

SECTION 4. WORLD TRENDS IN MODERN JOURNALISM

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-668-3-8>

SOCIAL MEDIA DEVELOPMENT TRENDS IN UKRAINE AMIDST RUSSIAN MILITARY AGGRESSION

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ

Bondar Yu. V.

*PhD in Political Science,
Associated Professor,
Professor at the Department of Social
Communications*

Бондар Ю. В.

*кандидат політичних наук, доцент,
професор кафедри соціальних
комунікацій*

Ryabichev V. L.

*PhD in Math, Associated Professor,
Senior Lecturer at the Department
of Social Communications*

Рябічев В. Л.

*кандидат фізико-математичних
наук, доцент,
доцент кафедри соціальних
комунікацій*

Vasylenko K. M.

*PhD in Media and Communication,
Associate Professor at the Department
of Online Media
Taras Shevchenko National University
of Kyiv,
Kyiv, Ukraine*

Василенко К. М.

*кандидат наук із соціальних
комунікацій,
доцент кафедри онлайн-медіа
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Вступ. Протягом останніх 30 років соціальні медіа стрімко розвивалися, щорічно збільшуючи свою аудиторію в Україні [1]. Це відбувалося в межах загальносвітового тренду, пов'язаного зі створенням у 1991 році Всесвітньої павутини і, як наслідок, трансформацією медійного ландшафту [2]. Нові засоби інформації інтегрувалися у всі галузі людської комунікації від побутового рівня до публічного управління.

Розробка Тімом Бернерсом-Лі нової технології "поширення знань" [3] спровокувало справжню революцію в галузі інформатики. Перші соціомедійні платформи з'явилися одночасно з електронною комерцією

у 1994 році. Відгуки на куплені товари були одними з перших повідомлень, які поширювалися користувачами у Всесвітній павутині. У тому ж році побачив світ перший смартфон IBM Simon [4]. Поява в 2000 році мобільного інтернету [5] надала новий імпульс розвитку соціальних медіа. Додатковим рушієм цього процесу стала презентація Стівом Джобсом тачфону Apple iPhone у 2007 році. На той час вже існували популярні сьогодні ресурси такі, як: Wikipedia, Facebook, Twiter (X), Youtube та інші. Соціальні медіа отримали необхідне середовище свого існування та головні ознаки – це вебтехнології, які дозволяють користувачам поширювати власний контент в інтернеті [6]. Мобільний інтернет в Україні з'явився у 2002 році. Його впроваджували два оператори зв'язку – Київстар і UMC (Vodafone) на базі стандарту GPRS. Протягом 2000-х років онлайн-медіа неперервно збільшували свою аудиторію. В першу чергу, це стосувалося її молодіжної частини віком до 25 років, яка станом на 2012 рік як джерело інформації вказувала телевізійні канали і онлайн-медіа майже в однаковій пропорції [7].

Молодіжна аудиторія соціальних медіа. Навчально-науковим інститутом журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка з 1 листопада 2025 року до 7 листопада 2025 року було проведено нове опитування, що охопило 2018 респондентів. Анкета містила відкриті питання. Загальна похибка вибірки при довірчому інтервалі 95% становила 2,23%, що дозволяє вважати отримані результати статистично надійними та репрезентативними для аналізу тенденцій, характерних насамперед для молодіжної аудиторії, але водночас релевантними для ширшого суспільного контексту. Опитування проводилося на території України. Аудиторії були запропоновано вказати вік, джерела інформації, обрати популярні соціальні медіа.

Вікові категорії були відсортовані за чотирма групами: менше 18 років, 18–25 років, 26–65 років, більше 65 років. Основну частину респондентів склали перші дві категорії – 37,41% і 37,31% , відповідно. Настільки близькі результати дозволяють об'єднати ці дві групи в одну без втрати загальності. Тоді можна стверджувати, що респонденти вікової категорії до 25 років включно склали 74,72% репрезентативної вибірки, майже 3/4 опитаних. Як наслідок, отримані результати в першу чергу стосуються молодіжної аудиторії і їх коректно порівнювати з дослідженнями [1], [7], [8].

Головним джерелом інформації переважна більшість респондентів вказала соціальні медіа (соціальні мережі, блоги, мікроблоги, відеохостинги, вікіресурси, платформи обміну зображеннями та відео, месенджери тощо).

