УДК 008:316.77(477)
DOI https://doi.org/10.31392/cult.alm.2026.3.36

**Калита Оксана Михайлівна,**
*кандидат філологічних наук,*
*доцент кафедри журналістики, медіалінгвістики*
*та української наукової мови*
*Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*
*orcid.org/0000-0003-3776-0575*
*o.m.kalyta@udu.edu.ua*

# НАРАТИВНІ PR-СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ УКРАЇНИ В ЕСЕЇ ОКСАНИ ЗАБУЖКО «НАЙДОВША ПОДОРОЖ»

У статті досліджено наративні PR-стратегії репрезентації України в есеї Оксани Забужко «Найдовша подорож» у контексті сучасних міжнародних комунікацій, культурної дипломатії та національного брендингу. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі культурних і літературних текстів у формуванні міжнародного іміджу держави та необхідністю осмислення способів представлення українського досвіду глобальній аудиторії в умовах повномасштабної російсько-української війни. Есей розглянуто як гібридний комунікативний жанр, що поєднує ознаки літератури, публіцистики, інтелектуального сторітелінгу та стратегічних комунікацій. Метою дослідження є виявлення основних наративних стратегій, за допомогою яких авторка конструює образ України та забезпечує його культурну та комунікативну релевантність для західної аудиторії. Встановлено, що ключовими засобами репрезентації є поєднання персонального досвіду з колективною історичною пам'яттю, використання історичних аналогій та інтертекстуальних алюзій, культурний переклад українських реалій, деконструкція російських пропагандистських наративів і акцентування на громадянській стійкості українського суспільства. Особливу увагу приділено способам інтеграції українського досвіду до загальноєвропейських та глобальних культурних контекстів через звернення до впізнаваних історичних подій, символів і культурних кодів. Виявлено, що авторська стратегія спрямована не лише на інформування іноземного читача про передумови та перебіг війни, а й на формування цілісного уявлення про Україну як історичного суб'єкта, демократичну спільноту та частину європейського культурного простору. Зроблено висновок, що есеїстика в сучасних умовах може виконувати функції культурної дипломатії та інструменту національного брендингу, формувати довготривалі смислові конструкції та впливати на міжнародну рецепцію держави.

**Ключові слова:** PR-стратегія, національний бренд, Україна, наративна стратегія.

**Kalyta Oksana,**
*Ph.D. in Philology,*
*Associate Professor at the Department of Journalism,*
*Media Linguistics and Ukrainian Academic Language*
*Drahomanov Ukrainian State University*
*orcid.org/0000-0003-3776-0575*
*o.m.kalyta@udu.edu.ua*

# NARRATIVE PR STRATEGIES FOR BUILDING THE UKRAINIAN NATIONAL BRAND IN OKSANA ZABUZHKO'S ESSAY "THE LONGEST JOURNEY"

The article examines the narrative PR strategies of representing Ukraine in Oksana Zabuzhko's essay "*The Longest Journey"* in the context of contemporary international communications, cultural diplomacy, and national branding. The relevance of the study is determined by the growing role of cultural and literary texts in shaping the international image of a state and by the need to explore ways of presenting the Ukrainian experience to a global

© Калита О. М., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

audience amid Russia's full-scale war against Ukraine. The essay is examined as a hybrid communicative genre combining features of literature, journalism, intellectual storytelling, and strategic communications. The aim of the study is to identify the key narrative strategies through which the author constructs the image of Ukraine and ensures its cultural and communicative relevance for a Western audience. The study demonstrates that the key means of representation include the combination of personal experience with collective historical memory, the use of historical analogies and intertextual allusions, the cultural translation of Ukrainian realities, the deconstruction of Russian propaganda narratives, and an emphasis on the resilience of Ukrainian civil society. Particular attention is paid to the ways in which the Ukrainian experience is integrated into broader European and global cultural contexts through references to recognizable historical events, symbols, and cultural codes. The analysis demonstrates that the author's strategy is aimed not only at informing foreign readers about the preconditions and course of the war but also at shaping a comprehensive understanding of Ukraine as a historical subject, a democratic community, and an integral part of the European cultural space. The study concludes that, under contemporary conditions, essayistic writing can perform the functions of cultural diplomacy and serve as an instrument of national branding by constructing long-term systems of meaning and influencing the international perception of a state.

