

КУЛЬТУРА І МАС-МЕДІА

Маркери української ідентичності в сучасному медіапросторі

Надія Горбач

Комунальний заклад вищої освіти „Луцький педагогічний коледж”
Волинської обласної ради, Луцьк – Україна
nadiagorbac@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-5593-6952>

Markery ukraińskiej tożsamości we współczesnej przestrzeni medialnej

Nadija Horbacz

Uczelnia Wyższa „Łuckie Kolegium Pedagogiczne” Wołyńskiej Rady Obwodowej, Łuck – Ukraina

STRESZCZENIE. Celem artykułu jest próba uwypuklenia i opisanie głównych wyznaczników ukraińskiej tożsamości we współczesnym środowisku medialnym. Aktualność badania wiąże się z pilną potrzebą zachowania i ugruntowania świadomości narodowej przez Ukraińców na tle procesów globalizacji i wojny. Do oznak ukraińskiej tożsamości w przestrzeni medialnej należą: preferowanie języka ukraińskiego jako świadomego wyboru obywateli oraz świadectwa kulturowej stabilności i sprzeciwu wobec agresji; archaiczne motywy folklorystyczne, które stały się podstawą nowych utworów; połączenie wątków etnicznych z muzyką współczesną; tworzenie ogólnokrajowych hashtagów; popularyzacja twórczości i postaci Tarasa Szewczenki przez pryzmat wydarzeń współczesnych; kreowanie nowego autostereotypu Ukraińca – nieustraszonego bohatera w obliczu okrutnego wroga; pojawienie się etnicznie markowanych memów oraz współczesnych frazeologizmów.

Słowa kluczowe: tożsamość narodowa, przestrzeń medialna, Ukraińcy, kontent, sprzeciw kulturowy, motywy folklorystyczne

The markers of Ukrainian identity in the modern media space

Nadiia Horbach

The Municipal Higher Educational Institution Lutsk Pedagogical College of the Volyn Regional Council, Lutsk – Ukraine

ABSTRACT. The purpose of the article is an attempt to highlight and describe the main features of Ukrainian identity in the modern media space. The relevance of the study is related to the need for Ukrainians to preserve and confirm their national consciousness against the background of the processes of globalization and war. Among the signs of Ukrainian identity, modern media content represents, in particular, the use of the Ukrainian language as a conscious choice of people and an example of cultural stability and resistance; archaic folklore motifs that formed the basis of new works; combination of ethnic motifs with modern music; the possibility of searching for information by national hashtags; popularization of the work and personage of Taras Shevchenko through the prism of contemporary events; the emergence of a new ethnic stereotype of a Ukrainian – a fearless hero in the face of a cruel enemy; the emergence of ethnically coloured memes and modern phraseology.

Keywords: national identity, media space, Ukrainians, content, cultural resistance, folklore motifs

Сьогодні ми живемо в нестримному потоці новин, кадрів із соціальних мереж, відеохостингів, телеграм-каналів – в суспільстві, яке хтось влучно охрестив інформаційним. Сучасний медіапростір, з одного боку, дає безліч можливостей кожному заявити про себе як особистість та представник нації, з іншого – вихоплює ці можливості прямо з-під нашого носа, прагнучи до універсальності та глобалізації. Інтеграція в Європу – шлях, рішуче обраний Україною, однак рухатися ним треба мудро, не втрачаючи своєї винятковості, тих рис „українськості”, що й роблять нас особливими серед інших європейських держав. Тенденція глобалізації особливо небезпечна для народів, які ще й досі на стадії утвердження національної ідентичності. Універсальна лексика, взаємообмін традиціями, коли ті втрачають свою первісну семантику (до прикладу, святкування Геловіну чи Дня подяки там, де ці звичаї не мають традиційного підґрунтя) – це процеси, які вибудовують суспільство без ідентичності.

Реальність інформаційного світу сьогодні дає можливості культивувати українську ідентичність у медіапросторі, що через доступність та швидку поширюваність може працювати і працює на користь такого завдання. Як не прикро, та саме війна росії проти України стала каталізатором процесів відродження української національної свідомості. І це – шанс, отриманий ціною тисяч життів, який не можна втратити. Як результат – у сучасному медіапросторі збільшилась кількість українського та українськомовного кон-

тенту, зросли запити на медіапродукти з маркерами української ідентичності. А як відомо, попит зумовлює пропозицію.

Дослідження національної ідентичності українців репрезентоване розвідками багатьох сучасних науковців, серед яких – Н. Глушаниця, К. Кислюк, М. Козловець, П. Костючок, Л. Нагорна, Р. Поліщук, М. Степико, О. Філіпчук, Р. Чопик та ін. Можливості медіаресурсів для формування української ідентичності окреслили в своїх дослідженнях Н. Букіна, Я. Бурдін, А. Гайкова, Т. Дніпровська, Л. Кравченко, А. Лісневська, О. Мусієнко, Р. Новикова, Х. Петрів.

