичної журналістики, орієнтованої не на сенсацію, а на зцілення, осмислення і підтримку [21; 37]. У цій перспективі інноваційний медіапроект «Душа і логос», розроблений і реалізований військовим психологом у форматі циклу радіопрограм «Поради психолога», постає актуальною моделлю поєднання журналістики, психології та філософії комунікації.

Отже, актуальність дослідження зумовлена поєднанням кількох чинників: триваючою війною, зростанням потреби у психологічній підтримці суспільства, трансформацією функцій журналістики в бік емпатійної, відповідальної комунікації, а також необхідністю теоретично узагальнити та практично апробувати медіапсихологічні формати, зорієнтовані на військових і цивільних.

Тема роботи розташована на перетині кількох наукових полів: теорії журналістики, масовокомунікаційних досліджень, соціальної та кризової психології, філософії війни та медіапсихології. Сучасні концепції масової комунікації трактують медіа як важливий соціальний інститут, що формує не лише уявлення про реальність, а й емоційні та ціннісні орієнтири аудиторії [19]. У дослідженнях українських та зарубіжних авторів акцентується увага на ролі медіа в умовах воєнних конфліктів, інформаційних війн та системних криз [4; 17].

Паралельно розвивається напрям медіапсихології, який вивчає вплив медіаконтенту на психіку, емоційні стани, поведінкові реакції індивіда та груп [41]. У цьому контексті особливого значення набувають формати, що поєднують інформаційну функцію з функцією психологічної підтримки, зокрема – програми, де фахові психологи працюють у медійному просторі з темами травми, стресу, втрати, життєстійкості [8; 27].

Дослідження філософії війни та екзистенційного виміру людської присутності в умовах насильства підкреслюють важливість «логосу» як форми надання сенсу подіям, що руйнують усталені смислові горизонти [5; 39]. Таким чином, розробка й аналіз медіапроєкту «Душа і логос» безпосередньо пов'язані із загальною науковою проблематикою гуманістично орієнтованої журналістики, медіапсихології та психології війни.

Об'єктом дослідження є медіакомунікація у сфері психологічної підтримки військових і цивільних в умовах війни.

Предметом дослідження виступає інноваційний медіапроект «Душа і логос» (цикл радіопрограм «Поради психолога») як форма реалізації психологічної підтримки через журналістські формати, зокрема – його концепція, тематико-жанрова структура, комунікативні технології та медіапсихологічні особливості.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та практичній апробації медіапроектів «Душа і логос» як форми психологічної підтримки військових і цивільних у час війни, а також у виявленні особливостей його комунікативних технологій, змістового наповнення та впливу на аудиторію.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до розуміння психологічного виміру журналістики та медіапсихологічної комунікації в умовах війни [17; 19].

2. Окреслити специфіку психологічної підтримки військових і цивільних у кризових та екстремальних умовах, зокрема – в умовах повномасштабної війни [23].

3. Розробити концепцію, визначити мету, цільову аудиторію, жанрово-форматні та змістові особливості медіапроектів «Душа і логос» [21; 38].

4. Описати й обґрунтувати комунікативні технології, використані в пілотному випуску радіопрограми «Поради психолога» (структура, мовні стратегії, інтонація, робота з темами травми, стресу, втрати) [20; 46].

5. Здійснити аналіз ефективності пілотного випуску з точки зору психологічного впливу та сприйняття аудиторією, виявити сильні сторони і можливі напрями вдосконалення проекту [27; 30].

6. Визначити перспективи подальшого розвитку медіапроектів «Душа і логос» у контексті української журналістики воєнного та післявоєнного періоду [17; 25].

Методи дослідження. Методологічну основу роботи становить поєднання загальнонаукових, спеціальних та емпіричних методів, що відповідають міждисциплінарному характеру дослідження.

До **теоретичних методів** належать:

- аналіз, синтез, узагальнення та систематизація наукових джерел з теорії журналістики, масової комунікації, медіапсихології та психології війни [19];
- порівняльно-типологічний аналіз моделей психологічно орієнтованих медіапроектів в Україні та за кордоном [4; 48];
- структурно-функціональний підхід до вивчення медіапроекту «Душа і логос» як цілісної системи, що виконує інформаційні, просвітницькі та психологічно підтримувальні функції [21; 38].

До **спеціальних методів** належить контент-аналіз матеріалів пілотного випуску програми «Поради психолога» з метою виявлення ключових тематичних блоків, комунікативних стратегій та мовних засобів; елементи дискурс-аналізу для інтерпретації смислових домінант, метафорики та структурування досвіду війни у висловлюваннях психолога [20; 46].

До **емпіричних методів** віднесено спостереження за процесом підготовки й реалізації пілотного випуску, аналіз відгуків та коментарів слухачів, анкетне опитування аудиторії з метою з'ясування емоційного впливу програми та її значення для респондентів [10; 43].

Наукова новизна одержаних результатів полягає в такому:

1. Уперше на матеріалі українського медіапростору медіапроект психологічного спрямування, створений військовим психологом, розглядається як цілісна модель медіапсихологічної підтримки військових і цивільних у час війни, що поєднує професійну журналістську та психологічну оптику [17; 21].

2. Уточнено зміст поняття «медіапсихологічна комунікація в умовах війни» як різновиду масової комунікації, орієнтованої не лише на інформування, а й на зниження рівня емоційної напруги, нормалізацію переживань, формування життестійкості й підтримку смислотворення [3; 43].

3. Запропоновано концептуальну модель медіапроєкту «Душа і логос», у якій виділено його структурні компоненти (тематика, аудиторія, формат, комунікативні технології, етичні засади) та описано особливості голосу військового психолога як ключового суб'єкта медіакомунікації [21].

4. Визначено й проаналізовано комплекс комунікативних прийомів та мовних стратегій, що забезпечують емпатійний, підтримувальний характер радіопрограми «Поради психолога», зокрема: нормалізацію емоційних реакцій, вербалізацію травматичного досвіду, переорієнтацію уваги з безпорадності на ресурси, формування відчуття спільності [20; 46].

5. Обґрунтовано перспективність застосування медіапсихологічних форматів у системі української журналістики воєнного та післявоєнного періодів як одного з напрямів розвитку гуманістично орієнтованих медіа [25; 48].

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати:

- можуть бути використані при розробці та вдосконаленні медіапроєктів психологічного спрямування на радіо, телебаченні, у подкаст-форматах та онлайн-медіа;
- слугують основою для створення рекомендацій журналістам та редакційним колективам щодо етичного й психологічно коректного висвітлення тем війни, травми, втрати та відновлення [24];
- можуть бути інтегровані в навчальні курси з теорії та практики журналістики, медіапсихології, кризової та військової психології у закладах вищої освіти [22];

- є підґрунтям для подальшого розширення медіапроєкту «Душа і логос» та його адаптації до різних платформ і аудиторій (військові підрозділи, освітні спільноти, громадські ініціативи), що сприятиме формуванню культури піклування про ментальне здоров'я в українському суспільстві [23].

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, кожен з яких містить кілька підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі висвітлено теоретико-методологічні основи медіапсихологічної комунікації в умовах війни. У другому розділі представлено концепцію, структуру та зміст інноваційного медіапроєкту «Душа і логос». Третій розділ присвячено практичній реалізації та аналізу пілотного випуску радіопрограми «Поради психолога», а також окресленню перспектив подальшого розвитку проєкту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕДІАПСИХОЛОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

1.1. Психологічний вимір сучасної журналістики

Сучасна журналістика дедалі частіше розглядається не лише як система виробництва й поширення інформації, а як соціально-психологічний інститут, що впливає на емоційний стан, цінності, моделі поведінки та способи осмислення реальності широкими аудиторіями. У цьому контексті йдеться про так званий психологічний вимір журналістики – сукупність функцій, механізмів і практик, через які медіа впливають на внутрішній світ людини: її переживання, мотивацію, почуття безпеки чи тривоги, відчуття смислу та перспективи [19; 48].

Класичні теорії масової комунікації підкреслюють інформативну, інтерпретаційну, інтегративну та мобілізаційну функції медіа [44; 48]. Однак у ситуації затяжних криз, воєнних конфліктів та соціальної турбулентності на передній план виходить ще одна – психологічна функція журналістики. Вона пов'язана не лише з тим, що повідомляють медіа, а й з тим, *як саме* це робиться: якою мовою, у якій логіці, з якими акцентами, емоційними рамками, інтонаціями та візуальними образами [19; 31].

Журналістські матеріали формують уявлення людей про норму, небезпеку, ворога, героя, майбутнє; вони здатні як підвищувати відчуття суб'єктивного контролю та життєстійкості, так і посилювати тривогу, безпорадність, апатію [3; 39]. У цьому сенсі журналістика виступає середовищем, у якому конструюються колективні емоції – страх, гнів, солідарність, надія. Для воюючого суспільства це питання не лише інформування, а психологічної безпеки.

В українському контексті після 2014 року, а особливо після 2022 року, журналістика фактично стала частиною системи національної стійкості. Від

того, наскільки відповідально й професійно журналісти працюють із темами втрат, поранень, руйнувань, героїзму й зради, залежить не лише якість публічного дискурсу, а й психологічний стан мільйонів людей – військових, їхніх родин, переселенців, тих, хто живе біля фронту чи під постійними обстрілами [17; 36].

Особливий аспект психологічного виміру журналістики – її інформаційно-терапевтична функція. Йдеться про здатність медіа не лише констатувати травматичні події, а й допомагати аудиторії *переживати* їх, надавати сенс, знаходити внутрішні ресурси для подолання кризи [6; 18; 31; 33].

Психологічні дослідження вказують, що люди, які переживають стрес чи травму, потребують не лише фактичної інформації, а й:

- нормалізації власних переживань («те, що я відчуваю, природно»);
- мови для опису складних емоцій (сором, безсилля, провина, вцілілого, гнів);
- моделей поведінки, які демонструють можливі шляхи реагування;
- відчуття спільності й не/самотності у своєму досвіді [3; 14].

Саме медіа можуть стати каналом такої підтримки: через історії інших людей, пояснення фахівців, коментарі психологів, свідчення волонтерів, військових, капеланів тощо. Концепція життестійкості особистості наголошує, що людина потребує не лише зовнішніх ресурсів, а й смислової опори – розуміння, заради чого варто витримувати випробування [39]. Тут журналістика, яка працює з темою війни, неминуче входить у поле логотерапії та медіапсихології: її тексти й сюжети стають інструментом підтримки або, навпаки, посилення травматизації [39].

Особливої уваги потребують формати, де фахові психологи стають учасниками медіакомунікації. Вони переводять складні клінічні й

теоретичні поняття у доступну мову, допомагають аудиторії зрозуміти, що саме з нею відбувається, відокремити нормальні реакції на ненормальні обставини від станів, які потребують професійної допомоги [23; 27]. У таких форматах медіа виконують роль посередника між психологічним знанням і масовою свідомістю, стаючи каналом профілактики, просвіти й подекуди – первинної підтримки.

Війна радикально змінює умови роботи журналістів. Дослідження воєнної журналістики відзначають, що усталені стандарти «об’єктивності», «балансу» та «нейтральності» потребують переосмислення, коли йдеться про документування воєнних злочинів, геноциду, системного насильства [4; 17].

З одного боку, журналіст має залишатися максимально точним, перевіряти інформацію, уникати маніпуляцій, не перетворювати новини на пропаганду. З іншого боку, «холодна» дистанційованість може виглядати як емоційна черствість у ситуаціях масових жертв, руйнування міст, тортур і депортацій. Тому в сучасній теорії й практиці з’являються підходи, які описують нову конфігурацію професійної ролі журналіста: свідок – посередник – захисник гідності жертв [4; 25].

Ця трансформація має безпосередній психологічний вимір:

- журналіст переживає вторинну травматизацію, регулярно контактуючи з насильством, смертю, стражданням;
- аудиторія отримує величезні масиви травматичного контенту, що може призводити до емоційного вигорання, «звикання до жаху» або, навпаки, до паралізуючого страху;
- постає питання межі між необхідним інформуванням та медіа-насильством, коли одні й ті самі шокуючі кадри повторюються десятки разів без контексту й пояснення [29].

У цьому полі напруження саме психологічний вимір стає критерієм якості журналістського продукту: не достатньо просто показати жахи війни,

слід зважати на те, як вони будуть пережиті глядачем/слухачем/читачем, чи не руйнують вони його здатність до емпатії, дії, мислення.

Психологічний вимір журналістики проявляється також у тому, які наративи вона пропонує суспільству. За В. Франклом, людина витримує майже будь-яке «якщо» за наявності переконливого «навіщо» [39]. У воєнний час медіа стають потужним механізмом смислотворення: вони пропонують рамки інтерпретації подій («боротьба за свободу», «екзистенційна війна», «боротьба за гідність»), конструюють образи ворога й героя, задають уявлення про колективне майбутнє [5; 17].

Для психологічного стану аудиторії принципово важливо, які саме смисли домінують у цих наративах:

- фаталістичні («нічого не залежить від нас») підсилюють безпорадність і тривогу;
- агресивно-помстиві можуть консолідувати опір, але водночас збільшують ризик дегуманізації;
- ресурсно-орієнтовані й гуманістичні (про солідарність, взаємодопомогу, цінність кожного життя) сприяють зміцненню життєстійкості та відчуття сенсу [33; 44].

