

Мирошниченко А. Ю.
mirosnicenkoalona@gmail.com

аспірантка кафедри соціології і публічного управління
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

ВПЛИВ ЗМІ, СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Вже понад 3 роки війна в Україні несе великі збитки довкіллю та має довгострокові екологічні наслідки для людей та екосистем тож комунікації стали одним з головних інструментів попередження, мінімізації та ліквідації екологічних криз та загроз. Протягом повномасштабного вторгнення до комунікацій залучалися громадські організації, посадові та уповноважені особи, силові структури, міжнародні організації та уряди країн, ЗМІ та інші. Це вплинуло на заходи, що були вжиті в контексті захисту навколишнього середовища та населення, а також сформували думку громадськості. В контексті російсько-української війни ЗМІ, соціальні мережі та медіа відіграли дуже важливу роль попереджуючи населення про загрози для життя, активізуючи населення та громадськість, змушуючи органи влади та різні структури оперативно реагувати на безпекову ситуацію, що склалася внаслідок воєнних дій. Свою роль ЗМІ, соціальні мережі та медіа зіграли у формуванні соціальної поведінки, підтримці певного психоемоційного стану населення.

Об'єкт дослідження – засоби масової інформації, соціальні мережі та соціальні медіа.

Предмет дослідження – вплив засобів масової інформації, соціальних мереж та соціальних медіа у військовий час.

Актуальність, проблема. З початком повномасштабного вторгнення вплив ЗМІ, соціальних мереж та медіа суттєво зростає. Telegram, Twitter, Facebook, You Tube та інші платформи стали основним джерелом інформації про екологічні кризи та загрози: досить багато впливових та локальних ЗМІ,

громадський сектор, політичні діячі, державні установи та навіть представники різних безпекових структур активізували свою діяльність саме на них.

Комунікація дуже змінилась у порівнянні з 2022 роком: зараз ми живемо в світі з великою інтенсивністю – нам дуже важко тримати фокус та аналізувати інформацію. Зараз медіапростір перенасичений новинами, з якими дуже важко розібратися, перенасичений емоціями. Нажаль, в інформаційному полі добре відгукуються якісь катастрофічні події та наслідки, наприклад Каховська ГЕС – коли сталася трагедія, було прикуто дуже багато уваги ЗМІ та населення, дуже багато зацікавилися, зверталися і всім були цікаві екологічні наслідки. Враховуючи, що соціальні мережі є важливими платформами для отримання та обміну інформацією, які породили багато фейкової інформації та конфліктів в мережі інтернет.

Можливість інтерактивного спілкування в чатах каналів та соціальних мережах та соціальних медіа давали швидкий ефект – розуміння аудиторії, її настроїв та переживання, а також загальний стан населення на певний період часу. Наприклад, аудиторія оперативних телеграм-каналів суттєво збільшилася та набула широкого використання: ряд телеграм-каналів мають свої чати і мають можливість отримувати зворотній зв'язок з населенням, можуть оцінювати інтерес та відношення до того чи іншого інформаційного матеріалу. Загалом досить великий прошарок інформації українці черпають саме з телеграм-каналів, що отримали велику популярність з перших днів повномасштабного вторгнення. Однак, можна було спостерігати, як власники локальних та глобальних інформаційних каналів маніпулювали і маніпулюють громадською думкою, часто створюючи додаткові прецеденти для соціальної напруги. Зокрема, Telegram став ідеальною платформою, що поєднав у собі месенджер, соціальну мережу, платформу для ЗМІ та соціальних медіа, що відіграв важливу інформаційну роль в умовах російсько-української війни.

