

Чорноус Анна Володимирівна

Кандидат політичних наук, науковий співробітник

Сектору суспільних наук Науково-організаційного відділу

Президії Національної академії наук України

<https://orcid.org/0009-0003-3186-5074>

e-mail: chornous.vifp@gmail.com

**ПОЛІТИЧНИЙ МІФ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИБОРЧИХ
КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ:
ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ
УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

Резюме

У статті розглядається роль політичного міфу в умовах воєнного стану України та його вплив на трансформацію електоральної свідомості. Метою дослідження є аналіз політичного міфу як інструменту виборчих кампаній у період збройного конфлікту, коли міфологеми, пов'язані з героїзмом, захистом та національною єдністю, набувають особливої сили. Політичний міф не лише мобілізує електорат, а й впливає на формування нових ідентичностей, легітимізує владу та змінює механізми політичної поведінки громадян. Підкреслюється, що в умовах війни виборчі кампанії все більше набувають рис сакрального ритуалу, в якому емоційна складова та символи національної єдності заміщають раціональні ідеї та програми. Політичний міф відіграє важливу роль у стабілізації суспільства, знижуючи рівень тривожності та допомагаючи формувати нову систему політичних ідентичностей. Вагомим є акцент на нових героях — волонтерах, медиках, лідерах громад, які стали основою нової політичної реальності в умовах воєнного часу. У дослідженні зазначено, що політичний міф у цей період не лише визначає виборчі настрої, але й здатний створювати нові соціальні структури та ролі у політичному процесі, що підвищує значення локальних ініціатив та лідерів. В той же час особливого значення набуває необхідність обережного використання політичного міфу для підвищення рівня політичного плюралізму та уникнення розвитку авторитарних практик.

Ключові слова: політичні міфи, електоральна поведінка, воєнний стан, політична свідомість, пропаганда, національна ідентичність, громадянське суспільство.

Вступ

В умовах воєнного стану в Україні політичний міф набуває особливої актуальності як інструмент впливу на електоральну свідомість. Виборчі кампанії, що проводяться в умовах збройного конфлікту, характеризуються посиленням символічної політики, де міфологеми «героя», «захисника», «зовнішнього ворога» стають ключовими елементами політичної комунікації. Ці міфи не лише мобілізують електорат, але й формують нові ідентичності, легітимізують владу та впливають на політичну поведінку громадян. У цьому контексті дослідження політичного міфу як інструменту виборчих кампаній є вкрай необхідним для розуміння трансформацій електоральної свідомості українського суспільства.

Метою дослідження є аналіз політичного міфу як інструменту виборчих кампаній в умовах воєнного стану та дослідження його впливу на трансформацію електоральної свідомості українського суспільства.

Методи дослідження

Аналіз політичного міфу як інструменту виборчих кампаній в умовах воєнного стану передбачає комплексне застосування різних наукових підходів і методів, таких як контент-аналіз, системний та порівняльний методи. Так, метод контент-аналізу був використаний для вивчення політичних меседжів, візуальних символів та наративів, присутніх у виборчій комунікації, соціальних мережах та офіційних заявах політиків під час воєнного стану. За допомогою системного методу сучасний політичний міф було проаналізовано як важливий інструмент виборчих кампаній в умовах воєнного стану. Порівняльний метод використано для зіставлення електоральної поведінки та дискурсивних стратегій до початку повномасштабної війни та в її умовах.

Таке поєднання методів забезпечило глибоке розуміння трансформацій, що відбуваються у сфері політичної комунікації та електоральної поведінки під впливом сучасних викликів, які постали перед українським суспільством у період війни.

Результати дослідження

Проблематика політичного міфу як інструменту виборчих кампаній активно досліджується сучасними українськими науковцями. О. Максимчук і С. Бондар [1] підкреслюють роль медіа у поширенні політичних міфів під час криз. О. Барчан [2] аналізує активізацію міфів у період війни та їх вплив на колективну свідомість. Дослідники також звертають

увагу на роль політичної міфології у формуванні ідентичності та електоральної поведінки в умовах воєнного стану.

