

УДК 378.147

СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАЦІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕМАРАФОНІ «ЄДИНІ НОВИНИ»

ПУЦЯТА Ірина,

старший викладач,

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна, e-mail: Iryna.S.Putsiata@lpnu.ua.

Вступ. Вивчення теми зумовлене необхідністю аналізу ефективності інформаційної політики в умовах воєнного стану, протидії дезінформації та консолідації суспільства. Телемарафон став ключовим інструментом державної комунікації, а його дослідження дозволяє оцінити вплив сучасних медіатехнологій на формування суспільної думки, стійкість до інформаційних загроз та підтримку національної єдності.

Актуальність і мета. Актуальність теми зумовлена зростаючою роллю масмедійних платформ у кризових ситуаціях, зокрема під час війни. Метою дослідження є систематизація й узагальнення відомостей щодо специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини».

Методологія. Для вивчення специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини» застосовані контент-аналіз, експертне опитування, а також порівняльний аналіз. У статті вивчені конкретні приклади задіяння сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини».

Результати. Аналіз специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини» дозволяє стверджувати, що цей проєкт є унікальним інформаційним явищем, що забезпечує оперативне та достовірне висвітлення подій в умовах воєнного стану. Використання новітніх технологій сприяє розширенню аудиторії та підвищенню ефективності комунікації між державою, засобами масової інформації та громадянами.

Висновки. В умовах гібридної війни ефективний моніторинг інформаційного простору є необхідним для протидії фейковим новинам та інформаційним атакам. Сучасні соціально-комунікаційні технології в національному телемарафоні «Єдині новини» застосовуються для оперативного інформування населення, забезпечення інтерактивності та широкого охоплення аудиторії. Використання прямих включень, аналітичних платформ, соціальних мереж та цифрових сервісів дозволяє підвищити доступність інформації, залучити громадян до обговорення важливих подій і забезпечити ефективну комунікацію між державними органами, експертами та суспільством.

Ключові слова: інформація, засоби масової інформації, тележурналістика, громадська думка, громадська свідомість, телемарафон, «Єдині новини», соціально-комунікаційні технології.

Вступ. Телемарафон «Єдині новини» став унікальним прикладом консолідації медіа-ресурсів для забезпечення безперервного інформування населення. У цьому контексті соціально-комунікаційні технології відіграють ключову роль у поширенні достовірної інформації, протидії дезінформації та підтримці національної єдності.

Своєю чергою актуальність теми «Специфіка застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій в національному телемарафоні «Єдині новини» зумовлена зростаючою роллю мас-медійних платформ у кризових ситуаціях, зокрема під час війни. Сучасні соціально-комунікаційні технології, такі як: інтеграція телевізійного мовлення з цифровими платформами, використання соціальних мереж і мобільних застосунків, суттєво підвищують ефективність комунікації з аудиторією. У випадку телемарафону «Єдині новини» ці технології дозволяють охопити широку аудиторію, зокрема молодь, яка все більше споживає інформацію через соціальні медіа. Завдяки стрімінгу на YouTube, Facebook і Telegram громадяни мають можливість отримувати оперативні новини у зручному для себе форматі.

Важливим аспектом є застосування технологій фактчекінгу та штучного інтелекту для моніторингу інформаційного простору. У період масштабної війни Росії проти України значну загрозу становить поширення фейкових новин та маніпуляцій. Використання автоматизованих систем аналізу контенту та професійних платформ перевірки фактів допомагає журналістам телемарафону оперативно реагувати на дезінформаційні атаки та забезпечувати громадян правдивими даними.

Окрему увагу слід приділити інтерактивним технологіям, які дозволяють телемарафону залучати громадян до суспільного діалогу. Використання прямих включень, опитувань, чат-ботів і коментарів у соцмережах сприяє двосторонній комунікації між медіа та аудиторією. Це не лише підвищує рівень довіри до ЗМІ, а й сприяє формуванню громадської думки в умовах воєнного стану.

Таким чином, аналіз специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини» є важливим як у науковому, так і в практичному аспектах. Вивчення цих технологій дозволяє оцінити їхню ефективність у кризовий період, визначити перспективи розвитку інформаційної політики держави та розробити рекомендації для підвищення рівня медіаграмотності громадян.

