

УДК 070+004]:316.77](477)“1991/2014”
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.3.2/38>

Соловійова А. С.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

РОЗВИТОК МЕДІА В УКРАЇНІ В ПЕРІОД 1991–2014 РОКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ІНТЕГРАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ: СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВИМІР

У статті досліджується розвиток медіа в Україні у 1991–2014 роках як інструмент формування національної ідентичності та інтеграції європейських цінностей. Аналізується трансформація українського медійного простору після здобуття незалежності, його вплив на суспільну свідомість та адаптацію демократичних стандартів. Окрема увага приділена ролі друкованих та електронних ЗМІ, телебачення й цифрових платформ у поширенні інформації про європейські цінності, права людини, свободу слова та верховенство права.

В статті розглядається еволюція медіапростору України через призму соціально-комунікаційного підходу, який дозволяє виявити механізми конструювання суспільного дискурсу. У дослідженні висвітлюються ключові етапи розвитку ЗМІ: перехід від радянської пропагандистської моделі до плюралістичного інформаційного середовища, виклики олігархізації медіа та їхня роль під час Помаранчевої революції 2004 р. й Євромайдану 2013–2014 рр.

Окремо розглядається питання інформаційної війни та російської пропаганди, яка впливала на національний інформаційний простір. Підкреслюється значення громадянської журналістики та незалежних фактчекінгових проєктів у боротьбі з дезінформацією.

Українські медіа у зазначений період стали важливим інструментом формування національної ідентичності через висвітлення історичних наративів, популяризацію української мови та культури, а також сприяли суспільному усвідомленню європейської інтеграції як стратегічного курсу країни. Завдяки інформаційним кампаніям, висвітленню міжнародного досвіду та розкриттю демократичних принципів українські медіа не лише відображали суспільні запити, а й активно впливали на їх формування, сприяючи консолідації українців навколо європейських цінностей.

Дослідження дозволяє зробити висновок, що у період 1991–2014 років українські медіа відігравали важливу роль у конструюванні національної ідентичності, адаптації європейських стандартів та формуванні демократичних цінностей.

Ключові слова: медіа в Україні, національна ідентичність, європейські цінності, демократизація, свобода слова, інформаційна війна, громадянська журналістика.

Постановка проблеми. Період з 1991 по 2014 рік в Україні ознаменувався інтенсивними трансформаційними процесами, що стосувалися як внутрішньополітичного розвитку, так і пошуку національної ідентичності в контексті європейської інтеграції. У цьому контексті медіа відіграли ключову роль у поширенні та популяризації європейських цінностей, формуванні суспільних дискурсів та адаптації західних демократичних стандартів.

Українські засоби масової інформації поступово трансформувалися в інструмент формування суспільної думки щодо євроінтеграції, демократичних прав і свобод, верховенства права, громадянської відповідальності та плюралізму. Значну роль у цьому процесі відігравали як державні, так

і незалежні ЗМІ, що поширювали ідеї про важливість європейської правової культури, економічних стандартів та соціальної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження розвитку медіа в Україні в період 1991–2014 років як інструменту формування національної ідентичності охоплює кілька важливих аспектів, які вже були розглянуті як українськими, так і зарубіжними науковцями. Українські дослідники, такі як Т. Лильо, Н. Шайда, Л. Харченко, аналізували роль медіа у формуванні національної ідентичності, зокрема в контексті суспільних трансформацій та суспільної амбівалентності. Дослідження, проведені Академією української преси та «Детектор медіа», розглядали вплив європейських стандартів на розвиток

новітніх медіа в Україні, зокрема структурування інформації та етичні аспекти.

Хоча існують дослідження, присвячені ролі медіа у формуванні національної ідентичності, недостатньо уваги приділено соціально-комунікаційному виміру цього процесу. Зокрема, потребують глибшого аналізу механізми, за допомогою яких медіа сприяли інтеграції європейських цінностей у свідомість українського суспільства. Також потребує додаткового вивчення питання, як розвиток новітніх медіа та цифрових технологій у зазначений період вплинув на сприйняття європейських цінностей. Таким чином, хоча існує значна база досліджень, присвячених ролі медіа у формуванні національної ідентичності та інтеграції європейських цінностей в Україні, окремі аспекти залишаються недостатньо вивченими і потребують подальшого наукового аналізу.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчити роль медіа у формуванні національної свідомості українців, а також визначити механізми та канали трансляції європейських цінностей через українські медіа, оцінивши ключові трансформації медіапростору України в 1991–2014 роках.