Політичний міф як інструмент виборчої кампанії є не лише елементом комунікаційної стратегії, а механізмом, що дозволяє структурувати суспільну реальність, легітимізувати політичні дії та мобілізувати електорат навколо символічних фігур, подій чи ідей. В українському контексті політичні міфи завжди відігравали особливу роль — у періоди нестабільності, соціальних потрясінь чи загроз національній ідентичності їхній вплив посилювався в рази [2, с. 129].

До початку повномасштабної війни політичні кампанії в Україні тяжіли до використання переважно прагматичних меседжів — реформ, антикорупції, стабілізації економіки. Електоральні настрої будувалися здебільшого на очікуванні покращення життєвого рівня, а отже, й образи політиків формувалися в межах «менеджерського» чи «реформаторського» міфу. Політики прагнули постати як ефективні адміністратори, сильні організатори, здатні «навести лад». У той самий час використовувалися й типові для перехідних суспільств образи: «борець із системою», «людина з народу», «нове обличчя» — тобто політичні міфи, які апелюють до недовіри до влади як явища.

З початком війни парадигма електоральної комунікації докорінно змінилася. Місце раціонального обговорення проблем поступово зайняла сакралізована, символічна, емоційно заряджена риторика. У таких умовах політичний міф став універсальним інструментом, який допомагає суспільству осмислити нову реальність, знайти в ній сенс і орієнтири. Особливо це помітно у процесі формування образів політичних лідерів [3]. Вищевказане дає підстави стверджувати, що у період загрози існуванню держави лідер перестає бути лише політиком — він стає героєм, воїном, символом нації.

Війна кардинально змінила запити електорату. На перший план вийшла потреба в безпеці, захисті, національній гідності. Виборець шукає не стільки програму реформ, скільки внутрішню впевненість у тому, що його держава вистоїть. Цей запит автоматично породжує нову хвилю політичних міфів: про незламність нації, єдність народу, героїзм армії, святу місію боротьби. Виборчі кампанії у таких умовах — це вже не змагання ідей, а боротьба за уособлення національної стійкості, віри та надії [1, с. 52].

Окрім лідерських фігур, особливої ваги набули й колективні міфи — наприклад, уявлення про народ як єдину силу, що бореться проти зла. Формується чітка дихотомія: «ми» проти «них», «добро» проти «зла». Це умовне спрощення реальності шляхом розподілу: це «+», а інше — «-» дає призводить до можливості виокремлення власного електорату, що, в свою чергу, дозволяє швидко мобілізувати виборців, особливо в

умовах, коли час на прийняття рішень обмежений, а суспільство емоційно виснажене.

Політичний міф у воєнний період не лише виконує мобілізаційну функцію, але й стабілізаційну. У ситуації, коли держава живе в умовах воєнного стану, обмежень, втрат, евакуацій, необхідно зберігати внутрішню стійкість. Саме тут у гру *вступає* міф: він створює уявлення про те, що все має сенс, що боротьба не марна, що за втратами стоїть велика мета — перемога, свобода, майбутнє для дітей [1, с. 54]. В цих умовах слід очікувати, що політичні кампанії активніше апелюватимуть до емоційних тем — захисту родини, героїзму загиблих, відновлення правди, боротьби з корупцією та демонстрації минулих заслуг лідерів.

Соціальні мережі, телебачення, офіційні канали комунікації активно підтримують цей міфологізований дискурс. Ключові події війни миттєво перетворюються на символи — наприклад, героїчна оборона Маріуполя, подвиги військових, патріотичні виступи у міжнародних інституціях. Такі образи не лише інформують — вони цементують колективну свідомість, формують нову електоральну ідентичність, де громадянин — це не лише споживач державних послуг, а учасник великої історичної місії.

Окремим напрямом трансформації політичного міфу є поява нового типу героїв — волонтерів, медиків, донорів, педагогів, які стали частиною фронту всередині країни. Це сприяє розширенню політичного уявлення про участь у виборах: тепер виборець голосує не лише як споживач політичної програми, а як частина громадянської армії. Політики, які будують свою кампанію на такому підході, мають значно вищі шанси на успіх [4].