Наступне питання було пов'язане з популярними в Україні соціальними медіа: Instagram, TikTok, YouTube і Facebook [9], [10]. За дослідженнями 2024 року вподобання молодіжної аудиторії належали першій трійці зі згаданих (Суспільне, 2024). У 2025 році фактично підтвердилася попередня картина.

В окремому питанні були розглянуто використання інтернет-месенджерів – сервісів для обміну миттєвими повідомленнями у Всесвітній павутині. Це соціомедійні середовища, які також є потужними джерелами новин. За час війни телеграм канали українських військових залучили сотні тисяч підписників, зокрема:

- "Nikolayevskiy Vanyok" (https://t.me/vanek_nikolaev) – 2,7 млн;
- "Madyar" (https://t.me/robert_magyar) – 532 тис.;
- "Butusov Plus" (<https://t.me/ButusovPlus>) – 367 тис.

Така кількість читачів дозволяє бути не тільки засобом інформації, але й допомагає виконувати волонтерські функції, збираючи пожертви на потреби Збройних Сил України.

Головна особливість месенджерів, яка виділяє їх серед інших соціальних медіа – наявність функціонала для приватної комунікації (текст, дзвінки, файли тощо).

Висновки. Можна стверджувати, що агресія росії суттєво позначилася на функціонуванні українського медіапростору. В умовах війни українські засоби інформації, особливо соціомедійні, перестали бути лише каналом передачі новин, а й стали важливим чинником соціальної згуртованості. Воєнні дії стали потужним каталізатором розвитку соціальних медіа в Україні, докорінно змінивши їх функції, зміст, аудиторну роль і значення для держави та суспільства. Соціальні медіа з просто комунікаційних платформ перетворилися на критичну інфраструктуру інформаційної, безпекової та громадянської взаємодії.

Українці активно споживають інформації, переважно у вебпросторі. Тенденції, які були помітними задовго до початку війни в 2010–2012 роках, значно посилилися та закріпилися в середовищі українських медіа. Редакції та журналісти зіткнулися з масштабними викликами: вимушеним переміщенням, втратою доходів, кадровим дефіцитом та професійним вигоранням команди, потребою зміни бізнес-моделей та необхідністю швидкої перебудови редакційних форматів для виживання. Водночас низка місцевих видань використали складну ситуацію як можливість – переглянули свої бізнес-моделі та заклали основи для сталого розвитку в умовах, коли багато редакцій змушені були закритися. Війна консолідувала українську журналістику, згуртувавши у протидії агресору. Медіа стали елементом національної стійкості.

Література:

1. Рябічев В. Л., Рябічева О. В. Тенденції розвитку соціальних медіа в Україні протягом 2016 р. Образ. 2016. Т. 4 (22). С. 22–30.
2. Рябічев В. Л. Маніпуляції контентом в умовах інформаційної агресії (український досвід 2014–2020 рр.). Трансформація глобального і українського інформаційних просторів в епоху постправди : кол. монографія. Київ : Київський міжнародний університет, 2024. С. 120–142.
3. Бернерс-Лі Т. Заснування павутини. Київ : Видавничий дім «Киево-Могилянська академія», 2007. 207 с. ISBN 978-966-518-408-9.
4. World's first 'smartphone' celebrates 20 years. BBC News. 2014. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-28802053>
5. The history of mobile internet: the technology transformation that changed the lives of billions. Ericsson. 2025. URL: <https://tinyurl.com/558n9xe2>
6. Рябічев В. Л. Особливості соціальних медіа. Актуальні питання масової комунікації. 2013. Т. 14. С. 60–62.
7. Рябічев В. Л., Каранов Є. О., Майструк Я. А. Розвиток соціальних медіа в Україні протягом 2010–2012 рр. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 51. С. 157–160.
8. Рябічев В. Л., Нестеряк Ю. М., Іллюк Н. О. Сучасний стан розвитку мережних ЗМІ: європейський досвід та українська практика. Інформаційне суспільство. 2013. № 17. С. 5–10.
9. «Опора»: найпопулярнішими соцмережами в Україні є телеграм, ютуб та фейсбук. Детектор медіа. 2024. URL: <https://tinyurl.com/yuzza8mg> .
10. Горлач П. TikTok, YouTube, Telegram – найпопулярніші соцмережі серед українських дітей та молоді: дослідження. Суспільне Культура. 2024. URL: <https://tinyurl.com/yc3nx9du>