В якості основних методів дослідження виступили контент-аналіз медіаматеріалів, порівняльний аналіз дискурсу медіа в різні періоди, методи аналізу й узагальнення архівних матеріалів ЗМІ, публікацій українських та міжнародних експертів у сфері медіа.

Виклад основного матеріалу. Розвиток медіа в Україні в період 1991–2014 років можна розглядати крізь призму соціально-комунікаційного підходу, який дозволяє аналізувати медіа не лише як технологічну чи економічну систему, а як важливий фактор формування суспільних дискурсів, ідентичності та соціокультурної інтеграції. У цьому контексті медіа виступають як основний механізм взаємодії між державою, суспільством та міжнародними структурами, що сприяє адаптації європейських цінностей та зміцненню національної ідентичності.

Соціально-комунікаційний підхід передбачає аналіз медіа як інструменту трансляції та виробництва соціальних смислів. В українському медіапросторі після здобуття незалежності відбувалися значні трансформації, пов'язані з пошуком нових наративів, які б відображали демократичний розвиток країни. У цьому контексті ключову роль відігравали засоби масової інформації, які через дискурс аналізу історичних подій, формування нових медіастандартів та висвітлення процесів

європейської інтеграції сприяли зміні суспільної свідомості.

Одним із важливих аспектів соціально-комунікаційного підходу є дослідження медіа як середовища, у якому здійснюється взаємодія між громадянами та владою. Починаючи з 1991 року, українські медіа пройшли шлях від державного контролю до часткової комерціалізації та плюралізації, що сприяло розширенню спектру соціальних дискурсів. З 2004 року, після Помаранчевої революції, відзначається зростання ролі незалежних медіа, які почали відігравати важливу роль у формуванні громадянського суспільства та популяризації демократичних цінностей.

Згідно з концепцією соціально-комунікаційного підходу, медіа є не лише каналами передачі інформації, але й простором, у якому формуються та конструюються нові ідеї, що визначають соціокультурні орієнтири суспільства. У досліджуваній період українські медіа виконували функцію посередника між глобальними трендами та локальними реаліями, поступово інтегруючи європейську модель журналістики, що базується на принципах свободи слова, етики та об'єктивності. У цьому процесі значну роль відігравали як традиційні ЗМІ, так і нові цифрові платформи, що сприяли більш активному залученню громадян до інформаційного обміну.

Саме тому соціально-комунікаційний підхід дозволяє розглядати розвиток медіа в Україні як складний динамічний процес, що відбувався під впливом як внутрішніх суспільних змін, так і зовнішніх чинників, зокрема європейської інтеграції. Аналізуючи роль медіа у цьому контексті, можна констатувати їхню важливу функцію у формуванні громадської думки, конструюванні національної ідентичності та адаптації європейських цінностей в українському інформаційному просторі.

Говорячи про європейські цінності, варто зауважити, що їхній комунікаційний вимір виявляється через процеси їх трансляції, адаптації та засвоєння в суспільстві. Медіа виконують ключову роль у цьому процесі, слугуючи каналом поширення інформації, формування суспільної думки та конструювання дискурсу європейської інтеграції. Завдяки журналістським матеріалам, публіцистичним розвідкам, телевізійним програмам, цифровим платформам і соціальним мережам європейські цінності стають предметом громадських дискусій і частиною суспільної свідомості.

Власне європейські цінності прийнято визначати як сукупність ідей, норм і принципів, що

визначають соціокультурний, політичний та економічний розвиток європейських суспільств. Вони включають верховенство права, демократичні засади, повагу до прав людини, свободу слова, плюралізм думок, толерантність та рівність [див. 14]. Ці принципи є основою європейської інтеграції та визначають політику Європейського Союзу щодо внутрішніх і зовнішніх комунікаційних процесів.

