

МЕДІЙНА РЕФЛЕКСІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ДИСКУРСІ СУЧАСНОЇ ВІЙНИ

В українській журналістиці, зважаючи на історичні обставини, національний дискурс завжди був основним медіадискурсом, втілюючись в окремих дискусіях щодо національної ідеї, національної соборності тощо. Не в останню чергу вони передавались за допомогою окремих концептів: «Україна», «свобода», «душа», «віра» тощо, які, безумовно, мали свої усталені національно-ментальні характеристики.

Умови сучасної війни в Україні актуалізували питання національної ідентичності як ключового чинника суспільної єдності. Засоби масової інформації відіграють визначальну роль у формуванні, трансляції та осмисленні національних цінностей. Саме медіа стають простором, де відбувається рефлексія над тим, ким є українці, які їхні культурні коди та історична пам'ять. Суспільні процеси, що відбуваються наразі, створюють такі симптоми ідентифікації, які проявляють себе у нових механізмах формування ідентичностей. Для того, щоб не втратити або навіть посилити своє значення в епоху рушійних змін глобалізаційних процесів, одним із наслідків яких є російсько-українська війна, журналістика повинна визначитися зі специфікою своєї соціокультурної ролі, з парадигмою формування нової соціокультурної реальності, в умовах якої повинна існувати Україна, щоб зберегти свою національну ідентичність.

Україна опинилася на тому етапі соціокультурного розвитку, коли цінності виникають в осерді усвідомленої особистості й транслиуються у суспільство. Відому на увесь світ тезу про «руський військовий корабель...» виголосив українець, військовик, людина, позбавлена колоніального, імперського впливів, позбавлена комплексу меншовартості, зате наділена шаленим прагненням відстоювання свободи, усвідомленням своєї ідентичності. Саме з цього моменту почалося творення нового міфу – міфу «про націю-героя», про українців, які «буквально обертають землю», які йдуть голіруч на ворожі танки, засівають поля під обстрілами, пророкують нелюдям смерть, пишуть вірші та пісні, сміються крізь сльози. Ці нові наративи потрапили в мережу нового горизонту подій, нового міфологічного простору. Так почалося продукування, передусім українськими медіа, культурного феномену спротиву, опору, який поступово переріс у феномен глибинної, духовної, солідарної взаємодії української спільноти, яка спромоглася на створення нового феномену суспільного ідеалу – нескореності й незламності.

Медіа актуалізують дихотомію «свій/чужий», формують чітку межу між іншим та своїм. Це сприяє консолідації суспільства навколо спільних цінностей, де ворог маркується як екзистенційна загроза, а «свій» – як носій найвищих чеснот. Медійна рефлексія зосереджена на розриві культурних та інформаційних зв'язків з агресором. Відбувається остаточне витіснення російських наративів та переосмислення власної історії поза контекстом імперії. Серед них – деміфологізація понять, пов'язаних з країною-агресором, звільнення від імперських міфів («советській человек», «деди ваєвали», «великая страна», «братский народ» тощо) та фальсифікацій історії, «перепрошивання» подій минулого (зокрема, події другої світової війни, репресій, тоталітарних ідеологем та інше). Саме публіцистика наочно й аргументовано реконструює міфотворення радянської спадщини, теперішнього російського соціополітичного простору, і це є своєрідним меседжем до українців та світової спільноти, заклик до вдумливого осмислення цих наслідків для сучасних реалій.

Цей процес міфотворчості вже давно розпочався у вітчизняній журналістиці. Він наочно відстежується в авторських матеріалах видатних публіцистів, лідерів думок: інтерв'ю, виступах, статтях Оксани Забужко, Тараса Прохаська, Юрія Андруховча; публіцистичних текстах історика Сергія Грабовського; блогах, авторських колонках, коментарях, інтерв'ю Андрія Бондаря, Павла Казаріна, ґрунтовній аналітиці Віталія Портникова, а також у матеріалах багатьох інших.

Війна потребує візуальних та наративних доказів спроможності нації до опору. Медіа трансформують бойові дії у систему зрозумілих образів, які стають частиною національного культурного коду, саме через них створюються образи сучасних героїв. Це відбувається через персоніфікацію конкретних постатей військових (легендарні командири, рядові бійці з унікальними історіями тощо), що дає змогу аудиторії відчувати особистий зв'язок із фронтом, а також через рефлексії над образом «героя тилу» – волонтера, лікаря, рятувальника, енергетика чи залізничника. Це розширює поняття національної ідентичності: бути частиною нації – означає бути корисним у спільній боротьбі.