Однак, разом із позитивною мобілізацією, політичний міф у воєнний час несе й ризики: надмірна сакралізація лідерів, придушення критичного мислення, зростання нетерпимості до іншої думки, маніпуляції страхом. Коли політична боротьба зводиться до боротьби символів, зникає простір для дискусії, альтернатив, аналітики. Це створює передумови для зміцнення авторитарних практик, навіть у демократичному контексті.

Виборчі кампанії в умовах воєнного стану, таким чином, втрачають традиційну логіку демократичного змагання і дедалі більше нагадують сакральний ритуал — акт підтвердження віри у лідера, ідею, спільне майбутнє. Це змінює як формати кампаній (менше дебатів — більше емоційних звернень), так і роль виборця (менше аналізу — більше солідарності) [4].

Таким чином, є підстави стверджувати, що політичний міф став центральним нервом електоральної свідомості воєнного часу. Він виступає як канал комунікації, інструмент легітимації, джерело національного духу. Його сила — не тільки у здатності об'єднати, пояснити, підняти, але й у потенційному ризику перетворення виборчої демократії на емоційну

одностайність без альтернативи. Саме тому ключовим завданням сучасного суспільства є баланс: використання політичного міфу як ресурсу мобілізації, але не як засобу знищення політичного плюралізму.

За результатами опитування Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), проведеного у грудні 2023 року, 94% громадян України вважають, що перемога у війні є головним державним пріоритетом, і лише 4% вважають, що слід зосередитись на внутрішніх соціально-економічних питаннях [5]. Цей показник яскраво демонструє домінування національно-мобілізаційного нарративу в масовій свідомості. Відповідно, є досить підстав вважати, що виборчі кампанії, які ґрунтуватимуться на тематиці перемоги, стійкості, жертвності, мають значно вищий потенціал для залучення електорату.

Крім того, згідно з дослідженням соціологічної групи «Рейтинг», проведеним у листопаді 2023 року, 87% опитаних позитивно оцінювали діяльність Збройних сил України, і 81% — Президента України, при тому що підтримка парламенту або уряду коливається у межах 40 — 50% [6]. Це свідчить про сакралізацію окремих політичних і державних інституцій, що стали символами боротьби, та посилення ролі персоналізованого політичного міфу — міфу про «лідера-воїна», «національного захисника», що стає важливим фактором у майбутній виборчій боротьбі.

Особливої уваги заслуговує зміна у віковій структурі електоральної активності. Згідно з даними Центру Разумкова [7], найвищий рівень політичної мобілізації спостерігається серед вікової групи 30-49 років (76%), що пов'язано з активною участю цього покоління у волонтерському русі, територіальній обороні, інформаційній протидії. Молодь (18-29 років) демонструє нижчі показники політичної активності (53%), натомість має високий рівень довіри до соціальних мереж як основного джерела політичної інформації — понад 67% назвали їх своїм головним каналом отримання новин.

Ці дані мають важливе значення для розуміння трансформації електоральної свідомості. По-перше, вони свідчать про зростання значення неформальних джерел інформації (блогерів, TikTok-активістів, Telegram-каналів), що дозволяють формувати політичні міфи поза межами офіційної політичної риторики. По-друге, це означає, що традиційні інструменти політичної агітації — дебати, телебачення, партійні структури — втрачають ефективність у порівнянні з емоційною та візуальною подачею через цифрові платформи.

Крім того, у 2024 році в ході дослідження Національного демократичного інституту (NDI) було зафіксовано, що 78% громадян схильні довіряти політикам, які особисто брали участь у бойових діях або підтримували армію в конкретних проєктах, тоді як лише 28% позитивно сприймають

«традиційних політиків» без воєнного бекграунду [8]. Це означає, що суспільство в умовах воєнного стану вимагає не стільки представництва, скільки особистого прикладу — новий політичний герой має бути учасником подій, а не лише коментатором.

У контексті впливу воєнного стану на виборчий процес, варто також зазначити, що Центральна виборча комісія в останньому офіційному повідомленні наголошувала: близько 7 млн виборців знаходяться за кордоном або переміщені внутрішньо, що створює безпрецедентну ситуацію для реалізації виборчого права та суттєво змінює географію політичної підтримки [9]. Цей фактор посилює роль політичного міфу як зв'язку між виборцем і державою: у ситуації фізичної дистанції політичний меседж має нести емоційний заряд та символічну силу, яка здатна об'єднати розділене простором суспільство.

