

користувачів замість власних, що дозволяє перейти від традиційної лінійної моделі створення цінності до мережевої. У цьому контексті кожен новий користувач збільшує загальну корисність платформи для інших, активуючи ефект саморозвитку системи через так званий мережевий ефект.

З огляду на це, українські торговельні підприємства мають впроваджувати можливості цифрових платформ у своїй діяльності, зокрема:

1) електронну взаємодію бізнесу (електронні контракти, рахунки, документообіг);

2) використання платформ електронних бізнес-послуг (LegalTech, FinTech, InsurTech) із залученням блокчейн-технологій, зокрема смарт-контрактів;

3) впровадження платформ електронного управління ланцюгами постачання та смарт-логістики.

Реалізація цих напрямів сприятиме цифровій трансформації взаємодії між компаніями, галузями та організаціями в межах комерційного сектора.

***Бортнік Іліна Олександрівна,***

здобувачка першого рівня вищої освіти,  
соціологічний факультет,

*під науковим керівництвом к.соц.н, доцентки Болотової В.О.,*

ХНУ імені В.Н. Каразіна,

Харків, Україна

## **ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

### **DISINFORMATION IN WAR CONDITIONS: CHALLENGES FOR UKRAINIAN SOCIETY**

Повномасштабна війна, розв'язана РФ проти України, супроводжується інтенсивною інформаційною агресією, де дезінформація виступає ключовим

інструментом підриву суспільної довіри, деморалізації та дестабілізації внутрішньополітичної ситуації. Цей феномен набуває особливої актуальності в умовах цифрової епохи, де соціальні мережі та месенджери, такі як Telegram, TikTok, YouTube та Facebook, стали основними каналами поширення як достовірної інформації, так і маніпулятивних повідомлень.

Теоретичні аспекти дезінформації досліджуються як українськими, так і зарубіжними науковцями. Зокрема, у роботах Д. Григораша, І. Лопушинського, Х. Фокса, Дж. Мартіна та Л. Флоріді розглядаються різні підходи до розуміння цього явища. Типологізацію фейків здійснювали О. Курбан та І. Мудра, а питання протидії маніпуляціям висвітлювались у працях А. Муровицького, В. Маляренка та Р. Черниша. У науковому дискурсі дезінформація визначається як явище, що базується на спотворенні фактів, апеляції до емоцій, використанні напівправди й елементів сенсаційності. Особливу небезпеку становлять імітаційні фейки, що стилістично повторюють офіційні джерела, через що їх важко відрізнити від достовірної інформації.

Telegram-канали стали одним із основних майданчиків для розповсюдження дезінформації, що пояснюється їхньою анонімністю, оперативністю та високою довірою серед користувачів. Проте саме ці характеристики створюють ідеальні умови для масованих інформаційних атак. Значна частина таких каналів має відсутність чіткої редакційної політики, що унеможливорює перевірку джерел і створює ілюзію «інсайдерської правди». Анонімні ресурси впливають на громадську думку, формуючи альтернативну реальність, яка апелює до страху, патріотизму або недовіри до влади.

Сприйняття фейків у суспільстві є гетерогенним. Молодь, як свідчать дослідження, продемонструвала вищий рівень медіаграмотності, схильність до фактчекінгу та критичного ставлення до інформації з Telegram. Старше покоління, навпаки, частіше довіряє побаченому, особливо якщо повідомлення подається у звичних форматах.

Опитування, проведене компанією Rakuten Viber у 2023 році, показало, що більшість користувачів або ігнорують фейки, або вживають заходів: від

відписки до блокування каналів. Водночас нові хвилі дезінформації стають дедалі більш витонченими, емоційно зарядженими та персоналізованими, що ускладнює їхнє виявлення навіть досвідченим користувачам.

Згідно з дослідженням Internews та USAID, хоча 65% українців вважають, що можуть відрізнити фейкові новини від правдивих, лише 11% з них змогли правильно ідентифікувати всі приклади фейків під час тестування. Це свідчить про необхідність посилення медіаосвіти та критичного мислення серед населення [1].

У відповідь на зростаючу загрозу дезінформації, український уряд та громадські організації активізували зусилля з протидії фейкам. Наприклад, організація StopFake, заснована у 2014 році, активно займається фактчекінгом та спростуванням російської пропаганди, використовуючи різноманітні медіа-платформи для досягнення широкої аудиторії [2].

Протидія дезінформації має базуватися на міждисциплінарному підході, який поєднує розвиток медіаграмотності, критичного мислення, цифрової безпеки та застосування сучасних технологічних інструментів для ідентифікації фейків. Особливо ефективною виявляється співпраця між урядовими установами, освітніми закладами та громадянським суспільством, яке виступає як активний суб'єкт у викритті фальсифікацій.

Оскільки розповсюдження фейків відбувається насамперед через окремих користувачів, ефективна боротьба з дезінформацією повинна починатися з найменшої одиниці інформаційного простору – окремої людини. Саме людина вирішує, чи довіряти отриманій інформації, чи поширювати її далі, і саме на цьому рівні формуються механізми критичного мислення, що дозволяють розрізняти правдивий контент від маніпулятивного.

Розвиток технологій значно ускладнює боротьбу з фейками, особливо в умовах активного використання штучного інтелекту для їхнього створення та поширення. Генеративні алгоритми дозволяють швидко продукувати реалістичні фото, відео та тексти, які важко відрізнити від справжніх. Це

ускладнює процес верифікації інформації та робить маніпуляції ще витонченішими.

Однак, попри технологічні виклики, існують ефективні методи протидії дезінформації. Забезпечення інформаційної гігієни населення, формування навичок критичного мислення та просування культури фактчекінгу є основою стійкого інформаційного простору, що має вирішальне значення для національної безпеки в умовах гібридної війни. В умовах постійного інформаційного тиску інформаційна свідомість стає не лише інструментом самозахисту, а й формою громадянської відповідальності, що має бути стратегічним пріоритетом національної політики.

#### **Список використаних джерел**

1. Kuryata, N. Fighting Fake News in Ukraine. Institute for War and Peace Reporting. URL: <https://iwpr.net/global-voices/fighting-fake-news-ukraine> (дата звернення: 13.04.2025).

2. Maheshwari, V. Ukraine's fight against fake news goes global. Politico. 2017. 12 березня. URL: <https://www.politico.eu/article/ukraine-fake-news-media/> (дата звернення: 13.04.2025).

*Гонтар Анастасія Олександрівна,*

*Байрамкулова Дар'я Володимирівна,*

*здобувачки першого рівня вищої освіти,*

*під науковим керівництвом ст. викладачки Козлової О.А.,*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків, Україна*

**СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: КОНЦЕПЦІЯ XXI  
СТОЛІТТЯ. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД**

**SOCIALLY RESPONSIBLE MARKETING: THE CONCEPT OF THE 21ST  
CENTURY. GLOBAL TRENDS AND NATIONAL EXPERIENCE**