З наукової точки зору авторський доробок сприяє дослідженню ефективності соціально-комунікаційних технологій у кризових умовах, розвитку теорії інформаційної безпеки та стратегічних комунікацій, а також аналізу впливу телемарафону на суспільну думку та стійкість до дезінформації. Практична значущість роботи полягає у виробленні рекомендацій для підвищення ефективності інформаційної політики, зокрема в умовах воєнного стану, оптимізації контент-стратегії телемарафону та використання новітніх технологій для посилення його впливу на аудиторію. Отже, дослідження має як теоретичну, так і прикладну цінність, сприяючи розвитку сучасних комунікаційних підходів в умовах інформаційного протистояння.

Серед національних дослідників, які фахово вивчали специфіку застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій, слід назвати: Д. Виставкіну [2], Н. Моїсєєву [5], І. Абрамову, В. Манакіна [6], О. Ятчука [10]. Національний телемарафон «Єдині новини» вивчали: К. Бакаєвич [1], Є. Соломін [8].

Новизна статті – вивчення конкретних прикладів застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини».

Мета – систематизація й узагальнення відомостей щодо специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій в національному телемарафоні «Єдині новини».

Завдання: виявити сутність поняття «соціально-комунікаційні технології»; проаналізувати вплив функціонування соціально-комунікаційних технологій на громадську думку та соціальну поведінку; оцінити спектр соціально-комунікаційних технологій, які використовуються у національному телемарафоні «Єдині новини» й сприяють ефективному поширенню інформації та взаємодії з аудиторією; оцінити зарубіжний досвід застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у телемарафонах.

Методи дослідження. Для вивчення специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини»

доцільно використовувати комплексний підхід, що включає кілька наукових методів. Контент-аналіз є одним із ключових, оскільки дозволяє систематично вивчати зміст медіаматеріалів телемарафону, визначати частоту використання цифрових технологій, інтерактивних елементів та соціальних мереж у комунікації з аудиторією. Аналіз змісту новинних випусків і їх поширення на цифрових платформах допоможе оцінити ефективність сучасних комунікаційних підходів.

Другим важливим методом є експертне опитування, яке дозволяє отримати професійну оцінку ефективності застосованих соціально-комунікаційних технологій. Опитування журналістів, медіааналітиків та комунікаційних спеціалістів дає змогу визначити основні тенденції, виклики та перспективи розвитку телемарафону. Проведення соціологічного дослідження серед глядачів дозволить з'ясувати, наскільки вони залучені, чи довіряють контенту та як оцінюють якість інформаційного продукту.

Ще одним важливим методом є порівняльний аналіз, який дозволяє зіставити використання соціально-комунікаційних технологій у телемарафоні «Єдині новини» з аналогічними міжнародними проектами. Аналіз успішних кейсів з інших країн допоможе виявити найкращі практики та можливості їх адаптації до українського контексту. Використання комплексного методологічного підходу забезпечить глибоке й усебічне вивчення теми, сприятиме розробці практичних рекомендацій для вдосконалення інформаційної політики держави.

Результати й обговорення. Національний телемарафон «Єдині новини» виник як відповідь на інформаційні виклики, що постали перед Україною після повномасштабного вторгнення Росії 24 лютого 2022 року. В умовах воєнного стану держава потребувала оперативного, достовірного та координованого інформування населення, а також ефективної протидії російській пропаганді та дезінформації. Для цього було прийнято рішення про об'єднання найбільших українських телеканалів у спільний інформаційний простір. При цьому спільний інформаційний простір – це сукупність взаємопов'язаних інформаційних ресурсів, технологій, комунікаційних мереж і користувачів, що забезпечують обмін, обробку та зберігання даних у межах певної системи чи суспільства. Він сприяє інтеграції різних джерел інформації, уніфікації стандартів передачі даних та створенню єдиної інформаційної інфраструктури для ефективного функціонування державних, наукових, освітніх, економічних та інших процесів.

Ініціатива створення телемарафону була підтримана державними органами, зокрема Радою національної безпеки і оборони України (РНБО), яка ухвалила відповідне рішення. Координацію роботи телемарафону здійснює Міністерство культури та стратегічних комунікацій України спільно з Національною радою з питань телебачення і радіомовлення. Основною метою стало забезпечення інформаційної стабільності, недопущення паніки серед населення та створення єдиного джерела офіційних новин.