Воєнний стан як юридичний і соціальний режим істотно трансформує не лише політичне поле, а й саму структуру громадянського суспільства. В умовах загрози фізичному існуванню держави та нації активізується горизонтальна солідарність, зростає роль волонтерських ініціатив, місцевих громад, неформальних об'єднань. Саме ці утворення, хоч формально й не є політичними гравцями, стають джерелом нових суспільних лідерів, авторитетів та символів. У такій ситуації виборча кампанія починає будуватися не лише довкола традиційних політичних партій чи інститутів, а й довкола громадських наративів [10].

Вищенаведені процеси і стани суспільства призводять до появи нового типу кандидатів — не професійних політиків, а лідерів думок, активістів, ветеранів, які мають реальний досвід служіння суспільству в критичних обставинах. Їхня легітимність ґрунтується не на партійній історії, а на персональному внеску в оборону, волонтерство, допомогу іншим. Таким чином, воєнний стан змінює критерії політичної довіри — важливішим за досвід стає моральний авторитет, за програму — особиста історія, за політичну ідеологію — продемонстрована готовність до самопожертви.

Інформаційний простір при цьому стає полем битви не тільки за контроль над фактами, а й за контроль над емоціями. Протягом повномасштабної війни інформація втратила свою «нейтральну» природу: кожен факт, навіть суто побутовий, моментально політизується, інтерпретується через призму «свій-чужий». У таких умовах політичний міф не лише підкріплює вибір — він виправдовує будь-яку дію, дозволяє легше приймати складні рішення, раціоналізує жертви. Це — своєрідний інструмент психологічного захисту, як для виборця, так і для політика [2, с. 122–123].

Додатково трансформується і структура електоральної поведінки. Класична мотивація голосування — соціально-економічна вигода, політична ідентичність або оцінка попередньої діяльності — поступається

новим мотиваціям: збереження єдності, довіра до «свого», підтримка того, хто вистояв або підтримував у складний час. Формується феномен лояльності до представників влади чи лідерів громад, не зважаючи на помилки або суперечності, оскільки сам факт «залишитися з людьми під час війни» виступає потужним аргументом у виборі. У такий спосіб електоральна свідомість переходить від раціонального вибору до символічної лояльності [4].

Виборчі кампанії в цих умовах дедалі більше нагадують не обмін ідеями, а вияв публічної підтримки спільного курсу. Дебати, критика, аналітична оцінка поступаються емоційній підтримці, моральному схваленню, публічному прояву солідарності. У цьому контексті навіть просте питання «Хто з нас?» починає грати вирішальну роль, витісняючи дискусії про тарифи, децентралізацію чи економічне зростання. Кандидати, які не включають у свою комунікацію символічні та моральні аспекти, опиняються на маргінесі політичного простору [1, с. 49–50].

Ще однією ключовою зміною є збільшення впливу локального рівня на електоральну поведінку. В умовах війни територіальні громади стали базовими одиницями виживання: саме там організовується захист, гуманітарна допомога, відновлення інфраструктури. Відповідно, зростає і значення місцевих лідерів — голів ОТГ, старост, керівників комунальних служб. Виборець, який відчув конкретну допомогу на місці, набагато охочіше голосує за «свого», навіть якщо центральні політичні сили просувають інших кандидатів. Це підвищує роль персональних політичних міфів, де міфотворення відбувається не через загальнонаціональні канали, а через особисту присутність, дії, символи на рівні громади [11].

Узагальнюючи, можна стверджувати, що політичний міф в умовах воєнного стану виконує низку трансформованих функцій:

- консолідаційна -допомагає об'єднати суспільство навколо спільних символів та мети;
- легітимаційна — надає моральну вагу політичним діям навіть у нестандартних умовах;
- компенсаторна — знижує рівень тривожності в суспільстві через емоційне пояснення подій;
- мобілізаційна — спонукає до участі у виборах, волонтерстві, підтримці державних структур;
- ідентифікаційна — допомагає громадянам відчувати себе частиною великої історичної спільноти.