Журналістика, що усвідомлює свій психологічний вимір, працює з емоціями не як з «додатком» до інформації, а як з невід'ємною частиною комунікації. Вона:

- допомагає називати емоції;
- показує різні моделі реагування;
- надає приклади успішного подолання складних ситуацій;
- визнає право людини на страх, втому, сльози, не редукуючи їх до «слабкості» [6; 40].

У цьому плані медіапроекти, де присутні фахові психологи, мають особливу вагу, адже дозволяють поєднати журналістську розповідь із професійним осмисленням психологічних процесів.

Психологічний вимір сучасної журналістики виявляється також у зміні професійної ідентичності журналіста. Він уже не лише «нейтральний кореспондент», а й:

- свідок травматичних подій, який несе відповідальність за те, як вони будуть зафіксовані для історії;
- медіатор між травмою й суспільством, що обирає, які фрагменти досвіду війни стануть публічними, а які – залишаться в зоні приватності;
- потенційний учасник колективного процесу зцілення, якщо його робота набуває характеру рефлексії, а не лише фіксації жаху [25; 32].

Разом з тим журналіст сам потребує психологічної підтримки та професійних інструментів самозбереження, адже тривала робота в умовах війни веде до вигорання, вторинної травматизації, цинізму або, навпаки, емоційного виснаження [40]. Це створює додатковий вимір відповідальності медіаорганізацій та освітніх програм: підготовка журналістів до роботи з травматичним контентом має включати не лише технічні й етичні аспекти, а й базові знання з кризової психології й самодопомоги.

Таким чином, психологічний вимір сучасної журналістики – це не маргінальний, а центральний аспект її функціонування в умовах війни. Він охоплює:

- розуміння впливу медіаконтенту на емоційні стани та життєстійкість аудиторії;
- переосмислення професійних стандартів у бік більшої емпатійності та відповідальності;
- усвідомлення ролі журналіста як медіатора між травмою та суспільством;
- форматів, які прямо орієнтовані на психологічну підтримку – зокрема, програм за участі професійних психологів.

У цьому контексті медіапроект «Душа і логос», створений військовим психологом у форматі циклу радіопрограм «Поради психолога», органічно вписується в сучасні тенденції розвитку гуманістично орієнтованої журналістики. Він є відповіддю на запит суспільства не лише знати, що відбувається на фронті та в тилу, а й розуміти, як із цим жити, як зберігати людяність і психічне здоров'я в умовах затяжної війни [21; 38].

Саме цей широкий теоретичний і практичний контекст становить підґрунтя для подальшого аналізу медіапсихологічної комунікації в умовах війни (розділ 1.2) та концептуалізації інноваційного проєкту «Душа і логос» (розділ 2).

1.2. Особливості комунікації в умовах війни і кризових ситуацій

Комунікація в умовах війни та масштабних криз принципово відрізняється від комунікації у відносно стабільних суспільних контекстах. Вона розгортається в ситуації постійної загрози, високої невизначеності, емоційної напруги та ціннісної поляризації. Війна одночасно є і матеріальним конфліктом, і комунікативним явищем, у межах якого зазнають трансформації наративи, образи, символи, мова публічного простору [4].

У такій ситуації журналістика та інші медіальні форми спілкування відіграють двоїсту роль: з одного боку, вони забезпечують інформування, пояснення, мобілізацію, а з іншого – можуть як підтримувати психологічну стійкість суспільства, так і підсилювати травматичні переживання, паніку, дезорієнтацію [3; 43]. Тому аналіз особливостей комунікації в умовах війни неминуче має поєднувати мас-медійний і психологічний підходи.

Кризові ситуації, а особливо війна, характеризуються різким зростанням невизначеності. Люди не мають достатньої інформації про масштаб і тривалість загрози, наслідки для власного життя та життя рідних, майбутнє своєї країни. У психологічній літературі невизначеність

описується як один із ключових тригерів тривоги й стресу; саме в такі періоди зростає потреба у зрозумілих, структурованих, регулярних комунікаційних повідомленнях [6; 18].

Війна створює також високий рівень реальної фізичної загрози: обстріли, бойові дії, втрати, поранення. Комунікація в такому контексті часто має екзистенційний характер – йдеться не лише про політичні чи економічні питання, а про виживання, людську гідність, право на життя [5; 38]. Це відображається в мові: зростає кількість емоційно насичених висловів, метафор, апеляцій до базових цінностей (свобода, справедливість, честь, честь полеглих), що впливають на емоційний тон суспільного діалогу [17; 36].

Крім того, війна неминуче призводить до ціннісної поляризації. Комунікація розгортається в координатах «свої — чужі», «жертва — агресор», «правда — брехня». З одного боку, така поляризація сприяє консолідації суспільства, підвищує готовність до опору та взаємодопомоги. З іншого – загрожує спрощенням складних явищ, дегуманізацією опонента, ескалацією мови ворожнечі [32; 47]. Завдання відповідальної комунікації в цьому контексті – підтримувати суб'єктність і гідність власного суспільства, не скочуючись при цьому до деформацій реальності та тотальної демонізації іншого.

Сучасні війни, зокрема російсько-українська, часто описують як гібридні, де «гаряча» фаза бойових дій поєднується з інформаційною, кібер- та психологічною війною [25; 47]. Це означає, що об'єктом атаки стає не лише територія, а й інформаційний простір, колективна пам'ять, система цінностей, віра в інституції, відчуття майбутнього.

У цьому контексті медіакомунікація виконує низку критично важливих функцій:

- Функція оперативного інформування. Людям потрібні своєчасні й достовірні відомості про безпекову ситуацію, рішення влади, дії

військових, гуманітарну допомогу. Затримка або відсутність інформації сприяє поширенню чуток і панічних настроїв.

- Функція протидії дезінформації. В умовах війни зростає обсяг цілеспрямованих інформаційних маніпуляцій, фейків, спроб деморалізації населення. Журналістика і стратегічні комунікації мають розпізнавати, спростовувати й пояснювати такі вкиди, зберігаючи при цьому професійні стандарти [19; 48].

- Функція психологічної підтримки. Комунікація може знижувати відчуття хаосу й загрози, якщо вона послідовна, чесна, емпатійна, визнає переживання аудиторії, надає надійні орієнтири й моделі дій [6].

Таким чином, війна як комунікативний феномен поєднує в собі інформаційний та психологічний виміри, які в реальній практиці нерозривні.

Кризова та військова психологія описують типові реакції людей на екстремальні події: гострі стресові стани, тривога, дезорієнтація, гнів, відчуття безпорадності, порушення сну, тілесні симптоми, пов'язані з тривогою [10; 12]. Відповідно, комунікація, що спрямована до такої аудиторії, має враховувати кілька критичних аспектів.

1. Потреба в структурованій інформації. У стані стресу когнітивні ресурси людини обмежені: знижується здатність аналізувати складні повідомлення, зростає ймовірність сприйняття фрагментарних, емоційно забарвлених даних. Тому важливо, щоб комунікаційні повідомлення були чіткими, лаконічними, структурованими, із зрозумілою логікою та виділеними ключовими меседжами [31].

2. Зменшення невизначеності. Навіть якщо відповіді на всі запитання наразі немає, важливо чесно позначати рамки відомого й невідомого, пояснювати, які кроки вживаються, давати прогнози, що ґрунтуються на реалістичних сценаріях. Визнання «ми не знаємо, але

робимо те й те» часто є психологічно більш підтримувальним, ніж замовчування або надмірна обнадійливість [33].

3. Нормалізація емоційних реакцій. Людям важливо чути, що їхні переживання – природні в ненормальних обставинах. Комунікація, в якій фахові психологи пояснюють, що тривога, сльози, роздратування чи відчуття виснаження не є ознаками «слабкості», а є типовими реакціями психіки, сприяє зниженню почуття сорому й самозвинувачення [27; 40].

4. Надання моделей адаптивної поведінки. Важливо не лише констатувати проблеми, а й показувати конкретні способи дії: як організувати свій день в укритті, як говорити з дітьми про війну, як підтримати близьких військових, коли не знаєш, що сказати, як обмежувати споживання травматичного контенту тощо [23; 43].

5. Збереження відчуття суб'єктності. Комунікація, що показує людину виключно як жертву, посилює безпорадність. Натомість важливо підкреслювати, які кроки людина може зробити для власної безпеки, підтримки інших, участі в спільних ініціативах – від волонтерства до інформаційної гігієни [39].

Саме ці аспекти лежать в основі підходів до психологічно чутливої журналістики та медіапроектів, які свідомо позиціонують себе як форму підтримки.

Окремий вимір особливостей комунікації в умовах війни – етичний. Журналісти, редакції, офіційні комунікатори постійно стикаються з питаннями: що можна показувати й розповідати, а що – ні; де проходить межа між правом суспільства знати й правом людини на приватність, гідність, захист від повторної травматизації [9; 24].

До найчастіше обговорюваних етичних дилем належать:

- Показ тіл загиблих, важких поранень, руйнувань. З одного боку, ці кадри є доказами воєнних злочинів і мають значення для історичної пам'яті. З іншого – їх повторна трансляція без контексту й попереджень

може завдавати додаткової психологічної травми глядачам, у тому числі родичам загиблих.

- Інтерв'ю з людьми в стані гострого горя. Розповідь щойно постраждалих може мати великий емоційний вплив на аудиторію, але для самих людей це ризик ретравматизації, особливо якщо інтерв'ю проводиться без необхідної делікатності та професійної підготовки [30].

- Розкриття деталей, що можуть зашкодити безпеці. Сюжети з фронту, опис розташування військових, інфраструктурних об'єктів, тактичних рішень – усе це потребує особливої обережності. Комунікація має мінімізувати ризик передачі противнику чутливої інформації, не перетворюючись при цьому на цензуровану пропаганду [47].

Вирішення цих дилем можливе лише на основі поєднання журналістських стандартів, етичних кодексів та психологічної компетентності. Остання включає розуміння впливу контенту на різні групи аудиторії (діти, люди з травматичним досвідом, родини військових), а також готовність коригувати форму подання матеріалу відповідно до цього розуміння [31].

Особливий сегмент кризової комунікації – взаємодія з військовими та їхніми родинами. У цьому випадку комунікація має враховувати:

- подвійний контекст: для військових – це безпосередній досвід фронту, для родин – досвід очікування, тривоги, обмеженої інформації;
- нерівний доступ до інформації: військові часто не можуть розкривати подробиці своєї служби, водночас родини прагнуть знати «якнайбільше»;
- ризик взаємних непорозумінь і емоційних напружень (образи, недовомовленості, проєкція страху одне на одного) [8].

Комунікація, у якій беруть участь військові психологи, може виконувати роль моста між фронтом і тилом. Вона пояснює цивільним, що відчувають військові після ротації, чому вони можуть бути мовчазними,

дратівливими, відстороненими; водночас допомагає військовим знайти слова для розмови з близькими, не завдаючи їм зайвого болю [23]. Саме такий тип комунікації стає основою для медіапроектів, подібних до «Душі і логосу», де голос фахового психолога, який сам служить у військовому підрозділі, має особливу довіру як у військовому, так і в цивільному середовищі.

Попри глибину травми, війна відкриває можливість і для посттравматичного зростання – переосмислення життєвих пріоритетів, посилення відчуття солідарності, нових форм взаємодопомоги, творчого переосмислення досвіду [33; 42]. Комунікація в цьому процесі виконує роль:

- простору свідчення (можливість розповісти свою історію);
- простору визнання (почути, що твій досвід важливий і не заперечується);
- простору рефлексії (осмислити, що змінилося в тобі, в суспільстві, в ціннісних орієнтирах).

Медіапроекти, зорієнтовані на підтримку, такі як «Душа і логос», створюють умови для такої комунікації: через розмови про емоції, роз'яснення психологічних механізмів, пропонування простих, але глибоких смислових рамок. Вони допомагають людині не лише пережити кризу, а й інтегрувати її в особисту історію, не даючи травмі визначити все її майбутнє [39].

Отже, особливості комунікації в умовах війни і кризових ситуацій полягають у високому рівні невизначеності та загрози, поєднанні інформаційного й психологічного вимірів, трансформації етичних і професійних стандартів, необхідності врахування типових реакцій аудиторії на травматичний досвід. Саме в цьому контексті набувають особливої ваги медіапроекти, що свідомо орієнтуються на психологічну підтримку – зокрема, радійні формати, де голос фахового психолога стає

каналом емпатійної, структурованої та відповідальної комунікації. У наступному підрозділі (1.3) розглядатиметься феномен «логосу» та слова як інструментів психологічної підтримки, що концептуально підґрунтовують медіапроект «Душа і логос».

1.3. «Логос» і «слово» як інструменти психологічної підтримки

Поняття «логосу» має глибоке філософське, культурне й психологічне коріння. У найзагальнішому сенсі логос можна розуміти як слово, смисл, раціональний принцип упорядкування світу, через який людина не лише описує реальність, а й структурує власний досвід, надає йому значення, випрацьовує внутрішні орієнтири [5; 38]. Для воєнного суспільства логос стає засобом опору хаосу, коли через слово відбувається не тільки фіксація травматичних подій, а й їх осмислення, інтеграція у ширший контекст особистої та колективної історії [38].