До телемарафону приєдналися провідні загальнонаціональні телеканали, серед яких: «1+1», «ICTV», «Інтер», «Україна 24» (до закриття), «Рада», «Суспільне» та інші. Вони об'єднали свої ресурси та почали працювати в ротатійному режимі, формуючи єдину інформаційну сітку мовлення. Це дало змогу ефективно розподіляти роботу редакцій, уникати дублювання контенту та створювати безперервний потік новин [1].

Запуск телемарафону «Єдині новини» також став реакцією на виклики інформаційної війни, яку веде Росія. В умовах масштабної пропагандистської кампанії проти України було важливо не лише поширювати правдиву інформацію, а й активно спростовувати фейки та маніпуляції. Для цього в межах марафону почали діяти спеціальні рубрики, присвячені фактчекінгу та розвінчання дезінформації.

Важливим аспектом створення телемарафону стало залучення міжнародної аудиторії. Завдяки трансляції в інтернеті, на супутникових платформах і в соціальних мережах українці за кордоном та іноземці отримали змогу стежити за подіями в Україні з першоджерела. Крім того, телемарафон став інструментом комунікації

між українською владою та міжнародними партнерами, оскільки в ефірі регулярно виступають представники урядів, міжнародних організацій та лідери думок.

З початку роботи телемарафону значна увага приділялася психологічній підтримці населення. Крім суто новинного контенту, в ефірі з'явилися програми, спрямовані на пояснення військових дій, роз'яснення економічної ситуації, рекомендації щодо адаптації до умов війни, підтримки морального духу громадян. Це дозволило знизити рівень паніки та допомогло людям краще орієнтуватися в ситуації [8].

Фінансування телемарафону здійснюється як за рахунок державних коштів, так і за підтримки міжнародних партнерів. Водночас, його робота ґрунтується на принципах незалежної журналістики, а редакційні групи телеканалів, що входять до проєкту, зберігають свою професійну автономію. Такий підхід дозволяє дотримуватися журналістських стандартів і забезпечувати плюралізм думок у рамках єдиного інформаційного простору.

Згодом формат телемарафону зазнав змін і вдосконалень. Поступово розширювалася тематика програм, з'явилися нові ведучі, а технологічні можливості дозволили підвищити якість трансляцій. Значну роль у вдосконаленні проєкту відіграла цифровізація: активне використання соціальних мереж, стрімінгових платформ та мобільних застосунків дало змогу охопити ще більше глядачів.

На нашу думку, телемарафон також зіткнувся з певними викликами. Одним із них стала критика щодо можливих обмежень інформаційного різноманіття та конкуренції серед ЗМІ. Деякі експерти висловлювали занепокоєння щодо концентрації медіа-ресурсів у єдиному форматі. Водночас, керівники телемарафону наголошують, що такий підхід є вимушеним кроком воєнного часу і не передбачає цензури чи обмеження свободи слова [8].

Таким чином, національний телемарафон «Єдині новини» став потужним комунікаційним інструментом України в умовах війни. Його створення дозволило ефективно координувати інформаційний простір, забезпечити громадян перевіреними новинами та підсилити боротьбу з дезінформацією. Водночас, цей проєкт продовжує розвиватися, вдосконалюючи свої методи роботи та адаптуючись до сучасних викликів інформаційної війни.

Соціально-комунікаційні технології – це сукупність методів, інструментів та практик, що забезпечують ефективну передачу інформації, взаємодію між соціальними групами та вплив на суспільну свідомість. Вони відіграють важливу роль у формуванні суспільних настроїв, мобілізації громадської думки та організації комунікаційних процесів у різних сферах – від медіа до державного управління та бізнесу [2].

Основною характеристикою соціально-комунікаційних технологій є їх спрямованість на оптимізацію процесів комунікації через використання спеціалізованих інформаційних каналів, когнітивних стратегій та технологічних рішень. Вони можуть застосовуватися для підвищення ефективності соціальної взаємодії, розширення інформаційного простору та впливу на поведінкові моделі споживачів або громадян.

Залежно від цілей використання, соціально-комунікаційні технології поділяються на декілька основних категорій. Зокрема, інформаційно-аналітичні технології забезпечують моніторинг громадської думки, аналіз великих масивів даних та прогнозування комунікативних ефектів. Медійні технології включають засоби масової інформації та цифрові платформи, які формують інформаційний порядок денний. Маніпулятивні технології, такі як пропаганда чи PR-стратегії, використовуються для керованого впливу на суспільну свідомість.

