
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 659.4:316.77:008

[https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2026.1\(65\).10](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2026.1(65).10)

А. Д. Баранецька

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
доцент кафедри реклами і зв'язків із громадськістю
e-mail: anna.baranetska@knu.ua, ORCID: 0000-0002-7621-6313
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Юрія Іллєнка, м. Київ, 04119, Україна

Я. Ю. В'юненко

здобувачка вищої освіти
e-mail: yana_vyunenکو@knu.ua, ORCID: 0009-0001-8367-7820
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Юрія Іллєнка, м. Київ, 04119, Україна

ВИСТАВКА «UKRAINE WOW» ЯК КРЕАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Мета статті полягає в розкритті потенційних можливостей креативних індустрій як інструмента ретрансляції стратегічних наративів.

Методологія дослідження. Під час розгляду феномену стратегічних комунікацій як важливого інструмента в підтримці та забезпеченні національного інформаційного простору застосовано методи аналізу та синтезу; у процесі вивчення та опису креативних рішень виставки – методи кейс-стаді, рецепції, порівняльний та описовий, а при підбитті підсумків – метод узагальнення.

Результати. У статті охарактеризовано стратегічні комунікації як потужний інформаційно-комунікаційний інструментарій, який сприяє не лише реалізації взаємодії держави із суспільством, а й забезпеченню національного інформаційного поля країни під час зовнішніх загроз, зокрема гібридної війни. Осмислені потенційні можливості креативних індустрій, зокрема виставкової діяльності, як вагової компоненти в трансляванні гранднاراتиву української ідентичності. Здійснено аналіз однієї із сучасних комунікаційних практик – виставки «Ukraine WOW». На основі її рецепції описано засоби діалогізації процесу взаємодії з аудиторіями, а саме технології цифровізації, інтерактивність, елементи доданої реальності, інсталяції, які спонукають до активного осягнення, закодovаних в експозиції національних сенсів та змістів. Виявлено здатність такого типу показів до адаптації залежно від суспільного настрою (проведено порівняння наповнення виставки 2019 та 2025/2026 рр.). Простежено активну залученість громадськості та відгук аудиторії на ці події.

Новизна полягає в осмисленні креативних індустрій, зокрема виставкової діяльності, що є потужним піар-інструментом підтримки стратегічних комунікацій та каналом транслявання наративу ідентичності, а також у вивченні творчого потенціалу експозицій як комунікаційного майданчика у взаємодії держави з громадськістю.

Практичне значення статті полягає у вивченні сучасних практик креативних індустрій, зокрема виставки «Ukraine WOW», у підтримці стратегічних комунікацій; осмисленні потенціалу комунікаційного інструментарію у взаємодії з аудиторіями та трансляванні наративу української ідентичності, що може слугувати показовим зразком для застосування відповідних рішень у подібних досвідах.

Ключові слова: стратегічні комунікації, національний наратив, гранднاراتив, українська ідентичність, інформаційний простір, інформаційне протиборство, креативні індустрії, креативні рішення, виставкова діяльність, виставка «Ukraine WOW».

I. Вступ

Комунікування з громадськістю є однією з важливих компонент реалізації відносин між державою та суспільством. Вектори такої взаємодії можуть бути різномірними, залежно від актуалізованих потреб та завдань. В умовах війни необхідність комунікаційних дій максимально підвищилася, адже населення країни має величезний інформаційно-комунікаційний запит на позицію держави (саме вона в цьому випадку є стрижневою для прийняття низки рішень кожним громадянином країни), тоді як для органів влади вкрай важливо масштабно поширити стратегічні наративи, консолідуючи громадськість довкола основної ідеї – боротьби за збереження незалежності та самобутності країни. Адже війна росії проти України зорієнтована не лише на захоплення території, а, насамперед, «на встановлення контролю над державою шляхом впливу на суспільну свідомість громадян, формування бажаних моделей поведінки інститутів влади та силових структур» [7, с. 310], що вимагає максимальних зусиль у посиленні стійкості національного інформаційного поля.