Мета нашої розвідки – виокремити та описати основні маркери української ідентичності в сучасному медіапросторі. Її втілення передбачає реалізацію таких завдань: з'ясувати визначення поняття „національна ідентичність” у контексті нинішніх суспільних подій, визначити маркування української належності в сучасних медіапродуктах, зважаючи на ті з них, що набули широкої популярності та поширеності. Цілком добре розуміємо, що сучасний інформаційний потік – це тисячі гігабайтів у день, відтак зупинимось на тих медіаресурсах, якими користується пересічний українець щодня: інформаційне наповнення соцмереж, відеохостингів, популярних медіароликів та гасел тощо).

Як справедливо відзначив Ростислав Чопик, „останніми роками проблема української ідентичності вийшла за межі наукового дискурсу й прийшла в хату до кожного українця – незалежно від фаху, прописки, українсько- чи іншомовності, бажання чи небажання помічати і визнавати. Її актуальність – відкрита рана; вічна теорема, якою Москва вкотре змушує Україну жертвовно доводити те, що в усьому цивілізованому світі давно визнане аксіомою” [Чопик 2022: 226]. У широкому значенні ідентичність означає ототожнення людиною себе з певною спільнотою, що дає їй змогу визначити своє місце в соціокультурному просторі та знайти місце у світі. На думку К. Кислюка, в наш час проблема ідентичності є „об’єктивно спричиненою процесами переходу багатьох сучасних суспільств у постіндустріальну стадію розвитку, примноженими масштабною глобалізацією, зокрема в політико-культурній царині, а також медіатизацією світової культури. Зазначені тренди ставлять під сумнів усталені маркери самототожності, передусім класичної національно-державної моделі ідентичності XIX–XX сторіч” [Кислюк 2018: 50].

В *Енциклопедії сучасної України* національну ідентичність визначено як усвідомлену приналежність до національної спільноти на основі стійкого емоційного зв’язку, що виникає в результаті сформованої системи уявлень щодо традицій, культури, мови, політики, а також прийняття групових норм і цінностей [Стегній 2020]. Українська національна ідентичність мала тернистий шлях – щоразу, спинаючись на ноги, вона була кимось або чимось приглушена. Маючи за спадок культуру давніх трипільців та скіфських пле-

мен, надбання такого потужного культурно-політичного утворення, як Київська Русь, самобутню народну творчість, втілену в матеріальній та нематеріальній культурній спадщині, цілу низку легендарних постатей світового рівня серед письменників, культурних та державних діячів, Україна століттями страждала від переконання в своїй меншовартості та навіть несправжності.

Маючи шанс на відродження в часи Української Народної Республіки, наша ідентичність зазнала підміни колективною ідентичністю радянської України, щоб ідеально вписуватися у “великий” союз радянських республік (СРСР). Деякі дослідники дають навіть окреме визначення для національної тотожності цього періоду – „модель подвійної ідентичності”, яка існувала у двох формах – української радянської та подвійної ідентичності українців діаспори [Кислюк 2018: 55].

Ототожнення себе з українською нацією сьогодні – питання також неоднозначне, адже для одних – це чітка громадянська позиція, для інших – данина моді внаслідок суспільних подій (попит на все українське, починаючи від герба з пшеничним колоссям на футболці та завершуючи українськими народними піснями, що раптом стали популярними навіть серед раніше російськомовних виконавців, значно зріс із початком повномасштабного вторгнення в 2022 році). Відтак уважаємо, що саме поняття „національна ідентичність” у контексті сучасних подій теж зазнало трансформацій.

Серед усіх інших особливо імponує тлумачення рівнів української ідентичності, запропоноване К. Кислюком. У своїй розвідці *Українська ідентичність: історико-культурні ретроспективи та сучасні перспективи* дослідник виокремлює три рівні сучасної ідентичності: 1) формальний, громадянсько-політичний; 2) фактичний, мовно-культурний; 3) реальний, етнонаснений [Кислюк 2018: 56]. На думку автора, формальний рівень ідентичності визначається кількістю громадян, які б обрали Україну Батьківщиною за можливості вибору та належністю до відповідної культурної традиції, і сягає 70%; показником фактичної або мовно-культурної ідентичності є використання української мови на роботі та в побуті, а також готовність у той чи інший спосіб захищати Батьківщину, що властиве 50% українців; і лише реальна, етноспрямована ідентичність, ґрунтується на готовності захищати Україну зі зброєю в руках і публічно демонструвати свою самототожність в одязі, житлі, автівці, споживанні патріотичних культурних продуктів – вибір 25% населення України (статистичні дані – станом на 2018 рік) [Кислюк 2018: 62].