У межах даного дослідження логос розглядається не абстрактно, а як живе слово психолога й журналіста, спрямоване на підтримку, пояснення, нормалізацію й надання сенсу переживанням військових і цивільних. Саме тому медіапроект отримує назву «Душа і логос»: «душа» позначає сферу переживань, емоцій, екзистенційної вразливості, а «логос» – слово, яке структурує цю сферу, не дозволяючи їй розпастися під тиском травми.

У філософській традиції логос осмислюється як те, що поєднує мову, мислення й порядок буття. У різних інтерпретаціях – від античності до сучасної філософії війни – логос постає як те, що дозволяє людині не просто існувати в історії, а усвідомлювати й артикулювати власну позицію щодо неї [5; 34]. У контексті воєнного досвіду логос – це можливість назвати війну несправедливістю, агресією, злочином; одночасно – проговорити власні страхи, втрати, внутрішні зміни, які вона спричиняє.

Дослідження медіакомунікації як «простору смислів» підкреслюють, що публічне слово не є нейтральним носієм фактів; воно щоразу вписує

події у певну смислову рамку – героїзму, жертви, боротьби, безвиході, солідарності тощо [38; 44]. Для індивіда ця рамка стає ключем до того, як він переживатиме власний досвід: чи відчуватиме себе безсилим об'єктом історії, чи активним суб'єктом, здатним чинити опір, піклуватися про інших, зберігати внутрішню гідність [42].

Отже, логос – це не лише «слово як звук», а слово як смисл, через який людина оформлює своє ставлення до війни, себе, інших і майбутнього.

Слово є одним із базових інструментів психологічного впливу. У дослідженнях комунікації воно розглядається як засіб формування уявлень, емоційних станів та поведінкових моделей [20; 31]. На відміну від фізичного впливу, словесний вплив працює через інтерпретації: людина сприймає повідомлення, співвідносить його зі своїми очікуваннями, досвідом, переконаннями і на цій основі змінює або підтверджує власні внутрішні стани.

До ключових механізмів психологічного впливу слова належать:

- Номінація переживань. Коли складний емоційний стан отримує назву («я відчуваю тривогу», «це провина вцілілого», «я виснажений»), він стає більш керованим: людина перестає сприймати його як невизначений хаос, натомість бачить у ньому певний «психологічний факт», із яким можна працювати [3].
- Фреймінг (рамкування). Те, як саме сформульована подія, впливає на її емоційне сприйняття: опис бою як «катастрофічної поразки» чи як «важкого, але часткового відступу перед новим етапом боротьби» задає різні емоційні рамки – безнадію чи мобілізацію [19; 48].
- Нормалізація й валідація. Коли психолог чи журналіст словами підтверджує, що певні емоції є нормальними в умовах війни («вам страшно – це природно», «відчувати втому в таких обставинах не соромно»), це знижує рівень самозвинувачення та сорому, сприяє прийняттю себе [8; 40].

- Сугестивність. Через тон, інтонацію, ритм, повтори слово може м'яко спрямовувати увагу людини та її внутрішній діалог: підсилювати відчуття ресурсу («ви не самі», «ви маєте право просити про допомогу»), або, навпаки, посилювати відчуття безсилля, якщо використовується в катастрофізуючих конструкціях [20; 41].

Усі ці механізми особливо важливі в усній, аудіальній комунікації (радіо, подкасти), де голос і слово стають носіями не тільки змісту, а й емоційної підтримки.

Логотерапевтична традиція (В. Франкл та його послідовники) розглядає людину як істоту, що прагне смислу, і вважає, що пошук і знаходження смислу може стати джерелом внутрішньої стійкості навіть у найбільш екстремальних ситуаціях [39]. У контексті війни це набуває особливого значення: люди, які переживають травму, втрату, полон, фронтовий досвід, часто ставлять питання «навіщо жити далі?», «як це могло статися?», «що тепер має сенс?».

Слово – як у внутрішньому діалозі, так і в зовнішній комунікації – стає засобом смислової орієнтації. Через проговорювання свого досвіду, формулювання власних цінностей, усвідомлення того, заради чого варто продовжувати життя (родина, побратими, служіння країні, діти, творчість), людина отримує внутрішню опору [33; 42].

Психологічні дослідження травми підкреслюють, що переживання, які залишаються невимовленими, частіше закріплюються у вигляді нав'язливих образів, тілесних симптомів, дисоціативних реакцій, у той час як інтеграція досвіду в наратив («історію про те, що зі мною сталося») сприяє його поступовому опрацюванню [40; 43]. Травма не зникає, але змінюється її місце у внутрішній структурі життя людини: з несформульованого жаху вона стає частиною історії, в якій є не лише біль, а й ресурси, люди, що допомагали, моменти сили.

У цьому сенсі логос – це процес надання подіям змісту. Робота психолога в медійному форматі (як у проєкті «Душа і логос») полягає не в тому, щоб дати готові «правильні відповіді», а в тому, щоб запропонувати мову, через яку слухач зможе краще осмислити власні переживання, знайти для них місце у своєму житті [39].

Сучасні дослідження травми (зокрема Б. ван дер Колка) наголошують, що травматичний досвід «записується» не лише у вигляді спогадів, а й на рівні тіла, емоцій, автоматичних реакцій [43]. Люди, які пережили обстріли, полон, катування, часто описують, що їхнє тіло реагує раніше, ніж свідомість: серцебиття, напруга в м'язах, різкі реакції на звуки чи запахи.

У цьому контексті слово може виступати інструментом інтеграції тілесного, емоційного та когнітивного досвіду. Коли психолог у медійному форматі пояснює:

- «ваше тіло зараз реагує на звук сирени так, ніби небезпека поруч – це нормальна реакція після пережитого»;
- «людина, яка довго жила під обстрілами, може відчувати напругу навіть у відносно безпечному місці – це не “божевілля”, а наслідок нервової системи, що звикла до загрози», –

він допомагає слухачеві поєднати тілесні симптоми з психологічним змістом, знімаючи відчуття «я ненормальний» [12; 40].

Таким чином, слово тут виконує пояснювально-інтегративну функцію: воно пов'язує тілесні реакції, емоції та смисли, з яких складається людський досвід.

У медіапросторі слово має масштабований ефект: одне висловлювання, сюжет, інтерв'ю можуть бути почуті тисячами або мільйонами людей. Це накладає особливу відповідальність на форму, в якій проговорюються теми війни, травми, втрати.

По-перше, медійне слово може виконувати роль колективної валідації: коли у публічному просторі звучать голоси людей, які говорять про свій

страх, безсоння, сльози, провину, а психолог пояснює, що це – нормальні реакції, це створює у слухачів відчуття, що «зі мною відбувається те саме, що й з іншими», знижує відчуття ізоляції [40].

По-друге, медійне слово може задавати тон суспільній розмові. Якщо в публічному дискурсі домінують лише слова ненависті, приниження, знецінення, вони підтримують емоційний фон, в якому важко говорити про відновлення, співчуття, реінтеграцію. Натомість слова, що поєднують правду про жорстокість війни з наголосом на гідності, взаємодопомозі, турботі, сприяють формуванню більш збалансованого емоційного й етичного простору [38].

По-третє, медійне слово може моделювати практики самопомоги й взаємопідтримки: психолог у програмі може не лише описувати явища, а й проговорювати конкретні фрази, якими можна підтримати себе й інших («я маю право відпочити», «мені потрібна допомога, і я можу її попросити», «я не винен у тому, що вижив»), тим самим розширюючи словник емоційної грамотності аудиторії [41].

У проєкті «Душа і логос» це завдання реалізується через поєднання професійного психологічного знання та емпатійної мови, що орієнтована не на абстрактного «громадянина», а на конкретних людей – військових, їхніх рідних, цивільних, які живуть у стані тривалої невизначеності й загрози.

Ще один важливий аспект – колективний вимір логосу. Слово, яке звучить у медіа, одночасно звернене до окремої людини й до спільноти. Особисті історії, що лунають у публічному просторі, стають частиною національного наративу про війну: через них суспільство формує уявлення про те, хто ми є, що з нами сталося, за що ми боремося, як хочемо жити після перемоги [17; 38].

У цьому процесі медіапсихологічні проєкти виконують роль мостів: вони допомагають перетворювати приватну травму на досвід, який визнається, поважається й інтегрується в колективну пам'ять без редукції

людини до її страждання. Це особливо важливо в роботі з ветеранами, родинами загиблих, людьми, що повернулися з полону або окупації: через слово, адресоване їм і про них, суспільство може не лише виявляти співчуття, а й будувати моделі спільного майбутнього [23; 42].

Отже, «логос» і «слово» в контексті психологічної підтримки – це не просто інструменти передачі інформації, а ключові засоби смислотворення, інтеграції травматичного досвіду та формування життестійкості. Вони працюють на філософському, психологічному, тілесно-емоційному й соціальному рівнях, поєднуючи індивідуальний і колективний виміри переживання війни.

Саме з усвідомлення потужності й відповідальності слова виростає концепція медіапроєкту «Душа і логос», у якому голос військового психолога стає каналом логосу – осмисленого, емпатійного, підтримувального слова, зверненого до душі людини, що живе й бореться в умовах війни. Це теоретичне підґрунтя забезпечує перехід до другого розділу, де буде детально проаналізовано концепцію, структуру та комунікативні технології самого проєкту.

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПЦІЯ ТА ЗМІСТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕДІАПРОЄКТУ «ДУША І ЛОГОС»

2.1. Ідея, структура та цільова аудиторія медіапроєкту

У ХХІ столітті медіапростір перестав бути лише інструментом поширення інформації — він перетворився на простір формування емоційних станів, смислів, колективної пам'яті та моделей поведінки суспільства. Особливо виразно це проявляється в умовах війни, коли медіа виконують не лише інформаційну, а й психологічну, соціальну та терапевтичну функції [17; 44]. Війна створює унікальну комунікативну ситуацію: суспільство одночасно перебуває у стані постійної загрози, інтенсивної емоційної динаміки та глибокої потреби в підтримці, структурованому поясненні подій, нормалізації переживань і збереженні внутрішніх орієнтирів.

Психологічні медіапроєкти останніх років в Україні (зокрема ініціативи Палій, Маркевич та ін.) демонструють, що суспільство активно шукає не тільки новин, а й мову для осмислення свого досвіду, формати безпечного діалогу, простір, де можна почути емоційно зрілі, терапевтичні, людяні інтонації [21; 29]. У цих умовах зростає значення медіа, здатних забезпечити психологічну навігацію — тобто допомогти аудиторії зорієнтуватися у власних станах, переживаннях і страхах, а також надати інструменти внутрішньої стійкості.

Розділ 1 теоретично показав, що слово, логос, комунікативні практики та медіа можуть виступати інструментами вербалізації травми, зниження невизначеності, конструювання життєстійкості та взаємної підтримки. Саме на цьому теоретико-методологічному підґрунті виростає інноваційний медіапроєкт «Душа і логос», початково створений у практичному полі — у середовищі військової психології та фронтового

досвіду. Він поєднує журналістську форму та психологічну функцію, стаючи таким чином прикладом медіапсихологічного формату нового покоління, орієнтованого на підтримку аудиторії під час війни.

Цей розділ має на меті:

- розкрити ідею й концептуальні засади проєкту;
- визначити його структуру, функції, завдання та інноваційність;
- проаналізувати цільову аудиторію як психологічну спільноту зі специфічними потребами;
- показати, чому саме такий медіапроєкт є необхідним у сучасному українському суспільстві.

Від початку повномасштабної війни в Україні науковці, психологи та медіадослідники відзначають зростання запиту на формати, які поєднують інформаційну та психологічну підтримку. Дослідження Палій [24] свідчать, що кризовий період створює масову потребу в емоційній навігації: людям необхідно не лише знати «що відбувається», а й розуміти «що робити з переживаннями», «як не втратити контроль», «як говорити з близькими», «як відновлюватися після травми». Традиційні новинні формати не здатні закривати ці потреби, бо зосереджені на фактах, а не на емоційних станах.

Маркевич у своїх аналітичних роботах підкреслює, що медіа з терапевтичним компонентом виконують критичну суспільну функцію в умовах війни: вони зменшують ризики поширення паніки, нормалізують психічні стани людей, знижують рівень соціальної тривоги й підтримують відчуття контрольованості ситуації [29]. Авторка підкреслює, що такі формати мають бути інституційно впізнаваними, регулярними, професійно модульованими, щоби адаптувати психологічну експертизу до широкої аудиторії.

Таким чином, у суспільстві формується потреба в психологічній медіаплатформі, яка:

- надає підтримку;

- пояснює переживання;
- створює безпечний простір для діалогу;
- зменшує невизначеність;
- формує відчуття «я не один»;
- працює на довіру, емпатію та осмислення.

Саме ця потреба стала підґрунтям для створення медіапроєкту «Душа і логос».