В умовах актуалізації нових загроз інформаційно-комунікаційному простору країни відповідним комплексним інструментарієм, який сприяє організації злагодженої взаємодії суб'єктів державного управління та інститутів громадянського суспільства з метою забезпечення національних інтересів, зокрема й безпекових, є система стратегічних комунікацій [5, с. 78]. Саме в цей час, в умовах гібридної (консцієнтальної) війни, на рівні інформаційної площини (сфери) стратегічні комунікації¹ стають потужним мультидисциплінарним інструментом протидії ворожій дезінформації, а синхронізоване й координоване формування та транслювання наративів різним цільовим групам сприяє утворенню національної стійкості [2, с. 449] і єдності внутрішньої й зовнішньої аудиторій² у протистоянні країні-агресорці. Цей поліфункціональний потенціал стратегічних комунікацій вимагає використання різних комунікаційних засобів та механізмів для максимального охоплення громадськості й донесення до неї національної ідеї. Однією з таких практик комунікування стала виставка «Ukraine WOW», яка у форматі інтерактивного івенту, за допомогою різноманітних технологій розповідає про Україну, висвітлюючи змістову глибину її державотворення.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження полягає в розкритті потенційних можливостей креативних індустрій як інструмента ретрансляції стратегічних наративів. Відповідно до цієї мети поставлено такі завдання: описати стратегічні комунікації як важливий інструмент діалогу з громадськістю та її боротьби із зовнішньою агресією; осмислити виставку «Ukraine WOW» як масштабний піар-проект підтримки гранднарративу; охарактеризувати засоби мультисенсорної комунікації та інтерактивних технологій у взаємодії з аудиторією.

Теоретико-методологічною базою статті стали праці А. Башук, І. Іжутової, Т. Крижановської, Л. Макаренко, О. Новакової, В. Павленко, О. Снитко, Т. Сивак, О. Черненко та ін.

Під час розгляду феномену стратегічних комунікацій як важливого інструмента в підтримці та забезпеченні національного інформаційного простору застосовано методи аналізу та синтезу; у процесі вивчення та опису креативних рішень виставки – методи кейс-стаді, рецепції, порівняльний та описовий, а при підбитті підсумків – метод узагальнення.

III. Результати

Основою ідеологічної матриці держави Україна, її гранднарративом є наратив ідентичності, який «описує фундаментальні ознаки та цінності самобутньої й унікальної української нації, яка виборолала і захищає свою державність у європейському політичному просторі» [10, с. 305]. При цьому, як відомо, епіцентром гібридної війни, яка зорієнтована на дискредитацію України як незалежної, окремишньої держави зі своїм геномом та національною самобутністю, стає саме спроба руйнування української ідентичності [10, с. 308]. Адже «ідентичність підтримує впевненість, формує довіру до своєї соціальної групи, систематизує цінності та ідеї відповідно до поглядів референтної групи, допомагає знайти місце у соціумі та прилаштуватися до мінливих умов зовнішнього середовища» [1, с. 88–89], а водночас сприяє суспільній єдності та спільності в боротьбі та відстоюванні цілою державою свого права бути (на існування). Тому для ворожої країни ідентичність є вагомим перепоною для втілення її задумів. Однак, як відзначає О. Снитко, гранднарратив своїм змістом «перекриває» майже всі провідні антиукраїнські наративи, поширювані пропагандою країни-агресорки, забезпечуючи в такий спосіб когнітивну опірність суспільства в умовах інформаційно-психологічного протистояння [10, с. 305]. Тож важливим є його масове

¹ «Стратегічні комунікації – скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [3, с. 15]. «Стратегічні комунікації – комплекс системних та систематичних, узгоджених інформаційно-комунікаційних заходів та впливів, спрямованих на внутрішню та зовнішню аудиторію, метою яких є утвердження та закріплення в індивідуальній та масовій свідомості ідей, цінностей, переконань, що мають стати основою рішень, дій, поведінки, які відповідають національним інтересам» [5, с. 79].

² Для реалізації комунікаційних взаємодій із внутрішньою та зовнішньою аудиторіями насамперед активізуються механізми двох компонент стратегічних комунікацій – зв'язків із громадськістю та публічної, зокрема культурної, дипломатії [див. зокрема 9, с. 34; 11].