**Key words:** PR strategy, national brand, Ukraine, narrative strategy.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження визначається істотними змінами, яких зазнає сучасний простір міжнародної комунікації. Як зазначає Т. Нагорняк, сучасна світова політика дедалі більше набуває характеру «конкуренції брендів», у якій держави й території змагаються за ресурси, інвестиції, людський капітал і увагу міжнародної аудиторії. Дослідниця наголошує, що територія, здатна сформувати «унікальний концепт-образ», набуває додаткової цінності та перетворюється на бренд, що впливає на її привабливість і позиціонування у світовому просторі (Нагорняк, 2014, с. 54). За таких умов культурні й літературні твори виходять за межі суто мистецького функціонування та дедалі активніше залучаються до процесів публічної дипломатії, міжнародного позиціонування і формування репутації держави. Особливої значущості ця проблема набуває в умовах повномасштабної російсько-української війни, коли питання того, як Україна представлена у світовому інформаційному та культурному просторі, безпосередньо пов'язане з формуванням міжнародного ставлення до неї. Важливу роль у цьому процесі відіграють наративи, оскільки саме вони визначають способи інтерпретації держави як політичного, історичного, культурного та цивілізаційного суб'єкта (Jordan, 2014, p. 284).

У цьому аспекті особливий інтерес становить есей Оксани Забужко «Найдовша подорож», який можна розглядати як своєрідний комунікативний феномен на перетині художньої літератури, публіцистики, культурної дипломатії та стратегічних комунікацій. Текст постав як інтелектуальна відповідь письменниці на російську агресію і значною мірою орієнтований на західного читача. Через звернення до історичної пам'яті, колективного досвіду, культурних кодів і цивілізаційних відмінностей авторка прагне пояснити не лише перебіг російсько-української війни, а й глибші передумови українського опору та специфіку українського бачення власної державності.

**Мета** дослідження полягає у виявленні й аналізі наративних PR-стратегій формування бренду України, реалізованих в есеї Оксани Забужко «Найдовша подорож». Для досягнення поставленої мети використано наративний, дискурсивний, контент-аналітичний, інтертекстуальний і герменевтичний методи.

**Виклад основного матеріалу.** Проблематика національного брендингу сформувалася як окремий напрям наукових досліджень у 1990-х роках на перетині маркетингу, політичних наук, міжнародних комунікацій і культурології. Вагомий внесок у становлення концепції зробили С. Анхольт і В. Олінс, які розглядали бренд держави як комплексний образ, що формується під впливом політичних, економічних, історичних, культурних і комунікаційних чинників (Olins, 2002; Anholt, 2013). Подальший розвиток теорії пов'язаний із працями Ф. Котлера, Ю. Фан, К. Дінні, Г. Сонді, П. ван Гема, у дослідженнях яких національний брендинг розглядається відповідно через призму маркетингового позиціонування, міжнародного іміджу, публічної дипломатії та стратегічних комунікацій. В українському науковому дискурсі проблематика національного брендингу, міжнародного іміджу та репутації України представлена у працях Т. Нагорняк, О. Шевченко, О. Семченко, Л. Шульгіної, О. Доброжанської, В. Мірошниченка, О. Андрійчук,

О. Євтушенко, Т. Мадриги й інших дослідників. Сучасний етап розвитку цього напряму характеризується посиленням уваги до ролі публічної та культурної дипломатії, стратегічних комунікацій, національної ідентичності й наративів у формуванні міжнародного сприйняття держави. Саме ця тенденція створює теоретичне підґрунтя для розгляду літературних текстів як одного з інструментів формування та трансляції бренду України.

