

Роман Шулик,
кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет «Острозька академія»
roman.shulyk@oa.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-9808-3710>

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ: РОЛЬ МЕДІА

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило глибинні зміни в ціннісній системі українців, актуалізуючи питання медіавпливу на формування суспільних орієнтирів. Дослідження спрямоване на комплексний аналіз трансформації цінностей українського суспільства та визначення ключової ролі медіа у цьому процесі в умовах воєнного стану.

Війна каталізувала зміни в ціннісних орієнтаціях українців, підвищуючи значущість таких цінностей, як свобода, безпека, справедливість і гідність. Відбулося значне зростання патріотичних настроїв, консолідація нації та переосмислення української ідентичності від етнічної до громадянської моделі. Посилилися демократичні орієнтації та громадянська активність, попри екзистенційні виклики війни. Загострилися антикорупційні настрої та запит на справедливість і чесне врядування. Медіа стали не лише джерелом інформації, а й важливим елементом системи національної безпеки, формуючи суспільні цінності та протидіючи дезінформації. Радикально трансформувалася структура медіаспоживання, де традиційні медіа поступаються місцем соціальним мережам і месенджерам, створюючи нові виклики для інформаційної безпеки країни.

За даними Соціологічної групи «Рейтинг», у 2022 р. 74 % українців оцінювали напрям розвитку країни як правильний,

а 93 % були впевнені у здатності України відбити напад Росії, що свідчить про значне зростання національної єдності та впевненості в спільному майбутньому. Дослідження Фонду «Демократичні ініціативи» виявило, що для 91 % українців свобода є ключовою цінністю, для 79 % — безпека, для 76 % — справедливість, і для 71 % — гідність, демонструючи парадоксальний феномен зростання демократичних орієнтацій в умовах війни. За даними Центру Разумкова, у 2024 році понад 90 % українців пишаються своїм громадянством, а 61 % опитаних вважають демократію найбільш бажаним типом державного устрою для України. Війна призвела до суттєвих змін у структурі медіаспоживання: у 2023 році 72 % українців отримували новини з Telegram, тоді як телебачення втратило свої позиції (з 85 % у 2015 році до 30 % у 2023 році), що відображає фундаментальні зміни в інформаційному ландшафті.

Українські медіа активно просувають наративи патріотизму та європейської інтеграції, висвітлюючи героїзм українських військових, волонтерів та громадянського суспільства, що сприяє консолідації суспільства та формуванню стійкості перед зовнішньою агресією. Однак неконтрольоване використання платформи Telegram, якою користуються понад 70 % українців для отримання новин, створює сприятливе середовище для поширення дезінформації та маніпуляцій. Речник Головного управління розвідки Міністерства оборони Андрій Юсов зазначає, що Росія інтенсифікує інформаційні атаки, намагаючись посилити страх та зневіру серед українців у темах мобілізації та легітимності політичної влади. Керівник Центру протидії дезінформації РНБОУ Андрій Коваленко звертає увагу на те, що особливим інструментом поширення ворожої риторики є платформа TikTok, де проукраїнського контенту критично мало. Дослідження, проведене на матеріалах трьох українських медіаплатформ, демонструє переважаючий негативний або нейтральний контент, що може негативно впливати на психологічний стан читачів та їхнє суб'єктивне відчуття щастя.

Трансформація цінностей українського суспільства під впливом війни має позитивну динаміку, спрямовану на зміцнення демократичних, патріотичних та громадянських цінностей за одночасної радикальної трансформації медіаспоживання. Для ефективної протидії інформаційним загрозам і підтримки позитивних ціннісних трансформацій необхідно розвивати медіаграмотність та критичне мислення громадян, підвищувати професійні стандарти журналістики та створювати збалансований медіаконтент, що враховує потреби психологічного благополуччя аудиторії. Розуміння процесів ціннісних трансформацій та ролі медіа дає можливість розробляти ефективні стратегії протидії дезінформації, підтримки психологічної стійкості населення та формування конструктивних ціннісних орієнтирів, що сприятимуть перемозі України та її подальшому демократичному розвитку.

Список використаних джерел

- Програма розвитку ООН в Україні (UNDP). Які права та цінності найголовніші для українців під час війни: UNDP представила результати опитування. <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/yaki-prava-ta-tsinnosti-nayholovnishidlya-ukrayintsiv-pid-chas-viyny-undp-predstavyla-rezultaty-opytuvannya>.
- Соціологічне дослідження до Дня Незалежності: уявлення про патріотизм та майбутнє України. (2023). Рейтинг. https://ratinggroup.ua/research/ukraine/soc_olog_chne_dosl_dzhennya_do_dnya_nezalezhno_uya_vlennya_pro_patr_otizm_ta_maybutn_ukra_ni_16-20_se.html.
- Шевченко, Р., & Томак, К. А. (2024). The impact of mass media on value system formation during wartime. *Psihologie*, 45 (2), 49–62. <https://doi.org/10.46728/pspj.2024.v45.i2.p49-62>.
- Forbes Україна. Ризики Telegram: чи безпечно користуватися месенджером та чи пов'язаний він з ФСБ і ГРУ РФ? Розповідають фахівці Cyber Division та Інституту дослідження кібервійни ICWR. <https://forbes.ua/innovations/riziki-telegram-chi>

bezpechno-koristuvatisya-mesendzherom-ta-chi-povyazaniy-vin-z-fsb-ta-gru-rf-rozpovidayut-fakhivtsi-cyber-division-ta-institutu-doslidzhennya-kiberviyini-icwr-19022024-19311.

- Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., ... & Puranen, B. (2020). World values survey wave 7 (2017-2020) cross-national data-set.
- Saci, D. (2023). The role of media culture in promoting social values in media from the perspective of the “value paradigm”. *International Journal of Humanities and Educational Research*. <https://doi.org/10.47832/2757-5403.23.3>.
- Shifman, L., Trillò, T., Hallinan, B., Mizoroki, S., Green, A., Scharlach, R., & Frosh, P. (2025). The expression of values on social media: An analytical framework. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241307035>.