поширення/просування та укорінення серед громадськості через розмаїті комунікаційні канали, інструменти та меседжі.

Сучасна повномасштабна війна викристалізувала специфічну модель реалізації стратегічних комунікацій, коли участь у цьому процесі бере не лише держава як інститут влади, а й інші її актори – від громадських організацій до бізнесових структур, підтримуючи та ретранслюючи варіанти стратегічних наративів. Так, Т. Сивак наголошує, що залучення, координація та активізація ресурсів і можливостей публічного управління, маркетингу, журналістики, соціології, психології, культури, науки, бізнесу та реклами стало вагомим компонентом стратегічних комунікацій. Ядром цього процесу є скоординоване та відповідне використання слів, дій, смислів і символів, тобто певних інформаційних продуктів, з метою впливу на масову свідомість і поведінку [9, с. 91]. На думку дослідниці, український стратегічний наратив є непублічною інструкцією створення з наявного набору історичних міфів, популярних ідей, суспільних настроїв, маркетингових підходів тощо, механізму генерування успішних історій, здатних викликати прихильність, схвально сприйнятих українською та закордонною громадськістю. Значущу роль у цьому процесі відіграють українські митці, лідери думок, здатні продукувати ідеї у формі наукових, мистецьких, культурних проєктів відповідно до окресленої державою системи координат [9, с. 104]. Тому на сьогодні досить потужно актуалізувалися співучасті між різними установами та організаціями, що значно розширило потенціал ефективності й дієвості комунікацій із суспільством. Адже такі взаємодії не лише розширюють інформаційні потоки для просування відповідних наративів, а й урізноманітнюють форми та формати комунікаційних відносин.

Прикладом співдії в підтримці та просуванні наративу української ідентичності є виставка «Ukraine WOW», зреалізована Громадською організацією «Ukraine WOW»¹ (<https://ukrainewow.org/>) й агенцією Gres Todorchuk спільно з АТ «Укрзалізниця» (<https://www.uz.gov.ua/>) у співпраці з Міністерством культури та стратегічних комунікацій України (нині – Міністерство культури України) та за підтримки Міністерства закордонних справ України (<https://mfa.gov.ua/>) і низки комерційних компаній [12].

Мета цієї виставки – «занурити відвідувачів в українську спадщину та історичну тяглисть, що дають нам сили для творення майбутнього» [12], її концепція та специфіка розбудови (див. [12]) перетворили експозицію «Ukraine WOW» на своєрідний комунікаційний акт трансляції українськості. Об'єднуючи артефакти з різних історичних епох, проєкт актуалізує важливі в нашому сьогоденні сенси та смисли й вимальовує своєрідний ланцюг державотворення України. На виставці наша країна репрезентована в різноманітних виявах свого буття, крізь призму залучених різномірних знахідок та експонатів, кристалізацію подій, постатей, історичних і життєвих фактів. Усе це витворює цілісний образ України та формує відповідну картину й модель її сприйняття, домінантними характеристиками якої стали віковий спротив підкоренню завойовниками, незламність духу й боротьба за незалежність, унікальність та ідентичну цілісність; одвічне прагнення свободи й справедливості, безмежна любов до своєї землі. Такий симбіоз історії та сучасності надає виставці відчутної всеохопності та масштабності.

Виставка «Ukraine WOW» є унікальним прикладом того, як креативні рішення трансформують ідеї національної ідентичності з «музейного експоната» на «активну користувачську взаємодію», наділяючи витворені історією та культурою країни артефакти додатковою цінністю, актуалізованою війною.