У період 1991–2014 років українські медіа активно взаємодіяли з європейським інформаційним простором, сприяючи популяризації європейських стандартів демократичного врядування, прав людини та громадянської активності. Особливо важливу роль відіграли незалежні медіа, які висвітлювали питання свободи слова, боротьби з корупцією, правової держави та верховенства права. У цьому контексті можна виокремити кілька ключових аспектів комунікаційного виміру європейських цінностей: інформаційна відкритість (сприяння доступу до об'єктивної та неупередженої інформації про європейські суспільно-політичні процеси та стандарти), медіаосвіта та критичне мислення (розширення суспільного розуміння європейських цінностей через освітні програми та спеціалізовані медіа-проекти), розвиток громадянського суспільства (формування активної громадянської позиції через журналістські розслідування, аналітичні матеріали та суспільно-значимі дискусії), дебати та суспільний діалог (стимулювання обговорення європейської інтеграції, перспектив та викликів для України).

Таким чином, медіа не лише передавали інформацію про європейські цінності, але й ставали платформою для суспільного осмислення та їхньої адаптації в українському контексті, що сприяло поступовій інтеграції європейських стандартів у соціально-культурний простір країни.

Роблячи короткий огляд ролі медіа у формуванні національної та регіональної ідентичностей, варто зауважити, що значення ЗМІ у формуванні національної ідентичності громадян набуває особливої ваги через їхню здатність виконувати контрпропагандистську функцію, яка стає критично важливою в умовах зовнішніх впливів, таких як інформаційна експансія. Оскільки ідентичність, як сукупність уявлень, переконань і рефлексій людей про самих себе, перебуває у стані постійного формування та трансформації, а процес ідентифікації відбувається в умовах конкуренції між різними, часто суперечливими інформаційними впливами, роль ЗМІ зростає. Вони стають ключовими інструментами як у збереженні та зміцненні

символічної спадщини культури, так і в руйнуванні її усталених основ.

Наприклад, український дослідник І. Михайлин у своїх роботах піднімає питання формування національної ідентичності медіазасобами [10]. Медіа мають формувати в духовній сфері позитивне, оптимістичне ставлення до національної самоідентичності. Це завдання є особливо важливим для українського медійного простору, в якому, за словами українського дослідника Т. Лильо, «відкинувши як недієздатний спрощений більшовицький принцип трактування преси як засобу комуністичного будівництва, ми разом з тим принизили пропагандистську, виховну функцію ЗМІ» [8, с. 30–31]. В умовах, коли Україна зазнавала значного впливу інформаційної експансії з боку російського медіа-простору, значення інформаційно-комунікативних засобів у процесі формування, коригування та трансформації національної ідентичності українців мало би бути особливо вагомим.

Запорукою формування національної ідентичності є наявність незалежної держави, яка має важливі інструменти впливу на процес націєтворення, зокрема через державні ЗМІ. Однак на 2012 рік лише близько 10% медіа в Україні знаходилися в державній власності, решта перебували в приватних руках [13, с. 44]. У роки незалежності основними власниками ЗМІ стали представники великого бізнесу, які часто мали зв'язки з російським культурним простором і були байдужі до української ідентичності. Головною метою медіамагнатів було отримання прибутку, що спричиняло орієнтацію медіа на розваги, а не на інформування чи виховання. Це вело до зменшення рольових функцій ЗМІ і зростання частки контенту, що не мав національної орієнтації. Більшість медіа прагнули послаблення державного регулювання, яке мало гарантувати наявність національного контенту, і зверталися до аудиторії більше як до споживачів розваг, ніж до громадян.

Серед основних соціальних причин цього явища В. Павлів виділяє, зокрема, низький рівень матеріального добробуту більшості громадян України, що ускладнює їх здатність ефективно контролювати медіа, які «належать тим, хто за них платить: якщо платять рядові громадяни, то в них своя незалежна преса; якщо платять олігархи, то саме їм належать ЗМІ» [9, с. 82–83]. Ця інформація здебільшого була запозиченою з російського медійного простору і адаптованою версією західних розважальних продуктів. Виробництво українського національного контенту здебільшого

обмежувалося соціальним замовленням від держави, яке було досить незначним.

Як зазначає І. Дзюба, у період перших десятиліть незалежності в Україні «значна частина ЗМІ працює на пониження морального рівня і примітивізацію запитів та смаків населення, безсоромно паразитує на національній несформованості, на глибокій зрусифікованості суспільства, нагнітаючи шалену компанію компрометації української культури і українства взагалі» [4].