На відміну від традиційних PR-засобів – пресрелізів, інформаційних матеріалів, рекламних чи іміджевих кампаній, – літературний твір має потенціал тривалого впливу на сприйняття аудиторії. Він передає деякий набір фактів, вибудовує систему взаємопов'язаних смислів, образів і емоційних асоціацій. Саме тому есей Оксани Забужко доцільно тлумачити як різновид інтелектуального сторітелінгу, у якому особистий досвід авторки поєднується з історичною аргументацією, культурною рефлексією та осмисленням актуальних політичних подій. Така форма комунікації дає змогу впливати на аудиторію не лише через раціональне переконання, а й через емоційне залучення та формування системи ціннісних орієнтирів.

Зазначений підхід відповідає сучасному розумінню національного брендингу, у межах якого репутація держави не може бути зведена до використання окремих візуальних символів, слоганів або маркетингових кампаній. Бренд країни формується в результаті комплексної взаємодії політичних, культурних, соціальних і комунікаційних чинників, а також через поведінку держави та її представлення в міжнародному середовищі. С. Анхольт підкреслює системний характер цього процесу, наголошує, що брендинг нації пов'язаний передусім із національною ідентичністю, політикою та поведінкою держави, а не лише з її зовнішньою символікою (Anholt, 2013, p. 6). Подібного підходу дотримується і К. Дінні, який характеризує національний бренд як багатовимірну сукупність елементів, завдяки яким держава набуває культурно зумовленої відмінності та стає релевантною для різних цільових аудиторій (Dinnie, 2015, p. 15).

Отже, теоретичні концепції національного брендингу дають підстави розглядати міжнародну комунікацію держави як цілісну систему, у якій окремі PR-інструменти є лише складниками значно ширшого процесу. Визначальне значення мають наративи, здатні структурувати інформацію, пояснювати складні суспільно-політичні явища та створювати стійкий образ країни в міжнародній свідомості. У такій перспективі літературний текст може виконувати функцію повноцінного комунікативного ресурсу держави (Yıldırım, 2021).

Есей Оксани Забужко демонструє кілька взаємопов'язаних наративних PR-стратегій, характерних для сучасної культурної дипломатії. Однією із центральних є поєднання індивідуального досвіду з колективною історичною пам'яттю. Особиста перспектива авторки поступово набуває ширшого значення і трансформується в репрезентацію досвіду української спільноти загалом. Завдяки цьому приватна історія перестає бути лише особистою рефлексією та стає засобом пояснення українського суспільства, його історичної пам'яті, травматичного досвіду та здатності чинити опір зовнішній агресії. Для іноземного читача така стратегія є особливо ефективною, оскільки дозволяє сприймати Україну не як абстрактну політичну одиницю, а як суспільство з конкретним людським, історичним і культурним досвідом.

Суттєвою характеристикою твору є його чітка орієнтація на закордонного адресата. Українська дійсність у тексті постає як культурний феномен, який необхідно пояснити та зробити зрозумілим представникові іншого культурного середовища. Саме цим значною мірою зумовлена специфіка авторського мовлення: воно поєднує інформативність з аналітичністю, емоційність з аргументованістю, а есеїстичний спосіб викладу – з елементами публіцистики та політичної дискусії. У результаті формується особливий тип комунікації, орієнтований не лише на повідомлення інформації, а й на зміну усталених уявлень аудиторії про Україну та російсько-українські відносини.

Показовим є й те, що О. Забужко виходить за межі безпосереднього опису воєнних подій і прагне осмислити їх у ширшій історико-цивілізаційній перспективі. Так, важливим наративом есею, який зумовлює структуру цього тексту, є представлення російсько-української війни як тривалого й багатоетапного історичного процесу. О. Забужко одночасно визначає її як «восьмилітню», «тридцятилітню»

та «столітню», співвідносячи сучасну фазу з різними історичними періодами українсько-російського протистояння (Забужко, 2023, с. 44). Така багатовимірна темпоральна перспектива дає змогу авторці розглядати повномасштабне вторгнення як черговий етап тривалої історії російського імперського впливу й українського опору: «В тім-то й річ: наша війна з Росією не *почалась* 2014 року. 2014 року Путін зібравсь її *закінчувати*» (Забужко, 2023, с. 79). Характеризуючи війну як неперервну, масову й всепроникну, О. Забужко розширює її далеко за межі безпосередніх бойових дій, акцентуючи на її політичному, культурному, соціальному та цивілізаційному вимірах. У контексті формування бренду України цей наратив має особливе значення, оскільки репрезентує українське суспільство як суб'єкта тривалого історичного опору, а сучасну боротьбу – як продовження багатовікової боротьби за збереження національної ідентичності, державності та культурної суб'єктності.