«Ukraine WOW» – це мультисенсорна архітектура національних смислів. Тут креативність виконує функцію когнітивної доступності: через діалогічність взаємодії відвідувачів із експонатами складні суспільні феномени (державність, спадщина) перетворюються на особистий досвід реципієнта. Прагнення засновниць проєкту Я. Гресь та Ю. Соловей спонукати відвідувачів до такої самоідентифікації простежується у сформульованому ними завданні: «щоб кожна людина, яка прийде на виставку, відчула причетність до видатних українців минулого та гордість за те, як попри велику війну відбуваються вау сучасні» [12]. Тут доцільно підкреслити, що саме у процесі ідентифікації, який має діалогічну природу і завжди є поглядом на себе з точки зору Іншого, формується ідентичність. Одним із вимірів цього явища є комунікаційний [1, с. 89]. Таким своєрідним комунікаційним виміром стала і виставка «Ukraine WOW», де крізь призму визначних історичних подій та фактів, відомих особистостей, життєві історії, культуру, мистецтво, спорт та інші сфери кожен охочий міг доторкнутися до свого коріння та відчути себе нащадком українського роду, осмислити себе як частину цілого й водночас самостійну цілісність українського геному. Трансформованню статичних національних смислів у динамічне залучення сприяли різні креативні рішення, зокрема технології віртуальної реальності (огляд природних ландшафтів України), інтерактивні зони (інсталяція пшеничного поля), цифрові проєкти (репрезентація історичних експонатів

¹ «Ukraine WOW» – це громадська організація, мета якої полягає в популяризації української культури як усередині самої країни, так і на світовій арені. Її завданням є «об'єднувати людей довкола українських wow, пов'язуючи історію та новітні технології, видатних діячів минулого й топові імена сучасності» [15], а також співпрацюючи з державними та культурними установами, потужними брендами й некомерційними організаціями, розповідати про українську культуру так, щоб у неї закохувалися [15].

через диджитал), занурення в мистецтво (декорації культурних об'єктів). Так само особливістю цієї експозиції, яка сприяє додатковому комунікаційному та рецепційному ефектам, є її адаптивність – операційне оновлення експозиції як відгук на запит аудиторії. Зокрема, рішення про продовження виставки до 11 січня 2026 р. та інтеграція різдвяних локацій [13] підтримує високий рівень емоційного резонансу та актуальність проєкту. Такі сезонні адаптації не лише розширюють охоплення, а й додають часопросторової динамічності показу.

Варто зазначити, що вперше виставка була представлена ще у 2019 р. з локацією на Центральному залізничному вокзалі Києва [12], що є характерною особливістю цього проєкту. Адже залізничний простір, а саме павільйон на 14 колії, став оригінальним майданчиком і нині¹. Вже тоді експозиція продемонструвала безпрецедентний масштаб, встановивши національний рекорд за відвідуваністю – 332 784 особи [6], а, за даними офіційного сайту «Ukraine WOW», це 333 000 осіб. У 2025 р. проєкт повернувся в оновленому форматі з розширеною експозицією, яка представила п'ять тематичних блоків: «Земля», «Правителі й воїни», «Мислителі», «Митці», «Спадкоємці», охопивши понад сто експонатів і десятки інтерактивних зон [12]. Цього разу відвідуваність виставки так само засвідчила ефективність проєкту, адже протягом перших двох місяців екскурсію в ній здійснили понад 160 000 відвідувачів із різних регіонів України та понад 30 інших країн [13]. Серед гостей є відомі вітчизняні та іноземні представники та лідери думок [14]. Це все трансформувало проєкт із локальної події на глобальний інструмент просування гранднарративу не лише для внутрішньої (що є першочерговим завданням для стратегічних комунікацій), а й для зовнішньої аудиторії (що в умовах російсько-української війни є важливим для пізнання та впізнаваності України).

Такої результативності вдалося досягти завдяки новаторському переосмисленню функціональних можливостей виставки для реалізації поставленої мети. Змістове наповнення та репрезентація експозиції свідчить про креативність обраного рішення, що виявляється (відповідно до шести параметрів Дж. Гілфорда) у постановці та вирішенні проблеми, генеруванні низки ідей, їх гнучкості й різноманіття, оригінальності як спроможності нестандартно відповідати на подразники, здатності до вдосконалення через додавання деталей, аналізу та синтезу [8, с. 3]. Креативність підходу до репрезентації українськості засвідчує не лише новизна представлення експозиції, але і її посиленна психоемоційна синхронізація зі станом сучасного суспільства, соціальна значущість та цінність², адже виставка «Ukraine WOW» показує характер України, її смисловий конструкт крізь призму історичних подій та фактів розбудови української державності.

