

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Тези

**77-ї наукової конференції професорів,
викладачів, наукових працівників,
аспірантів та студентів університету**

ТОМ 2

16 травня – 22 травня 2025 р.

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Комунікативний процес в інформаційному суспільстві – необхідна передумова становлення, розвитку та функціонування всіх соціальних систем, він забезпечує зв'язок між людьми та різними спільнотами, налагоджує зв'язок між поколіннями для передачі накопиченого соціального досвіду, організації спільної діяльності, розвитку культури.

Соціальна комунікація – це процес передачі, перероблення та сприйняття (загалом цілеспрямованого обміну) між соціальними суб'єктами цілісних знакових повідомлень, у яких відображені соціально значущі для них інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений низкою соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві [2. с. 11].

Саме соціальна комунікація стає невід'ємним соціально-конститууючим чинником існування суспільного розвитку. Вона розглядається як універсальний поліфункціональний феномен, що впливає на всі сфери функціонування суспільства та сприяє формуванню стабільних міжособистісних та інтерсуб'єктних стосунків між людьми [1].

24 лютого 2022 року українці прокинулись у новій реальності. Особливо гостро з початком війни в Україні стало зрозуміло, що соціальні медіа відіграють важливу роль у комунікації. Тепер, після кількох років протистояння перший шок минув, і в деяких регіонах люди почали поступово повертатись до відносно буденного життя. Але більшість жителів країни зіткнулась з рядом питань: як адаптуватися до нових умов; чи доцільно зараз вести акаунти в соцмережах, запускати рекламу; чи етично пропонувати якісь буденні послуги; як звертатись до потенційних покупців, клієнтів, про що говорити.

Уже четвертий рік поспіль українське суспільство фактично живе новинами. Інформація про повітряні тривоги, обстріли, зміни ситуації на фронті та політиці – все це стало звичною частиною дня багатьох українців. Спільнота в Україні намагається оперативно відповідати на ці виклики. Користувачі соцмереж опиняються перед новими реаліями, які потребують непростих рішень: чи відмовитись від онлайн-спілкування взагалі, чи вдавати, що нічого не сталося і вести сторінку без будь-яких

згадувань про війну. Так, однією з помилок є відмова від онлайн-спілкування. Найчастіше причина таких думок – провина тих, хто вцілів. Наприклад, як пропонувати клієнтам манікюр, коли в країні війна? Як запросити друзів на ранкову каву після черги повітряних тривог? Світ перевернувся, і всі буденні справи наче стали недоречними.

Насправді саме буденні справи допомагають змиритись з навколишньою реальністю, працювати, бути корисним і не впадати в прострацію. Є і практична сторона: економіка має працювати. Підтримуючи свій бізнес, українці можуть платити заробітну плату своїм працівникам, купувати необхідне та у такий спосіб підтримувати інших підприємців. Звісно, налаштовувати таргетинг на зону активних бойових дій – не дуже слухна думка, але в більш тихих містах та містечках люди продовжують жити, пити каву, купувати одяг, облаштовувати свої домівки, займатися спортом та жити, за можливості, звичним життям. І задача тих, хто просуває свої бізнес-проекти у соцмережах, – допомогти їм у цьому. Підтримка військових підрозділів або постраждалих від бойових дій, участь у суспільно значущих ініціативах можуть допомогти створити необхідне сприйняття бізнес-проектів та продуктів споживачами у воєнний час.

Іншою помилкою є робити вигляд, що нічого не сталося. Вести сторінку без будь-яких згадувань про війну – не менш недоречно, ніж не вести її взагалі. Ніхто не вимагає драми, головне – не створити враження, що користувачам мереж байдуже. Зрозуміло, що воєнний стан викликає стрес та тривогу серед населення. Дуже важливо враховувати цей контекст та створювати повідомлення, які викликають спокій, надію та підтримку. Психологи радять залишити звичне спілкування, адаптувавши його під теми сьогодення, тепло підбадьорювати своїх підписників, пропонувати помріяти про післявоєнне життя, наголошуючи на важливості турботи про себе, про перемогу, яку наближають наші захисники. Комунікації мають бути спрямовані на підтримку та згуртування спільноти.

Отже, ефективна соціальна комунікація набула іншого формату та має вирішальне значення у міжособистісних зв'язках для країни та будь-якого підприємства у період війни. Війна стала потужним об'єднуючим досвідом спілкування між людьми та іншими соціальними суб'єктами на різних рівнях. Україна надає приклад усьому світу та показує, як потрібно будувати комунікації між людьми та іншими соціальними суб'єктами під час активної фази повномасштабної війни, яка досі триває.

Література:

1. Красняк О., Амонс С. Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/48> (дата звернення: 05.05.2025).

2. Харченко Л. М. Соціальні комунікації : навчально-методичний посібник. Переяслав : «Видавництво КСВ», 2021. 76 с.