ДЕРЖАВНА СЛУЖБА УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ

ІІ МІЖВУЗІВСЬКА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ, ПРИУРОЧЕНА ДНЮ УКРАЇНСЬКОЇ ПИСЕМНОСТІ ТА МОВИ

28 жовтня 2026 року

«СИЛА МОВИ: ДУХ, ЗБРОЯ, ІНТЕЛЕКТ»

Ірина ФАРІОН



Львів 2026

УДК 81’272’246.2:316.774:004.738.5

ВПЛИВ РОСІЙСЬКОМОВНОГО МЕДІАПРОДУКТУ НА МОВНУ ПОВЕДІНКУ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ: ВІД ПАТРІОТИЧНОГО ІМПУЛЬСУ ДО ЦИФРОВОГО РЕЦИДИВУ

Олена КОПКО,
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності
Науковий керівник – Вдович Світлана Михайлівна,
кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник,
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

Повномасштабне вторгнення РФ у 2022 р. викликало безпрецедентну хвилю патріотичного піднесення, що спричинило стрімку українізацію цифрового простору країни. Молодь масово й емоційно відмовлялася від мови агресора. Цей «патріотичний імпульс» став символом ментального розриву з імперським минулим. Проте на п'ятому році війни первинний емоційний тиск спав, трансформувавшись у явище, яке соціолінгвісти класифікують як «цифровий рецидив» – непомітне, але масове повернення молодих людей до російськомовного поля в медіасфері. Згідно з масштабним соціологічним дослідженням компанії Gradus Research на замовлення Міністерства культури України, опублікованим у квітні 2026 р., 71% українців продовжують регулярно споживати російськомовний контент, а майже чверть із них робить це щодня. Особливо тривожна статистика щодо підростаючого покоління: 59% підлітків віком 14–17 років споживають російськомовний медіапродукт щонайменше раз на місяць. Ба більше, за даними опитування соціологічної групи Рейтинг, рівень підтримки повної заборони російського культурного продукту серед молоді знизився з 49% до 40%, а частка категоричних противників заборон зросла до 21% [7]. Цей парадокс, коли молода людина декларує проукраїнську позицію, але, усамітнившись з алгоритмами смартфона, повертається до російських медіаджерел, створює загрозу для

національної безпеки та культурної деколонізації. Наявність стійкої «сірої зони» споживання ворожого контенту свідчить, що цифрова русифікація адаптувалася до умов війни, використовуючи алгоритми рекомендацій соцмереж і дефіцит розважальних українських альтернатив.

Початок повномасштабної агресії РФ у лютому 2022 р. став каталізатором кардинальних змін у соціолінгвістичній структурі українського суспільства. Для молоді як найбільш динамічної та цифрової вікової групи відмова від російського культурного продукту стала формою громадянського протесту та зброєю в інформаційній війні. У цей період зафіксовано унікальний соціокультурний феномен – «патріотичний імпульс», під час якого перехід на українську мову відбувався не через адміністративний тиск, а через глибоку внутрішню потребу й емоційне відторгнення всього, що пов'язане з країною-агресором [6, с. 76].

Цей імпульс у цифровому просторі мав чіткі практичні вияви: масове свідоме видалення російськомовних аудіотреків із персональних медіатек; блокування російських інфлюенсерів та відписка від каналів, що транслювали наративи країни-агресора; зміна мовних налаштувань інтерфейсів операційних систем і мобільних застосунків на українську; стрімке зростання попиту на україномовних блогерів, подкастерів і музикантів, що спричинило короткочасне «українське цифрове диво».

Утім тривалий стан екзистенційної загрози та затяжний характер війни внесли корективи у мовну поведінку. Психолінгвістичні дослідження доводять, що людська психіка не здатна тривалий час функціонувати в режимі максимальної емоційної напруги. Починаючи з кінця 2024 р., первинний емоційний тиск патріотичного імпульсу почав спадати, поступаючись місцем втомі й адаптації до умов «воєнної рутини».

У науковий обіг увійшов термін «цифровий рецидив» – процес латентного (прихованого) повернення користувачів до споживання російськомовного контенту після періоду свідомої відмови від нього. Головна соціолінгвістична особливість цього рецидиву полягає в тому, що він є переважно прагматичним та індивідуальним. Молода людина може публічно демонструвати

високий рівень патріотизму і розмовляти українською в університеті чи на роботі, проте в приватному просторі смартфона (під час відпочинку чи ескапізму) вона знову стає споживачем російського продукту. Мовна поведінка втрачає ідеологічне забарвлення і повертається до критеріїв «зручності», «звички» та «доступності». Таким чином, патріотичний імпульс виявився недостатнім для формування стійкої мовної екосистеми без підкріплення додатковими технічними та контентними чинниками.

