

## Список використаних джерел

1. Бакаєвич К. Український телемарафон «Єдині новини» під час повномасштабного російського вторгнення: пропаганда, піар чи необхідність? *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1 (17). С. 139–144.
2. Бутко О., Леськів О. Трансформація новинного контенту в умовах війни на прикладі телемарафону «Єдині новини». *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2024. № 7(2). С. 184–197.
3. Вінс В., Ковінько М. Національний телемарафон «Єдині новини»: питання якості та доцільності. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії*. 2024. С. 65–70.
4. Данильян О., Дзьобань О. Інформаційна війна у медіапросторі сучасного суспільства. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2022. № 3(54). С. 11–29.
5. Соломін Є. Телепроекти «Єдині новини» та «FreeДом» як спосіб інформаційного спротиву російській агресії та засіб регулювання медіасферою під час війни. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом*. Філологія. 2023. № 3. С. 62–71.

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ: РЕФЛЕКСІЇ, ВИКЛИКИ, РОЗВИТОК

**СВІТЛА Наталія,**  
аспірант кафедри філософії,  
Київський національний університет будівництва і архітектури,  
Київ, Україна  
svitla\_natalia@ukr.net

Жорсткі реалії сучасної війни – частина новітньої історії. Війна – болісний соціальний процес, який несе низку перманентних загроз, пов'язаних із колосальними людськими й матеріальними втратами, знищенням історико-культурної та архітектурної спадщини.

Поряд із безпосередніми викликами, значний деструктивний вплив під час війни мають і такі фактори, як перенасиченість інформаційного середовища негативними повідомленнями. Їхнє поступове накопичення, посилює емоційне навантаження. Війна стала певним

тригером, що вивільняє з підсвідомості своєрідні маркери, які вимагають пошуку і реалізації їх у комунікативному вимірі.

Значний вплив сприйняття й адаптації до цих викликів під час війни відбувається саме через соціальні комунікації, вони вже не лише засіб взаємодії й обміну думок, це інструментарій інформаційної боротьби за свідомість. У глобалізованому світі, де майже кожен має доступ до Інтернету, соціальні комунікації стали безпосереднім каналом для поширення новин, відео та думок. В умовах військового конфлікту, коли соціальні комунікації проходять через серйозні рефлексії, стикаються з новими викликами, відбувається поступовий розвиток нових форматів і технологій.

Забезпечення інформаційної підтримки – одна з основних функцій соціальних комунікацій під час війни. Інформація в умовах війни – засіб виживання, важливий елемент існування. Інформація допомагає зорієнтуватися в реальності, розібратися у власних ментальних станах, сформулювати сталі й чіткі уявлення про ворога, а у масштабах держави – інформація відповідає за національну безпеку та громадську свідомість.

У площині тотального інформаційного протистояння з ворогом, важливою постає потреба в достовірності новин. Масмедіа, які раніше виконували роль посередників у комунікаціях, в умовах війни отримали нову функцію. Широта аудиторії, різноманітність форм подання і швидкість поширення інформації, роблять масмедіа потужним інструментом соціального впливу, який створює певні наративи, які закладають моральні основи суспільної думки. У той же час, під час військового конфлікту соціальні медіа активно використовуються для поширення неправдивої або маніпулятивної інформації, що може призвести до паніки, подриву морального духу або навіть до насильницьких дій.

Війна змінює не лише спосіб комунікації, але й ставлення до інформації. Під впливом війни формуються рефлексії самоаналізу, що відображається у сприйнятті та переживанні подій, ситуацій, втрат, особистому усвідомленні. Високий рівень емоційної напруги викликає бажання отримати новини швидше, з перших вуст, ніж їх можна перевірити на достовірність. Виникає реальна загроза спотвореного сприйняття дійсності. Для прикладу, кожна платформа на кшталт Facebook, Instagram, TicToc, Viber, YouTube складається з публікацій/постів. Контент різнобічний, але основними важелями «довговічності» публікацій залишаються лайки, перегляди, перепости. Позитивний момент, якщо інформація в публікації правдива, відповідає дійсності, але медіапростір безмежний й має безліч реальностей.

З кожним днем війни зростає кількість викликів, з якими стикаються соціальні комунікації. Це проблема дезінформації, поширення фейкових новин. Розумна протидія цим явищам – медіаграмотність і

обізнаність кожної людини, перевірка фактичної достовірності інформації тощо.