Сучасні соціально-комунікаційні технології все більше ґрунтуються на цифрових платформах, що включають штучний інтелект, алгоритми персоналізованого контенту, соціальні мережі та інтерактивні комунікаційні інструменти. Це дозволяє здійснювати швидку та масштабовану комунікацію, створюючи умови для двосторонньої взаємодії між джерелом інформації та її реципієнтом.

Одним із ключових аспектів функціонування соціально-комунікаційних технологій є їхній вплив на громадську думку та соціальну поведінку. Завдяки використанню різних стратегій – від нейролінгвістичного програмування до таргетованої реклами – комунікатори можуть формувати певні наративи, коригувати поведінкові моделі та стимулювати соціальну активність.

Ключову роль у розробці та впровадженні соціально-комунікаційних технологій відіграють засоби масової інформації, державні інститути, громадські організації та корпорації. Вони використовують різні технологічні інструменти для управління комунікацією, забезпечення соціальної згуртованості та управління кризовими ситуаціями.

У політичній сфері соціально-комунікаційні технології використовуються для передвибірчих кампаній, мобілізації громадянського суспільства та дипломатичної комунікації. Прикладами таких технологій є медійні стратегії, розраховані на формування позитивного іміджу політичних лідерів, та цифрові платформи, що залучають громадян до процесів ухвалення рішень.

У бізнесі ці технології забезпечують маркетингові комунікації, брендинг та управління репутацією. Використання Big Data та машинного навчання дозволяє компаніям аналізувати споживчі уподобання та формувати індивідуалізовані пропозиції, що підвищує ефективність взаємодії з клієнтами.

Серед головних викликів у розвитку соціально-комунікаційних технологій – етичні питання, маніпуляція інформацією, зростання дезінформації та проблема інформаційної безпеки. Важливо забезпечити баланс між свободою комунікації та захистом суспільства від шкідливих інформаційних впливів [6].

Таким чином, соціально-комунікаційні технології є невід'ємною складовою сучасного суспільства, що активно впливають на інформаційний простір, соціальні процеси та поведінку людей. Їхній розвиток потребує усвідомленого використання та регулювання з метою забезпечення сталого та етичного інформаційного середовища.

У національному телемарафоні «Єдині новини» використано широкий спектр соціально-комунікаційних технологій, які сприяють ефективному поширенню інформації та взаємодії з аудиторією. Основними з них є (див. рис. 1 на стор. 83):

1. Телевізійне мовлення – класична технологія, що забезпечує трансляцію єдиного інформаційного потоку на провідних українських телеканалах у ротаційному режимі.

2. Соціальні мережі – активне використання платформ: Facebook, YouTube, Telegram, TikTok, Instagram, Twitter для поширення новин, взаємодії з аудиторією та боротьби з дезінформацією.

3. Стрімінгові платформи – трансляція телемарафону через YouTube, Megogo, Kyivstar TV та інші онлайн-сервіси дозволяє охопити ширшу аудиторію, зокрема українців за кордоном.

4. Чат-боти та месенджери – використання Telegram-ботів, Viber-спільнот та інших цифрових інструментів для оперативного інформування та отримання зворотного зв'язку від громадян.

5. Фактчекінгові технології – застосування аналітичних інструментів для перевірки фактів та боротьби з дезінформацією, зокрема платформи StopFake, VoxCheck, Detector Media.

6. Взаємодія з глядачами – організація онлайн-опитувань, голосувань та інтерактивних дискусій у соціальних мережах, що дозволяє враховувати думку аудиторії.

7. Інфографіка та мультимедійний контент – використання анімації, карт, діаграм і відеографіки для візуального представлення складної інформації та покращення її сприйняття.

8. Штучний інтелект та Big Data – аналіз поведінки глядачів, моніторинг соцмереж та автоматичне виявлення дезінформаційних кампаній через AI-алгоритми.



Рис. 1. Перспективи вдосконалення системи національної безпеки [9]

9. Колаборація з міжнародними партнерами – залучення світових ЗМІ, міжнародних експертів та аналітичних центрів до висвітлення подій та перевірки інформації.

10. Переклад та адаптація контенту – створення версій матеріалів різними мовами для міжнародної аудиторії, зокрема англійською, польською та німецькою [6].