На нашу думку, від 24 лютого 2022 року серед українців, які залишилися в Україні попри повномасштабне вторгнення, зросли всі рівні української ідентичності. Незважаючи на велику кількість внутрішньо переміщених осіб, той факт, що люди залишилися в межах своєї країни, уже підтверджує їхній громадсько-політичний рівень ідентичності. Дещо складніше із мовно-культурним рівнем українськості, адже кількість російськомовних громадян

України так і не впала до позначки 0%. Однак за даними, опублікованими „Українською правдою”, кількість громадян України, що розмовляють рідною мовою, станом на початок 2024 року, становила 65%, тоді як у 2023 році це число складало 61%, а у квітні 2022 року – 53%, про що свідчать результати опитування компанії Gradus Research у межах проекту „Градус суспільства під час війни” [Українська правда 2024]. За результатами опитування Центру Разумкова, опублікованими „BBC News Україна”, у 2024 році кількість людей, що називають українську мову рідною, досягла 78,4%. На питання, якою мовою вони спілкуються вдома, 70,5% респондентів відповіли, що українською або переважно українською; поза межами дому – 72% опитаних стверджують, що лише або переважно українською [BBC News Україна 2024].

Окремої уваги заслуговує рівень ідентичності, влучно названий реальним. Зважаючи на кількість громадян України, що зі зброєю в руках боронять наші кордони та в буквальному значенні відстоюють українську ідентичність, цей показник теж зріс. Репрезентує „етнонаснажений” рівень ідентичності й зростання кількості українців, що публічно виражають свою самототожність з Україною, принципово обираючи продукцію українського спрямування чи походження на різних рівнях: озвучення фільмів, ведення блогів, виробництво товарів, книгодрукування, вишиваний одяг, патріотичні емблеми тощо. Такі процеси демонструють відстоювання українськості власним прикладом, що раніше для когось було соромно, ніяково, неприбутково тощо, а нині – навпаки, додає ціни та цінності. І хоч не варто вимірювати ідентичність у валюті, однак вибір українського автомобіля, одягу, видавництва, фільму, вибір проводити консультації українською навіть попри зменшення клієнтів – це шлях до утвердження української ідентичності спочатку серед нас самих, а тоді, сподіваємося, розуміння її цінності й серед світової спільноти.

З огляду на болючий досвід історії, здобутий упродовж століть, а також сьогодишню російсько-українську війну (як збройну, так і інформаційну), для нашої нації питання збереження ідентичності – це не просто красиві слова, а завдання, що потребує невідкладних реакцій та реалізації. Інформаційний простір сьогодні – це теж поле для битви за нашу ідентичність. На думку Н. Букіної, вміння критично аналізувати інформацію, яку постачають ЗМІ, та орієнтуватися в сучасних тенденціях медіа так само є важливим для збереження національної безпеки [Букіна 2022: 32]. Цілком закономірно, що „російська збройна агресія проти України актуалізувала проблему національної української ідентичності в мультимедійному цифровому середовищі. Саме осмислення національної української ідентичності стало популярним тематичним напрямом у діджиталізованому аудіовізуальному просторі” [Мусяєнко 2022: 30].

Факт нашого часу в тому, що інтернет-середовище вже давно перестало бути просто паралельною віртуальною реальністю, сьогодні це теж наша су-

часність, тільки інша її сторона. Цифровізація та гаджетизація, доступність аудіовізуального контенту, вибухова популярність соцмереж та мільйонна кількість переглядів відеохостингів – це та реальність, в якій ми живемо сьогодні, яка формує гуманістичні цінності, моральні ідеали, вибудовує сучасний тип світогляду. І так – має вплив на формування ідентичності. Медіапростір є ідеальним середовищем, у якому швидко можна поламати стереотипи та упередження, створити нові уявлення про себе та свій народ.

Серед маркерів української ідентичності в сучасному медіасередовищі найважливішим та найочевиднішим є українська мова: її безпосереднє використання на ютуб-каналах та інших відеохостингах, створення українськомовного розважального контенту, перехід на українську серед багатьох відомих естрадних виконавців, публічних діячів, психологів, створення українськомовної реклами, кінематографу, бізнес-продукту тощо. Сьогодні автори такого контенту демонструють відстоювання території на культурному та лінгвістичному рівнях, створюють альтернативу російськомовному медіапростору, а підкріплена жагою до перемоги та бажанням зберегти своє, така реальність набирає все більше прихильників та послідовників.