Ситуація з українським мовленням покращилася після 2006 року, коли було ухвалено рішення про обов'язкове дублювання іноземних фільмів українською, підтверджене Конституційним Судом у 2007 році. Однак після скасування цього рішення в 2010 році, ситуація змінилася на гірше для україномовного медіа-продукту. За перші десятиліття незалежності кількість україномовних газет зменшилася, а російськомовних збільшилася в п'ять разів. 80% друкованих ЗМІ в Україні були зареєстровані як двомовні або російськомовні, і більшість із них фінансувалися з Росії [11, с. 715].

Одним із важливих завдань був акцент на місцевих ЗМІ, які, як правило, консервативні у питаннях популяризації української культури та історії. Крім того, ці медіа повинні відігравати роль у пом'якшенні регіональних відмінностей у трактуванні питань ідентичності.

Проте це лише зовнішній аспект проблеми, адже в Україні за перші дві десятиліття незалежності не було розроблено чітке уявлення про національний інформаційний простір і його безпеку. Для ефективного використання ЗМІ у процесах ідентифікації необхідно створити основи державної інформаційної політики та ухвалити закони, що стосуються інформаційного суверенітету, безпеки та розвитку медіа-простору.

Загалом, спадщина радянських медіа справила значний вплив на інформаційну культуру пострадянської України, вплинувши на структуру медіапростору, журналістські стандарти, а також на сприйняття аудиторією ролі та функцій засобів масової інформації. Радянська система медіа базувалася на монопольному державному контролі над інформацією, ідеологічній цензурі та використанні ЗМІ як інструменту пропаганди, що значно відрізнялося від демократичних традицій плюралізму та свободи слова.

Радянські медіа привчили аудиторію сприймати інформацію як незмінну правду, що виходить «зверху». Це ускладнювало перехід до критичного сприйняття новин у незалежній Україні.

У 1990-х роках політики часто використовували медіа, як це робила радянська влада, для просування власних ідеологій.

Щодо дотримання журналістських стандартів, то характерними для цього періоду були відсутність критичного мислення у журналістиці, а також наявність цензури та «темників» для контролю за редакційною політикою.

Ліквідація «темників» після приходу Віктора Ющенка на посаду Президента України сприяла зняттю державного тиску на журналістів, дозволяючи їм висловлюватися в рамках чинного законодавства. Проте відсутність регуляції супроводжувалася низкою негативних наслідків, зокрема, через непрофесійність окремих представників ЗМІ та етичні порушення у роботі видань.

З 2005 року, після Помаранчевої революції, українські медіа почали активно запозичувати формати європейського телебачення та онлайн-журналістики, що сприяло підвищенню якості контенту. Зросла популярність аналітичних та суспільно-політичних програм, які знайомили аудиторію з європейськими нормами державного управління, правової системи та економічного розвитку.

Проте збільшення кількості нових друкованих видань в Україні на початку 2000-х років не вирішило основних проблем, з якими стикалася українська преса. Багато з цих видань виходили російською мовою, що свідчило про значну залежність медіаринку від російської інформаційної продукції. Це було особливо помітно на фоні великої кількості російських газет і книг, які надходили в Україну без сплати податків і мали економічні переваги. Російська преса залишалася набагато дешевшою за українську, що давало їй конкурентну перевагу [7, с. 82].

Отже, сучасна українська преса пройшла значну трансформацію, еволюціонувавши від радянської моделі до багатогранного та динамічного медіапростору. З початку незалежності, починаючи з 1991 року, відбулися вагомні зміни у тематичному наповненні видань, а також у структурі їх власності – монополію однієї партійної системи замінила розгалужена мережа приватних власників.

Українські медіа поступово почали виконувати функцію творення національного нарративу, протиставляючи його радянському спадку. Зростання незалежної журналістики, особливо після Помаранчевої революції, стало важливим кроком до формування інформаційної культури, заснованої на демократії та свободі слова.

Спадщина радянських медіа залишила значний вплив на інформаційну культуру пострадянської України, водночас створюючи виклики для демократизації та розвитку незалежних ЗМІ. Незважаючи на це, з 2000-х років українські медіа поступово відходили від радянських моделей, шукаючи нові форми самовираження та відповіді на запити суспільства.