Таким чином, в умовах воєнного стану політичний міф перестає бути просто елементом електоральної гри — він стає фундаментальною

частиною політичної реальності, що формує і поведінку громадян, і саму логіку функціонування політичної системи.

Висновки

Політичний міф у контексті воєнного стану перетворюється з допоміжного елементу політичної комунікації на центральний механізм структування електоральної свідомості. Він не лише інтерпретує дійсність, а й формує нову систему цінностей, засновану на символах героїзму, жертвності, національної єдності та сакралізації лідерства. Зазначено, що в умовах екзистенційної загрози державі, політичні кампанії набувають рис ритуалу: виборець більше не оцінює програму чи ідеологію — він обирає образ, символ, моральний авторитет. Це посилює емоційний вимір політики, знижує рівень критичного мислення та відкриває простір для маніпуляцій. Політичний міф виконує ключову стабілізаційну функцію: він об'єднує суспільство, легітимізує нестандартні рішення влади, компенсує страх та втрати, формує відчуття причетності до великої мети. У цьому контексті виборчий процес трансформується — стає не стільки конкурсом програм, скільки емоційним актом підтримки колективної ідентичності.

Встановлено, що зростання ролі політичного міфу потребує критичної рефлексії: за надмірної міфологізації політичного простору можливе згортання плюралізму, зниження відкритості до альтернативних поглядів та формування передумов для авторитарних практик. Отже, потребою сучасного суспільства стає збереження балансу між мобілізаційним потенціалом політичного міфу та необхідністю збереження демократичних механізмів у публічному дискурсі.

Список посилань

1. Максимчук О. В., Бондар С. С. Роль мас-медіа у формуванні політичних міфів. Актуальні проблеми політики. 2020, № 65. С. 49 — 55. [Електронний ресурс]: URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/13101>.
2. Барчан О. В. Деструктивність сучасного політичного міфу в Україні: загальні аспекти. Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Філологія. Соціальні комунікації, 2010. № 22, С. 129 — 133. [Електронний ресурс]: URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/6763>.
3. Краснощоків А. О. Використання міфів в виборчих кампаніях: бакалаврська робота. Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса. 2022. [Електронний ресурс]: URL: <https://dspace.onua.edu.ua/items/bb9f7ebe-81b3-4e52-913d-b64322a436a4>.

4. Черноус А. В. Політичний міф як засіб виборчих кампаній. [Електронний ресурс]: URL: <https://uacademic.info/ua/document/0415U000780>.
5. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Частка українців, які вважають, що справи розвиваються у правильному напрямі, знизилася до 54%. 2023. [Електронний ресурс]: URL: <https://interfax.com.ua/news/political/955114.html>.
6. Соціологічна група «Рейтинг». Загальні настрої українців під час війни (листопад-грудень 2024). 2024. [Електронний ресурс]: URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/gen_opinion122024.html.
7. Центр Разумкова. Рівень політичної активності за віковими групами в Україні у 2023 році. 2023. [Електронний ресурс]: URL: <https://razumkov.org.ua>.
8. Національний демократичний інститут (NDI). Довіра до політиків з військовим досвідом в Україні у 2024 році. 2024. URL: <https://www.ndi.org>.
9. Центральна виборча комісія України (ЦВК). Офіційне повідомлення про кількість виборців за кордоном та внутрішньо переміщених осіб у 2024 році. 2024. [Електронний ресурс]: URL: <https://www.cvk.gov.ua>.
10. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу. Київ: Знання України. [Електронний ресурс]: URL: https://ipiend.gov.ua/publication/shajhorodskyj-iu-zh-polityka-vzaiemodiia-realnosti-i-mifu/?utm_source=chatgpt.com.
11. Інститут масової інформації. Українські медіа значно втратили довіру у 2023 році — опитування КМІС. 2023. [Електронний ресурс]: URL: <https://imi.org.ua/news/ukrayinski-media-znachno-vtratyly-doviru-u-2023-rotsi-opytuvannya-kmis-i57786>.