IV. Висновки

Отже, виставка «Ukraine WOW» – це не лише інтерактивний проєкт, присвячений історії, культурі та сучасним досягненням України, який поєднує автентичні артефакти з мультимедійними конфігураціями, а й потужний інструмент активізації суспільної пам'яті та громадської думки в сучасних умовах війни. Завдяки креативним рішенням авторам експозиції вдалося подолати дистанцію між історією та сьогоденням, фактами державотворення. Через інтегровані засоби цифровізації відвідувачі є не лише пасивними споглядачами, а й активними учасниками осмислення державності України. Використання мультисенсорного підходу перетворює продемонстровані історичні факти на «живий» досвід, відповідно національні сенси перестають бути абстрактними й стають зрозумілими та близькими для відвідувачів. Усе це зорієнтоване на утвердження української ідентичності та підтримку комунікування стратегічного нарративу й водночас ще раз доводить, що завдяки інноваційним прийомам та нестандартному осмисленню ідей у часі та просторі навіть звичайна інфраструктурна локація може стати потужним медіамайданчиком країни, який масштабує національні цінності.

Список використаної літератури

1. Башук А. І. Комунікаційні стратегії державної влади в умовах інформаційного суспільства : монографія. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня «Рута»», 2019. 584 с. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/3a4/dis_Bashuk.pdf (дата звернення: 10.02.2026).
2. Іжутова І. Інституалізація стратегічних комунікацій. Досвід України 2015–2024 років. *Стратегічні комунікації в умовах війни: погляд від волонтера до науковця* : монографія / за заг. ред. Л. Компанцевої. Київ : 7БЦ, 2024. С. 449–458.
3. Компанцева Л., Заруба О., Череватий С., Акульшин О. Стратегічні комунікації для безпечних і державних інституцій : практичний посіб. Київ : ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.
4. Крижановська Т. Специфічні риси креативності як соціальної практики. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2023. № 46. С. 86–93. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/46_2023/10.pdf (дата звернення: 10.02.2026).
5. Макаренко Л. П. Стратегічні комунікації як засіб запобігання та протидії інформаційним війнам. *Регіональні студії*. 2022. № 30. С. 75–81.

¹ Більше того, у період війни українська залізниця набула додаткової смислової значущості й перетворилася на символ незламності в часи важкої боротьби України за відстоювання своєї державності та незалежності.

² Підґрунтям висловленого твердження стало дослідження Т. Крижановської, в якому авторка вказує на такі домінуючі специфічні риси креативності, як новизна, цінність, цілепокладання та результативність [4, с. 89–90]. Зауважимо, що в аналізованому проєкті чітко простежуються всі ці характеристики.

6. Найбільш відвідувана виставка. URL: <https://nationalrecords.world/najbilsh-vidviduvana-vistavka/> (дата звернення: 10.02.2026).
7. Новакова О., Черненко О. Розвиток стратегічних комунікацій як засіб боротьби з дезінформацією в українському суспільстві. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2023. № 49. С. 308–314. URL: https://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/49_2023/38.pdf (дата звернення: 10.02.2026).
8. Павленко В. В. Креативність: сутність, структура, закономірності формування і розвиток. URL: <https://eprints.zu.edu.ua/20364/1/Pavlenko2.pdf> (дата звернення: 10.02.2026).
9. Сивак Т. В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України: монографія. Київ: НАДУ, 2019. 338 с.
10. Снитко О. «Битва наративів» у медіапросторі України воєнної доби. *Стратегічні комунікації в умовах війни: погляд від волонтера до науковця*: монографія / за заг. ред. Л. Компанцевої. Київ: 7БЦ, 2024. С. 301–332.
11. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 10.02.2026).
12. У Києві відкрилася виставка Ukraine WOW: «Оскар», BAFTA, Кубок УЄФА, абетка Нарбута, вагон злуки 1919 року і багато іншого. URL: <https://ukrainewow.org/news/the-ukraine-wow-exhibition-opened-in-kyiv-oscar-bafta-uefa-cup-narbut-s-alphabet-a-1919-union-wagon-and-much-more> (дата звернення: 10.02.2026).
13. Ukraine WOW оголошує зимовий сезон та оновлює експозицію: кримське золото, «Щедрик» у виконанні хору «Гомін» та зимові фотозони. URL: <https://ukrainewow.org/news/ukraine-wow-announces-the-winter-season-and-updates-its-exhibition-crimean-gold-shchedryk-performed-by-the-gomin-choir-and-winter-photo-zones> (дата звернення: 10.02.2026).
14. Ukraine WOW продовжено до 30 листопада. Стануть доступні безплатні квитки для ВПО та членів родин військових. URL: <https://ukrainewow.org/news/ukraine-wow-extended-until-november-30-free-tickets-will-be-available-for-idps-and-military-family-members-> (дата звернення: 10.02.2026).
15. Ukraine WOW. URL: <https://ukrainewow.org> (дата звернення: 10.02.2026).