Очевидно, саме зараз українці починають розуміти, що неможливо вибудувати власну національну ідентичність, культивуючи та толеруючи двомовність, причому таку, де рідна мова на другому місці. Починаючи з часів незалежності України й до сучасної російсько-української війни, лівова частка медіаконтенту була російськомовною, що зовсім нелогічно для держави, яка прагнула бути самостійною та сепаруватися від впливу росії.

На думку Х. Петрів, „для країн Європи, у тому числі й України, які є країнами з титульними націями, на етапі утвердження державності саме мова є основним маркером ідентичності поруч із культурою та релігією. Натомість для американських та інших поліетнічних країн мова не займає пріоритетну позицію, але входить до переліку основних чинників ідентичності” [Петрів 2019: 11].

Я. Бурдін зауважує, що в контексті збройної агресії росії проти України та постійної загрози існуванню як української культури, так і України загалом, мова набуває особливої ваги, адже втілює квінтесенцію національної та культурної ідентичності, а також є частиною творення колективної й історичної пам'яті нації. Відтак вибір української мови – це не лише виклик російській мовній і культурній гегемонії, але й демонстрація власної мовної стійкості, елемент культурного спротиву та збереження культурної спадщини [Бурдін 2023: 63–64]. Досліджуючи YouTube-контент як необмежене середовище для просування та споживання інформації різними мовами, у квітні 2023 року науковець проводив опитування за допомогою онлайн-панелі „Власна думка”. Кількість респондентів – 600 осіб віком від 16 років, що проживають у містах із населенням понад 50 000 осіб. За його результатами, надають перевагу укра-

їнськомовному контенту 51,5% опитаних, а також поєднують споживання двома мовами (українською й російською) 40,5%, лише невелика частка населення (6 %) віддає перевагу винятково російськомовному контенту. На думку Я. Бурдіна, це свідчить про очевидне прагнення до культурного та мовного самоствердження [Бурдін 2023: 70].

Відтак у сучасному медіапросторі ситуація починає змінюватися – український медіаконтент можна ідентифікувати за українською мовою. У дослідженні *Мова медіа у новому телебаченні: як журналісти захоплюють українськомовний Youtube* А. Гайкова та Т. Дніпровська доходять висновку, що „тепер для більшості журналістів стає принциповим створювати та вести саме українськомовний контент, аби все більше розвивати національну свідомість та усвідомлювати своє підґрунтя ідентичності” [Гайкова 2024: 239].

Ще однією реакцією на збройну агресію росії, що лежить у мовній площині, є виникнення нових *урбанонімів* на зміну радянським назвам, а також надання цьому процесові публічного розголосу та резонансу по всій країні. На думку науковців, усі власні назви будь-якої країни формують особливий мовний і культурний простір, властивий саме їй. „У них віддзеркалюються мова, світогляд, менталітет, історія і сьогодення народу, що мешкає тут. А топоніми, особливо ойконіми та урбаноніми, які доволі часто можуть змінюватися внаслідок різних культурних і суспільно-політичних рухів, не тільки фіксують специфіку національного світогляду народу в певний історичний період, а й здатні впливати на формування цього світогляду аж до його зміни і закріплення в значній частині населення країни протягом тривалого часу” [Кравченко, Петрів 2022: 39].

Сьогодні час таких змін нарешті настав – вулиці Пушкіна, Салтикова-Щедріна, Туполева, Верещагіна, Тургенева, якими ще донедавна рясніли українські міста та селища, сьогодні своїми назвами увіковічують імена сучасних героїв (Дмитра Коцюбайла – Да Вінчі, Гліба Бабича, Володимира Вакуленка, Героїв Майдану та ін.), українських культурно-політичних діячів (Павла Глазового, Князя Володимира Мономаха, Максима Кривоноса, Івана Богуна тощо), а також імена та прізвиська містян, що відзначились у боротьбі за Україну. Закономірно, що найбільше перейменувань у великих містах, як Київ та Харків, однак через резонансність таких процесів у медіапросторі це стає хорошим прикладом для наслідування і в невеликих містечках та селах.

Важливим маркером української ідентичності в медіасередовищі виступає осучаснення фольклорних жанрів, звернення до народних звичаїв та традицій, використання фольклорних мотивів для створення фільмів, пісень, театральних постановок, перформансів. Раптом те, що десятиліттями вважалося показником „сільської культури”, стало натхненням та джерелом для створення нового якісного українського медіапродукту. На думку дослідників, аналіз сучасного медіаконтенту переконливо доводить, що від-

бувається гібридизація жанрів у ситуативні формати і бурхливий розвиток українського відеоблогерства з тематики української культури та історії. Такі процеси свідчать про активізацію творення національної ідентичності сьогодні [Лісневська 2023: 136].