Ідея проєкту виникла у середовищі військової психології — як відповідь на реальний запит військових та цивільних людей на просте, чесне, людяне й професійне слово, яке допомагає вистояти. Базовий концепт проєкту полягає в тому, що:

Душа — це сфера емоцій, страхів, болю, сумнівів. Логос — це слово, яке дає сенс, структуру, підтримку. Поєднання цих двох вимірів створює новий тип психологічної журналістики, де педагогіка слова, голос психолога та медіаінструменти формують простір підсилення внутрішніх ресурсів.

Основні ідейні засади:

- слово має терапевтичну силу (логотерапевтичний підхід Франкла [39]);
- психологічна допомога може й повинна бути доступною у форматі медіа;
- військовий психолог має унікальний досвід і голос, якому довіряють;
- медіа можуть бути засобом колективного зцілення, якщо працюють емпатійно, науково і відповідально.

Проєкт зорієнтований на підтримку, пояснення, множення смислів і нормалізацію переживань слухача.

Структура вибудована так, щоб забезпечити баланс між психологічною точністю та журналістською доступністю:

1. Пілотний радійний цикл «Поради психолога»
 - Короткі випуски (7–12 хвилин).
 - Теми: тривога, вигорання, страх втрати, як говорити з дітьми про війну, як підтримувати військового тощо.
 - Формат: інтерв'ю, монолог, відповіді на запитання аудиторії.
2. Візуальна та графічна складова («логос-естетика»)
 - мінімалістичні візуальні рішення;
 - стримана кольорова гама, пов'язана з психологічною безпекою;
 - акцент на голос і слово.
3. Система рубрик:
 - «Емоція дня» — коротке пояснення одного емоційного стану;
 - «Розмова з психологом» — мініінтерв'ю;
 - «Поради військовому психолога» — практичні рекомендації;
 - «Слово тижня» — аналіз одного смислового концепту: надія, стійкість, пам'ять, відповідальність, тиша.
4. Комунікаційні принципи:
 - емпатія без інфантилізації;
 - науковість без надмірної термінології;
 - чесність без травматизації;
 - повага до досвіду слухача;
 - відсутність дефіцитарного наративу: слухач — не «жертва», а суб'єкт.

Портрет цільової аудиторії

1. Військовослужбовці – це основна група, для якої створено проєкт. Їхні потреби:

- нормалізація емоційних реакцій;
- пояснення того, що відбувається з психікою після боїв;
- підтримка у складних моральних конфліктах;

- можливість почути голос свого колеги — військового психолога;
- безпечний формат, у якому не потрібно «тримати образ сильної людини».

Для військових слово вустами свого фахівця стає простором довіри, де можна відчувати не осуд, а розуміння.

2. Родини військових. Їхній досвід — це досвід очікування, тривоги, браку інформації, накопичених емоцій і постійної напруги. Їм потрібні:

- пояснення, як підтримувати свого військового;
- розуміння психологічних змін після ротації;
- нормалізація власних страхів;
- зняття почуття провини («я живу в безпеці, а він ні»).

Для них проєкт виконує роль містка між фронтом і тилом.

3. Цивільні громадяни – це найширша аудиторія. Їм потрібно:

- навчитися жити в умовах тривалої війни;
- підтримувати психічну стабільність;
- зрозуміти механізми власних реакцій;
- не виснажуватися від щоденного травматичного контенту.

Для цивільної аудиторії проєкт стає психологічним орієнтиром, який допомагає зменшити хаос.

4. Волонтери. Волонтерська спільнота переживає унікальні навантаження: емоційні, ресурсні, фізичні. Їхні потреби:

- профілактика вигорання;
- робота з провиною;
- зменшення перевантаження;
- підтримка почуття смислу.

Для волонтерів проєкт виконує функцію підсилення життєстійкості.

Таким чином, ідея медіапроєкту «Душа і логос» ґрунтується на визнанні того, що в умовах війни психологічне слово є не менш важливим,

ніж інформація. Суспільство потребує структурованої, емпатійної, науково виваженої комунікації, і саме тому проєкт:

- відгукується на реальні психологічні потреби військових і цивільних;
- поєднує фахову психологію та гуманістичну журналістику;
- формує новий тип медіапростору — простір підтримки, взаєморозуміння та смислотворення.

2.2. Жанрові та формальні особливості радіопрограми психологічного спрямування

Радійний формат психологічної програми є специфічним жанрово-комунікативним явищем, що поєднує елементи публіцистики, просвітництва, консультації та інтимної розмови з аудиторією. На відміну від класичних інформаційних чи публіцистичних передач, у центрі яких — подія, конфлікт, факт, психологічна програма фокусується насамперед на внутрішніх станах людини, їхньому осмисленні та трансформації [31].

У сучасній теорії медіа психологічні програми розглядаються як різновид соціальної журналістики, де журналістський інструментарій використовується для розв’язання соціально значущих проблем, зокрема — проблем ментального здоров’я, травми, стресу, адаптації до кризових умов [24]. У воєнний час значущість таких форматів зростає, оскільки медіа стають важливим каналом психологічної підтримки людей, які не завжди мають доступ до індивідуальної психотерапії, але можуть отримати базові пояснення, орієнтири й відчуття «почутості» через аудіальний формат [21].

У цьому підпункті розглянемо жанрову природу психологічної радіопрограми, специфіку її структури, мови й стилю, а також порівняємо досвід українського проєкту «Душа і логос» з тенденціями, притаманними міжнародній практиці подібних медіаформатів.

Психологічна радіопрограма є гібридним жанром, який поєднує:

- інформаційно-пояснювальну складову (подача науково-психологічних знань у доступній формі);
- консультативну складову (надання порад, рекомендацій, моделей поведінки у складних життєвих ситуаціях);
- наративну складову (історії людей, кейси, приклади);
- емпатійно-підтримувальну складову (тон, інтонація, визнання права слухача на його почуття) [40].

На відміну від «традиційної» соціальної публіцистики, де психологічна тематика подається переважно через репортажі або аналітику, психологічна програма працює з персональним виміром досвіду. У центрі постає не абстрактна «проблема ПТСР», а конкретна людина, її емоційні стани, запитання («мені важко засинати після обстрілів», «я не можу говорити з рідними про фронт», «я вигораю як волонтер») [23; 40].

За жанровою формою такі програми найчастіше реалізуються як:

- монолог психолога (радійне есе або мінілекторій);
- інтерв'ю/бесіда психолога з ведучим (як у «Душі і логос», де журналіст ставить запитання, а військовий психолог розкриває тему);
- відповіді на запитання слухачів (листування, голосові звернення, телефонні дзвінки);
- комбіновані формати (коротка історія + коментар психолога + практична порада).

Для проєкту «Душа і логос» обрано формат короткого інтерв'ю/діалогу, де журналіст структурує розмову, «задає рамку», а психолог наповнює її змістом, досвідом, емпатійним словом. Це відповідає сучасним тенденціям до діалогічності, коли слухач відчуває себе «третім співрозмовником» у розмові [24; 36].

Ефективна психологічна радіопрограма потребує чітко продуманої структури, яка одночасно створює відчуття безпеки й передбачуваності; дозволяє розгорнути тему; залишає простір для внутрішньої рефлексії слухача.

Типова структурна модель випуску в межах «Душі і логос» може виглядати так:

1. Заставка / джінгл (10–20 секунд).
 - слугує «порогом входу» в психологічний простір програми;
 - через звук, музику, голос задає тон (спокійний, підтримувальний, некатастрофічний);
 - повторюваність джінглу формує відчуття стабільності й впізнаваності, важливе для людей у стані тривалого стресу [26; 31].
2. Короткий вступ ведучого (30–40 секунд).
 - назва програми й випуску;
 - формулювання теми («сьогодні говоримо про тривогу перед від'їздом на фронт / про повернення з ротації / про страх за близьких»);
 - вербалізація мети («спробуємо розібратися, що з нами відбувається, і що ми можемо зробити для себе»).
3. Основна частина (7–10 хвилин).
 - пояснювальний блок: психолог описує явище (тривога, ПТСР, провина вцілілого, вигорання) у простій, ненасиченій термінами мові;
 - нормалізаційний блок: наголос на тому, що такі реакції нормальні в умовах війни;
 - практичний блок: пропонує 2–4 конкретні кроки, які слухач може зробити (дихальні вправи, обмеження медіаспоживання, розмова з близькими, звернення по допомогу тощо) [43].
4. Фінальна рефлексія (30–60 секунд).
 - коротке підсумування;

- «слово-підтримка», яке має емоційно завершити тему без фальшивого оптимізму;

- підкреслення гідності й ресурсу слухача («ви вже багато витримали», «ви маєте право на відпочинок і турботу про себе»).

5. Завершальний джінгл / тиха музична петля (10–20 секунд).

- повертає до нейтрального емоційного стану;

- м'яко «виводить» зі стану внутрішнього заглиблення.

Така структура відповідає психологічним закономірностям: людина входить у тему, отримує пояснення й опори, а потім має емпатійно підтримане «завершення», що знижує ймовірність емоційної фрагментації після прослуховування [6; 33].

Для психологічної програми мовно-стилістичний режим є не менш важливим, ніж зміст. Від того, як саме говорить психолог і ведучий, залежить, чи сформується в аудиторії почуття довіри, безпеки й включеності [41].

Основні характеристики мови та стилю:

1. Простота без спрощення:

- складні психологічні поняття («травматичні тригери», «дисоціація», «афективна розрядка») пояснюються через життєві приклади, метафори, порівняння;

- вживаються короткі речення, уникнення канцеляризмів та надмірної академічності, але збереження наукової коректності [31].

2. Емпатійність:

- часте використання «ми» замість «ви» («ми можемо боятися», «ми маємо право втомлюватися») як спосіб зменшення дистанції;

- визнання почуттів слухача, уникнення оціночних суджень («слабкість», «надто емоційний» тощо);

- фрази-підтримки, які нормалізують стан людини [40].

3. Уникнення шокуєчих подробиць:

- медійний опис подій війни не має повторювати «сирий» травматичний досвід;
- фокус спрямований на внутрішніх реакціях, а не на деталях насильства;
- завжди враховується, що слухачем може бути людина з власним травматичним досвідом.

4. Стриманий, але теплий тон:

- голос психолога має бути впевненим, але не директивним;
- інтонація — спокійна, без різких перепадів, відсутність агресивної риторики;
- важливими стають паузи, тиша, можливість «додумати» сказане.

У «Душі і логос» додаткову роль відіграє автентичність голосу: військовий психолог, який служить у батальйоні спецпризначення, говорить не як відсторонений експерт, а як людина, яка сама перебуває в тому самому історичному й професійному полі, що й її слухачі. Це підсилює довіру та знижує ризик сприйняття програми як «повчань з боку» [23].

Психологічна радіопрограма працює не лише зі словом, а й із звуком як середовищем. Музика, джінгли, фонові атмосфера можуть як підсилювати терапевтичний ефект, так і, навпаки, викликати небажані емоційні реакції, якщо підібрані невдало [26; 31].

Основні принципи звукового оформлення:

- Мінімалізм. Фонові ефекти використовуються дуже дозовано, щоб не перевантажувати сприйняття й не відволікати від сенсу слова.
- Нейтральна або м'яка емоційність. Перевага надається спокійним, неконфліктним мотивам (фортепіано, легкі ембієнтні текстури), які не викликають різких асоціацій.

- Константність джинглу. Повторюваний джингл із коротким словесним слоганом («Душа і логос — слово, що підтримує») формує відчуття впізнаваності та стабільності.

- Тиша як елемент структури. Короткі паузи після складних фраз дають слухачеві можливість «прожити» почуте, знизити внутрішню напругу, здійснити мікрорефлексію.

Усе це робить радійний формат особливо придатним для психологічних програм: аудіальність як така (без візуального ряду) створює більш інтимний, «внутрішній» простір сприйняття, де голос психолога ніби звертається безпосередньо до слухача, а не до «масової аудиторії» [31; 41].

У міжнародній практиці, зокрема у США та Європі, вже сформувалася низка форматів, які можна вважати аналогами чи попередниками таких проєктів, як «Душа і логос». Це подкасти та радіопрограми, присвячені:

- депресії, тривозі, вигоранню;
- життєстійкості та посттравматичному зростанню;
- психотерапії як частині повсякденного життя;
- особистим історіям людей, що пережили кризові події.

Для них спільним є:

- ведення програми психологами, психотерапевтами або журналістами з глибоким інтересом до ментального здоров'я;
- використання формату довірливої розмови — як інтерв'ю, так і рефлексивного монологу;
- поєднання особистих історій із науковими поясненнями;
- орієнтація на широку аудиторію, а не лише на «фахівців».

У порівнянні з цими форматами, «Душа і логос» має кілька суттєвих відмінностей:

1. Воєнний контекст. Більшість відомих міжнародних психологічних подкастів працюють у суспільствах, де війна не є домінуючим повсякденним досвідом. Український проєкт формується

прямо в епіцентрі війни, що накладає інші етичні, емоційні та змістові вимоги.

2. Військовий статус ведучого-психолога. Ведуча — не лише психолог, а й діючий військовослужбовець. Це створює унікальне поєднання професійної компетентності й внутрішнього знання фронтової реальності, чого зазвичай бракує цивільним форматам.