Ще одним із викликів під час війни стало порушення приватності і безпеки. Зростає використання технологій стеження, відслідковування місцезнаходження та інших засобів, які ставлять під загрозу особисту безпеку. Існує проблема, коли через хакерські атаки персональні дані оприлюднюються, порушується анонімність.

Також особливу увагу викликає питання психо-емоційного впливу інформації. Війна – це постійний стрес і невизначеність. Людина часто підсвідомо шукає інформацію, яка підтверджує її власні переконання, намагається знайти співпереживання зрозумілих і близьких емоцій та думок або знайти відраду в надії на швидке завершення війни. Це може призводити до емоційної втоми, депресії та психологічної травми. Війна породжує «інформаційну втомленість» – відчуття перевантаженості новинами, що часто є негативним і навіть шкідливим для психічного здоров'я.

Серед викликів, пов'язаних з війною варто згадати про цензуру та контроль за інформацією. Іноді уряди країн-учасниць війни часто встановлюють жорсткі обмеження на медіа, що може призвести до маніпуляцій з інформацією та сприяти створенню «інформаційної бульбашки», в якій населення отримує лише одну точку зору, скорегованою владою. Це дало розвиток фактчекінгу (перевірки фактичної достовірності інформації, зокрема й завдяки спеціалізованим інформаційним ресурсам), що дозволяє відслідковувати правдивість інформації, яка поширюється через соціальні комунікації.

У часи невизначеності, попри всі сучасні складнощі й виклики, війна стимулює розвиток нових форм соціальних комунікацій. В умовах обмеженого доступу до традиційних медіа та інформаційних ресурсів з'являються нові інструменти для поширення інформації. Так, чат-боти, мобільні додатки дозволяють оперативно отримувати дані про ситуацію на фронті, пошук зниклих безвісти, оголошення важливого збору на підтримку і т. ін.

Волонтерські ініціативи, які активно використовують соціальні мережі для мобілізації ресурсів і людей, стали важливим елементом розвитку соціальних комунікацій. Ці ініціативи часто забезпечують підтримку не тільки матеріальну, а й емоційну, допомагаючи долати стрес і відчуття безнадійності.

Уроки, які можна винести з війни, підтверджують, що соціальні комунікації не лише інструмент інформаційного обміну, але й потужний засіб у боротьбі за громадську свідомість. Постійна необхідність у швидкому поширенні інформації вимагає від суспільства високого рівня критичного мислення та здатності до оцінки джерел інформації.

У майбутньому варто очікувати подальшого розвитку технологій, які дозволятимуть ще ефективніше реагувати на кризові ситуації. Зокрема, соціальні мережі будуть еволюціонувати як інструменти для організації суспільних рухів, формування громадської думки й колективної поведінки, забезпечення прозорості й відкритості.

Соціальні комунікації в умовах війни – важливий фактор для підтримки стійкості, суспільного порядку, мобілізації ресурсів і боротьби за ідентичність. Водночас, війна ставить серйозні виклики, серед яких – дезінформація, порушення приватності, цензура, контроль над інформацією. Але саме ці виклики дають потужний поштовх для нових можливостей, розвитку нових технологій і форм комунікацій, які невпинно змінюють обличчя медіапростору назавжди.

### **Список використаних джерел**

1. Курбан О. С. Сучасні інформаційні війни у мережевому онлайн просторі. Інтегровані комунікації. 2016. № 2. С. 109–110.

2. Усманова О. В., Зіборова А. О. Соціальні мережі – платформа для роботи регіонального телеканалу під час війни. (2023). [Електронний ресурс]. – URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5695/5571>

## **РОЛЬ ВІКІПЕДІЇ У СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ**

**СЕНЬКІВ Мар'яна,**

кандидатка географічних наук,

доцент кафедри туризму,

Національний університет «Львівська політехніка»,

Львів, Україна

([orcid.org/0000-0002-2146-3456](https://orcid.org/0000-0002-2146-3456))

[mariana.i.senkiv@lpnu.ua](mailto:mariana.i.senkiv@lpnu.ua)

Вікіпедія є найбільшою безкоштовною інтернет-енциклопедією за всю історію людства та одним з найпопулярніших веб-сайтів у світі, що працює у форматі громадського волонтерського проєкту і є доступним для мільйонів людей. Вікіпедія існує з 2001 року і зараз має понад 300 активних мовних розділів.