Проте виклики та можливості для розвитку медіа в Україні в цей період були значними. Обмеження незалежності через концентрацію медіа у руках кількох впливових осіб зменшувало свободу слова і обмежувало можливості для об'єктивного висвітлення подій. З іншого боку, розвиток громадянської журналістики через нові медіаплатформи та блоги став протипагою олігархічному впливу, надаючи громадянам можливість поширювати альтернативні наративи. Однак незалежні ЗМІ часто стикалися з економічними труднощами, зокрема через нестачу фінансування та інші ринкові виклики.

Отже, стає очевидним, що з моменту здобуття Україною незалежності, медіапростір країни зазнав суттєвих трансформацій. Але, в цілому, у період 1991–2014 років медіа відігравали ключову роль у поширенні та популяризації європейських стандартів в українському суспільстві. Різноманітні інформаційні кампанії та журналістські проекти, реалізовані як на державному, так і на недержавному рівні, сприяли формуванню проєвропейських орієнтацій серед громадян.

Однією з впливових ініціатив у друкованих та онлайн-медіа був проєкт «Європа без бар'єрів» (<https://europewb.org.ua/>), що реалізовувався в 2000-х та 2010-х рр.. Його головною метою було подолання міфів щодо Європейського Союзу, висвітлення можливостей безвізового режиму, а також роз'яснення основних положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Публікації в рамках цього проєкту сприяли розумінню ключових реформ, необхідних для гармонізації українського законодавства з європейськими нормами.

Важливим напрямом популяризації європейських стандартів була діяльність суспільного мовлення та незалежних телеканалів. Зокрема, телеканали «5 канал», «Еспreso TV» та «Громадське телебачення» активно висвітлювали події, пов'язані з євроінтеграційним курсом України, а також створювали спеціальні репортажі та програми, які знайомили глядачів із європейським досвідом у різних сферах суспільного життя.

Особливу роль у просуванні європейських цінностей відіграли журналістські розслідування, що

викривали проблеми корупції, політичної непрозорості та порушення прав громадян. Наприклад, проєкт «Слідство.Інфо» не лише інформував про негативні явища в українській політиці, а й порівнював українську ситуацію з європейськими підходами до демократичного управління.

Варто також згадати ініціативи, спрямовані на молодіжну аудиторію. Зокрема, освітні проєкти, підтримані ЄС, сприяли розширенню знань про європейські інституції та створенню умов для академічної мобільності українських студентів.

Таким чином, інформаційні кампанії та журналістські проєкти стали потужним інструментом у процесі популяризації європейських стандартів в Україні, сприяючи зростанню суспільної підтримки європейського курсу країни та формуванню демократичних цінностей.

У період 1991–2014 років провідні телеканали України також відігравали важливу роль у формуванні суспільної думки про національну ідентичність. Їхні меседжі залежали від політичних інтересів власників, регіональної аудиторії та зовнішніх впливів, зокрема проросійських наративів. Основні меседжі, що просувалися телеканалами, можна згрупувати за їхньою спрямованістю на підтримку української чи проросійської ідентичності.

1. Телеканали, орієнтовані на підтримку української національної ідентичності (5 канал, 1+1, ICTV, СТБ, Новий канал (група Пінчука)).

Меседжі: Україна як незалежна, суверенна держава з європейським майбутнім або як частина європейської спільноти, що потребує реформ і демократичних змін; підтримка демократичних цінностей, свободи слова та прав людини; значущість історичного відмежування від Росії як імперської держави; пропагування героїв української історії (зокрема Степана Бандери, діячів УНР) як основи національної ідентичності, а також популяризація сучасної української культури через розважальний контент; акцент на значущості української мови як ключового маркера ідентичності або ж акцент на потребі в єдності країни, незалежно від регіональних чи мовних відмінностей; висвітлення Помаранчевої революції та Євромайдану як боротьби за свободу та європейські цінності.

Цільовою аудиторією 5 каналу та 1+1 виступали прозахідно орієнтовані громадяни, переважно з центральних і західних регіонів України, середній клас й молодь, тоді як ICTV, СТБ та Новий канал орієнтувалися більшою мірою на мешканців центральної та східної України, аполітичну аудиторію.