Українську народну творчість самі ж українці перестають бачити як просто розважальний контент, а саме таке уявлення було нав'язане радянською ідеологією. Все частіше відбувається звернення до архаїчних образів, символів, семантики фольклору. Особливо актуальними в контексті збройної боротьби та протистояння страшому ворогу стають такі фольклорні жанри, як замовляння, прокльони. Думка про ці сакральні тексти як такі, що можуть завдати непоправної шкоди противнику та навіть фізично його знищити, віддавна існувала серед нашого народу, сьогодні ми просто використовуємо цей багатотомовий арсенал. Відтак народна творчість лягає в основу нових літературних та сценічних творів. До прикладу, народні замовляння використані для пісні Енджі Крейди *Враже*; виконавці Паліндром та Ship her Son у своїй композиції *Спи* скористалися елементами прокльонів та колискових; з'являються пісні на кшталт *Коліскова для ворога* (Стасік), *Баю, баю, баю вам від Чорнобаю* (Folkulaka); русальна пісня *Проведу я русалочку до бору* стала зразком для створення нової – *Проведу я воріженьки до кордону* [До свого коріння 2022]. Сакральні фольклорні жанри лягли в основу українського фільму жаків Ірини Костюк та Ярослава Войцешека *Конотопська відьма*, де героїня є уособленням праведної помсти за смерть свого коханого – українського воїна.

Окрім відродження архаїчної семантики та її сучасного втілення в нових творах, з'являються такі жанроформи, які дослідники називають „мілітарі-фолк” – поєднання двох ідейних напрямів військової та народної творчості, що є логічним результатом творчого переживання подій в Україні [Мусієнко 2022: 32]. Часто цей жанр репрезентується виконанням популярних народних пісень українськими військовими. Так, мегапопулярності в українському медіапросторі набула стрілецька пісня *Ой у лузі червона калина* у виконанні Андрія Хливнюка – соліста гурту „Бумбокс” та воїна ЗСУ. Цінність та відродження нашої культурної спадщини підтверджує популярність таких виконавців, як TaRuta, The Doox, Folknery, Onuka, DakhaBrakha, Калуж Оркестра та ін. Усі вони втілюють етнічні мотиви в сучасному музичному мистецтві та популяризують українську культуру.

До репрезентації національної ідентичності в інтернет-просторі деякі дослідники відносять поширення хештегів, відеохештегів та геовідеохештегів під дописами в соцмережах різного типу.

Хештег – це ключове слово або фраза, перед якими ставиться символ # і які використовуються в публікаціях у соціальних мережах. У результаті ваш пост стає доступний людям

з такими ж інтересами, навіть якщо вони не підписані на ваші оновлення [Що таке хештег 2015].

З 24 лютого 2022 року суспільна активність українців та аудіовізуальна репрезентація національної ідентичності її громадян зростає, зокрема через поширення хештегів та інших аудіовізуальних інструментів. О. Мусієнко серед них виділяє відеохештеги #stopwar, #stoprussia, #saveukraine, #standwithukraine; геовідеохештеги окупованих та деокупованих міст України; відео, що поширюють цінності національної української культури (пісенні флешмоби, відеозаписи благодійних концертів тощо); інформаційні відео зі свідченнями учасників воєнних подій [Мусієнко 2022: 31].

Ще одним маркером української ідентичності вважаємо поширення інформації про видатних культурних діячів: поетів, письменників, митців – репрезентовану в різному форматі. Позаяк таких прізвищ немало, за приклад візьмемо чи не найяскравіше та найпопулярніше з них – Шевченко. Тарас Шевченко сьогодні, як у медіапросторі, так і в реальному житті, став потужним маркером української ідентичності. Цілком очевидно, що так вважають не лише самі українці, а й наші вороги, які бояться шевченкового слова, як вогню. Знищення пам'ятників письменнику, плакатів з його словами, спалення тонн української літератури на окупованих територіях – це приклад, що доводить: навіть у наших ворогів Шевченко асоціюється з українською ідентичністю та національним самоствердженням.

Пошанування та популяризація творчості Тараса Шевченка сьогодні втілюється не лише в літературних конкурсах та читаннях. Як національний символ українськості, національного способу мислення та життєствердного українського гумору, Шевченко сьогодні в центрі нового інтернет-жанру – мемів.

Мем, або інтернет-мем, – це будь-яка дотепна коротка інформація (фраза, зображення, звукоряк, відео) іронічного характеру, яка відтворює певне ставлення до якихось подій чи обставин, та поширюється в Інтернеті. Найпопулярнішими є інтернет-меми у форматі зображення із влучним жартівливим текстовим поясненням [Освітній тренд 2018].