3. Цільова аудиторія, що включає військових і їхні родини. Більшість закордонних програм орієнтовані на загального слухача; «Душа і логос» адресує себе тим, хто перебуває у фронтовій та прифронтовій реальності, а також тим, хто живе поруч із нею (родини, волонтери).

Таким чином, міжнародний досвід підтверджує затребуваність психологічних медіа як таких, тоді як український проєкт «Душа і логос» розвиває цю лінію в специфічних умовах війни, поєднуючи найкращі практики жанру з особливостями національного та воєнного контекстів.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що жанрові та формальні особливості програми психологічного спрямування в межах медіапроєкту «Душа і логос» визначаються її гібридною природою, чіткою структурою, емпатійно-науковим стилем мовлення, цілеспрямованим використанням звукового середовища й орієнтацією на специфічні потреби аудиторії, яка живе в умовах тривалої війни. У наступному підпункті (2.3) буде розглянуто конкретні комунікативні технології, які забезпечують психологічно підтримувальний характер цього медіапродукту.

2.3. Комунікативні технології створення психологічного медіапродукту

Комунікативні технології, що застосовуються у психологічно орієнтованих медіапроєктах, виступають фундаментальною умовою їхньої ефективності та етичності. Психологічний медіапродукт у час війни не

може бути побудований за стандартною журналістською моделлю, адже працює не лише з фактом, а й із внутрішнім досвідом людини, що часто є травмованим, вразливим, нестабільним або таким, що не отримав адекватної вербалізації.

На відміну від новинних медіа, де ключову роль відіграє швидкість, актуальність та інформаційна точність, медіа психологічного спрямування ставлять у центр людину, її стан, її емоційну структуру, а також контекст, у якому вона сприймає повідомлення. Під час війни цей контекст набуває додаткової ваги: хронічна тривожність, емоційне виснаження, травматична непередбачуваність, страхи та невпевненість формують специфічний режим слухання й обробки інформації. Як підкреслюють експерти, у кризових ситуаціях комунікація «завжди виконує функцію терапевтичної рамки, навіть якщо формально не є терапією» [15]. Тобто саме спосіб комунікації часто визначає, чи буде контент підтримувальним, чи, навпаки, — травматичним.

Отже, створення медіапродукту типу «Душа і логос» потребує поєднання журналістських навичок, психологічних технік, логотерапевтичних підходів, теорії слабких і сильних комунікативних інтервенцій, а також знання аудіальних технологій регуляції емоцій.

Нижче розглянемо ключові складові цього складного комунікативного процесу.

Вербалізація — один із центральних психологічних інструментів, який перетворює неусвідомлені відчуття на осмислений досвід. У психологічних медіа вербалізація виконує функцію заземлення, структурування, нормалізації, емоційного розвантаження.

1. Вербалізація як інструмент психічної інтеграції

Т. Гордієнко-Митник підкреслює, що називання переживання є «першим кроком його інтеграції», оскільки слово формує рамку для хаотичного емоційного матеріалу [8]. Наприклад:

- замість «вам погано» — «ви можете відчувати напругу, бо ваше тіло реагує на небезпеку»;
- замість «вам треба заспокоїтися» — «ваша реакція природна — так психіка захищає вас».

Слово перестає бути описом і стає психологічною опорою.

2. Нормалізація станів

О. Кіндрат наголошує на важливості «нормалізаційних конструктів», які допомагають людині зрозуміти, що її стан є поширеним і не свідчить про патологію [16].

У «Душі і логос» це проявляється у фразях:

- «Багато військових відчують...»
- «Це типова реакція організму на втому...»
- «Ваше тіло зберігає пам'ять про небезпеку — це нормально».

Нормалізація знімає тривогу й створює відчуття приналежності, що критично важливо під час війни.

3. Використання метафор і когнітивних моделей

Психологічні метафори є ефективним способом спрощення складних станів:

- «емоційна рана»,
- «психічна броня»,
- «серце в режимі тривоги»,
- «думки-кола».

Вони виконують роль «містка» між емоцією та її раціональним усвідомленням.

4. Вербальні техніки підтримки

- Валідуючі конструкції: «ви маєте право на цей стан».
- Підсилювальні конструкції: «давайте поглянемо разом, що з цим робити».
- Позитивні рамки: «ви вже робите багато для стабільності».

- Дозвільні формули: «ви можете дозволити собі відпочити».

Ці техніки формують емпатійний, людяний тон програми.

Психологічний медіапродукт, особливо у форматі інтерв'ю, має уникати жорстких журналістських технік, щоб не поглибити травматизацію. Тому етика інтерв'ю в «Душі і логос» базується на принципах гуманістичної психології, логотерапії та кризової журналістики.

Основні принципи безпечного інтерв'ю:

1. Відсутність тиску. Неприпустимі навідні запитання, оцінки, контраргументи.
2. «Тепла нейтральність». Журналіст не стає «другом», але зберігає емпатійний, підтримувальний тон.
3. Уникнення тригерів. Не запитують про конкретні бойові епізоди, травми, втрати без потреби.
4. Право гостя не відповідати. Це обов'язково артикулюється.
5. Рівноправність позицій. Психолог не об'єкт інтерв'ю, а співтворець змісту.

Нижче подано систематизовану таблицю:

Таблиця 2.1.

ПРИНЦИПИ БЕЗПЕЧНОГО ІНТЕРВ'Ю

Елемент	Неприпустимо	Правильний підхід	Ефект
Запитання	«Розкажіть найстрашніший момент»	«Що ви можете сказати про досвід військових у таких умовах?»	Безпека
Інтоніяція	Категоричність	Спокійна підтримка	Зниження напруги

Робота з травмою	Деталізація насильства	Загальний опис механізмів	Деескалація
Позиція журналіста	«Ви ж погоджуєтесь...»	«Як це можна пояснити?»	Партнерство

Працюємо зі словом і голосом: інтонація, темп, паузи. У психологічних медіа голос є змістом. Використовуються такі технології:

- повільний темп мовлення, що регулює увагу;
- довші паузи, що дають можливість слухачеві «подихати»;
- низька, стабільна тональність, яка не провокує напруги;
- контурна інтонація, що завершує думку з легкою «крапкою», створюючи ефект завершення й безпеки.

Ці техніки широко застосовують у американських психологічних програмах «Ten Percent Happier», «The Happiness Lab», «Therapist Uncensored».

Аудіодизайн у психологічному радіопродукті — це не мистецький, а комунікативний інструмент.

Функції музики:

1. Емоційна регуляція. Нейтральна ембієнт-музика знижує рівень напруги.
2. Створення атмосферності. М'які текстури допомагають «занурити» слухача в безпечний простір.
3. Структурування. Джингли та короткі звукові маркери позначають зміни теми.
4. Формування довіри. Повторюваність звукових мотивів створює ефект стабільності.
5. Психологічна гігієна. Уникаються різкі переходи, важкі баси, драматичні оркестровки.

У «Душі і логос» рекомендовано використовувати:

- легкі фортепіанні мотиви,
- атмосферний ембієнт,
- «теплий» аналоговий тембр,
- природні звуки (вітер, дощ — без надмірності).

Комунікативна технологія «емоційного контейнера» — це підхід, що дозволяє:

- прийняти емоцію слухача,
- назвати її,
- зменшити її інтенсивність,
- повернути людині відчуття контролю.

У медіа він виглядає так:

1. Артикуляція стану («ви можете відчувати...»).
2. Визнання («і це нормально в таких умовах»).
3. Пояснення («бо психіка так працює...»).
4. Інструкція («можна спробувати зробити так...»).

Цей метод застосовується в проєкті як центральний.

Комунікативні технології медіапроєкту «Душа і логос» становлять складну інтеграцію психологічної експертизи, етичної журналістики та професійного аудіодизайну. Вони дозволяють створити безпечний, підтримувальний, терапевтично орієнтований медіапростір, який допомагає військовим, родинам, волонтерам та цивільним не лише отримувати інформацію, а й відновлювати внутрішню рівновагу, усвідомлювати власні стани та будувати психологічну стійкість.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПІЛОТНОГО ВИПУСКУ РАДІОПРОГРАМИ «ПОРАДИ ПСИХОЛОГА»

3.1. Підготовка і сценарна модель першого випуску: інтерв'ю-знайомство з військовим психологом

Практична реалізація пілотного випуску радіопрограми «Поради психолога» в межах медіапроєкту «Душа і логос» стала логічним продовженням теоретико-методологічних висновків попередніх розділів. Якщо у розділах 1–2 було обґрунтовано значення «логосу» як смислотворчого слова, специфіку медіапсихологічної комунікації в умовах війни та інноваційність формату психологічної радіопрограми, то розділ 3 демонструє, яким чином ці засади втілюються у конкретному медіапродукті.

Ключовим рішенням стало те, що перший випуск — це не одразу «психологічна лекція» чи набір технік самодопомоги, а інтерв'ю-знайомство з ведучою-психологом Оленою Матюшею, військовим психологом батальйону спецпризначення. Це рішення має глибоке теоретичне підґрунтя.

По-перше, у психології допомоги вважається, що ефективність будь-якого втручання залежить від якості робочого альянсу — відчуття довіри, безпеки й співпричетності між тим, хто допомагає, і тим, хто приймає допомогу. У медійному форматі цей альянс набуває форми парасоціального зв'язку: слухач починає сприймати ведучу як знайому, надійну фігуру, якій можна довіряти свої емоції. Без формування такого зв'язку навіть найкращі поради сприйматимуться як абстрактний текст, а не як жива підтримка.

По-друге, в контексті війни аудиторія (особливо військові, їхні родини, волонтери) часто має негативний досвід «формальних» комунікацій:

накази, інструкції, сухі повідомлення без емпатії. Тому завданням першого випуску було зламати цей шаблон і показати, що голос психолога в ефірі — це не черговий «вказівник», а партнерський, людяний, емпатійний голос.

По-третє, сам факт, що психолог служить у батальйоні спецпризначення, має сильний символічний вимір. Це не «кабінетний спеціаліст», а людина, включена в той самий воєнний контекст, що й її адресати. Представити цей досвід, окреслити його межі, підкреслити людські, а не тільки професійні аспекти — означає надати їй високий рівень довіри як джерелу смислів і підтримки.

Отже, пілотний випуск виконує роль комунікативного фундаменту: він формує базову довіру, емоційний тон, образ психолога та місію проєкту. Саме тому сценарій інтерв'ю було розроблено як цілісну модель, де кожне запитання виконує окрему функцію з точки зору медіапсихології, кризової комунікації та логіки форматування серійного медіапродукту.

Концептуально перший випуск можна описати як «діалог-відкриття», де в центрі — не проблема, а людина, яка надалі буде провідником через проблеми. Це відповідає кільком важливим підходам.

1. Принцип «спершу стосунок — потім зміни». У психотерапії та консультаційній психології вважається, що будь-які зміни стають можливими тільки після встановлення безпечного стосунку. У медійному форматі стосунок моделюється через:

- відкритість психолога;
- готовність говорити про власні труднощі («що найскладніше — професійно чи людськи?»);
- визнання складних емоцій військових і цивільних;
- відсутність оцінювання.

Саме тому перший випуск зосереджений на тому, хто говорить, а вже потім — про що буде йтися далі.

2. Принцип прозорості й автентичності. В умовах масової недовіри та інформаційних маніпуляцій аудиторія особливо чутлива до штучності, пафосу, фальші. Інтерв'ю-знайомство дозволяє показати психолога не як «ідеального експерта», а як людину, яка сама живе у воєнних умовах, має власний досвід виснаження, відповідальності, професійних дилем. Така автентичність підсилює переконливість і підтримувальний потенціал її слів у подальших випусках.

3. Принцип «голос, який має право говорити». У травматичних суспільствах важливо, хто саме говорить про війну й психологію. Голос військового психолога батальйону спецпризначення — це голос зсередини системи, який має право говорити про стани військових не як сторонній спостерігач, а як залучений фахівець. Пілотний випуск обґрунтовує це право: слухач чує, чим насправді займається психолог, з ким і як працює, через які досвіди проходить.

4. Принцип позначення горизонту тем («roadmap» проєкту). Через запитання про ідею «Душі і логосу» та звернення до родин військових пілот окреслює коло тем, які надалі розгортатимуться: емоції бійців, день психолога на службі, сила слова, підтримка сімей. Це допомагає слухачеві зрозуміти, що попереду — не разова розмова, а серія системних випусків.

П'ять запитань, які стали стрижнем пілотного випуску, утворюють чітку наративну й психологічну дугу:

1. Від емоцій військових — до професійного й людського досвіду психолога.
2. Від питання: «чи допомагають слова?» — до концепту «Душа і логос».
3. Від загальної ідеї проєкту — до конкретної підтримки тих, хто чекає з фронту.

Кожне запитання не лише «про щось», а й виконує окрему функцію: діагностичну, нормалізаційну, смислотворчу, емпатійну, прогностичну. Нижче розглянемо це детальніше.

Перше запитання: про емоції військових

«Олено, ви психолог батальйону спецпризначення. З якими емоціями військові найчастіше звертаються?»

