

Безуглова Валерія

аспірантка 1-го року навчання ОП 054 «Соціологія», кафедра соціології та масових комунікацій Криворізького державного педагогічного університету

Науковий керівник: **Калашнікова Людмила Володимирівна**
– професор кафедри соціології та масових комунікацій Криворізького державного педагогічного університету, доктор соціологічних наук, доцент

**МІСЦЕ І РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В
ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ІНСАЙТИ ВІЙНИ**

В сучасному інформаційному суспільстві поява та масове поширення соціальних медіа як сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій спричинили суттєві трансформації суспільних відносин. Для учасників комунікативного процесу актуалізувалися нові суб'єктні ролі з огляду на можливість вільного доступу до створення та безмежного поширення інформації. Не менш важливим стало і дотримання принципу партисипативності, коли процес комунікації реалізується за рівноправної участі користувачів й інститутів медіа.

Будучи платформою для генерації і розповсюдження контенту, який має соціальну значущість, соціальні медіа типологічно протистоять традиційним медіа, чиї комунікативні можливості визначаються функціональними характеристиками наявної системи засобів масової інформації (високий рівень організованості, жорсткий механізм внутрішнього регулювання, низький рівень інтерактивності, неможливість врахування індивідуальних інформаційних запитів та ін.). Сучасні соціальні медіа мають діаметрально протилежні риси, що обумовлені специфікою реалізації комунікації в Інтернет-просторі: платформа для

м. Одеса, 25 березня 2022 р.

інформаційного обміну; формування спільноти користувачів-однодумців; наявність актуальних тем обговорення; гнучка система організації та контролю контенту; відносна децентралізація; демократичність форм представлення контенту; оперативні інструменти зворотного зв'язку з аудиторією. Проте цей перелік далеко не є вичерпним, оскільки світ повсякчас змінюється, з'являються нові виклики такі, як пандемія, війна, які вимагають негайного реагування і спричиняють неминучі зміни функціонування соціальних медіа як способу вирішення низки нагальних проблем, що виникають.

Останнім часом соціальні мережі активно використовують у громадському управлінні. Враховуючи їх масштабну популярність, зручність інтерфейсу, вони дозволили підвищити швидкість поширення інформації, знизити непоінформованість населення про роботу органів влади, посилити прозорість їхньої діяльності. Сьогодні соціальні мережі дедалі активніше використовуються чиновниками для оперативного інформування населення, аналізу результатів своєї діяльності, виявлення суспільно значимих проблем. Створюються краудсорсингові платформи участі громадян у діяльності муніципалітетів.

Наразі, в умовах війни, для вітчизняних соціологів соціальні медіа дозволяють реалізовувати задуми щодо проведення онлайн соціологічних досліджень у месенджерах Telegram і Viber. Остання функція соціальних медіа набула своєї виключної актуальності в умовах війни з огляду на можливість забезпечення не лише оперативного інформування (viber-спільнота «Молнія», який на час військових дій об'єднав 3,7 млн. українців, регіональні telegram-канали «Сирена», а також telegram-канали голів обласних адміністрацій тощо), а й логістики волонтерської діяльності

м. Одеса, 25 березня 2022 р.

(telegram-канал «Українська Волонтерська Служба»), роботи територіальних центрів з надання допомоги внутрішньо переміщеними особами (telegram-канал «Trips for Ukraine»), оптимізації діяльності військових та представників правоохоронних органів по виявленню диверсійних груп (viber-спільнота «Допомога для тероборони Кривого Рогу», telegram-канал «Оборона Кривбасу»), оперативного фактчекінгу інформаційних повідомлень з місця подій тощо. Ідеться про взаємодію не лише у межах країни, а за її межами з огляду на необхідність комунікації з тимчасовими емігрантами, вирішення питань з їх розміщенням (telegram-bot «Кордони України»), працевлаштування, надання необхідного соціального захисту. Ще одним кейсом функціональності соціальних медіа став застосунок «Дія» через який здійснюється інформаційна підтримка суспільства і ЗСУ («Дія TV», «Дія Радіо», «єВорог»), фінансова допомога різним верстам населення і армії («єПідтримка», «Допомога армії»), психологічне розвантаження (онлайн-гра «єБайрактар»).

Слід також наголосити увагу на інших якісних змінах функціонування сучасних соціальних медіа, оскільки нові соціальні реалії породили попит на новий тип інформації – дані про місце розташування бомбосховищ, пунктів надання першої медичної допомоги, актуальний розклад курсування евакуаційних потягів тощо (telegram-канал регіональних ЗМІ «Рудана», «Свої», «Криворожці»). Гостро постала проблема фільтрації контенту, через можливість використання цих даних супротивниками. Попри відсутність офіційної цензури у соціальних медіа, війна змусила користувачів здійснювати самоконтроль інформації. Сприяє реалізації цього новоспечений і верифікований telegram-канал «Центр протидії дезінформації при РНБО України».

м. Одеса, 25 березня 2022 р.

Не менш важливою стала й психологічна місія соціальних медіа, які спрямували свою діяльність на підтримку і збереження загальнолюдських цінностей, єднання та вияв емпатії, збереження оптимізму серед мас у такий нелегкий для усіх час (telegram-bot «Elomia»). І попри шквал негативних повідомлень, повсякчасне бажання відсторонитися від будь-якої інформації, взагалі закритися від ситуації, люди намагаються відстежувати події, про що свідчить кількісна динаміка користувачів соціальних медіа за останні тижні.

За даними опитування, проведеного соціологічною групою «Рейтинг», останнім часом знизилася доля (з 49 % до 37 %) тих українців, які отримують інформацію з соціальних мереж Facebook та Instagram. У першу чергу, ці зрушення пов'язані з тим, що більшість користувачів змістили акцент у бік інших джерел інформації, таких як групи і канали у месенджерах, віддаючи перевагу не лонгрідам у соціальних мережах та спілкуванню за інтересами, а коротким змістовним інформаційним повідомленням. За свідченнями респондентів майже вдвічі зросла кількість повідомлень, які вони отримують від родичів, близьких друзів [Шосте загальнонаціональне опитування, 2022].

Узагальнюючи, зазначимо, що попри існуючий поділ соціальних медіа на групи, орієнтовані спілкування (соціальні мережі, блоги, сайти відгуків та знайомств, а також додатки та сайти тощо), ресурси для спільного редагування інформації, мультимедійні соціальні медіа, сьогодні актуалізувалися саме спеціалізовані соціальні мережі з чітко окресленим функціональним потенціалом, який відповідає визначенню «інсайт» війни.

Список використаних джерел

Шосте загальнонаціональне опитування: адаптація українців до умов війни (2022, Март 19). Соціологічна група «Рейтинг» https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_1000_ua_03_2022_vpress.pdf.

м. Одеса, 25 березня 2022 р.