Важливим інструментом авторської аргументації є використання історичних паралелей і аналогій. Завдяки їм український досвід співвідноситься з подіями, уже відомими європейському та західному читачеві. Зокрема, у тексті актуалізуються асоціації з експансіоністською політикою нацистської Німеччини напередодні Другої світової війни, зокрема подіями 1939 р. (Забужко, 2023, с. 25–31). Застосування таких аналогій дозволяє інтерпретувати сучасну російську агресію як прояв повторюваної моделі імперського насильства. Водночас такі історичні зіставлення виконують комунікативну функцію: вони переводять український досвід у систему координат, зрозумілу західній аудиторії.

Не менш важливим механізмом є інтертекстуальність. О. Забужко активно залучає до осмислення сучасних подій образи та сюжети, пов'язані з європейською культурною пам'яттю. Зокрема, звернення до «Франкенштейна» дає змогу актуалізувати метафору породженого людиною і водночас неконтрольованого насильства; Французька революція постає як історична модель масштабної суспільної трансформації; поділи Польщі – як приклад руйнування державності та втрати політичної суб'єктності. Застосування таких культурних кодів полегшує інтерпретацію українського досвіду для читача, який може не мати достатніх знань про історію України.

Паралельно авторка формує систему маркерів української культурної ідентичності, здатних забезпечити міжнародну впізнаваність країни. До них належать, зокрема, «Щедрик», Чорнобиль, Софійський собор, українські чорноземи, Помаранчева революція, Євромайдан тощо. Усі ці образи функціонують не ізольовано, а як елементи ширшої системи культурних асоціацій. Їх поєднання з історичною та політичною аргументацією сприяє своєрідному «культурному перекладу»: складні для зовнішнього сприйняття явища української історії та сучасності пояснюються за допомогою символів, понять і сюжетів, які вже присутні у світовій культурній пам'яті або можуть бути легко нею засвоєні.

Окремий напрям наративної роботи О. Забужко становить критичне переосмислення та спростування російських пропагандистських конструкцій. Одним із ключових об'єктів деконструкції є поширений міф про існування двох нібито принципово відмінних Україн – західної та східної. Ця схема тривалий час використовувалася як інструмент політичного маніпулювання та виправдання зовнішнього втручання. Натомість авторка акцентує на внутрішній цілісності українського суспільства й демонструє його здатність до консолідації перед лицем спільної загрози (Забужко, 2023, с. 100–107). Відповідно, війна інтерпретується не як результат суто політичних рішень конкретного російського керівника, а як прояв глибших суспільних, історичних і культурних настанов, що сформувалися в російському середовищі.

Формуванню позитивної міжнародної репрезентації України сприяє також акцент на ролі громадянського суспільства. О. Забужко підкреслює здатність українців до самоорганізації, взаємодопомоги та мобілізації ресурсів у кризових ситуаціях. Така характеристика є особливо значущою з погляду комунікації із західними аудиторіями, оскільки співвідноситься з уявленнями про демократичну культуру, громадянську відповідальність, солідарність та суспільну активність. Таким чином, українське суспільство постає не лише жертвою агресії, а й активним суб'єктом історичних процесів, здатним самостійно організовувати опір і визначати власне майбутнє (Забужко, 2023, с. 118–121).