Це запитання відкриває інтерв'ю з кількох причин.

По-перше, воно одразу маркує професійну роль: слухач чує, що перед ним не абстрактний психолог, а фахівець, який працює саме з військовими в умовах спецпідрозділу. Це підсилює відчуття компетентності й релевантності.

По-друге, фокус на «емоціях, з якими звертаються» запускає важливий механізм нормалізації та впізнавання. Військові, які слухатимуть програму, можуть почуватись менш самотніми, дізнавшись, що «не лише я відчуваю страх/злість/порожнечу». Родини військових отримують пояснення, що насправді відбувається всередині, а не лише зовні. Цивільні — глибше розуміють психологічну ціну війни.

По-третє, це запитання відкриває простір для узагальненої вербалізації: психолог не говорить про конкретні історії (що було б травматично й етично проблемно), а описує типові, повторювані стани. Цим закладається важливий етичний стандарт: програма не експлуатує особисті трагедії, а працює з узагальненими патернами.

На рівні комунікативної технології це запитання дає змогу психологу використати валідуючі формули («ці емоції нормальні для тих, хто на фронті», «часто це суміш втоми, провини, відповідальності»), тим самим уже в першій відповіді запускаючи підтримувальний ефект.

Друге запитання: про день військового психолога

«Як виглядає день військового психолога на службі? Що найскладніше — професійно чи людськи?»

Це запитання переводить фокус з емоцій військових на суб'єктність самої психологині. Воно виконує кілька важливих функцій.

З погляду медіапсихології — це створення образу «свого експерта». Слухачі отримують доступ до повсякдення людини, яка не лише «консультує», а й живе в тих самих умовах тривоги, небезпеки, невизначеності. Це зменшує відчуття ієрархічної дистанції й зміцнює парасоціальний зв'язок: психолог перестає бути «над» і стає «поруч».

З погляду психології травми — це важливий жест дестигматизації допомоги. Коли слухач чує, що психолог тож проходить через складні переживання, але при цьому зберігає професійну суб'єктність, це може знизити спротив до звернення по допомогу («якщо навіть психологу важко — то і мої реакції не є чимось ганебним»).

Запитання про те, що складніше — професійно чи людськи, дозволяє психологу показати подвійний вимір своєї діяльності:

- як фахівець вона виконує завдання, пов'язані з оцінкою станів, підтримкою, профілактикою;
- як людина — переживає втрати, втомлюється, стикається з власними межами.

Така прозорість сприяє формуванню довіри та емпатії: слухач бачить перед собою не «машину для порад», а живу людину.

Третє запитання: про силу слова на війні

«Чи можливо словами справді допомогти людині на війні?»

Це запитання є, по суті, методологічним ядром усього проєкту. Воно виводить розмову на рівень осмислення того, чим саме є психологічна медіапрограма.

З погляду логотерапії та медіапсихології це запитання ставить центральний виклик: чи може слово, яке звучить із радіоприймача або з динаміка смартфона, реально впливати на психічний стан людини, яка перебуває в екстремальному контексті.

Відповідаючи на нього, психолог:

- пояснює, що слово — це не чарівна паличка, але воно може:
 - нормалізувати реакції;
 - давати смислові рамки;
 - пропонувати інші варіанти внутрішнього діалогу;
 - знижувати відчуття самотності («зі мною говорять, мене бачать»);
- підкреслює, що слово не замінює дій, але є важливою частиною підтримки (як емоційної, так і смислової).

Таким чином, відповідаючи на це запитання, пілотний випуск обґрунтовує сам формат: слухач отримує відповідь на потенційний скептичний сумнів — «чи це не просто балачки?».

Четверте запитання: про ідею «Душі і логосу»

«Як народилася ідея «Душі і логосу»? Чим ця програма має бути для слухача?»

Цей сегмент інтерв'ю виконує функцію смислової декларації проєкту. У ньому:

- коротко висвітлюється історія появи ідеї (запит від військових, спостереження за станами людей, відчуття потреби в «просторі слова»);
- формулюється місія програми: бути місцем, де проговорюють емоції, пояснюють психологічні механізми, показують, що людина не одна зі своїм болем;
- розкривається символіка назви: «душа» як простір переживань; «логос» як слово, що структурує й утримує цей простір.

З точки зору комунікаційних технологій, це запитання дає змогу:

- чітко позначити очікування: що це за програма, чого від неї не варто чекати (вона не дає «простих відповідей на все»), а що вона може запропонувати (смилову, емоційну, підтримувальну рамку);

- створити емоційно забарвлений образ («це має бути тихий голос поряд», «це має бути простір для паузи й розмови про те, що болить»).

Цей блок фактично виконує роль маніфесту проєкту в м'якій, розмовній формі.

П'яте запитання: звернення до тих, хто чекає з фронту

«Що б ви порадили тим, хто чекає своїх рідних з фронту?»

Фінальне запитання переводить розмову з рівня концепції та професійного досвіду до конкретної, дуже чутливої аудиторії — родин військових. З погляду медіапсихології це особливо важливо, бо дозволяє:

- персоналізувати адресата: програма звертається не до абстрактного «громадянина», а до конкретної людини, яка живе в очікуванні дзвінків, новин, повернень;

- показати, що програма бачить не лише бійця, а й тих, хто поруч із ним, тобто мислить війну як спільний досвід;

- завершити випуск підтримувальним меседжем, який не розчиняється в загальних міркуваннях, а спрямований до тих, кому, можливо, зараз найважче.

З точки зору комунікативної технології, відповідь на це запитання дає змогу психологу сформулювати:

- поради щодо емоційної самопідтримки (не знецінювати власну втому й страх, дозволяти собі відпочивати);

- поради щодо комунікації з військовим (не вимагати детальних розповідей про фронт, не тиснути питаннями, бути готовими приймати «мовчання» як теж форму емоційної реакції);

- поради щодо збереження сенсу й ресурсів (опора на спільноти, волонтерську діяльність, ритуали підтримки зв'язку).

Завершення епізоду саме такою адресною порадою створює ефект «емоційного кола»: від загальної розмови про професію й ідею проєкту — до дуже конкретної, чутливої ситуації. Це відповідає терапевтичному

принципу: «великий смисл має завершитися конкретною дією або словом підтримки».

Попри те, що пілотний випуск побудований як інтерв'ю, його структура продумана як сценарна модель, придатна для подальшого відтворення й аналізу. У скороченому вигляді вона виглядає так:

- короткий джінгл та вступ ведучого (рамка безпеки й пояснення, що це – знайомство);
- представлення психолога з акцентом на військовий досвід;
- блок запитань, що поступово розкривають:
 - емоції військових;
 - людський і професійний вимір роботи психолога;
 - силу слова;
 - ідею та місію «Душі і логосу»;
 - адресне звернення до родин;
- короткий підсумок ведучого з фіксацією ключових тез;
- фінальна нота підтримки й джінгл.

Інтонаційно весь випуск витриманий у спокійному, нефорсованому темпі, з паузами після емоційно насичених фрагментів, без надмірної драматизації. Музичний супровід — стриманий, мінімалістичний, використовується лише для позначення меж сегментів, аби не перекривати смисли слова.

Розгорнута підготовка й сценарна модель інтерв'ю-знайомства з Оленою Матюшею дозволили зробити пілотний випуск не просто «пробою техніки», а повноцінним комунікативним актом, у якому:

- закладено основу довіри між аудиторією та психологом;
- окреслено місію медіапроєкту «Душа і логос»;
- показано унікальність військового психолога як голосу підтримки;
- апробовано формат емпатійного інтерв'ю без травматизації;

- сформовано базову емоційно-сміслову рамку для подальших тематичних випусків.

Таким чином, підпункт 3.1 демонструє, як теоретичні положення про логос, слово, довіру, безпечний простір і медіапсихологічну підтримку втілюються у конкретному практичному продукті — пілотному випуску радіопрограми «Поради психолога», що відкриває для слухача двері у світ «Душі і логосу».

3.2. Особливості реалізації та первинна оцінка пілотного випуску радіопрограми

Практична реалізація пілотного випуску радіопрограми «Поради психолога» відбувалася в умовах, максимально наближених до реальних контекстів, у яких психолог батальйону спецпризначення Національної Гвардії України виконує свої професійні обов'язки. На відміну від студійного запису або типового подкасту, що створюється в контрольованому акустичному середовищі, запис першого випуску здійснювався безпосередньо в прикордонній зоні — там, де дислокується підрозділ, у якому проходить службу авторка цієї роботи. Такий вибір був не випадковим: він відповідав центральній ідеї проєкту «Душа і логос» — створювати психологічно підтримувальний контент не про війну ззовні, а зсередини її реальності.

Запис здійснювався в польових умовах, із використанням доступного обладнання: ноутбука, USB-мікрофона та диктофона смартфона. Відсутність електропостачання та необхідність дотримання маскувального режиму стали не лише технічними, а й комунікативними чинниками, що вплинули на тональність, динаміку та атмосферу інтерв'ю. Час від часу над позиціями пролітали ударні безпілотики («шахеда»), що викликало природне хвилювання й у психолога, і у ведучого. Водночас саме ця ситуація створила унікальний для психологічної медіакомунікації ефект —

повну автентичність переживання, коли тема психологічної стійкості звучить не як теоретичне міркування, а як відповідь на реальність, що прямо впливає на учасників розмови.

Для пілотного випуску було обрано саме формат інтерв'ю — і це рішення має декілька обґрунтувань.

По-перше, інтерв'ю дає можливість природно познайомити аудиторію з експертом, створити відчуття живої присутності та особистої довіри. У випадку військового психолога саме «голос» і «особистість» стають ключовими каналами формування відчуття безпеки — того, що в медіапсихології описують як парасоціальний контакт.

По-друге, інтерв'ю дозволяє структуровано рухатися від базових, відкритих запитань до складніших смислових блоків, не перевантажуючи слухача. Перший випуск має виконати функцію «входу у світ» програми: представити психолога, окреслити її компетенції, показати людську сторону служби та дати аудиторії відчути, що наступні випуски матимуть передбачувану логіку й стабільний голос експертної підтримки.

По-третє, в умовах польового запису інтерв'ю дає більше простору для спонтанної, щирої реакції. Монолог вимагав би значно більшої підготовки, внутрішнього контролю та відсутності зовнішніх стимулів; інтерв'ю, навпаки, дозволило зберегти природність і дистанціювати психолога від ролі лектора. Це особливо важливо з огляду на контекст, у якому проходило інтерв'ю, — ситуації, де присутня реальна небезпека.

Структура першого випуску будується на п'яти запитаннях, кожне з яких має власну комунікативну й психологічну функцію. Необхідно проаналізувати їх:

1. «Олено, ви психолог батальйону спецпризначення. З якими емоціями військові найчастіше звертаються?» Це початкове відкриття, яке дозволяє:

— ввести слухача в тему через універсальний досвід емоцій;

- легітимізувати роль психолога;
- створити емпатійну рамку;
- уникнути травматичних деталей і зосередитись на феноменології почуттів. Таке запитання формує безпечний вхід у розмову й демонструє професійність психолога.

2. «Як виглядає день військового психолога на службі? Що найскладніше — професійно чи людськи?» Це запитання виконує подвійну функцію:

- пояснює слухачеві реальність польової психологічної служби;
- демонструє людський вимір професії, який часто залишається «за кадром». З психологічної точки зору, воно відкриває доступ до емпатичної переоцінки: слухач починає розуміти, що психолог — не абстрактний консультант, а людина, яка ділить труднощі служби разом з військовими.

3. «Чи можливо словами справді допомогти людині на війні?» Це ключове запитання, яке вищає межу між психологією та комунікацією. Воно дозволяє:

- показати силу логосу як терапевтичного інструменту;
- пояснити, чому медіапроект може мати реальну практичну користь;

- перенести фокус з «емоцій» на «дію слова».

Це питання — місток між практикою психолога та суттю проекту.

4. «Як народилася ідея «Душі і логосу»? Чим ця програма має бути для слухача?» Це запитання виконує функцію ідейного самоокреслення.

Воно:

- пояснює концепцію;
- формує обіцянку цінності;
- структурує майбутній контент;

— дає психологові змогу визначити очікування аудиторії. Таким чином, воно «зшиває» особисту історію психолога і редакційну ідею проєкту.

5. «Що б ви порадили тим, хто чекає своїх рідних з фронту?» Це фінальне, емоційно важливе запитання. Воно:

- переходить від загального до конкретного;
- фокусується на підтримці цивільних — важливої частини аудиторії;
- задає тон майбутніх тематичних випусків;
- завершує інтерв'ю на ноті реальної психологічної допомоги.

Ця структура формує «дугу» першого епізоду: від професійного знайомства → через особистий досвід → до конкретних порад і перспективи розвитку програми.

Під час запису психолог хвилювалася — як через бойові умови, так і через свій перший досвід роботи в аудіоформаті. Це хвилювання не стало перешкодою — натомість воно посилило ефект автентичності. Діалог вийшов природним, інтонаційно м'яким, з легкими паузами, які не порушували хід розмови, а навпаки — створювали відчуття щирості та довіри. У контексті психологічної комунікації природність та емоційна щирість інколи мають більшу підтримувальну силу, ніж професійно «відшліфована» студійна подача.