Ці технології забезпечують оперативність, достовірність, інтерактивність та масштабність телемарафону, роблячи його головним інформаційним ресурсом для українців в умовах війни.

Наведемо приклади того, як соціально-комунікаційні технології використовуються у випусках національного телемарафону «Єдині новини» (табл. 1):

Таблиця 1 - Приклади використання соціально-комунікаційних технологій у випусках національного телемарафону «Єдині новини» [1, 8]

Форми соціально-комунікаційних технологій	Використання у телемарафоні «Єдині новини»
1. Телевізійне мовлення	Кожна з медіагруп (наприклад, «1+1», «ICTV», «Суспільне», «Рада») у визначений час відповідальна за наповнення ефіру, що забезпечує цілодобове інформування населення. Формат включає живі включення кореспондентів із прифронтових територій, що дає змогу отримувати актуальні новини з місця подій у реальному часі.
2. Соціальні мережі	У Facebook та Telegram оперативно викладаються короткі відео з основними новинами ефіру. Наприклад, Офіс Президента та Міністерство оборони активно поширюють офіційні заяви через ці платформи. TikTok та Instagram Reels використовуються для створення коротких відеофрагментів, які доносять ключові меседжі до молодіжної аудиторії.

3. Стрімінгові платформи	Випуски телемарафону можна дивитися в YouTube, де з'являються повні записи ефірів та тематичні сюжети. Megogo, Київстар ТБ та інші сервіси транслюють марафон безкоштовно, забезпечуючи доступ для тих, хто не має традиційного телебачення.
4. Чат-боти та месенджери	Телеграм-канали (наприклад, «Єдині новини», «РНБО», «МВС України») дають змогу оперативно отримувати перевірену інформацію про ракетні обстріли, гуманітарну допомогу тощо. Чат-боти в Telegram використовуються для збирання інформації від громадян про пересування ворожої техніки (наприклад, бот «єВорог»).
5. Фактчекінгові технології	В ефірі телемарафону часто з'являються аналітичні сюжети від StopFake, VoxCheck, які спростовують російські фейки. Спеціальні випуски на кшталт «Антифейк» розбирають найпоширеніші маніпуляції та пропаганду.
6. Взаємодія з глядачами	Ведучі телемарафону зачитують питання, які надходять від глядачів у коментарях під стрімами на YouTube або Facebook. Онлайн-опитування, наприклад, у Telegram-каналі «Єдині новини», дозволяють оцінити настрої суспільства щодо певних подій.
7. Інфографіка та мультимедійний контент	В ефірах часто демонструють графічні мапи, що показують ситуацію на фронті або масштаби руйнувань. Використовуються анімаційні ролики для пояснення складних тем (наприклад, економічні прогнози або міжнародна допомога).
8. Штучний інтелект та Big Data	Алгоритми моніторять соціальні мережі та виявляють поширення фейкових новин, які потім спростовуються в ефірі телемарафону. Використовується аналіз великих даних для оцінки аудиторії та ефективності контенту.
9. Колаборація з міжнародними партнерами	Випуски телемарафону часто містять включення міжнародних експертів, аналітиків та журналістів, що дає змогу отримати глобальну перспективу на події в Україні. Окремі випуски виходять у партнерстві з BBC, CNN, Deutsche Welle, що підсилює міжнародну підтримку.
10. Переклад та адаптація контенту	Офіційні звернення Президента України Володимира Зеленського дублюються англійською та іншими мовами для міжнародної аудиторії. Випуски телемарафону мають субтитри англійською, а деякі транслюються на міжнародних телеканалах (наприклад, FreeDom).

Таким чином, телемарафон «Єдині новини» активно використовує сучасні соціально-комунікаційні технології, забезпечуючи глобальне охоплення, достовірність інформації та ефективний зворотний зв'язок з аудиторією.

Звертаючись до відповідного закордонного досвіду, слід вказати, що телемарафони є потужним інструментом суспільної комунікації, що дозволяє мобілізувати громадську думку, привертати увагу до актуальних соціальних проблем та залучати фінансові й організаційні ресурси для вирішення гуманітарних, політичних та екологічних питань. Використання соціально-комунікаційних технологій у таких заходах відіграє вирішальну роль у розширенні аудиторії, підвищенні ефективності взаємодії з глядачами та максимізації соціального впливу [9].