2. Телеканали, що підтримували проросійські наративи (Інтер, ТРК «Україна»).

Меседжі: Україна як частина «Русского мира», що має спільну з Росією історію, культуру та традиції; розмивання уявлення про унікальність української ідентичності, акцент на «братніх народах»; висвітлення української ідентичності через економічні інтереси та співпрацю з Росією, зокрема, особливий акцент на ідентичності мешканців Донбасу як регіону з унікальною культурою, яка потребує автономії; критика прозахідних політиків та ідей, зокрема Помаранчевої революції та Євромайдану; підтримка наративу про двомовність як природний стан для України.

Цільовою аудиторією виступало, переважним чином, населення східної та південної України, проросійськи налаштовані громадяни.

3. Вплив російських телеканалів (через ретрансляцію або контент). До 2014 року російські телеканали (Перший канал, НТВ, «Россия 24») мали значний вплив в Україні, особливо у східних та південних регіонах.

Меседжі: заперечення унікальності української ідентичності, трактування України як «молодшого брата» Росії; негативне зображення історичних героїв України, особливо діячів ОУН-УПА; просування ідеї двомовності як запоруки миру та стабільності; критика євроінтеграції як загрози для української економіки; пропаганда ідей «Русского мира» та виправдання втручання Росії у внутрішні справи України.

Ці телеканали орієнтувалися на проросійськи налаштованих громадян, особливо в прикордонних регіонах.

Загалом, можна зауважити, що телеканали, орієнтовані на українську ідентичність, акцентували увагу на питаннях національного відродження, історичної справедливості (Голодомор, репресії), тоді як проросійські канали фокусувалися на спільній радянській історії. Висвітлення ключових подій, таких як Помаранчева революція або Євромайдан, залежало від політичних інтересів власників каналів. Україномовні канали асоціювали українську мову з національною єдністю, тоді як проросійські канали використовували російську мову як інструмент для закріплення впливу «Русского мира».

В цілому, у період 1991–2014 років українські телеканали активно впливали на формування національної ідентичності, відображаючи політичні інтереси власників і регіональні настрої. Ця ситуація сприяла як зміцненню української національної свідомості, так і збереженню регіо-

нальних розколів, які загострилися під час подій 2014 року.

До подій Євромайдану українська ідентичність часто розглядалася як неоднорідна, із сильними регіональними відмінностями, що базувалися на історичних, мовних та культурних аспектах. Протести 2013–2014 років стали переломним моментом, коли медіа активізували процеси переосмислення та конструювання спільного національного наративу.

Українські медіа відіграли ключову роль у популяризації ідей європейських цінностей, прав людини, свободи та демократичних реформ, які стали основою нової ідентичності. Наративи Євромайдану, представлені в національних ЗМІ, підкреслювали єдність українців у боротьбі за гідність та незалежність, створюючи образ народу, об'єднаного спільною метою. Одним із головних аспектів медійного впливу стало поширення нових символів, що репрезентували сучасну українську ідентичність. Учасники Євромайдану стали уособленням цієї трансформації, а їхні історії, фотографії та відео широко транслювалися в медіа.

Особливу роль відіграли соціальні мережі, де в режимі реального часу поширювалися символи протесту – український прапор, пісні революції, гасла «Слава Україні!» і «Героям слава!» та зображення барикад. Ці елементи перетворилися на маркери колективної ідентичності, які закріпилися у суспільній свідомості як символи єдності та спротиву.

Євромайдан став першим масштабним суспільним рухом в Україні, де соціальні медіа відіграли вирішальну роль у формуванні національного наративу. Платформи, такі як Facebook, Twitter та YouTube, стали простором, де звичайні громадяни могли висловлювати свої погляди, ділитися свідченнями та брати участь у створенні нової ідентичності.

Особливо важливим став розвиток нових цифрових платформ та соціальних мереж як каналів прямої комунікації, що дозволяли українцям отримувати оперативну інформацію та взаємодіяти з європейськими партнерами, долаючи інформаційні бар'єри, створені проросійською пропагандою. Через ці платформи поширювалися історії про солідарність і боротьбу, доповнюючи офіційні медійні наративи та роблячи їх більш автентичними. Російські медіа, натомість, активно формували альтернативний наратив, спрямований на поділ українського суспільства та дискредитацію протестного руху. Вони прагнули зберегти радянське розуміння «єдності слов'янських народів» та

представити Євромайдан як загрозу традиційній ідентичності.