Втручання бойових звуків, відсутність електрики, необхідність маскування — усі ці елементи стали не технічною вадою, а частиною загальної атмосфери випуску. Вони підкреслили головну ідею: навіть у найскладніших умовах слово може стати засобом підтримки й стабілізації.

3.3. Перспективи розвитку циклу «Душа і логос»

Перспективи розвитку медіапроекту «Душа і логос» визначаються на перетині двох ключових тенденцій сучасного комунікаційного середовища: посилення ролі психологічної підтримки у медіапросторі, зумовленої тривалістю війни та масовим запитом на стабілізувальну інформацію; переосмислення функцій медіа як інтегративного механізму взаємодії між військовими, цивільними та інституційними структурами.

Пілотний випуск засвідчив, що формат психологічного аудіоконтенту, створений в реальному середовищі служби, може поєднувати у собі одночасно просвітницьку, підтримувальну та комунікаційну функції. Отже, розвиток циклу потребує науково обґрунтованої стратегії, яка забезпечить як змістове поглиблення, так і закріплення програми в сучасній структурі української журналістики воєнного часу.

1. Тематичне розширення: наукове обґрунтування змістової еволюції програми

Однією з головних перспектив розвитку «Душі і логосу» є формування змістових блоків, які охоплюватимуть різні аспекти психічної стійкості військових і цивільних. Відповідно до сучасних підходів військової психології, психологічна підтримка повинна бути багаторівневою, охоплюючи емоційний, когнітивний, поведінковий та соціальний рівні реагування на стрес.

Тому змістовий розвиток програми може включати:

- Теми емоційної регуляції (гнів, втома, тривога, «емоційне оніміння», підвищена пильність). Потреба в таких темах зумовлена тим, що емоційні реакції у військовому середовищі часто нормальні, але переживаються як патологічні — і саме медіа можуть виконувати корекційну і нормалізуючу функцію.

- Блоки психогігієни (сон, відновлення, безпека ритму, самодопомога). Наукові дослідження показують: регулярна коротка психоедукація зменшує ризики хронічної тривоги й виснаження.

- Ефективну комунікацію в підрозділах (роль командирів, підтримувальні формули, особливості мовлення у стресі). Цей напрям ґрунтується на концепціях лідерської психології та кризової комунікації.

- Психологічну підтримку сімей військових

Оскільки сім'я — основне джерело соціальної підтримки, саме медіа можуть стати каналом для інформування родин про те, як правильно реагувати на емоційні зміни у військових.

Таким чином, тематичне розширення має наукові підстави як з позицій психології, так і з позицій медіадидактики, адже повторюваний цикл контенту створює пізнавальний та стабілізувальний ефект.

2. Жанрова еволюція як механізм адаптації до різних аудиторій

Згідно з теорією жанрової динаміки у журналістиці, медіапродукт залишається ефективним лише тоді, коли здатний розширювати свою форму відповідно до потреб аудиторії. Пілотний випуск показав ефективність інтерв'ю, однак подальший розвиток може включати інші жанрові моделі, які виконують різні когнітивні та емоційні функції:

- Монологи-пояснення

Дають змогу передати складні психологічні явища у доступній формі, виконуючи функцію психоедукації.

- Практичні аудіорекомендації

Структуровані у формі «короткого алгоритму», вони відповідають логіці кризових інтервенцій: коротко, чітко, конкретно.

- Діалогові передачі з іншими фахівцями

Підсилюють міждисциплінарний характер програми та демонструють слухачам різні точки зору на подолання психологічних труднощів.

- Мінідокументальні фрагменти

У воєнній журналістиці документальність виконує функцію достовірності й наближення до реальності. Етичне використання таких фрагментів може посилити емоційний вплив програми.

Жанрове розширення не є декоративним — воно дає змогу розширити функціонал медіапроєкту: від освітнього до терапевтичного, від емоційної підтримки до інституційної комунікації.

3. Формування стійкої комунікативної стратегії: наукові засади

Комунікативна стратегія майбутніх випусків повинна ґрунтуватися на:

- принципах підтримувальної комунікації (емпатія, валідизація, уникання тригерів, фокус на стабілізуючих посланнях) — згідно з дослідженнями кризової психології (Т. Гордієнко-Митник, Ю.Кочубей);
- теорії парасоціальної взаємодії, згідно з якою регулярний голос експерта формує в слухача відчуття безпеки;
- структурних моделях аудіонаративу (вступ → розкриття теми → практична порада → емоційний підсумок), які покращують запам'ятовування матеріалу.

Розвиток комунікативної стратегії передбачає також інтеграцію зворотного зв'язку — не у формі масштабних опитувань, а у вигляді анонімних запитань від військових і цивільних. Це відповідає концепції модельованої аудиторної участі, що дозволяє адаптувати контент більш точно.

4. Інституційний розвиток та можливості співпраці: медіасоціальний аспект

Розширення проєкту може відбуватися через створення партнерських мереж, що є поширеною практикою в суспільно значущих медіапроєктах:

- Співпраця з військовими частинами — дозволяє поширювати контент безпосередньо в середовищі, що має найбільшу потребу;

- Партнерство з університетами та факультетами журналістики – створює навчальний ефект і забезпечує додатковий ресурс для виробництва;

- Кооперація з громадськими організаціями, які працюють з ветеранами дозволяє поширювати контент у процесах реабілітації.

Таке інституційне розширення відповідає концепції медіа як спільного ресурсу, де інформаційний продукт виконує функції соціальної підтримки та громадської взаємодії.

5. Поступове вдосконалення технічної складової та аудіодизайну

Уже перший випуск, записаний у польових умовах, показав, що якість звуку не обов'язково є центральним чинником ефективності психологічного медіаконтенту: інколи саме автентичність умов створює ефект присутності. Однак розвиток проєкту потребує поступової технічної еволюції, обґрунтованої трьома принципами:

- Когнітивна легкість (якість звуку впливає на здатність слухача зосереджуватися).

- Ідентичність бренду (впізнаваний джінгл і звук → формують сталість).

- Довіра до медіа (акустична чистота асоціюється з професійністю).

З наукової точки зору саме аудіодизайн забезпечує довготривале утримання уваги та позитивне емоційне налаштування (теорія аудіальних символів).

6. Післявоєнна перспектива: трансформація змісту та ролі медіапроєкту

Після завершення активної фази війни відбудеться зміна соціального запиту. Зросте потреба у:

- психологічній адаптації військових після повернення;
- відновленні родинних стосунків;

- роботі з посттравматичними симптомами;
- взаємодії з громадами;
- формуванні нових ідентичностей після досвіду служби.

У цьому контексті «Душа і логос» може набути функцій довготривалого інструменту психоедукації, який супроводжує процеси відновлення спільнот і допомагає суспільству перейти від логіки виживання до логіки розвитку.

Таке позиціонування відповідає концепції післякризового медіавідновлення, що передбачає роль медіа у формуванні здорового посттравматичного дискурсу.

Отже, перспективи розвитку «Душі і логосу» охоплюють комплексну модель еволюції програми: змістову, жанрову, комунікативну, технічну та інституційну. Наукове обґрунтування демонструє, що медіапроект має потенціал стати не лише інформаційним продуктом, а й стабілізувальним соціально-психологічним інструментом, здатним підтримувати військових і цивільних як у час війни, так і в процесі відновлення країни.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота «Медіапроект «Душа і логос» як форма психологічної підтримки військових і цивільних у час війни: концепція, зміст і комунікативні технології» присвячена комплексному аналізу сучасної медіакомунікації, що здійснюється в умовах повномасштабної війни та спрямована на підтримку психологічної стійкості різних груп українського суспільства. Дослідження поєднало теоретичний, медіапсихологічний, філософсько-комунікаційний і практичний підходи, що дало змогу не лише осмислити сутність психологічно орієнтованого медіа, але й створити реальний пілотний випуск проекту «Душа і логос».

Передусім було визначено, що в умовах війни змінюється не лише характер інформаційного простору, але й функції журналістики. Медіа перестають бути виключно каналами передання фактів — вони стають інструментами емоційної стабілізації, підтримки, психологічної нормалізації й формування колективної стійкості. Теоретичний аналіз показав, що сучасна журналістика у воєнних умовах інтегрує елементи психологічної компетентності, кризової комунікації та гуманістичного дискурсу. Забезпечення безпечного інформаційного середовища для військових і цивільних стає не менш важливою функцією медіа, ніж висвітлення подій.

У роботі було визначено, що психологічний вимір медіакомунікації має ґрунтуватися на таких принципах, як емпатія, валідизація емоцій, низькодирективність, підтримувальна тональність, уникання тригерних формулювання, дотримання етичних рамок щодо тем війни, травм і загибелі. Дослідження чинників впливу слова та логосу на психіку дало змогу обґрунтувати центральну ідею медіапроекту: слово може виконувати як стабілізувальну, так і терапевтичну функцію, якщо використовувати його відповідально, врівноважено й професійно.

Розкриваючи теоретичні засади проєкту «Душа і логос», дослідження проаналізувало комунікативні технології, притаманні психологічним медіапродуктам. Було встановлено, що ефективна психологічна аудіокомунікація поєднує чітку структуру, доступність викладу, емоційну врівноваженість, інтонаційну теплоту, відсутність інформаційного шуму та ретельно продуману логіку переходів. Особливе значення має інтонаційний малюнок і голос як носій довіри, що забезпечує ефект парасоціальної взаємодії між слухачем та експертом.

Практична частина роботи стала підтвердженням теоретичних положень. Запис пілотного випуску «Поради психолога» було здійснено у польових умовах, безпосередньо в прикордонній зоні, де дислокується психолог батальйону спецпризначення сержант Олена Матюша. Це надало випуску високого рівня автентичності, продемонструвавши, що психологічна комунікація може бути здійснена навіть у середовищі підвищеної небезпеки. Дослідження з'ясувало, що такі умови не знижують, а навпаки — посилюють емоційний вплив контенту, створюючи ефект безпосередньої присутності та глибшого занурення в тему. Формат інтерв'ю було обрано як оптимальний для першого випуску, оскільки він забезпечує природність, відкритість і можливість представити фахівця як особистість і як професіонала.

Аналіз структури запитань інтерв'ю підтвердив, що вони послідовно виконують функції знайомства, пояснення професійної діяльності психолога, демонстрації цінності слова у кризових ситуаціях, розкриття ідеї проєкту та адресного звернення до родин військових. Така логіка дозволила створити випуск, що не лише інформує, а й підтримує слухача.

У підпункті 3.3 було визначено перспективні напрями розвитку циклу. Їх наукове обґрунтування показало, що подальший розвиток проєкту «Душа і логос» може відбуватися у таких вимірах:

- тематичному — через розширення змісту й формування окремих серій, присвячених емоційній регуляції, психогігієні, адаптації, сімейній підтримці;
- жанровому — через еволюцію від інтерв'ю до монологів-порад, діалогів, документальних фрагментів;
- комунікативному — через формування стабільної стилістики, впізнаваного голосу, чіткої структури, системної комунікаційної моделі;
- інституційному — через співпрацю з військовими підрозділами, університетськими медіаплатформами, громадськими організаціями;
- технічному — через удосконалення аудіодизайну та покращення якості записів;
- соціально-післявоєнному — через використання проєкту у національних програмах відновлення, реінтеграції та психосоціальної допомоги.

Таким чином, результати дослідження дозволяють зробити узагальнений висновок: медіапроєкт «Душа і логос» має значний потенціал як інструмент медіапсихологічної підтримки в умовах війни, здатний впливати на емоційний стан військових, їхніх близьких та цивільних, а також формувати довготривалу модель суспільної стійкості.

Поєднання теорії й практики, медіакомунікації та психології, аудіоформату й реалій воєнного часу створює унікальну основу для подальшої еволюції проєкту. «Душа і логос» може стати не лише медіапродуктом, а й важливим суспільним ресурсом, що сприятиме формуванню культури психологічної підтримки, зміцненню внутрішньої стійкості українців і підтримці тих, хто проходить службу в найскладніших умовах.

Робота доводить, що слово, вимовлене відповідально, з емпатією та професійністю, здатне виконувати стабілізувальну, пояснювальну та

терапевтичну функцію — і саме ця здатність стає центральним принципом медіапроєкту, який продовжуватиме розвиватися у відповідь на потреби суспільства під час війни та після її завершення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрухович, Ю. Лексикон інтимних міст. — Чернівці: Meridian Czernowitz, 2021.
2. Бекешкіна, І. Медіа та довіра суспільства. — Київ: Фонд «Демократичні ініціативи», 2019.
3. Бойко, О. Психологія стресу і копінг-поведінки. — Київ: Академвидав, 2018.
4. Буряк, О. Воєнна журналістика: зміст, стандарти, етика. — Київ: КІС, 2022.
5. Гирич, І. Україна і війна: історичні контексти. — Київ: Темпора, 2023.
6. Гірник, А. Психологія екзистенційних криз. — Львів: Український католицький університет, 2020.
7. Горбулін, В. Безпека і стратегія: український вимір. — Київ: НІСД, 2021.
8. Гордієнко-Митник, Т. Кризова психологія: теорія і практика. — Київ: Каравела, 2019.
9. Гуменюк, А. Зламати тишу. Журналістика війни. — Київ: Vivat, 2023.
10. Дубровський, В. Психологічна допомога в умовах надзвичайних ситуацій. — Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2018.
11. Дьяченко, М. Психологія діяльності в екстремальних умовах. — Харків: ХНУ, 2019.
12. Єрмолаєва, Є. Воєнна травма: психологічні наслідки та подолання. — Львів: Світ, 2020.
13. Залужний, В. Ми стоїмо. Україна під час війни. — Київ: Брайт Стар Паблішинг, 2023.