Однією з головних функцій соціально-комунікаційних технологій у телемарафонах є створення багатоканальної інформаційної взаємодії. Традиційні телевізійні формати доповнюються цифровими платформами, що дає змогу охопити ширшу аудиторію. Наприклад, великі міжнародні телемарафони, такі як «Comic Relief» у Великій Британії чи «Telethon» у Франції, інтегрують соціальні мережі, мобільні додатки та онлайн-стрімінги для активного залучення громадян.

Успішні телемарафони закордоном активно використовують соціальні медіа та інтерактивні комунікації для підвищення залученості аудиторії. Наприклад, у США

під час благодійних марафонів на підтримку жертв природних катастроф Twitter та Facebook застосовуються для поширення коротких відео з емоційними історіями постраждалих, що сприяє емоційному залученню глядачів. Використання хештегів, онлайн-голосувань та краудфандингових платформ посилює інтерактивність заходів [5].

Особливу роль відіграють інструменти персоналізації контенту, які дозволяють адаптувати інформацію до конкретних аудиторій. Наприклад, телемарафон «Stand Up to Cancer» у США використовує алгоритми Big Data для аналізу глядацьких уподобань і на основі цього формує таргетовані повідомлення у соціальних мережах та email-розсилках. Це підвищує ймовірність залучення людей до донатів або активної участі в кампанії.

Однією з найважливіших соціально-комунікаційних технологій у телемарафонах є технології краудфандингу. Міжнародні марафони часто інтегрують платформи на кшталт GoFundMe, JustGiving або Patreon для збору коштів у режимі реального часу. Під час телемарафону «Children in Need» у Великій Британії глядачі можуть робити пожертви через SMS, PayPal або QR-коди, що з'являються на екрані під час трансляції.

Ще одним важливим аспектом є використання штучного інтелекту (AI) та чат-ботів для автоматизованого спілкування з глядачами. Наприклад, марафони у Німеччині та Канаді застосовують AI-ботів у Telegram і WhatsApp, які відповідають на запитання користувачів, інформують про хід кампанії та нагадують про можливість зробити внесок. Це значно підвищує ефективність збору коштів.

У деяких телемарафонах активно застосовуються технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) для створення глибшого емоційного зв'язку з аудиторією. Наприклад, у Франції Telethon пропонував глядачам за допомогою VR-шоломів побачити життя людей із рідкісними захворюваннями, що підсилювало ефект співпереживання та стимулювало благодійні пожертви.

Телемарафони також інтегрують аналітичні системи моніторингу суспільної реакції, що дозволяє оперативно коригувати контент у реальному часі. Наприклад, аналітичні платформи визначають, які сегменти програми викликають найбільший відгук у соціальних мережах, і на основі цього редактори змінюють програмний формат, збільшуючи акцент на найбільш резонансних темах.

У політичних та громадських телемарафонах важливу роль відіграють технології перевірки фактів (fact-checking). Наприклад, під час міжнародних заходів, присвячених кризовим ситуаціям (наприклад, війна в Україні), спеціальні команди фактчекерів оперативно перевіряють інформацію, щоб уникнути маніпуляцій або поширення фейків у прямому ефірі [2].

Таким чином, соціально-комунікаційні технології відіграють критично важливу роль у телемарафонах за кордоном, забезпечуючи інтерактивність, мобільність, персоналізацію контенту та масштабіть впливу. Їхнє активне використання сприяє не лише залученню широкої аудиторії, але й ефективнішому досягненню соціальних, політичних і гуманітарних цілей телемарафонів.

Висновки та перспективи. Аналіз специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини» дозволяє зробити низку важливих висновків. Насамперед, цей проєкт є унікальним інформаційним явищем, що забезпечує оперативне та достовірне висвітлення подій в умовах воєнного стану. Використання новітніх технологій сприяє розширенню аудиторії та підвищенню ефективності комунікації між державою, засобами масової інформації та громадянами.

Одним із ключових аспектів є інтеграція традиційного телевізійного мовлення з цифровими платформами. Завдяки трансляціям у соціальних мережах, мобільних застосунках і на відеохостингах, таких як YouTube та Facebook, телемарафон став доступним широкій аудиторії як в Україні, так і за її межами. Це сприяє розширенню

інформаційного впливу державних і незалежних медіа на громадян, забезпечуючи безперервний доступ до новин.