Перехід від масового патріотичного піднесення 2022 р. до поступового повернення у російськомовне медіаполе у 2024–2026 рр., ймовірно, не є випадковим процесом. Можна припустити, що він зумовлений комплексною взаємодією трьох ключових чинників: алгоритмічного тиску глобальних платформ, можливого структурного дефіциту українського контенту та, очевидно, психолінгвістичного вигорання суспільства [4, с. 566].

Сучасна молодь практично не шукає контент вручну, за неї це роблять рекомендаційні системи цифрових платформ (TikTok, YouTube, Instagram Reels, Spotify). Головна мета цих алгоритмів – максимальне утримання уваги користувача задля монетизації. Тут виникає конфлікт між національною безпекою України та комерційними інтересами глобальних ІТ-гігантів. Алгоритми працюють за принципом кластеризації: вони об’єднують користувачів у групи на основі географічної близькості, мовної схожості та попередніх переглядів. Як наслідок, виникає ефект «алгоритмічної пастки»: варто молодому українцю випадково затримати погляд на одному російськомовному відео (наприклад, оцінити популярний тренд чи додивитися кулінарний рецепт), як ШІ-платформи починають масово заповнювати його стрічку рекомендацій аналогічним контентом з РФ [2, с. 10]. Яскравим прикладом алгоритмічного тиску є музичні стрімінгові платформи (Spotify, Apple Music). Наприкінці 2023 р. та у 2024 р. у топ-чарти України знову почали пробиватися російські треки (наприклад, саундтреки до російських пропагандистських серіалів або кальянний реп). Алгоритми Spotify автоматично додавали ці пісні у

персоналізовані підбірки («Мікс дня», «Новинки для вас») українських користувачів через спільну історію прослуховувань у регіоні Східної Європи, фактично нав’язуючи російський продукт навіть тим, хто свідомо його не шукав.

Іншим критичним чинником є нерівні умови конкуренції між українським і російським медіаринками. За роки повномасштабної війни український YouTube та медіапростір здійснили колосальний прорив у сферах історичного просвітництва, документалістики, політичної аналітики й інтерв'ю («Історія без міфів», «Загін Кіноманів», «Клятий раціоналіст», «Телебачення Торонто» тощо).

Варто категорично наголосити на тому, що твердження про відсутність якісного українського продукту є цілковито хибним. Проте ключова проблема криється в кількості та фінансових ресурсах. У Російській Федерації створення молодіжного медіапродукту фінансується безпосередньо державою або лояльними корпораціями. Ці колосальні вливання спрямовані не на розвиток культури, а на приховану пропаганду, утримання пострадянських країн у сфері свого впливу та штучне розмивання кордонів. Російський медіабізнес здатний генерувати тисячі одиниць розважального контенту щодня. Водночас українська сфера змушена розвиватися в умовах жорсткого воєнного браку коштів, через що виникає кількісний дефіцит саме в розважальних сегментах, таких як комп'ютерні ігри, кіберспорт, огляди техніки чи легке комедійне шоу. Коли молода людина шукає швидку інформацію для вирішення конкретного побутового чи розважального запиту, штучно створене ворогом різноманіття виграє не за рахунок якості, а за рахунок масовості, змушуючи користувача робити прагматичний вибір на користь доступного тут і зараз продукту [3, с. 121].

На п'ятому році війни психологічний стан молоді характеризується високим рівнем тривожності й емоційного виснаження. У цьому контексті виникає потреба в ескапізмі – прагненні втекти від суворої реальності, постійних повітряних тривог, мобілізаційних дискусій і трагічних новин. Україномовний медіапростір сьогодні є глибоко травмованим і рефлексуючим: навіть у розважальних подкастах чи стендапах звучать теми війни,

ПТСР, втрат і донатів. Це абсолютно правильно з погляду здорового суспільства, але важко для виснаженої психіки. Натомість російський розважальний контент (як-от комедійні шоу, ТікТок-будинки, блоги про подорожі), створений у рамках політики «штучної аполітичності» в РФ, пропонує яскраву, безтурботну картинку світу, де війни немає. Споживання такого продукту стає для частини української молоді деструктивною «зоною комфорту». Мова контенту в цей момент перестає сприйматися як маркер ідентичності чи загрози та стає «безпечним фоном» для тимчасового відключення свідомості від стресу. Цей мовний дуалізм (українська в публічному житті та російська в навушниках під час відпочинку) є найтривожнішою ознакою сучасного цифрового рецидиву [1].