Серед найпопулярніших інтернет-мемів про Шевченка такі: говорив українською до того, як це стало мейнстрімом; ненавидів росіян до того, як це стало базою; а ти зробив селфі у вишневому садочку?; вуса не роблять тебе крутим, а мене – роблять; кохайтесь чорноброві, але лише з освіченими, високоінтелектуальними та всебічно підкованими особистостями; котра година? – саме час читати „Кобзар” тощо.

Поширений у мережі Інтернет і патріотичний арт із Шевченком. Так, популярними є зображення Шевченка на Майдані, на фоні жовто-блакитного прапора чи палаючої Москви, у формі ЗСУ, в бронезилеті з кулеметом. Най-

відомішими цитатами, які стали свого роду замовляннями для наших воїнів, є слова письменника „Борітеся – поборете”, „Свою Україну любіть”, „Кохайтеся чорноброві, та не з москалями”, „В своїй хаті своя й правді, і сила, і воля”, „Нема на світі України, немає другого Дніпра”, „Огонь запеклих не пече” та ін.

Сьогодні здається, що вся творчість Тараса Шевченка була написана саме для нашого покоління, для цього часу й цієї боротьби. Феномен Шевченка, якого радянське літературознавство представляло школярам в образі бідного кріпака та старого діда в смушевій шапці, сьогодні набув свого первісного значення – великого пророка кризь простір і час, чиї слова є потужною зброєю в боротьбі за відстоювання українських кордонів та ідентичності. Нове прочитання та бачення такої постаті, як Тарас Шевченко, пов'язане й зі зміною в українців уявлення про себе. Із розвінчанням міфу про національну меншовартість відбулася трансформація автостереотипу українця: від покірною своїй долі – до того, хто сам її творить. У сучасному медіапросторі українець – це мужній воїн, захисник, герой.

На думку дослідників, особливого значення в протистоянні між росією та Україною набуває архетип Героя. Його втіленням свого часу були козаки, захисники нації, які боролись з російською більшовицькою навалюю під Крутами, в Холодному Яру, бійці Небесної сотні, сьогодні – це воїни, які відстоюють нашу незалежність у повномасштабній війні росії проти України [Букіна 2022: 21].

Медіаресурси популяризують людей у пікселі та вишиванці, у центрі уваги дописів в Інтернеті стають воїни ЗСУ або ті, хто їм допомагають. У цьому контексті героєм соцмереж та інтернет-мемів сьогодні може стати кожен українець, починаючи від „Привида Києва” – легендарних пілотів, що завдавали нищівних ударів окупантам, та завершуючи простою українською жінкою, яка збила ворожий дрон банкою консервації.

Окремої уваги вартує невичерпний український оптимізм та його втілення в медіасередовищі. Таким прикладом можуть бути ті ж меми, що є прекрасною базою для окремого дослідження. А ще – фразеологізми часів війни та слова, що отримали в її контексті нові значення. У інтернет-медіа „Високий замок” навіть спробували укласти коротенький словник, отож, наводимо деякі приклади з нього: *доброго вечора, ми з України* – нагадування про себе та свою проукраїнську позицію; *йти за російським кораблем* – зазнати поразки; *тракторні війська* – неочікувана дієва допомога; *бавовна* – вибух на території ворога; *піксель* – українська військова форма, забарвлення в стилі ЗСУ; *тривога* – сигнал про необхідність прямувати до укриття; *чисте небо* – відбій повітряної тривоги [Неологізми війни 2022].

Отож, сучасний медіапростір – це площина можливостей для утвердження української ідентичності. Перед лицем нової загрози – фізичного знищення представників етносу, українська національна свідомість проявляється

в її носіїв у різних формах. Серед очевидних та беззаперечних маркерів української ідентичності виділяємо використання української мови: її лексики, фразеології, ономастики тощо для репрезентації українського медіаконтенту та заявлення про себе як представників нації; позбавлення постколоніальних культурних нашарувань унаслідок відродження архаїчних фольклорних жанрів, створення нових видів мистецтва за народними мотивами; позначення матеріалів про Україну та можливість їх пошуку за відповідними хештегами; осучаснення та переосмислення постаті Тараса Шевченка як втілення національної боротьби за волю України; трансформацію автостереотипу українця, що сьогодні в медійному просторі всього світу постає героєм, який бореться з уособленням найбільшого зла; появу інтернет-мемів та новітніх фразеологізмів, що відображають український менталітет у час війни.