Проте цей виклик став каталізатором для консолідації українського інформаційного простору. Поява незалежних фактчекінгових ініціатив, таких як StopFake, а також активізація журналістів і громадянського суспільства сприяли спростуванню російських контрнарративів та посиленню позицій проукраїнських медіа.

Євромайдан заклав основу для зміни уявлення про українську ідентичність. Завдяки медіа та активній участі громадян у створенні інформаційного порядку денного, українська ідентичність почала асоціюватися з цінностями свободи, гідності та національної гордості. Цей процес також посприяв зміцненню ідеї політичної нації, де громадянство та відданість спільним цінностям переважають над етнічними та мовними відмінностями. Медіа допомогли створити новий дискурс, у якому ключовими стали прагнення до незалежності від Росії та інтеграції з Європою.

Значну роль у процесі інтеграції європейських цінностей відігравали міжнародні медіа, такі як «BBC Ukrainian Service», «Deutsche Welle», «Radio Free Europe/Radio Liberty». Вони надавали альтернативний до офіційного інформаційний порядок денний, ознайомлюючи українську аудиторію з принципами демократії, свободи слова та захисту прав людини. У період інформаційних криз та суспільно-політичних трансформацій саме ці медіа слугували джерелом достовірної та незаангажованої інформації.

Під час Євромайдану 2013–2014 років відбулося переосмислення ролі медіа як механізму не лише інформування, а й активного впливу на формування демократичної свідомості. Медіа стали потужним інструментом формування європейської ідентичності в Україні, сприяючи адаптації демократичних стандартів та трансформації суспільних уявлень про майбутнє країни. Попри виклики, пов'язані з інформаційними війнами та впливом пропагандистських наративів, український медіапростір довів свою здатність до розвитку та інтеграції з європейським інформаційним простором, що стало особливо помітним у періоди суспільно-політичних змін.

Євромайдан став переламною точкою, коли українські медіа, спільно з громадянським суспільством, відіграли вирішальну роль у пере-

осмисленні національної ідентичності. Завдяки трансляції спільних переживань, символів та цінностей, інформаційний простір перетворився на інструмент об'єднання суспільства. Ця трансформація стала основою для подальших змін у політичній та культурній свідомості українців.

Висновки. Медіа в Україні в період з 1991 до 2014 років пройшли складний шлях трансформації, віддзеркалюючи суспільні дилеми, які постали перед країною після здобуття незалежності. У цей час медіа відігравали ключову роль у формуванні, збереженні та трансформації національної ідентичності, стаючи важливим маркером у процесі побудови української державності.

Медіа у 1991–2014 роках були і полем битви, і дзеркалом суспільних процесів в Україні. З одного боку, вони сприяли консолідації національної ідентичності, особливо у ключові моменти історії, такі як Помаранчева революція та Євромайдан. З іншого боку, вони часто загострювали регіональні відмінності через політичні інтереси, зовнішній вплив та структурні проблеми інформаційного простору.

Щодо трансляції європейських цінностей, українські ЗМІ активно популяризували демократичні принципи, права людини, свободу слова, верховенство права та політичний плюралізм. Інформаційні кампанії, міжнародні медіапроекти, а також розвиток незалежної журналістики сприяли посиленню суспільного запиту на європейську інтеграцію. Водночас виклики, такі як інформаційні маніпуляції, пропаганда з боку Росії та внутрішні проблеми медіаринку, уповільнювали цей процес, що зумовлювало потребу в підвищенні рівня медіаграмотності населення та стандартів журналістської діяльності.

Перші десятиліття незалежності продемонстрували, що медіа в Україні є не лише ретрансляторами інформації, але й активними учасниками процесу конструювання національної ідентичності. Медіа відіграли вирішальну роль у формуванні української політичної нації, підкреслюючи спільні цінності, які об'єднують громадян, незалежно від регіональних, мовних чи етнічних відмінностей. Подальший розвиток українського медійного простору потребує зміцнення незалежності журналістики, боротьби з дезінформацією та створення умов для прозорого і плюралістичного інформаційного середовища, яке слугуватиме як рушієм конструктивних змін.