Ефективна протидія викликам цифрового рецидиву та подолання латентної русифікації серед української молоді потребують переходу від стратегії адміністративних заборон до формування свідомої мовної стійкості та розбудови конкурентоспроможного медіапростору. Першочерговим завданням у цьому контексті є підвищення рівня індивідуальної цифрової гігієни самих користувачів. Оскільки алгоритми глобальних платформ орієнтуються на поведінкові маркери, молодь має навчитися свідомо «перевиховувати» штучний інтелект власних ґаджетів. Це досягається через тотальне блокування російськомовних каналів, використання функцій «не рекомендувати це відео» або «приховати трек», а також через штучне насичення пошукових запитів виключно українською чи англійською мовами. Водночас на загальнодержавному та суспільному рівнях необхідно стимулювати створення саме легкого та розважального україномовного продукту. Важливо підтримувати молодих креаторів, геймерів, стендап-коміків та техноблогерів, які здатні заповнити кількісний дефіцит інформаційного поля. Оскільки російська фабрика контенту фінансується як інструмент державної пропаганди, українська відповідь має полягати не в копіюванні ворожих форматів, а в розширенні асортименту українських

альтернатив, які задовольнятимуть щоденні прагматичні та розважальні потреби молоді [5, с. 258].

Стрімкий патріотичний імпульс початку повномасштабного вторгнення, який базувався на гострих емоціях та цивілізаційному протесті, з часом природно трансформувався в мовну рутину. Психологічна втома від тривалої війни, потреба в ескапізмі, а також агресивний технічний тиск рекомендаційних алгоритмів TikTok, YouTube та Spotify призвели до виникнення явища цифрового рецидиву. Проте цей процес не є незворотним чи свідченням зміни політичних поглядів покоління. Він викриває суто прагматичну пастку, в яку потрапляє молода людина через штучно створене ворогом різноманіття та дефіцит швидкого розважального контенту українською мовою. Формування стійкого україномовного цифрового середовища можливе лише за умови поєднання особистої відповідальності кожного користувача і системного розвитку української креативної індустрії. Захист мовних кордонів у навушниках сучасної молоді є не менш важливим елементом національної безпеки, ніж захист територіальної цілісності держави, адже саме інформаційні звички сьогодні формують ментальне майбутнє нації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Mieliekiestsev K., Temirova N. The Policy of Russianization of Ukraine and Other European Territories of Russian Empire: Comparative Analysis. Eminak: Scientific Quarterly Journal. 2022. № 2 (38). P. 43–57. https://doi.org/10.33782/eminak2022.2(38).580

2. Бойчук Х. Р. Українське телебачення у ключові історичні періоди незалежності: російський контент, пропаганда і фейки. Особливості трансформації комунікацій в умовах новітніх суспільних викликів: тези доповідей III науково-практичної конференції (24 травня 2024 р., м. Київ) / за ред. Сусської О. О., Коника Д. Л., Тітаренко І. І.; Національний університет «Києво-Могилянська академія». Київ: НаУКМА, 2024. С. 8–10.

3. Вакулич В., Новородовська Н. Російська пропаганда агресії проти України (2014–2021 рр.). Український інформаційний

простір. 2023. № 1 (11). С. 119–132. https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279610

4. Демидова А. С., Годенко-Наконечна О. П. Роздуми про русифікацію: як і навіщо боротися з цим злом в Україні. Тиждень студентської науки – 2022: матеріали 77 студентської науково-технічної конференції (м. Дніпро, 16–20 травня 2022 р.). Дніпро: НТУ «ДП», 2022. С. 563–566.

5. Лизанчук В. В. Геноцид, етноцид, лінгвоцид української нації: хроніка. Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2008. 258 с.

6. Маринець Н., Мараєва У., Побережець Г. Патріотичний дух українців як шлях до перемоги. Вісник Львівського університету. Серія: Філософсько-політологічні студії. 2022. Вип. 44. С. 77–83.

7. Як зменшити вплив російського контенту? Мінкульт, БФ «МХП-Громаді» та Gradus презентували дослідження медіаспоживання українців / Міністерство культури України. URL: https://mincult.gov.ua/news/yak-zmenshyty-vplyv-rosijskogo-kontentu-minkult-bf-mhp-gromadi-ta-gradus-prezentuvaly-doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv/ (дата звернення: 22.10.2026).

УДК 004.8:81'322:316.77:614.8

МОВНІ ЗАСОБИ ТА ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ В СИСТЕМІ КРИЗОВОГО ІНФОРМУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ

Зоряна ГАНАЧІВСЬКА

Науковий керівник - Христина ВЕРБИЦЬКА, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри українознавства та міжкультурної комунікації

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

У кризових умовах традиційні канали комунікації можуть бути недостатньо оперативними або перевантаженими. Натомість