References

1. Maksymchuk, O. V., Bondar, S. S. (2020). The role of mass media in shaping political myths. *Actual Problems of Politics*, No. 65, pp. 49 – 55. Available at: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/13101> (accessed April 12, 2025).
2. Barchan, O. V. (2010). Destructiveness of modern political myth in Ukraine: general aspects. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University: Series: Philology. Social Communications*, No. 22, pp. 129 – 133. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/6763> (accessed April 12, 2025).

3. Krasnoshchokov, A. O. (2022). The use of myths in electoral campaigns: bachelor's thesis. Odessa: National University «Odessa Law Academy.» Available at: <https://dspace.onua.edu.ua/items/bb9f7ebe-81b3-4e52-913d-b64322a436a4> (accessed April 12, 2025).
4. Chornous, A. V. (2025). Political myth as a tool in electoral campaigns. Available at: <https://uacademic.info/ua/document/0415U000780> (accessed April 12, 2025).
5. Kyiv International Institute of Sociology (KIIS). (2023, December 19). The share of Ukrainians who believe that things are developing in the right direction has decreased to 54%. Available at: <https://interfax.com.ua/news/political/955114.html>.
6. Sociological Group «Rating». (2024, December 5). General moods of Ukrainians during the war (November-December 2024). Available at: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/gen_opinion122024.html.
7. Razumkov Center. (2023). Level of political activity by age groups in Ukraine in 2023. Available at: <https://razumkov.org.ua>.
8. National Democratic Institute (NDI). (2024). Trust in politicians with military experience in Ukraine in 2024. Available at: <https://www.ndi.org>.
9. Central Election Commission of Ukraine (CEC). (2024). Official statement on the number of voters abroad and internally displaced persons in 2024. Available at: <https://www.cvk.gov.ua>.
10. Shayhorodskyi, Y. Zh. (n.d.). Politics: interaction of reality and myth. Kyiv: Knowledge of Ukraine. Available at: https://ipiend.gov.ua/publication/shajhorodskyj-iu-zh-polityka-vzaiemodiia-realnosti-imifu/?utm_source=chatgpt.com (accessed April 12, 2025).
11. Institute of Mass Information. (2023). Ukrainian media significantly lost trust in 2023 — KMIS survey. Available at: <https://imi.org.ua/news/ukrayinski-media-znachno-vtratyly-doviru-u-2023-rotsi-opytuvannya-kmis-i57786>.

Anna Chornous

Candidate of Political Sciences,

*Researcher of the Sector of Social Sciences of the Scientific
and Organizational Department, Presidium of the NAS of Ukraine*

<https://orcid.org/0009-0003-3186-5074>

e-mail: chornous.vifp@gmail.com

POLITICAL MYTH AS A TOOL IN ELECTORAL CAMPAIGNS DURING MARTIAL LAW: TRANSFORMATION OF ELECTORAL CONSCIOUSNESS IN UKRAINIAN SOCIETY

Abstract

The article examines the role of political myth in the context of martial law in Ukraine and its influence on the transformation of electoral consciousness. The aim of the study is to analyze political myth as a tool in electoral campaigns during periods of armed conflict, when mythological themes related to heroism, defense, and national unity gain particular significance. Political myth not only mobilizes the electorate but also influences the formation of new identities, legitimizes power and changes mechanisms of political behavior. It`s emphasized that during wartime electoral campaigns increasingly take on characteristics of a sacred ritual, where the emotional component and symbols of national unity replace rational ideas and programs. At the same time, political myth plays a role in stabilizing society, reducing anxiety levels and helping to create a new system of political identities. In particular, the focus on new heroes – volunteers, medics, community leaders – who have become the foundation of the new political reality during wartime conditions is important. The research shows that during this period, political myth not only shapes electoral moods but also creates new social structures and roles within the political process, enhancing the significance of local initiatives and leaders. The article`s conclusions underline the need for cautious use of political myth to avoid undermining political pluralism and the development of authoritarian practices.

Keywords: political myths, electoral behavior, martial law, political consciousness, propaganda, national identity, civil society.

Стаття надійшла до редакції 02.04.25

© Чорноус А. В., 2025