

Комунікативна роль соцмереж в організації Євромайдану

Ірина Каменська

Кафедра зарубіжної літератури, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Україна, м. Суми, вул. Роменська, 87,
E-mail: yarina-111@i.ua

Abstract – The communicative role of social networks in self-organizing Ukrainian citizens during Euromaidan is analyzed in the article. Groups of various activities are investigated. Their influence on the course of political events is determined.

Ключові слова – Євромайдан, соціальні мережі, самоорганізація, комунікативна роль, групи в соцмережах.

Українське постколоніальне сьогодення найвлучніше характеризують слова Т. Шевченка, якому боліло те, що «...Україну злії люде/ Присплять, лукаві, і в огні / Її, окраденую, збудять...» [3, 324]. Відсутність виразної внутрішньої і зовнішньої політики, ігнорування сфери державної безпеки, незахищеність інформаційного простору та багато інших факторів були свідченням лише номінальної незалежності. Загроза остаточної втрати навіть умовних ознак державності змусила українське суспільство згуртуватися і відстоювати свої громадянські права. Рух спротиву режиму В. Януковича вже увійшов у новітню історію під назвою Євромайдан. Соціальні мережі виявилися важливим елементом комунікації та самоорганізації народу.

Сучасна Україна вже мала досвід акції громадянської непокори. Варто згадати хоча б помаранчеву революцію 2004 р., яка була реакцією на фальсифікації під час виборів президента. Але визначальним фактором тих подій була діяльність опозиційних політиків, які об'єднали та організували людей, разом з тим «комунікативна роль Помаранчевої революції забезпечувалася використанням демократичних медій...» [1]. Євромайдан натомість став свідченням якісного перетворення суспільства, бо продемонстрував самоорганізацію, яка можлива лише в «...системах, котрим притаманний високий рівень складності і велика кількість елементів, зв'язки між якими мають не жорсткий, а ймовірний характер» [2, 591]. Самоорганізація в сучасному суспільстві неможлива без комунікації, і соціальні мережі в повній мірі реалізували цю функцію.

Найпопулярнішими соцмережами в Україні є Вконтакті, Однокласники, Фейсбук та Твіттер, в яких і створювалися групи, що об'єднували небайдужих до Євромайдану користувачів. На відміну від Однокласників, де чітко простежувались проросійські настрої, блокування інформації про революційні події, в інших вищезазначених

соціальних мережах виникло багато організацій, до яких приєдналися сотні тисяч учасників. Це сприяло миттєвому поширенню новин та їх обговоренню, можливості переглядати прямі трансляції, фотографії та відеозйомки з місця подій. Але чи не найважливішим аспектом була координація дій, завдяки чому до акцій протесту залучалося щоразу більше людей. Умовно групи можна класифікувати так:

- за регіональним принципом, де поширювалася інформація як загальнонаціонального («Євромайдан», «Єврореволюція»), так і місцевого значення («Євромайдан Суми», «Євромайдан Львів»);

- за напрямками діяльності. Зокрема, наданням правової допомоги та пошуком зниклих займалася спільнота «Євромайдан SOS», організаційними питаннями – «Громадський сектор Євромайдану». Дії автомобілістів координувалися «Автомайданом», питання зовнішньої політики роз'яснювалися на «Майдані Закордонних Справ», самооборона Майдану також мала свої спільноти. Група «Бойкот Партії Регіонів» закликала користувачів соцмереж ігнорувати товари тих брендів, які належали представникам правлячої верхівки, а «АртМайдан» став літописом народної творчості та креативу на революційну тематику.

Така соціальна активність, що охопила всі сфери суспільного життя, засвідчила високий рівень самоорганізації української нації, яка згуртувалася не навколо політиків, а навколо ідей.

Останні десять років для української нації стали визначальними, бо саме в цей період, всупереч деградації інших сфер життя (економіки, державного управління та безпеки), виросло громадянське суспільство й засвідчило свою позицію. На тлі бурхливого розвитку новітніх технологій традиційні ЗМІ втрачають провідну роль в інформаційному забезпеченні людей, на перший план виходять інтернет-джерела, де інформація подається в режимі реального часу. Користувачами такої інформації зазвичай є соціально активні громадяни, для яких Інтернет - не лише джерело інформації, а й платформа для спілкування. Успішність організації та діяльності Євромайдану була серед іншого обумовлена й функціонуванням соціальних мереж як засобу комунікації, що має максимальний потенціал у швидкості та обсязі поширюваної інформації.

Література

1. Квіт С. Помаранчева революція [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws>
2. Философский энциклопедический словарь / Л. Ф. Ильичев, С.М.Ковалев, В. Г. Панов. – М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – 840 с.
3. Шевченко Т. Кобзар / Тарас Шевченко. – К.: Дніпро, 1994. – 687 с.