

## Особливості спілкування в соціальних мережах під час війни

В умовах стрімкого розвитку соціальні мережі та інформаційна війна все тісніше поєднуються. Людина стає все більш залежною від інформації, яка її оточує. Соціальні медіа стають ідеальним інструментом впливу на свідомість населення та ведення інформаційних війн. Спілкування, можливість бути разом з іншими людьми, відчуття єдності та причетності під час війни відіграють особливу роль. Комунікація, окрім своїх прямих функцій, допомагає стабілізуватися, знизити тривогу, отримати та надати підтримку, відреагувати власні почуття та дати таку можливість іншому. З близькими та рідними зараз постійно спілкується 72% громадян, 48% – з друзями, 38% з сусідами і 28% з колегами по роботі. Найважливіша та найбільш об'ємна частина комунікації – із близьким колом, про яке в час війни людина переживає та турбується найбільше.

**Інформаційна війна** – це подача інформації, яка формує у суспільстві потрібну точку зору, громадську думку чи вичерпну систему поглядів щодо окремих питань на користь маніпулятора. Внаслідок цього відбувається усвідомлення окремих фактів чи подій у потрібному для маніпулятора світлі, формування потрібного світогляду чи життєвої позиції щодо питань, у яких раніше була суперечність чи невизначеність.

До особливостей спілкування в соціальних мережах ми можемо віднести наступні:

### **Висока довіра до соціальних мереж.**

Оскільки в соцмережах усі спілкуються на рівних, ми звикли довіряти кожній статті та коментарю. Нам важко уявити, що хтось свідомо брехатиме напрому. При цьому часто забуваємо, що за відсутності прямого контакту зі співрозмовником значно легше приховувати правду. Так у маніпулятора є час на підготовку продуманої відповіді та фейкових доказів, які важко перевірити. Тому інформацію, отриману з соціальних джерел ми повинні критично сприймати, перевіряти.

### **Присутність лідерів думок .**

Якщо слова особи поширюють, цитують, лайкають і підтримують, для нас вона стає гуру в якійсь ситуації. Ми довіряємо їй, що б вона не казала. Людина із більшим задоволенням приєднується до групи, яка складається з десятків тисяч, аніж до маленької із кількома десятками учасників. За допомогою таких «лідерів думок» держава чи корпорація може забезпечувати прихильність до себе та власних ідей, нав'язуючи своє бачення стосовно конкретних подій, явищ у різних сферах функціонування держави та суспільства.

### **Прагнення самореалізації чи заміни реальності.**

В Інтернеті ми не такі, як у реальності, тому соціальні мережі та інформаційна війна знаходять тут особливий простір для своєї “кооперації”. Це відомий факт. Спілкування в соцмережах додає нам сміливості. Адже можна сховатися за картинкою і змінити ім'я (нікнейм). Так тебе точно ніхто не впізнає. Писати що завгодно. Вести подвійне життя. Поведінка людини в

повсякденному житті та її манера комунікації в соціальних мережах можуть відрізнятись повністю.

Віртуальність робить життя яскравішим і сповненим емоцій. Адже події, що відбуваються там, набагато цікавіші, ніж сіра реальність. Цифрові соціологи стверджують, що соціальні мережі створюють нову реальність, яка не обмежена горизонтом сприйняття.

Спілкування в соціальних мережах повинне бути побудоване на принципах оптимізму та віри в перемогу. Позитивне спілкування мотивує. Не потрібно займатись критикою влади, поширювати неперевірену інформацію, розпалювати ворожнечу.

Війна – час відповідального лідерства. Комунікація дозволяє найбільш активним учасникам залучати спільноту до генерації загальних рішень. Ідеться про поточні і стратегічні плани, пріоритети розвитку для підрозділу чи усього відомства. Усе це гуртує до спільних дій і зменшує імовірність панічно-депресивних настроїв. Адже кожен відчуває причетність до загальної справи.