

Василь Сентик,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент *Оксана Кушнір*

АКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Повномасштабне вторгнення російських військ на терени України змінило вектор інформаційно-комунікаційного процесу. Потреба в оперативному і безперервному споживанні новин активізувала їх пошук в онлайн-мережі. Користувачі найчастіше шукали інформацію у соцмережах, які в одній новинній стрічці подавали повідомлення з різноманітних джерел [1]. Серед найуживаніших застосунків – Телеграм, Ютуб, Фейсбук, збільшилася також популярність таких інтернет-джерел, як Вайбер, Інстаграм, ТікТок, Твітер тощо. З перших днів війни українці збагнули зручність споживання контенту із соцмереж, адже інформація швидше з'являлась у різних телеграм-каналах або на фейсбук-сторінках журналіста, політика, військового, будь-якої особи, яка опинилась на місці подій. За допомогою смартфона можна було миттєво зафіксувати факт, завантажити відео, а також дізнатися поточну ситуацію в країні.

За результатами опитування, зробленого у травні 2022 р. Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Громадянської мережі ОПОРА, найпопулярнішим джерелом інформації за попередні два місяці виявилися соціальні мережі – ними користуються 76,6 % респондентів, на другому місці – телебачення з показником 66,7 % голосів, третю позицію зайняв інтернет (за винятком соцмереж) – 61,2 % користувачів [2].

Керівники держави також намагалися пристосуватися до нових вимог, створюючи офіційні профілі органів влади й особисті сторінки у соціальних мережах для оперативного інформування громадян. Верифікація (т. зв. «синя галочка») цих платформ нівелювала російську пропаганду на фейкових ресурсах. Часто українці шукають новини на сторінкам військовослужбовців та волонтерів, котрі погоджуючи із військовим керівництвом, можуть поширювати ексклюзивну інформацію.

Після ескалації бойових дій люди почали більше довіряти телебаченню та радію. Водночас традиційні медіа активізували свою діяльність у соціальних мережах, не тільки для інформування, але і збору коштів на потреби ЗСУ серед своєї аудиторії. Наприклад, збори, організовані «Бігусінфо» на Ютубі, «Першою приватною мемарнею» у Телеграмі, «Ґрунтом» у Твіттері, за лічені години закривалися, скеровуючи допомогу за призначенням.

З-поміж соціальних мереж домінує Телеграм. З початком повномасштабного вторгнення Фейсбук уперше поступився першістю і перемістився аж на третє місце. Так, серед 76,6 % громадян, які використовують соціальні мережі як джерело інформації, 66% обирають Телеграм, 61 % – Ютуб, ще 58 % – Фейсбук [2].

Телеграм пропонує користувачам можливості двох функціональних напрямів. З одного боку, це – месенджер, який заявляє про свою захищеність (хоча це твердження неоднозначне), з іншого – це платформа поширення контенту. Функція інформування реалізується через телеграм-канали – спеціальні акаунти, на які можна підписатись та отримувати їх вміст через клієнтський додаток для десктопу або мобільного пристрою чи через веб-інтерфейс (браузер). Війна Росії проти України стала для Телеграму як

платформи поширення інформації своєрідним поштовхом до збільшення аудиторії. Популярність платформи як месенджера тісно пов'язана з мережевим ефектом. Чим більша кількість людей користується нею, тим ширшими стають перспективи залучення нових користувачів [4].

Унікальність платформи Телеграм з її винятковими функціями особливо увиразнилася під час війни. Спрощена технологія створення і програмування телеграм-ботів дозволила автоматизувати чимало інформаційно-комунікаційних процесів. Зокрема, один із них сповістить про повітряну тривогу навіть там, де не чути сирен. Telegram-бот передачі інформації про пересування ворожої техніки зробив з українців розвідників. Telegram-канали допомагають волонтерам координувати свою роботу, біженцям – знаходити місця для ночівлі чи дізнаватися про особливості перебування в певній країні, навіть шукати людей, які зникли під час цієї війни.

Українське інтернет-видання «Детектор медіа» здійснило моніторинг Телеграму упродовж липня 2022 р. і визначило топ-10 телеграм-каналів серед українців цього місяця: «Труха Україна» (2,27 млн), «Україна Сьогодні: новини, війна, Росія» (1,56 млн), «Україна online» (1,45 млн), «Інсайдер UA» (1,45 млн), «Реальная Война | Украина» (1,29 млн), «Телеграмна служба новин – Новини Україна Війна | новини Україна війна» (1,09 млн), «Всевидающее ОКО Украина» (1,07 млн), Top News | (Війна, Україна, Новини) (1,05 млн), Zelenskiy / Official (1,02 млн), Ukraine NOW (955,2 тис.) [3].

Контент-аналіз телеграм-каналів засвідчив ключову проблему їх функціонування. У Телеграмі, як і в соцмережах загалом, доступно і швидко можна поширити інформацію, відповідальність за яку несе користувач. Запустити фейк може кожен, у кого є акаунт у будь-якій із мереж і месенджерів. А за допомогою ботів та платного просування контент можна легко зробити вірусним. Інформацію в соцмережах нелегко перевірити. Тут активно працюють боти заради її поширення та актуалізації. Вони задають тренди, які потім можуть підхопити ЗМІ. Аудиторія кліпового мислення довіряє інформації, яка активно популяризується у соцмережах. Дані платформи складно законодавчо врегулювати. Для боротьби з дезінформацією у 2020 р. році Міністерство культури та інформаційної політики розробило проєкт закону «Про протидію дезінформації», який впроваджував відповідальність за поширення фейків. Проте законопроект так і не було зареєстровано у Верховній Раді. Його неодноразово критикували через занадто жорстке регулювання журналістської діяльності.

Список використаної літератури

1. Дивимося, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/7353987/>.
2. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. URL: https://www.oporaua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozivannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori.
3. Топ найпопулярніших серед українців телеграм-каналів очолила «Труха Україна» – хто ще у списку. URL: <https://www.google.com/amp/s/speka.media/telegram-kanali/top-naipopulyarnisix-sered-ukrayinciv-telegram-kanaliv-ocolila-truxa-ukraina-xto-shhe-u-spisku-plmwzp/amp>.
4. Як Telegram став одним з основних діджитал-інструментів цієї війни. URL: <https://tyzhden.ua/iak-telegram-stav-odnym-z-osnovnykh-didzhytal-instrumentiv-tsiiei-vijny/>.