В нинішній ситуації соціальні мережі та соціальні медіа виходять на перший план: люди отримують інформацію в соціальних мережах, різноманітних месенджерах, каналах і так далі, а ЗМІ трохи відходять на другий

план, однак засоби масової інформації використовують соціальні мережі та соціальні платформи для поширення інформації. ЗМІ наділені інформаційною владою та інформаційними можливостями для того, з одного боку, щоб доносити інформацію та формувати громадську думку, а з іншого боку, спотворювати її [1, 14]. Дуже часто ЗМІ женуться за клікабельними заголовками і враховуючи те, що багато людей не читають далі заголовку або першого абзацу, не перевіряють першоджерело, у свідомості населення відкладається те, що вони прочитали. Враховуючи те, що з боку державних органів часто бракує комунікації в питанні надання інформації щодо того, який може бути вплив на здоров'я тієї чи іншої екологічної ситуації, що робити людям для того, щоб вберегтися та мінімізувати цей вплив і так далі, більше зосереджені не стільки на поясненні, що, як і чому відбувається, а в контексті «це зробила Росія і Росія має понести відповідальність». Населення не розуміє по факту, що відбувається, а ЗМІ підхоплюють і відразу починають робити гучні заголовки. Враховуючи, що першими зазвичай на якусь надзвичайну ситуацію комунікують ЗМІ, люди це підхоплюють та поширюють інформацію далі, формуючи свою думку та ставлення до тієї чи іншої екологічної ситуації, що може негативно вплинути на свідомість та подальші дії населення.

Треба звертати увагу, на те, що ми дивимося: ми маємо розуміти звідки беремо інформацію, перевіряти будь-яку інформацію і довіряти лише перевіреним джерелам. Дуже часто маленькі пабліки або непрофесійні ЗМІ можуть брати до публікації офіційні тези та тексти експертів і кінцевий споживач отримує вже ту інформацію і в тій формі, яку обрали ЗМІ, великі та малі інформаційні канали. Тому наявність критичного мислення та бажання перевіряти інформацію допомагає відфільтрувати справжні тези від накручених, сформувані адекватно свою власну думку [2, 20]. Якщо людина не експерт і читає якісь, наприклад, дрібні засоби масової інформації чи медіаресурси, вона не може зрозуміти чи можна їм довіряти і на скільки ця інформація відповідає дійсності. Якщо людина свідомо не шукає доступу до першоджерела, вона матиме інформацію лише з цього джерела і відповідно формуватиме свою

думку та поведінку лише на підставі контенту, наданого ним. Фахові медіа та платформи, які навчені правильно та адекватно доносити інформацію про екологічні кризи та загрози, які сумлінно працювали до повномасштабного вторгнення і вдумливо відносились до своєї роботи, зокрема в питанні висвітлення життєвоважливих безпекових питань, ця адекватність і чіткість комунікації зберіглася.

Багато комунікацій від ЗМІ відбувається в контексті залякування, а через те, що населення і так перебуває в доволі важкому психоемоційному та економічному стані через війну, важливо розуміти, що питання, які не є критичними, вони не мають доноситися на підвищених тонах та вселяти паніку в кожному інформаційному повідомленні [3, 52]. Страх, викликаний такими діями, нічого не дають окрім як погіршення ситуації, зокрема, населення починає більш безтурботно відноситися до можливих ризиків та загроз для їх життя та здоров'я, тож питання журналістської етики та критичного мислення населення залишаються достатньо гострими. Враховуючи, що Україна досі бореться за власну незалежність та свідомість власних громадян, це питання залишатиметься актуальним ще досить довго.

Використана література:

1. Роль соціальних мереж у формуванні суспільної думки під час російсько-української війни. [Електронний ресурс] / Філіпенко, Л.В. // Соціополіс: журнал соціальних та політичних наук. – 2024. – №1. – С. 10-19. – Режим доступу: <https://sociopolis.in.ua/index.php/journal/article/view/5>
2. Роль соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їх вплив на політичну активність суспільства. [Електронний ресурс] / Базик Р.Р. // Політикус: науковий журнал. Політичні інститути та процеси. – 2024. №4. – С. 16-23. – Режим доступу: http://politicus.od.ua/4_2024/4.pdf
3. Інформаційна безпека в умовах російсько-української війни: виклики та загрози. [Електронний ресурс] / Мазуренко, Л.І. // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія «Питання політології» – 2022. №42. – С. 50-57. – Режим доступу: <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2022-42-08>