

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ: ПРИКЛАДИ УКРАЇНИ

У тезах розглядається ключова роль соціальних мереж у формуванні громадської думки в Україні, що набуває особливого значення в умовах сучасного інформаційного суспільства. Соціальні мережі перетворилися на головний інструмент не лише поширення новин, а й мобілізації громадян до активної участі в суспільно-політичному житті. Проаналізовано, як соціальні платформи — зокрема Facebook, Instagram, TikTok та X (Twitter) — стали інструментами комунікації, мобілізації та інформаційного впливу під час ключових суспільно-політичних подій в Україні: Революції Гідності, виборчих кампаній та повномасштабної війни. Автор досліджує, яким чином алгоритми, дезінформація, блогери та лідери думок впливають на сприйняття суспільно важливих питань, а також окреслює ризики та потенціал соціальних мереж у демократичних процесах. Робота підкреслює необхідність критичного мислення та медіаграмотності серед громадян в умовах інформаційної війни.

Ключові слова: соціальні мережі, громадська думка, інформаційне суспільство, поширення новин, суспільно-політичне життя, медіаграмотність.

У сучасному українському суспільстві соціальні мережі стали однією з найвпливовіших платформ для формування громадської думки. Вони не лише змінили спосіб спілкування людей, а й перетворилися на ключовий механізм поширення інформації, мобілізації громадян і формування соціальних та політичних наративів. Особливо це стало помітним у контексті важливих суспільно-політичних подій, які відбувалися в Україні протягом останнього десятиліття.

Одним із найяскравіших прикладів впливу соціальних мереж на українське суспільство була Революція Гідності 2013–2014 років. Саме через Facebook, X (Twitter) та YouTube тисячі українців дізнавалися правду про події на Майдані, координували дії, організовували протестні акції та доносили свою позицію до світу. У той час соціальні мережі фактично замінили традиційні ЗМІ, які були часто заангажованими або контролювалися владою. Вони стали джерелом незалежної, оперативної інформації, яка впливала на формування масової свідомості й загальної громадянської позиції [1].

Іншим важливим прикладом є роль соціальних мереж у виборчих процесах в Україні. Зі зростанням цифрової грамотності населення та збільшенням кількості користувачів інтернету, кандидати та політичні партії дедалі частіше звертаються до аудиторії саме через соціальні платформи. Вони використовують їх не лише як канали для поширення передвиборчої агітації, а й як простір для безпосереднього діалогу з виборцями, реагування на запити суспільства, створення персонального бренду.

Особливо яскраво ця тенденція проявилася під час президентської виборчої кампанії Володимира Зеленського у 2019 році. Його стратегія базувалася переважно на цифровій комунікації, що стало нетиповим для українського політичного ландшафту того часу. Замість багатотиражних газет чи ефірів на провідних телеканалах, його команда робила ставку на соціальні мережі — Instagram, Facebook, YouTube — та месенджери. У центрі кампанії був образ чесного, простого та «свого» кандидата, близького до звичайного громадянина, що був підкріплений неформальним тоном комунікації, мемами, відеоблогами й інтерактивами з аудиторією.

Це дозволило не тільки значно розширити охоплення, особливо серед молоді, а й сформувати новий стиль політичної реклами — більш емоційний, персоналізований, орієнтований на візуальний контент і віральність. Відеозвернення, короткі кліпи та реакції у форматі сторіс замінили традиційні плакати й мітинги. Завдяки соціальним мережам виборці мали ілюзію прямого спілкування з кандидатом, що підвищувало рівень довіри.

Цей приклад демонструє, що соціальні мережі не просто відображають громадську думку, а й активно формують її. Вони задають нові стандарти політичної комунікації — оперативність, відкритість, емоційна привабливість, інклюзивність. Крім того, політичні сили використовують аналітику платформ для таргетованої реклами, аналізу поведінки виборців, тестування меседжів і визначення точок впливу [2; 3].

Велике значення соціальні мережі мають і для розвитку громадянського суспільства. У часи стрімкої цифровізації саме ці платформи стали одним із головних інструментів для самоорганізації громадян, мобілізації ресурсів і просування суспільно важливих ініціатив. Онлайн-комунікація відкрила нові горизонти для волонтерських рухів, громадських організацій, журналістських розслідувань та правозахисної діяльності.

Особливістю українського контексту є те, що після Революції Гідності та початку російської агресії громадяни взяли на себе частину функцій держави — від забезпечення армії до контролю за корупцією. Багато з цих ініціатив починалися не в кабінетах чиновників, а в дописах у Facebook, обговореннях у X (Twitter) або закритих групах у Viber і Telegram. Соцмережі дозволили швидко формувати спільноти за інтересами, збирати кошти, шукати однодумців і ефективно координувати дії.

Значна кількість кампаній на підтримку Збройних Сил України, захисту екології, прав жінок, ЛГБТ-спільнот, безпритульних тварин чи реформ у сфері освіти стартували саме онлайн. Такі проєкти часто виростають із окремого посту, який отримав суспільний резонанс і згодом перетворюються на потужні платформи для соціальних змін.

Платформи як-от Telegram, Instagram та навіть TikTok стали не лише каналами інформування, а й дієвими майданчиками для реакції на порушення прав, фіксації воєнних злочинів, інформування міжнародної спільноти та залучення підтримки з-за кордону. Завдяки цифровим інструментам українське громадянське суспільство змогло швидко адаптуватися до умов війни й продовжувати діяти ефективно.

