

Шалімова А. А, Байдак Т. М.,

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна,
м. Харків, Україна

УКРАЇНСЬКІ TELEGRAM-КАНАЛИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

UKRAINIAN TELEGRAM CHANNELS IN WAR TIME

Повномасштабне вторгнення ворога в Україну, яке розпочалося 24 лютого 2022 року охопило не тільки фізичний простір, а й інформаційний. Війна призвела до значних трансформацій в українському інформаційному середовищі.

Українська аудиторія перенесла свою увагу у пошуках інформації про події в країні на соціальні мережі, а Telegram-канали стали важливим джерелом інформації для неї.

Війна значно вплинула на контент не лише кількісно, а й якісно – відбулася трансформація важливості тем висвітлюваних новин. Канали, які раніше висвітлювали події окремих міст та регіонів, стали приділяти увагу загальнонаціональним новинам з висвітленням подій в усіх регіонах, що, в свою чергу, також посприяло збільшенню кількості новин завдяки зростанню обсягів інформації. Суттєві зміни відбулися і в тематиці контенту. Якщо до війни канали переважно інформували щодо дорожньо-транспортних пригод, правопорушень, подій з суспільного життя міста, а також новин, пов'язаних з пандемією COVID-19, то з початком повномасштабного вторгнення інформаційний вектор зазнав суттєвих трансформацій. Головними темами стали війна, ситуація на фронті, попередження про небезпеку, міжнародна політика та допомога партнерів. Окрім цього збільшилася частка новин про ворога.

Окрему увагу варто приділити такому тренду як українізація соціальних мереж за останні роки. Війна стала дуже впливовим каталізатором цього процесу. Російська мова втратила своє панівне положення в сегменті

українських соціальних мереж. Процес українізації поширився і в Telegram-каналах, які почали робити дописи українською. Відбулися суттєві зміни в звичках аудиторії. В українському медіапросторі почали застосовувати державну мову у комунікаціях в соціальних мережах. Окрім цього, значно посприяв українізації контенту Закон про мову [2]. Цей закон стимулював компанії до створення ними власних сторінок в інтернеті державною мовою. Те ж саме стосувалося й представників державної та місцевої влади, які в публічному просторі мають спілкуватися виключно українською.

Окреме місце в Telegram-каналах займає гумористичний контент. Від початку повномасштабного вторгнення дискусії щодо доречності гумору особливо гостро постали в медіапросторі та соціальних мережах. Варто розуміти, що гумор – дійсно важлива складова для підтримки психологічного стану людини, яка допомагає переживати критичні ситуації. Тож, не дивно, що Telegram-канали, які мають мільйони підписників розуміють важливість психологічної розрядки та підтримки своєї аудиторії за допомогою такого інструменту.

Під час війни важливо дуже обережно застосовувати жарти, особливо, коли вони спрямовані на «своїх», такі жарти можуть бути небезпечними та викликати агресію, але жарти, що спрямовані на ворога, підвищують моральний настрій військових, підривають авторитет ворога, деморалізує його. Особливо яскраво це проявляється під час дуже вдалих операцій ЗСУ. Моментально українці підхоплюють новину та створюють тисячі мемів та жартів навколо. Варто додати, що гумористичний контент поширюється набагато швидше, аніж інформативний. Під час війни гумор значно трансформувався. Змінилося як наповнення, так і ставлення до нього. Гумор знімає психологічне навантаження, за допомогою жартів надає пояснення ситуації. В той же час, важливо розуміти чітку межу та не починати недооцінювати ворога, набуваючи надмірної самовпевненості.

Ще однією зміною, яка відбулась в Telegram-каналах з початком повномасштабного вторгнення, є використання цих каналів, як майданчиків для розповсюдження не якісної, не доброчесної, в іноді протизаконної реклами. Від початку війни багато великих компаній припинили свою діяльність на території України, тож і їх рекламні кампанії були призупинені. Але поступово, звикаючи до нових умов життя, бізнес почав шукати варіанти просування і питання реклами знову набуло своєї актуальності. Тож месенджери, зокрема Telegram, почали розглядатися як перспективна платформа для просування свого бренду.

Зростання кількості рекламного контенту є свідченням того, що отримання прибутку – одна з основних цілей ведення Telegram-каналів, яка може зменшувати роль та важливість донесення об'єктивної, правдивої інформації на користь заробляння грошей.

Таким чином, війна значною мірою вплинула на український медіапростір в цілому, зокрема й на Telegram-канали, контент та формат яких зазнав суттєвих трансформацій. Головними з яких можна виділити кількісне збільшення контенту, зміни в пріоритетах висвітлених тем та персоналій, українізація матеріалів, зміна ролі гумору, зростання рекламного контенту.

Список використаних джерел

1 «Як функціонують та завойовують аудиторію телеграм-каналів-мільйонники». URL: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Telegram-Channels-2023.pdf>.

2 Закон про мову. URL: <https://mova-ombudsman.gov.ua/16-lipnya-2022-roku-novij-kontrnastup-ukrayinskoyi-movi>.