Ще одним аспектом, який розширює комунікативний потенціал твору, є екологічна проблематика. В есеї наслідки російсько-української війни розглядаються не винятково через політичну або воєнну призму. Авторка звертається до екологічних наслідків радянської політики, техногенних і природних катастроф, а також до сучасних екологічних ризиків, безпосередньо пов'язаних із війною (Забужко, 2023, с. 156–160). Завдяки цьому український досвід включається до глобального дискурсу екологічної безпеки. Такий аспект особливо важливий для міжнародної комунікації, адже дозволяє показати наслідки війни як проблему, що виходить далеко за межі двостороннього конфлікту та стосується ширших питань глобальної безпеки й відповідальності.

Додатковим свідченням комунікативної значущості есею є його активне входження до міжнародного культурного й інтелектуального простору. Ще до завершення роботи над текстом права на його видання придбали п'ять європейських видавництв – італійське "Einaudi", німецьке "Droschl", норвезьке "Kagge", шведське "Norstedts" та польське "Agora"; польський переклад вийшов уже в січні 2023 р. (Яковенко, 2023). Згодом есе було представлене й іншими мовами, зокрема латиською: у вересні 2023 р. Оксана Забужко особисто презентувала книгу в Ризі в межах міжнародного фестивалю сучасного мистецтва "Survival Kit 14" (Українська письменниця..., 2023). У Німеччині презентація «Найдовшої подорожі» відбулася в Літературному домі Берліна за участю Українського інституту (Український інститут, 2023), а також у Посольстві України у ФРН (Oksana Sabuschko "Die längste Buchtour", 2023). Показовою є й участь письменниці в академічній конференції "Voices from Ukraine: Women Philosophers and Scientists on War and Ecocide" (Voices from Ukraine, 2023), де О. Забужко виступила із ключовою доповіддю та презентувала есе "The Longest Journey", після чого відбулася дискусія з учасниками конференції. Отже, рецепція твору виходить за межі власне літературного середовища: його презентації відбувалися на міжнародних літературних, культурних і академічних майданчиках, що засвідчує зацікавленість текстом з боку різних сегментів інтелектуальної та культурної аудиторії. Переклади й міжнародні презентації засвідчують, що текст функціонує як засіб транскордонної комунікації, через який авторка безпосередньо репрезентує український історичний і культурний досвід іноземним читачам.

Отже, «Найдовшу подорож» Оксани Забужко можна розглядати як багаторівневий наративний ресурс, що бере участь у формуванні міжнародного образу України. Авторка одночасно представляє країну як історичного суб'єкта, носія специфічного культурного досвіду, демократичну спільноту та сучасну європейську державу, що протистоїть імперській агресії. Поєднання персональної рефлексії з колективною пам'яттю, використання історичних аналогій і культурних алюзій, деконструкція пропагандистських стереотипів, акцентування ролі громадянського суспільства й актуалізація екологічної проблематики формують цілісну систему смислів. У результаті літературний текст набуває функцій, близьких до завдань стратегічної комунікації та сучасного національного брендингу, оскільки сприяє закріпленню певного образу України в міжнародному культурному й інформаційному просторі.

**Список використаних джерел:**

Anholt S. (2013). Branding the Nation: The Global Business of National Identity. Oxford : Butterworth-Heinemann, 192 p.

Dinnie K. (2015). Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. London : Routledge, 264 p.

Забужко О. (2023). Найдовша подорож : есей. Київ : Видавничий дім «Комора», 168 с.

Jordan P. (2014). Nation Branding: A Tool for Nationalism? *Journal of Baltic Studies*, 45 (3), 283–303. https://doi.org/10.1080/01629778.2013.860609

Нагорняк Т. (2014). Брендинг територій у сучасних політичних практиках. *Науково-теоретичний альманах «Грані»,* 3 (107), 53–58.

Sabuschko O. (2023). "Die längste Buchtour". Literaturkanal. URL: https://literaturkanal.tv/film/oksana-sabuschko-die-laengste-buchtour/ (дата звернення: 16.08.2026).

Olins W. (2002). Branding the Nation – The Historical Context. *Journal of Brand Management,* 9 (4–5), 241–248. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540075

Український інститут. Літературні зустрічі «Голоси з України» у Берліні. Український інститут. 2023. URL: https://ui.org.ua/sectors/projects/literaturni-zustrichi-golosy-z-ukrayiny-v-berlini/ (дата звернення: 16.08.2026).