Дієвим інструментом формування/збереження національної ідентичності на певному етапі стала також позитивна міфотворчість, як от «Привид Києва», «Чорнобаївку», «Конотопські відьми», «Азов», з найсвіжіших – «Мала Токмачка» та інші.

Україні стала першою «війною у прямому ефірі» з високим ступенем візуалізації. Прийоми мімізації, створення віральних образів (тракторні війська, «бавовна», малюнки із зображенням святих із джавелінами, мілітарний Тарас Шевченко, графіті та ін.) дозволяє медіа говорити про жахливі речі мовою іронії, що підсилює психологічну стійкість та

ідентифікує «своїх» через спільний гумор. Регулярне споживання медійної інформації про лінію фронту перетворює географію України на частину особистого простору кожного громадянина, стає маркером причетності до спільної долі. Візуалізація та героїзація в медіа перетворюють війну з хаосу руйнувань на впорядкований наратив про боротьбу добра зі злом, де кожен українець знаходить своє місце у структурі національного опору.

Найшвидшим способом верифікації особистості у медійному дискурсі постає мова. Використання специфічних фонетичних особливостей (славнозвісна «паляниця») або локальних мемів, які неможливо відтворити без глибокого занурення в український культурний контекст. Медіа тиражують ці мовні коди, створюючи психологічний бар'єр для ворожої пропаганди.

Мова в медіа стає дієвим засобом, що зшиває суспільство через спільні вербальні акценти: новотвори та військовий жаргон, стигматизація ворога через мову, перехід від білінгвізму до україноцентричності та ін. Використання специфічних найменувань для агресора в медіатекстах виконує функцію десакралізації ворога, знімаючи страх та переводячи його у категорію об'єкта, який підлягає знешкодженню. Домінування української мови в ефірах, подкастах та соцмережах виступає гарантом того, що український порядок денний не буде поглинутий глобальним російськомовним сегментом, який часто контролюється спецслужбами рф. Фото, відео, музика та звукові елементи посилюють емоційний вплив контенту. Візуальні образи війни (прапор, військові, зруйновані міста) формують колективну пам'ять і стають символами національної стійкості.

Соціальні мережі (фейсбук, інстаграм, телеграм, ютуб, тік ток, ікс) стали своєрідним простором «народної» рефлексії. На відміну від офіційних медіа, соцмережі дозволяють кожному громадянину стати співтворцем національного наративу. Завдяки соціальним мережам та горизонтальним комунікаціям, емоційне співпереживання, спільна травма та спільний гнів перетворюються на колективний досвід, а особиста перемога на загальнонаціональний здобуток. Це сформувало унікальний тип «цифрової нації», де кожен користувач є сучасником творення історії.

Медійна рефлексія вивела українську ідентичність за межі локального контексту. Україна в сучасному медіадискурсі рефлексується як «країна-символ», що експортує цінності свободи та сміливості. Це забезпечило перехід від образу «об'єкта допомоги» до образу «суб'єкта, який надихає світ», що є фундаментальною зміною в національному самосприйнятті. Саме про це ще на початку війни говорила відома письменниця, есеїстка, провідна українська інтелектуалка Оксана Забужко: «Історія-сука зірвалась з місця і помчала вперед, українці крутять земну кулю, – не із слабкістю, а з піднесенням, вірою у свою країну» [1],

Сучасний воєнний медіадискурс став інструментом радикального розриву з імперським наративом. Через деконструкцію ворожих міфів, очищення мовного простору та відмову від спільних з агресором культурних кодів, медіа закріплюють українську ідентичність як самодостатню, герметичну до впливів «руського міра» та історично тяглу. Медійна рефлексія національної ідентичності під час війни – це процес самоактуалізації нації. Медіа стають тим «дзеркалом», у якому суспільство бачить себе не жертвою, а переможцем, фіксуючи нові етичні та естетичні норми, що стануть фундаментом повоєнної України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Забужко О. Європа з щирим захватом дивиться на Україну і нашу армію; інтерв'ю з письменницею. URL : https://gazeta.ua/articles/culture/_evropa-z-schirim-zahvatom-divitsya-na-ukrayinu-i-nashu-armiyu-oksana-zabuzhko/1073044 (дата звернення: 10.04. 2026).