

## Джерела та література

1. Жаровська І., Ортинська Н. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Юридичні науки. 2020. Вип. 2. С. 56–61.
2. Зубченко Я. Єдині з Медведчуком? Ведучі спільних марафонів, які раніше працювали на кума Путіна. *Детектор медіа*. 24.04.2022. URL: <https://detector.media/community/article/198621/2022-04-24-iedyni-z-medvedchukom-veduchi-spilnykh-marafoniv-yaki-ranishe-pratsyuvaly/>
3. Костенко Н. До розуму, до істини. *Радянська Україна*. 1990. № 17. 21 січня. С. 2.
4. Медіа споживання українців: другий рік повномасштабної війни. *Опитування ОПОРИ*. 10.07.2023. URL: [http://www.oporaua.org/polit\\_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796](http://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796)
5. Павленко Ж., Антонов А. «Гібридна війна»: аналіз визначень поняття. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософські науки. 2022. № 2(53). С. 106–119.
6. Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини. *Діалоги з істориками*. Кн. 3 / відп. ред. В. Смолій; упоряд.: Г. Боряк та ін. Київ: Ін-т історії України, 2023. 844 с.
7. Прогноз погоди из программы «Время». Эфир 15 декабря 1988. URL: <https://youtube.com/watch?v=MEcILsc0t-M&si=JijonefVn5ccsjDe>
8. Солдатенко В. Чотири кроки у безвихідь. Центральна рада та її універсали. *Радянська Україна*. 1990. № 15, № 16. 19, 20 січня. С. 1–4.
9. Сув'язь діалогу і єднання / В. Шляхтич, Б. Сінкевич, С. Мельничук та ін. *Радянська Україна*. 1990. № 18, 23 січня. С. 1–3.
10. Яворська Г. М. Гібридна війна як дискурсивний конструкт. *Стратегічні пріоритети*. Серія: Політика. 2016. № 4. С. 41–48.

**Гутнік Катерина**

*Донецький національний університет імені Василя Стуса*

## ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ДУМКИ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ КОНФЛІКТ

**Ключові слова:** соціальні мережі, вплив, інформація.

**Keywords:** social networks, influence, information.

Російсько-український конфлікт – це не лише геополітичні та гуманітарні проблеми, а також і потужне інформаційне протистояння, де ключову роль відіграють соціальні мережі. Ця тема стала доволі актуальною після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 р.

Онлайн-простір суттєво впливає на сприйняття конфлікту різними аудиторіями. Загалом усі види українських ЗМІ зазнали великих змін через війну. Деякі з них видозмінились, створивши «Єдиний Телемарафон», а деякі з них зникли з екранів. Із цим пов'язано декілька факторів, наприклад, здатність ефективно протидіяти фейкам, приналежність телеканалів до певних осіб та можливість ефективного і швидкого поширення правдивої інформації. На зміну традиційним новинним каналам прийшли соціальні мережі – Телеграм, Фейсбук, Твітер та Інстаграм. Це пов'язано також із тим, що у переважної частини населення змінились погляди, інтереси та потреби в отриманні інформації. Змінився також запит на форму та зміст отримуваної інформації. Найбільш ефективною мережею наразі є Телеграм, який відповідає майже всім критеріям користувачів: це зручність,

доступність і швидкість поширення інформації [1]. Проте, незважаючи на відкритість та доступність новин у соціальних мережах, існує безліч загроз та недоліків їх як новинних джерел.

Початок повномасштабного вторгнення приніс інформаційний хаос не лише на простори теле/радіомовлення, а й у соціальні мережі. Вони були переповнені інформацією про російсько-українську війну, де правдиві факти були перемішані з пропагандою, фейками та дезінформацією, що ускладнювало об'єктивне сприйняття подій та робило людей більш вразливими до маніпуляцій. Саме цього намагався досягти ворог на початку вторгнення, оскільки він використовує тактику гібридної війни. Також одним з інструментів ведення такої війни є використання ботів для поширення фейків, наприклад, у соціальних мережах – Фейсбук та Телеграм. Алгоритми просування новин у Фейсбуку формують «бульбашки», де користувачі бачать лише інформацію, що підтверджує їхні погляди. Це приводить до поляризації думок, ускладнення діалогу та поширення ворожнечі. Такий метод насправді є доволі впливовим на старші категорії населення, оскільки вони не завжди спроможні розрізнити правду від фейку, що спотворює їхні погляди на перебіг конфлікту [2]. Якщо аналізувати соціальні мережі, які мають популярність серед молоді, то можна зазначити дві – це Телеграм та Інстаграм.

Як уже згадувалось, Телеграм є зручним та доступним методом поширення інформації, однак через велику кількість новинних каналів є можливість натрапити на неправдиву інформацію. Інстаграм – це соціальна мережа з акцентом на картинку, в більшості випадків вплив відбувається саме через них. Проте не завжди є можливість відстежити першоджерело картинки та інформацію про неї, тому для опису певної ситуації може використовуватись «кричуще» зображення, яке зовсім ніяк не стосується події [3].

У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні сприйняття російсько-українського конфлікту через різні методи впливу. Вони стали не лише платформою для розповсюдження інформації про події в зоні конфлікту, але й майданчиком для взаємодії, обговорення поглядів, допомогою у закритті військових зборів. Однак варто пам'ятати про потенційну небезпеку використання соціальних мереж для поширення пропаганди та маніпуляції громадською думкою. Щоб забезпечити об'єктивне сприйняття конфлікту, необхідно розвивати навички критичного мислення серед користувачів і активно перевіряти достовірність джерел. Лише так можна забезпечити об'єктивне розуміння ситуації.

### Джерела та література

1. Як гаджети впливають на інтелект та аналітичні навички молодого покоління. *Український інститут медіа та комунікації*. 10.11.2021. URL: <https://www.jta.com.ua/news-and-reports/yak-gadzhety-vplyvaiut-na-intelekt-ta-analitychni-navychky-molodoho-pokolinnia/>
2. Грушецький А. Динаміка самооцінки українцями можливості відрізнити якісну інформацію від дезінформації та фейків. *КМІС*. 26.04.2023. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1226&page=6>
3. Семен Н. Роль соціальної мережі Instagram у популяризації журналістського контенту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2022. № 1(3). С. 74–79. DOI: 10.23939/sjs2022.01.074.