Список використаної літератури

- Бурдін Я., *Українізація YouTube-контенту як прояв культурного спротиву українців під час російсько-української війни*, [в:] „Соціологічні студії”, 2023, № 2 (23), с. 62–72, електронний ресурс: <https://www.sociostudios.vnu.edu.ua/index.php/socio/article/view/385/289>.
- Гайкова А., Дніпровська Т., *Мова медіа у новому телебаченні: як журналісти захоплюють україномовний Youtube*, [в:] „Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика”, 2024, № 2, т. 35 (47), с. 236–242, електронний ресурс: https://philol.vernadskijournals.in.ua/journals/2024/2_2024/part_2/39.pdf.
- Кислюк К., *Українська ідентичність: історико-культурні ретроспективи та сучасні перспективи*, [в:] „Філософська думка”, 2018, № 2, с. 50–67, електронний ресурс: <https://tinyurl.com/2p984cux>.
- Кравченко Л., Петрів Х., *Утвердження національної ідентичності в сучасних перейменуваннях (на матеріалі українського урбанімікону)*, [в:] „Мова: класичне – модерне – постмодерне”, 2022, вип. 8, с. 37–62, електронний ресурс: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c964ea2c-6bee-4e44-b7e0-37a6e080552e/content>.
- Лісневська А., Новикова Р., *Аудіовізуальний контент у культурній журналістиці воєнного часу: до питання національної ідентичності*, [в:] „Синopsis: текст, контекст, медіа”, 2023, № 29 (2), с. 131–138, електронний ресурс: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/565/467>.
- Мусієнко О., *Новітні аудіовізуальні інструменти репрезентації української ідентичності на відеохостингах в умовах російсько-української війни*, [в:] „Культура України”, 2022, № 78, с. 30–37, електронний ресурс: <http://ku-khsac.in.ua/article/view/270761>.
- Петрів Х., *Концептосфера національної ідентичності та її мовна об’єктивація в публіцистичних текстах Оксани Пахльовської*, автореферат дис. ... канд. філол. наук. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2019, електронний ресурс: <file:///C:/Users/Dom/Downloads/autoreferat--aref.doc.pdf>.

Чопик Р., *Шевченко проти Путіна: актуальні виміри української ідентичності*, [в:] „Studia Ukrainica Posnaniensia”, 2022, т. X/1, с. 225–238, електронний ресурс: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/sup/article/view/35930/30856>.

Bukina N., *National identity and media literacy in the paradigms of the Russian-Ukrainian war*, [in:] *Functioning of the Ukrainian media during martial law in Ukraine: Scientific monograph*, Riga: “Baltija Publishing”, 2022, pp. 19–59, electronic sours: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/58555>.

Spysok vykorystanoi literatury [References]

Burdin Ya., *Ukrainizatsiia YouTube-kontentu yak proiav kulturnoho sprotyvu ukraintsiv pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny* [Ukrainization of YouTube content as a manifestation of cultural resistance of Ukrainians during the Russian-Ukrainian war], [v:] „Sotsiolohichni studii”, 2023, no. 2 (23), s. 62–72, elektronnyi resurs: <https://www.sociostudios.vnu.edu.ua/index.php/socio/article/view/385/289>.

Haikova A., Dniprovska T., *Mova media u novomu telebachenni: yak zhurnalisty zakhopliuut ukrainomovnyi Youtube* [The language of media in the new television: how journalists capture ukrainian-speaking YouTube], [v:] „Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka”, 2024, no. 2, t. 35 (47), s. 236–242, elektronnyi resurs: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/2_2024/part_2/39.pdf.

Kysliuk K., *Ukrainska identychnist: istoryko-kulturni retrospektyvy ta suchasni perspektyvy* [Ukrainian identity: historical and cultural retrospectives and current perspectives], [v:] „Filosofska dumka”, 2018, no. 2, s. 50–67, elektronnyi resurs: <https://tinyurl.com/2p984cyx>.

Kravchenko L., Petriv Kh., *Utverdzhennia natsionalnoi identychnosti v suchasnykh pereimenuvaniakh (na materialy ukrainskoho urbanonimikonu)* [The affirmation of the national identity in the modern renaming (on the basis of Ukrainian urbanonymicon)], [v:] „Mova: klasychne – moderne – postmoderne”, 2022, vyp. 8, s. 37–62, elektronnyi resurs: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c964ea2c-6bee-4e44-b7e0-37a6e080552e/content>.

Lisnenska A., Novykova R., *Audiovizualnyi kontent u kulturnii zhurnalistytsi voiennoho chasu: do pytannia natsionalnoi identychnosti* [Diovisual content of cultural journalism in wartime: to the issue of national identity], [v:] „Synopsis: tekst, kontekst, media”, 2023, no. 29 (2), s. 131–138, elektronnyi resurs: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/565/467>.