Список літератури:

1. Академія української преси. URL: <https://www.aup.com.ua/pro-aup/misija/>
2. Детектор медіа. URL: <https://ms.detector.media/>
3. Борис Л. Український телепростір періоду незалежності. *Теле- та радіожурналістика*. 2020. Вип. 19. С. 131–137.
4. Дзюба І. Проблеми і перспективи української культури. 2009. URL: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/1495357.html> (дата звернення 7.04.2025).
5. Історія вимірювання телевізійної аудиторії в Україні. Частина перша. Детектор медіа. URL: <https://surl.lu/yefoar> (дата звернення 7.04.2025)
6. Історія вимірювання телевізійної аудиторії в Україні. Частина друга. Детектор медіа. URL: <https://surl.gd/zdnqfy> (дата звернення 7.04.2025)
7. Лебедєва-Гулей О.З. Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991–2006 рр. *Випуск періодики: Наукові записки інституту журналістики*. 2006. Т.25 жовтень-грудень. С. 80–85.
8. Лильо Т. Комунікація. Ідентичність. Глобалізація: монографія. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. 134 с.
9. Мас-медіа в сучасній Україні, 9 листопада 1996 р. Діалоги на межі століть : Стенограми міждисциплінарних семінарів ім. Івана Лисяка-Рудницького, Київ, 1996–2000 рр. / [ред. К. Сігов, Л. Фінберг]. К. : Дух і літера, 2003. С. 100–117.
10. Михайлин, І. Л. Журналістика як Всесвіт. Вибрані медіадослідження. Харків: Прапор, 2008. 511 с.
11. Павличко Д. Українська національна ідея: статті, виступи, інтерв'ю, документи. К. : Основи, 2004. 771 с.
12. Скуратівський В. Гуманітарна політика в Україні : навч. посіб. / Віталій Скуратівський, Володимир Трошинський, Світлана Чукут. К.: Укр. Акад. держ. упр., 2002. 261 с.
13. Шайда Н.К. Медіа як чинник національно-ідентифікаційних процесів в сучасному українському суспільстві. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: науково-практичний журнал /відп. ред. С.І.Кравченко; упоряд. М.А.Рожило. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2012. № 1 (1). С. 44–49.*
14. Consolidated versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the functioning of the European Union (2016/C 202/01). EUR-Lex. URL: <https://cutt.ly/rw3mx0S4> (accessed April 7, 2025)

Soloviova A. S. THE DEVELOPMENT OF MEDIA IN UKRAINE FROM 1991 TO 2014 AS A TOOL FOR SHAPING NATIONAL IDENTITY AND INTEGRATING EUROPEAN VALUES: A SOCIO-COMMUNICATIVE DIMENSION

The article explores the development of media in Ukraine from 1991 to 2014 as a tool for shaping national identity and integrating European values. It analyzes the transformation of the Ukrainian media landscape after independence, its impact on public consciousness, and the adaptation of democratic standards. Special attention is given to the role of print and electronic media, television, and digital platforms in spreading information about European values, human rights, freedom of speech, and the rule of law.

The author examines the evolution of Ukraine's media space through a socio-communicative approach, revealing mechanisms of public discourse construction. The study highlights key stages in media development: the transition from the Soviet propaganda model to a pluralistic information environment, the challenges of media oligarchization, and the role of media during the Orange Revolution (2004) and the Euromaidan protests (2013–2014).

Additionally, the issue of information warfare and Russian propaganda is addressed, emphasizing their influence on the national information space. The importance of citizen journalism and independent fact-checking projects in combating disinformation is underscored.

During this period, Ukrainian media became a crucial tool in shaping national identity by highlighting historical narratives, promoting the Ukrainian language and culture, and fostering public awareness of European integration as the country's strategic course. Through information campaigns, coverage of international experiences, and the dissemination of democratic principles, Ukrainian media not only reflected social demands but actively influenced them, contributing to the consolidation of Ukrainian society around European values.

The research concludes that during 1991–2014, Ukrainian media played an important role in shaping national identity, adapting European standards, and fostering democratic values.

Key words: media in Ukraine, national identity, European values, democratization, freedom of speech, information warfare, citizen journalism.