Показовими прикладами є благодійні фонди «Повернись живим», «Фонд Сергія Притули», «Razom for Ukraine» та інші, які завдяки потужній присутності в соціальних мережах зуміли зібрати мільйони гривень на підтримку армії, постраждалих регіонів і відбудову інфраструктури. Лише за одну добу інформаційна кампанія в Instagram чи X (Twitter) здатна мобілізувати тисячі українців до участі в спільній справі.

Таким чином, соціальні мережі в Україні перетворилися на рушій громадянської активності, які не тільки поширюють інформацію, а й активно формують нову культуру відповідальності, співучасті та солідарності. Вони стали не просто майданчиком для висловлення думок, а реальним інструментом суспільного впливу та змін [4; 5].

Втім, разом із позитивним впливом існує й негативний вплив цього явища. Соціальні мережі стали сприятливим середовищем для поширення дезінформації, фейкових новин, маніпуляцій і провокаційних меседжів. Завдяки своїй відкритості й швидкості поширення контенту, ці платформи є вразливими до використання їх в інформаційних війнах, кампаніях впливу та соціальному інжинірингу. Одним із найнебезпечніших джерел таких загроз стала Росія, яка активно використовує інструменти гібридної війни проти України, включаючи фальсифікацію фактів, створення фейкових акаунтів, а також масове розповсюдження токсичного контенту через ботоферми.

Боти, тролі, анонімні Telegram-канали та псевдожурналістські проєкти не просто транслиують викривлену інформацію — вони системно впливають на емоційний стан суспільства. Через регулярне поширення тривожних повідомлень, викривлення реального стану справ, нагнітання конфліктів між різними соціальними групами, зневіру в державних інституціях і поширення конспірологічних теорій формується атмосфера нестабільності й паніки. Це послаблює внутрішню єдність суспільства, знижує довіру до ЗМІ, влади та волонтерів, особливо серед менш поінформованих громадян.

Наслідки такої дії — не лише дезорієнтація окремих індивідів, а й глибока суспільна поляризація. Формуються ворожі інформаційні «бульбашки», в яких люди споживають лише ту інформацію, що підтверджує їхні упередження. Це унеможливляє конструктивний діалог і породжує агресію, ворожість та розкол.

У такому контексті особливого значення набуває розвиток медіаграмотності й критичного мислення. Громадяни мають навчитися розпізнавати фейки, перевіряти джерела інформації, аналізувати контент і не піддаватися емоційним маніпуляціям. Це завдання не лише освіти, а й державної політики, яка має підтримувати ініціативи з розвитку цифрової безпеки, а також просвітницькі програми для широких верств населення [6; 7].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що соціальні мережі в Україні є потужним інструментом формування громадської думки. Вони не лише передають інформацію, а й трансформують суспільні уявлення, змінюють політичний ландшафт і стимулюють активність громадян. Водночас важливо пам'ятати про загрози, пов'язані з маніпуляціями, і працювати над підвищенням інформаційної стійкості українського суспільства.

References

1. Pavlenko, O. (2021). Yak sotsialni merezhi vplyvaiut na protesty v Ukraini. *Ukrainska pravda*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2021/04/6/7289180/>
2. Sotsialni merezhi: vplyv na vybory v Ukraini. (2019). *Radio Svoboda*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30060702.html>
3. Televizor VS sotsmerezhi: yak novi tekhnolohii utverdzhuiutsia v politytsi. (2019). *LB.ua*. URL: https://lb.ua/news/2019/05/02/425926_televizor_vs_sotsmerezhi_yak_novi.html
4. Volonterstvo. *Vikipediia*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Volonterstvo>
5. Shtraikher, O., Shkoliar, M. (2024). Sutnist ta kharakterystyky volonterskoho rukhu u fokusi viiny v Ukraini. *Habitus*. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2024/57-2024/5.pdf>
6. Danko-Sliptsova, A., Kovalenko, N. (2024). Vplyv sotsialnykh merezh na formuvannia hromadskoi dumky pid chas kryzovykh sytuatsii: sotsiolohichniy aspekt. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*. T. 35 (74), 3. Ch. 2. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/3_2024/part_2/37.pdf

7. Filipenko, L. (2024). Rol sotsialnykh merezh u formuvanni suspilnoi dumky pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny. SOTsIOPOLIS. URL: <https://sociopolis.in.ua/index.php/journal/article/download/5/3>

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.09

*Olha Kachkova
Tetyana Sydorenko*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING PUBLIC OPINION: EXAMPLES FROM UKRAINE

The theses explore the key role of social media in shaping public opinion in Ukraine, which has gained particular significance in the context of the modern information society. Social networks have become the main tool not only for news dissemination but also for mobilizing citizens to actively participate in socio-political life. The analysis focuses on how social platforms — particularly Facebook, Instagram, TikTok, and X (formerly Twitter) — have served as instruments of communication, mobilization, and informational influence during major socio-political events in Ukraine, including the Revolution of Dignity, election campaigns, and the full-scale war. The author examines how algorithms, disinformation, bloggers, and opinion leaders influence the perception of socially important issues, and also outlines the risks and potential of social media in democratic processes. The study emphasizes the importance of critical thinking and media literacy among citizens in the context of information warfare.

Keywords: *social media, public opinion, information society, news dissemination, socio-political life, media literacy.*

Відомості про автора/ Information about the Author

Качкова Ольга, студентка 448 групи спеціальності «Журналістика» Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: oliyarafinovana@gmail.com.

Kachkova Olha, student of 448 group, specialty «Journalism», Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: oliyarafinovana@gmail.com.

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

© О. Качкова, Т. Сидоренко
19.05.2025.

Стаття отримана редакцією