References

1. Bashuk, A. I. (2019). *Komunikatsiini stratehii derzhavnoi vlady v umovakh informatsiinoho suspilstva* [Communication strategies of state power in the conditions of the information society]. Kamianets-Podilskyi: LLC «Printing House “Ruta”». Retrieved from https://scc.knu.ua/upload/iblock/3a4/dis_Bashuk.pdf [in Ukrainian].
2. Izhutova, I. (2024). *Instytualizatsiia stratehichnykh komunikatsii. Dosvid Ukrainy 2015–2024 rokiv* [Institutionalization of strategic communications. Experience of Ukraine in 2015–2024]. In *Stratehichni komunikatsii v umovakh viiny: pohliad vid volontera do naukovtsia* [Strategic communications in wartime: A view from a volunteer to a scientist] (pp. 449–458). (L. Kompantseva, ed.). Kyiv: 7BTs [in Ukrainian].
3. Kompantseva, L., Zaruba, O., Cherevatyi, S., & Akulshyn, O. (2022). *Stratehichni komunikatsii dlia bezpekovykh i derzhavnykh instytutsii* [Strategic communications for security and state institutions: a practical guide]. Kyiv: LLC «VISTKA» [in Ukrainian].
4. Kryzhanovska, T. (2023). *Spetsyfichni rysy kreatyvnosti yak sotsialnoi praktyky* [Specific features of creativity as a social practice]. *Visnyk of Lviv University. Seriya filoz.-politolog. studii*, 46, 86–93. Retrieved from http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/46_2023/10.pdf [in Ukrainian].
5. Makarenko, L. P. (2022). *Stratehichni komunikatsii yak zasib zapobihannia ta protydii informatsiinym viinam* [Strategic communications as a means of preventing and countering information wars]. *Regional studios*, 30, 75–81 [in Ukrainian].
6. *Naibilsh vidviduvana vystavka* [The most visited exhibition]. Retrieved from: <https://nationalrecords.world/najbilsh-vidviduvana-vistavka/> [in Ukrainian].
7. Novakova, O., & Chernenko, O. (2023). *Rozvytok stratehichnykh komunikatsii yak zasib borotby z dezinformatsiieiu v ukrainskomu suspilstvi* [Development of strategic communications as a means of combating disinformation in Ukrainian society]. *Visnyk of Lviv University. Series philosophical-political sciences*, 49, 308–314. Retrieved from https://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/49_2023/38.pdf [in Ukrainian].
8. Pavlenko, V. V. (2015). *Kreatyvnist: sutnist, struktura, zakonomirnosti formuvannia i rozvytok* [Creativity: essence, structure, patterns of formation and development]. *Pedagogical education: Theory and practice. Pedagogy. Psychology*, 23, 15–21. Retrieved from <https://eprints.zu.edu.ua/20364/1/Pavlenko2.pdf> [in Ukrainian].
9. Syvak, T. V. (2019). *Stratehichni komunikatsii u systemi publichnoho upravlinnia Ukrainy* [Strategic communications in the public administration system of Ukraine]. Kyiv: NADU [in Ukrainian].
10. Snytko, O. (2024). *«Bytva naratyviv» u mediaprostori Ukrainy voiennoi doby* [«Battle of narratives» in the media space of wartime Ukraine]. In *Stratehichni komunikatsii v umovakh viiny*:

- pohliad vid volontera do naukovtsia* [Strategic communications in wartime: A volunteer-to-scientist view] (pp. 301–332). (L. Kompantseva, ed.). Kyiv: 7BTs [in Ukrainian].
11. Stratehiia publichnoi dyplomatii Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy 2021–2025 [Public diplomacy strategy of the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine 2021–2025]. Retrieved from <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf> [in Ukrainian].
 12. U Kyievi vidkrylasia vystavka Ukraine WOW: «Oskar», BAFTA, Kubok UleFA, abetka Narbuta, vahon zluky 1919 roku i bahato inshoho [«Ukraine WOW». The exhibition Ukraine WOW opened in Kyiv: «Oskar», BAFTA, UEFA Cup, Narbuta alphabet, 1919 car of the union and much more]. Retrieved from <https://ukrainewow.org/news/the-ukraine-wow-exhibition-opened-in-kyiv-oscar-bafta-uefa-cup-narbut-s-alphabet-a-1919-union-wagon-and-much-more> [in Ukrainian].
 13. Ukraine WOW oholoshuie zymovyi sezon ta onovliuie ekspozytsiiu: krymske zoloto, «Shchedryk» u vykonanni khoru «Homin» ta zymovi fotozony [Ukraine WOW announces the winter season and updates the exhibition: Crimean gold, «Shchedryk» performed by the «Homin» choir and winter photo zones]. Retrieved from <https://ukrainewow.org/news/ukraine-wow-announces-the-winter-season-and-updates-its-exhibition-crimean-gold-shchedryk-performed-by-the-gomin-choir-and-winter-photo-zones> [in Ukrainian].
 14. Ukraine WOW prodovzheno do 30 lystopada. Stanut dostupni bezplatni kvytky dlia VPO ta chleniv rodyn viiskovykh [Ukraine WOW extended until November 30. Free tickets for IDPs and military family members will become available]. Retrieved from <https://ukrainewow.org/news/ukraine-wow-extended-until-november-30-free-tickets-will-be-available-for-idps-and-military-family-members->[in Ukrainian].
 15. Ukraine WOW. Retrieved from <https://ukrainewow.org> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.02.2026.

Received 20.02.2026.

Baranetska A., Viunenko Y. The Exhibition «Ukraine WOW» as a Creative Tool of Strategic Communications Support

The purpose of the article is to reveal the potential possibilities of creative industries as a tool for relaying strategic narratives.

Research methodology. While considering the phenomenon of strategic communications as an important tool in maintaining and securing the national information space, methods of analysis and synthesis were used; while studying and describing the creative solutions of the exhibition, the methods of case study, reception, comparative and descriptive methods were used, and in summing up – the method of generalization was used.

Results. The article describes strategic communications as a powerful information and communication toolkit that contributes not only to the implementation of the state's interaction with society, but also to the preservation of the country's national information field during external threats, in particular, hybrid warfare. The potential possibilities of creative industries, in particular exhibition activities, as an important component in broadcasting the grand narrative of Ukrainian identity are reflected on. The analysis of one of the modern communication practices the exhibition «Ukraine WOW» was carried out. Based on its reception, the means of dialogizing the process of interaction with audiences are described, namely digitalization technologies, interactivity, elements of added reality, installations that encourage active understanding, encoded in the exposition of national meanings and contents. The ability of this type of exhibitions to adapt depending on the social mood was revealed (a comparison of the content of 2019 and 2025/2026 exhibitions was made). Active public involvement and audience feedback on these events were traced.

The novelty of the article is in comprehending creative industries, in particular, exhibition activities, as a powerful PR tool in supporting strategic communications and a channel of broadcasting the narrative of identity, as well as in studying the creative potential of expositions as a communication platform in the interaction of the state with the public.

The practical significance of the article is in the study of modern practices of creative industries, in particular the exhibition «Ukraine WOW», in supporting strategic communications; understanding the potential of communication tools in interaction with audiences and broadcasting the narrative of Ukrainian identity, which can serve as a demonstrative model for the application of relevant solutions in similar experiences.

Key words: strategic communications, national narrative, grand narrative, Ukrainian identity, information space, information confrontation, creative industries, creative solutions, exhibition activity, exhibition «Ukraine WOW».