Musiienko O., *Novitni audiovizualni instrumenty reprezentatsii ukrainskoi identychnosti na videokhostynhakh v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny* [The latest audiovisual tools for the video hosting representation of Ukrainian identity in the conditions of the Russian-Ukrainian war], [v:] „Kultura Ukrainy”, 2022, no. 78, s. 30–37, elektronnyi resurs: <http://ku-khsac.in.ua/article/view/270761>.

Petriv Kh., *Kontseptosfera natsionalnoi identychnosti ta yii movna obiektyvatsiia v publitsystychnykh tekstakh Oksany Pakhlovskoi* [The conceptual sphere of national identity and its linguistic

- objectification in the journalistic texts of Oksana Pakhlyvska*], avtoreferat dys. ... kand. filol. nauk. Kyiv: KNU im. T. Shevchenka, 2019, elektronnyi resurs: file:///C:/Users/Dom/Downloads/autoreferat--aref.doc.pdf.
- Чопык R., *Shevchenko proty Putina: aktualni vymiry ukrainskoi identychnosti [Shevchenko against Putin: current dimensions of Ukrainian identity]*, [v:] „Studia Ukrainica Posnaniensia”, 2022, t. X/1, s. 225–238, elektronnyi resurs: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/sup/article/view/35930/30856>.
- Bukina N., *National identity and media literacy in the paradigms of the Russian-Ukrainian war*, [in:] *Functioning of the Ukrainian media during martial law in Ukraine: Scientific monograph*, Riga: “Baltija Publishing”, 2022, pp. 19–59, electronic sours: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/58555>.

Список використаних джерел

- До свого коріння: як війна повернула елементи фольклору у сучасні пісні*, [в:] Neformat, електронний ресурс: <https://www.neformat.com.ua/articles/do-svogo-korinnya-yak-viyna-povernula-elementi-folkloru-u-suchasni-pisni.html>.
- Неологізми війни*, [в:] Високий замок, електронний ресурс: <https://wz.lviv.ua/news/467478-armiainform-v-efiri-natsionalnoho-telemarafonu-rozpovila-pro-neolohizmy-viiny>.
- Освітній тренд: використання інтернет-мемів на уроках*, [в:] На урок, електронний ресурс: <https://naurok.com.ua/post/osvitniy-trend-vikoristannya-internet-memiv-na-urokah>.
- Скільки українців вважають українську мову рідною і спілкуються нею*, [в:] BBC News Україна, електронний ресурс: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cz9d2lz8eego>.
- Стегній І., *Національна ідентичність*, 2020 [в:] *Енциклопедія сучасної України*, електронний ресурс: <https://esu.com.ua/article-71062> (26.07.2024).
- Українська правда: життя*, [в:] Електронний ресурс: <https://life.pravda.com.ua/society/2024/01/18/258925/>
- Що таке #хештег і як його використовувати?*, [в:] Підвищення цифрової компетентності, електронний ресурс: <https://cikt.kubg.edu.ua/>.

Spysok vykorystanykh dzherel [References]

- Do svoho korinnia: yak viina povernula elementy folkloru u suchasni pisni [To own roots: how the war brought elements of folklore back into modern songs]*, [v:] Neformat. elektronnyi resurs: <https://www.neformat.com.ua/articles/do-svogo-korinnya-yak-viyna-povernula-elementi-folkloru-u-suchasni-pisni.html>.
- Neolohizmy viiny [War neologisms]*, [v:] Vysoky zamok, elektronnyi resurs: <https://wz.lviv.ua/news/467478-armiainform-v-efiri-natsionalnoho-telemarafonu-rozpovila-pro-neolohizmy-viiny>.

- Osvitnii trend: vykorystannia internet-memiv na urokakh* [*Educational trend: the use of Internet memes in lessons*], [v:] Na urok, elektronnyi resurs: <https://naurok.com.ua/post/osvitniy-trend-vikoristannya-internet-memiv-na-urokah>.
- Skilky ukraintsiv vvazhaiut ukrainsku movu ridnoiu i spidkuiutsia neiu* [*How many Ukrainians consider the Ukrainian language their native language and communicate in it*], [v:] BBC News Ukraina, elektronnyi resurs: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cz9d2lz8eego>.
- Stehni I., *Natsionalna identychnist* [*National identity*], 2020 [v:] Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy, elektronnyi resurs: <https://esu.com.ua/article-71062>.
- Shcho take #kheshteh i yak yoho vykorystovuvaty?* [*What is #hashtag and how to use it?*], [v:] Pidvyshchennia tsyfrovoi kompetentnosti, elektronnyi resurs: <https://cikt.kubg.edu.ua/>.