14. Івченко, О. ПТСР: діагностика і терапія. — Київ: Медкнига, 2019.
15. Карпюк, О. Медіаграмотність: посібник для журналістів. — Київ: Центр демократії та верховенства права, 2021.
16. Кіндрат, О. Психологія горя і переживання втрати. — Київ: Основи, 2020.
17. Кіпіані, В. Українська журналістика під час війни. — Львів: Видавництво Старого Лева, 2023.
18. Климчук, В. Психологія стресостійкості. — Київ: Пульсари, 2021.
19. Коваль, А. Медіа та суспільство: комунікація під час війни. — Київ: КНЕУ, 2022.
20. Кочубей, Ю. Психологічні механізми впливу слова. — Київ: Логос, 2017.
21. Ліщинська, О. Комунікація в умовах криз: журналістський аспект. — Львів: ЛНУ, 2020.
22. Максименко, С. Загальна психологія. — Київ: Центр учбової літератури, 2023.
23. Маркевич, О. Психологія війни та військова психотерапія. — Київ: Медкнига, 2022.
24. Маркосян, А. Соціальна журналістика: методи і практики. — Київ: ПАЛИВОДА, 2019.
25. Мацко, Л. Стратегічні комунікації в умовах війни. — Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2023.
26. Медіа-платформа «Суспільне». Порадник з воєнної журналістики. — Київ, 2022.
27. Палій, О. Психологічна перша допомога для військових. — Київ: Асоціація психологів України, 2021.

28. Портнов, А. Україна, Європа і війна: медіадослідження. — Київ: Laurus, 2020.
29. Рождественська, Т. Журналістська етика в умовах конфлікту. — Київ: КНУ імені Шевченка, 2019.
30. Сеник, А. Основи психотерапії травми. — Львів: Астролябія, 2022.
31. Сердюк, Л. Психологія комунікації. — Київ: Центр учбової літератури, 2018.
32. Сніцарчук, Н. Медіа та війна: аналітика українського досвіду 2014–2023. — Київ: Укрінформ, 2023.
33. Титаренко, Т. Життєстійкість особистості. — Київ: Інститут психології ім. Костюка, 2020.
34. Турчинов, О. Філософія війни. — Київ: Наш Формат, 2021.
35. Шевченко, О. Кризові комунікації: теорія і практика. — Київ: ЛНУ, 2022.
36. Шульга, М. Соціальна психологія війни. — Київ: Інститут соціології НАН України, 2020.
37. Юрчук, О. У війни не жіноче обличчя: наративи жіночого досвіду. — Київ: Vivat, 2022.
38. Яворська, Г. Медіакомунікація як простір смислів. — Київ: Дух і Літера, 2021.
39. Frankl, V. Man's Search for Meaning. — Beacon Press, 2006.
<https://www.beacon.org/Mans-Search-for-Meaning-P587.aspx>
40. Herman, J. Trauma and Recovery. — Basic Books, 2015.
<https://www.basicbooks.com/titles/judith-lewis-herman/trauma-and-recovery/9780465061716/>
41. Goleman, D. Emotional Intelligence. — Bantam Books, 2006.
<https://www.danielgoleman.info/daniel-goleman-books/>

42. Seligman, M. Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being. — Free Press, 2012.
<https://positivepsychology.com/books/flourish-martin-seligman/>
43. Van der Kolk, B. The Body Keeps the Score. — Penguin, 2015.
<https://www.penguinrandomhouse.com/books/227159/the-body-keeps-the-score-by-bessel-van-der-kolk-md/>
44. McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory. — Sage, 2010.
<https://us.sagepub.com/en-us/nam/mcquails-mass-communication-theory/book234279>
45. Thorne, B. Person-Centered Therapy. — Palgrave Macmillan, 2012.
<https://www.macmillanexplorers.com/person-centred-therapy/17828174>
46. Young, J. Schema Therapy: A Practitioner's Guide. — Guilford Press, 2014.
<https://www.guilford.com/books/Schema-Therapy/Jeffrey-Young/9781593853726>
47. Prasad, K. War and Communication: Materials and Media Flows. — Routledge, 2021.
<https://www.routledge.com/War-and-Communication/Prasad/p/book/9781032052184>
48. Allan, S. News Culture. — Routledge, 2017.
<https://www.routledge.com/News-Culture/Allan/p/book/9781138801245>

ДОДАТКИ

Додаток А

ОРІЄНТОВНИЙ ЦИКЛ ІЗ 10 ВИПУСКІВ ПРОЄКТУ «ДУША І ЛОГОС»

№	Тема випуску	Короткий зміст	Психологічний меседж	Журналістський меседж	Основна аудиторія
1	Хто такий військовий психолог: перше знайомство	Представлення психолога, специфіка роботи, реакції військових, емоції на службі	Психолог — не «чужа людина», а частина підрозділу, яка ділить досвід	Персона-центрований формат: голос експерта в полі реальних подій	Військові, родини
2	Емоційна втома та її прояви під час служби	Що таке виснаження, як воно проявляється, чому це нормально	Втома — не слабкість, а природна реакція психіки на перевантаження	Пояснення складних явищ простою мовою, через життєві приклади	Військові
3	Як говорити з близькими під час війни	Комунікація через тривогу, як обирати правильний тон, чого уникати	Слова можуть або наближати, або віддаляти. Важливо говорити м'яко	Побудова діалогу як етичної медіапрактики	Родини військових, цивільні

4	Страх і тривога: як працює тіло та психіка	Фізіологія страху, тривожні цикли, техніки саморегуляції	Страх = сигнал, а не вирок. Немає «неправильних» реакцій	Аналітичний виклад із чіткою структурою та логікою	Військові, волонтери
5	Ротація та повернення: що відчуває військовий	Емоційні «гойдалки», адаптаційний перехід, труднощі після повернення	Перехідні стани — норма. Важливо дати собі час	Через історії описувати досвід повернення	Військові, родини
6	Психологіч на підтримка побратима: що можна і що не можна робити	Як реагувати на стрес у товариша, як підтримати, не нашкодивши	Підтримка формується діями, а не мудрими порадами	Практичний тон, використання кейсів	Військові
7	Психологіч на гігієна в умовах війни	Сон, харчування, відновлення, мікропаузи, інформаційна гігієна	Маленькі дії дають великий захисний ефект	Інформація як інструмент збереження здоров'я	Військові, цивільні
8	Діти і війна: як говорити з найменшими	Емоції дітей, страхи, питання про війну, як підтримати	Дитина реагує на стан батьків — стабільність народжується в сім'ї	Журналістика як простір безпечної розмови	Батьки, педагоги

9	Коли потрібна професійна допомога	Ознаки, які вказують на необхідність звернення до фахівця	Звернення по допомогу — відповідаль- ність, а не ознака слабкості	Освітній формат, де інформація рятує здоров'я	Військові, цивільні
10	Післявоєн- на адаптація: шлях до себе	Що очікує після війни, психологічні виклики відновлення	Одужання — процес, який вимагає часу та підтримки	Заключний підсумковий випуск, аналітичний за змістом	Ветерани, родини

КОРОТКІ СЦЕНАРНІ МОДЕЛІ 10 ВИПУСКІВ ЦИКЛУ «ДУША І ЛОГОС»

1. Випуск: «Хто такий військовий психолог?»

Вступ

- Ведучий: коротко про ситуацію й місію програми.
- Представлення психолога: ім'я, роль у підрозділі.

Основна частина

Акценти:

- Хто звертається до психолога найчастіше.
- Які емоції панують у військових.
- У чому саме полягає робота на передових позиціях.
- Психологічний принцип: «Психолог — частина команди, а не сторонній спостерігач».

Цитати/тези:

- «Перше, що ти маєш дати військовому — тишу і увагу».
- «Емоції на війні — це нормально. Вони не роблять людину слабкою».

Завершення

- Меседж підтримки: психолог поруч 24/7.
- Підготовка до наступного випуску.

2. Випуск: «Емоційна втома: як її розпізнати?»

Вступ

- Ведучий пояснює, що втома — найпоширеніший запит.

Основна частина

Акценти:

- Ознаки: різкі зміни настрою, безсоння, втрата інтересу.
- Чому втома — не хвороба, а реакція на виснаження.

- Мінітехніки: «3 хвилини тиші», «зігріти плечі», «повернути увагу до дихання».

Тези:

- «Втома — це не слабкість, а сигнал організму».
- «Треба не тікати від виснаження, а визнати його».

Завершення

- Коротка порада: виділяти час на відновлення навіть на фронті.

3. Випуск: «Як говорити з близькими під час війни?»

Вступ

- Проблема: війна змінює стиль спілкування.

Основна частина

Акценти:

- Уникати зайвих деталей про службу.
- Давати іншим право хвилюватися.
- Створювати прості й стабільні фрази:

«Я тут», «У мене все під контролем», «Тримаюся».

Психологічний принцип: «Спілкування — це міст, який не можна залишати без догляду».

Завершення

- Порада від психолога для родин.

4. Випуск: «Страх і тривога: що робити?»

Вступ

- Ведучий: страх — природна реакція на небезпеку.

Основна частина

Акценти:

- Пояснити фізіологію страху.
- Як працює адреналін.
- Чому «не боятися» — неправильна порада.

- Мініалгоритм «СТОП»: Стій → Подихай → Окресли реальність → Поверни увагу на дію.

Тези:

- «Страх не паралізує, якщо знати, як його проживати».
- «Тривога — це енергія, яку треба скерувати в дію».

Завершення

- Одна стабілізуюча техніка на щодень.

5. Випуск: «Ротація та повернення: емоційні гойдалки»

Вступ

- Чому повернення з ротації — це складно.

Основна частина

Акценти:

- Емоції після повернення: від підйому до спустошення.
- Соціальна адаптація: шум, люди, побут.
- Порада сім'ям: не тиснути питаннями.
- Психологічний принцип: «Дайте людині час і простір».

Тези:

- «Повернення — це теж бій, тільки тихий».
- «Адаптація не має бути швидкою».

Завершення

- Побажання військовим і їхнім родинам.

6. Випуск: «Як підтримати побратима?»

Вступ

- Ведучий: підтримка — це групова відповідальність.

Основна частина

Акценти:

- Чого не варто казати («зберися», «візьми себе в руки»).
- Що працює: присутність, короткі меседжі, відчуття плеча.

- Алгоритм підтримки: спитай → вислухай → підтримай → не нав'язуйся.

Тези:

- «Краща допомога — мовчки сісти поруч».
- «Емоційний тиск — це мікротравма».

Завершення

- Порада дня від психолога.

7. Випуск: «Психологічна гігієна на війні»

Вступ

- Ведучий: маленькі звички зберігають психіку.

Основна частина

Акценти:

- Сон як головний регулятор.
- Харчування та вода.
- Інформаційна гігієна: не читати погані новини перед сном.
- «Техніка трьох речей»: Що я бачу? Що чую? Що відчуваю

тілом?

Тези:

- «Догляд за собою — частина служби».
- «Психіка тримається на дрібницях».

Завершення

- Запропонувати слухачам власний мікроритуал.

8. Випуск: «Діти і війна»

Вступ

- Дитячі реакції завжди віддзеркалюють стан дорослих.

Основна частина

Акценти:

- Як говорити про війну простими словами.
- Як реагувати на дитячий страх.

- Які фрази допомагають: «Ти в безпеці», «Ми поруч», «Ти можеш боятися — це нормально».

Психологічний принцип: «Стабільність дитини починається з внутрішньої стабільності батьків».

Завершення

- Корисна порада батькам

9. Випуск: «Коли потрібен фахівець?»

Вступ

- Пояснити, що звернення по допомогу — це відповідальність.

Основна частина

Акценти:

- Ознаки, які не можна ігнорувати: безсоння, тривала апатія, думки про смерть, емоційна порожнеча.

- Різниця між психологом і психотерапевтом.
- Як не стигматизувати звернення.

Тези:

- «Попросити допомоги — це прояв сили».
- «Проблема не зникає, якщо її не назвати».

Завершення

- Інформація про доступні ресурси підтримки (без деталей, загально).

10. Випуск: «Післявоєнна адаптація»

Вступ

- Після війни починається інша боротьба.

Основна частина

Акценти:

- ПТСР і його нормалізація.
- Взаємини в родині після повернення.
- Як знайти новий сенс.

- Психологічний принцип: «Відновлення — це довгий шлях, але не самотній».

Тези:

- «Потрібно дозволити собі прожити мир»
- «Геройство і людяність не суперечать одне одному».

Завершення

- Гуманістичний меседж на майбутнє.