Українська письменниця Забужко презентує в Ризі свою книгу латиською. LSM+. 18.09.2023. URL: https://ukr.lsm.lv/stattja/novini/novini/18.09.2023-ukrayinska-pismennicya-zabuzko-prezentuje-v-rizi-svoyu-knigu-latiskoyu.a524375/ (дата звернення: 16.08.2026).

Voices from Ukraine 2023. Preliminary Program. History of Women Philosophers and Scientists. 2023. URL: https://historyofwomenphilosophers.org/wp-content/uploads/Voices-from-Ukraine-27_28_Okt-2023-Preliminary-Program-.pdf (дата звернення: 16.08.2026).

Yıldırım M. Ö. (2021). Literary Diplomacy: Literature as a Tool of Public Diplomacy in Turkey. *ARTS: Artuklu Journal of Arts and Humanities,* 6, 6.

Яковенко Є. (2023). «Найдовша подорож» Оксани Забужко. Наш вибір. 05.04.2023. URL: https://naszwybir.pl/zabuzko/ (дата звернення: 16.08.2026).

**References:**

Anholt, S. (2013). Branding the Nation: The Global Business of National Identity. Oxford : Butterworth-Heinemann, 192 p.

Dinnie, K. (2015). Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. London : Routledge. 264 p.

Zabuzhko, O. (2023). Naidovsha podorozh: Esei [The Longest Journey: An Essay]. Kyiv : Vydavnychyi dim "Komora". 168 p. [in Ukrainian].

Jordan, P. (2014). Nation Branding: A Tool for Nationalism? *Journal of Baltic Studies* 45 (3), 283–303. https://doi.org/10.1080/01629778.2013.860609

Nahorniak, T. (2014). Brendynh terytorii u suchasnykh politychnykh praktykakh [Territory Branding in Contemporary Political Practices]. *Naukovo-teoretychnyi almanakh "Hrani",* 3 (107), 53–58. [in Ukrainian].

Sabuschko, O. (2023). "Die längste Buchtour". Literaturkanal. Retrieved from: https://literaturkanal.tv/film/oksana-sabuschko-die-laengste-buchtour/ (accessed August 16, 2026).

Olins, W. (2002). Branding the Nation – The Historical Context. *Journal of Brand Management,* 9 (4–5), 241–248. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540075

Ukrainskyi instytut. Literaturni zustrichi "Holosy z Ukrainy" v Berlini [Literary Meetings "Voices from Ukraine" in Berlin]. Ukrainskyi instytut. 2023. Retrieved from: https://ui.org.ua/sectors/projects/literaturni-zustrichi-golosy-z-ukrayiny-v-berlini/ [in Ukrainian].

Ukrainska pysmennytsia Zabuzhko prezentuie v Ryzi svoiu knyhu latyskoiu [Ukrainian Writer Zabuzhko Presents Her Book in Latvian in Riga]. LSM+. September 18, 2023. Retrieved from: https://ukr.lsm.lv/stattja/novini/novini/18.09.2023-ukrayinska-pismennicya-zabuzko-prezentuje-v-rizi-svoyu-knigu-latiskoyu.a524375/ [in Ukrainian].

Voices from Ukraine 2023. Preliminary Program. History of Women Philosophers and Scientists. 2023. Retrieved from: https://historyofwomenphilosophers.org/wp-content/uploads/Voices-from-Ukraine-27_28_Okt-2023-Preliminary-Program-.pdf (accessed August 16, 2026).

Yıldırım, M. Ö. (2021). Literary Diplomacy: Literature as a Tool of Public Diplomacy in Turkey. *ARTS: Artuklu Journal of Arts and Humanities*, 6, 6.

Yakovenko, Ye. (2023). "Naidovsha podorozh" Oksany Zabuzhko [Oksana Zabuzhko's the Longest Journey]. *Nasz Wybir.* April 5, Retrieved from: https://naszwybir.pl/zabuzko/ [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 07.08.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 27.08.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 27.10.2026