

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-517-4-14>

**THE ROLE OF PR TECHNOLOGIES AND SOCIAL
COMMUNICATIONS IN SHAPING PUBLIC OPINION
REGARDING THE IDENTITY OF UKRAINIAN MIGRANTS**

**РОЛЬ PR-ТЕХНОЛОГІЙ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
У ФОРМУВАННІ ДУМКИ ГРОМАДСЬКОСТІ
ЩОДО ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МІГРАНТІВ**

Chernii L. V.

*Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor
Head of the Department of Sociology
and Public Communications
Mykhailo Drahomanov Ukrainian State
University*

Черній Л. В.

*кандидат історичних наук, доцент,
завідувачка кафедри соціології
та публічних комунікацій
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова*

Nikiforov R. A.

*PhD student at the Department
of Sociology and Public
Communications
Mykhailo Drahomanov Ukrainian State
University
Kyiv, Ukraine*

Нікіфоров Р. А.

*аспірант кафедри соціології
та публічних комунікацій
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

В сучасному інформаційному суспільстві соціальні комунікації, інструменту піару, стали основою для функціонування та розвитку суспільства. Вони не лише забезпечують інформування та взаємодію між індивідами, але й формують основу для існування соціальних структур, культури, економіки, політики, а також для побудови міжнародних відносин. Особливо значущими соціальні комунікації стали в умовах швидкого розвитку інформаційних технологій, що призвело до формування нових форм взаємодії і обміну інформацією в інформаційному суспільстві. Це суспільство, з одного боку, сприяє створенню величезного обсягу інформації, а з іншого – ставить перед кожним індивідом виклики у вигляді інформаційного перевантаження, маніпуляцій, фейкових новин та проблем із захистом приватності. Тому соціальні комунікації набувають нового значення, ставши не просто процесами обміну інформацією, а також інструментами впливу на суспільну думку, управління суспільними процесами. Помилково побудована комунікація в соціальних мережах сама по собі може стати тригером та рушієм кризи [1].

Інформаційні PR-технології, на основі яких будується сучасне суспільство, здійснюють вплив на зміну всіх сферах життя. Мобільні технології, Інтернет, соціальні мережі, цифрові медіа – всі ці інструменти суттєво змінили традиційні моделі комунікацій і створили нові можливості для ефективної взаємодії. Інтернет став не лише платформою для поширення інформації, але й новим соціальним простором, у якому формується громадська думка, проводяться успішні громадські, політичні, PR кампанії, організовуються та проводяться соціальні акції та рухи. Все це впливає на рівень взаємодії населення в інформаційному суспільстві. Зокрема, соціальні медіа стали основними каналами для розповсюдження новин, ідей, думок, і водночас – джерелами для поширення дезінформації та маніпуляцій, що піднімає важливі питання щодо якості інформації та етики комунікацій та PR.

Світ, який малюють медіа, стає обличчям суспільства, у якому ми живемо. Недостатнє представлення або відверте виключення певних спільнот із медіа робить їх непомітними. А коли люди невидимі, їхні права можуть з легкістю порушувати. Мігранти та біженці, як і всі інші недостатньо представлені маргіналізовані спільноти, повинні мати відповідний простір і точне представлення в ЗМІ.

Повідомлення в новинах мають бути спрямовані на інформування та надання огляду різних аспектів проблеми чи події. Забезпечення контексту та фону є важливим для формування знань і розуміння складної проблеми. У випадку міграції, коли медіа зосереджуються лише на моменті втечі, на травмі подорожі, вони залишають поза увагою все інше, що робить людину такою, якою вона є, з її історією, її здібностями, причиною перебування в певній країні. Найбільш шкідливим є те, що соціальний простір заохочує ототожнювати мігрантів і біженців лише з міграційним рухом. Але він є лише частиною досвіду кожного мігранта та біженця [3].

Детальне та всебічне висвітлення проблеми міграції може допомогти людям зрозуміти, що міграція – це природне, суспільне явище, коли люди переїжджають з однієї країни в іншу, з одного місця в інше в періоди глибоких криз, економічного спаду та, особливо військових конфліктів. Надмірні спрощення та широкі узагальнення на кшталт «біженці – це добре» або «мігранти – це погано» не залишають місця для нюансів та проміжного розуміння. Все життя людства складається саме з тих невидимих нюансів, які можуть висвітлювати справжність ситуації.

Міграція є складним, мінливим та інколи не прогнозованим, вимушеним явищем. Люди, які добровільно вирішили виїхати закордон, можуть у певний момент зрозуміти, що вони не здатні повернутися. Завдяки соціальним комунікаціям, вони адаптуються до нових умов, швидко інтегруються в суспільство свого перебування. Мігранти

можуть бути «добровільними» та «примусовими». Це залежить від ситуації, обставин, які спричинили міграцію. Поділ людей на «добровільних» і «вимушених» є штучним поняттям, яке навіть медіа-простір. Люди можуть переходити з однієї категорії в іншу кілька разів протягом життя. Відповідальність ЗМІ та комунікаторів, соціальних мереж, інтернет-простору в цілому у зображенні проблем міграції є величезна. Категорії, поняття та визначення допомагають нам зрозуміти світ, але ми також повинні усвідомлювати, що категорії та визначення змінні. Вони можуть змінюватися під впливом соціальних комунікацій, піару, навіювання тощо. До основних аспектів PR-технологій, які застосовуються при формуванні громадської думки щодо мігрантів, відносяться медіакомунікації, лобіювання, кризовий PR, онлайн-комунікації тощо [2].

Мережа Інтернет, соціальні комунікації сьогодні стають найдемократичнішими системами доступу до інформації, що швидко розширюється та ідеально підходять для вкидання своєчасної і «правильної» інформації. Вони часто стають платформами для різного роду дискусій в реальному часі і використовуються з метою формування відповідного іміджу мігрантів. Через соціальні комунікації, українські мігранти мають можливість вільно спілкуватися та брати участь в обговоренні значущих соціальних проблем та не втрачати свою приналежність до батьківщини. Все це посилює ідентичність мігрантів та їх приналежність до своєї культури, цінностей та традицій.

Медіа можуть допомогти розбити стереотипи, контексти, щоб ми могли зрозуміти складні концепції. Чітке та різностороннє висвітлення передумов міграційних процесів в кожен історичний період часу, в змозі сформуванню громадську думку та ставлення до мігрантів. Суттєве спрощення та недостатньо ґрунтовний аналіз нюансів міграційної ситуації може сприяти ксенофобії та мати шкідливі наслідки для української ідентичності. Під впливом соціальних медіа, Інтернету із застосуванням сучасних PR-інструментів відбувається трансформація соціальних стосунків.

Література:

1. Красняк О. П., Амонс С. Е. Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. № 48.
2. Хижняк Л. М. Технологізація міжнародного пр: значущість і роль в реалізації цілей сталого розвитку. *Габітус*. 2024. № 62. С. 52–55.
3. Черній Л. В. Феномен «вимушених» мігрантів з України до країн Європейського Союзу. *Габітус*. 2023. № 48. С. 32–36.