Важливу роль у реалізації проєкту відіграють технології фактчекінгу та боротьби з дезінформацією. В умовах гібридної війни ефективний моніторинг інформаційного простору є необхідним для протидії фейковим новинам та інформаційним атакам. Використання алгоритмів штучного інтелекту, аналітичних платформ та співпраця з міжнародними організаціями сприяють підвищенню рівня достовірності новинного контенту.

Також слід відзначити інтерактивний характер комунікації, який реалізується через залучення глядачів до обговорення суспільно важливих питань. Використання онлайн-опитувань, коментарів у соціальних мережах та чат-ботів дозволяє громадянам не лише отримувати інформацію, а й висловлювати свою позицію, що підвищує довіру до телемарафону та зміцнює суспільну єдність.

Окремо варто наголосити на стратегічній важливості телемарафону як інструменту інформаційної безпеки держави. Він не лише виконує функцію інформування, а й формує патріотичний наратив, мобілізує громадянське суспільство та підтримує стійкість українського народу перед зовнішніми загрозами. У цьому контексті застосування соціально-комунікаційних технологій сприяє підвищенню ефективності інформаційної політики України.

Попри значні успіхи, існують певні виклики, пов'язані із забезпеченням довготривалої ефективності телемарафону. До них належать потреба у подальшому вдосконаленні цифрової інфраструктури, розширенні аналітичних можливостей фактчекінгу та підвищенні медіаграмотності населення. Для подолання цих викликів необхідна комплексна стратегія розвитку соціально-комунікаційних технологій у медійному середовищі.

Таким чином, телемарафон «Єдині новини» є важливим елементом сучасного інформаційного простору України. Його успішне функціонування стало можливим завдяки ефективному використанню соціально-комунікаційних технологій, які забезпечують масштабність охоплення, інтерактивність та інформаційну безпеку. Досвід реалізації цього проєкту може бути корисним не лише для України, а й для інших країн, що стикаються з інформаційними загрозами та кризовими ситуаціями.

Перспективи розвідок щодо специфіки застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини» охоплюють кілька напрямів. По-перше, варто дослідити ефективність використання цифрових платформ та соціальних мереж для розширення охоплення аудиторії й оперативного поширення контенту. По-друге, актуальним є аналіз технологій фактчекінгу та їхнього впливу на довіру до інформації в умовах воєнного часу. По-третє, перспективним напрямом є вивчення алгоритмів персоналізації новинного контенту, що забезпечують адаптацію повідомлень до потреб різних соціальних груп. Окрім цього, важливим залишається дослідження психологічного впливу безперервного новинного потоку на глядачів і пошук балансованих комунікаційних стратегій для підтримки інформаційної стійкості суспільства.

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. Виставкіна Д. О. Прикладні соціально-комунікаційні технології / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, Ф-т журналістики, реклами та медіакомунікацій. Одеса : SIMEX, 2021. 71 с.

3. Грозна О. Дефініційна полеміка в сфері інтернет-журналістики щодо понять «жанр» і «формат» у сучасному інформаційному просторі. Український інформаційний простір, 2022. №2(10), С.119-130.

4. Грозна О. Медіа громад як основне джерело інформації в регіонах. Збірник наукових праць А'ОГОС. 2020. С. 46-47.

5. Моїсєєва Н. І. Соціально-комунікаційна діяльність як історико-суспільна практика : монографія / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка. Харків : ХНТУСГ : Федорко, 2015. 391 с.

6. Прикладні соціально-комунікаційні технології: теорія та практика : монографія / [І. Г. Абрамова та ін. ; за заг. ред. В. М. Манакіна] ; Запоріж. нац. ун-т, Ф-т журналістики. Запоріжжя : Запоріж. нац. ун-т, 2016. 331 с.

7. Про медіа (Закон № 2849-IX). 2022, 13 грудня. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20Text>

8. 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.

9. Шляхи підвищення ефективності функціонування соціальних комунікацій в умовах посилення глобальних інформаційних впливів : [монографія] / [В. М. Горовий та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ : НБУВ, 2018. 276 с.

10. Ятчук О. М. Інтерактивне телебачення: соціально-комунікаційні моделі та технології : [монографія] / Ун-т митної справи та фінансів. Дніпро : УМСФ, 2018. 136 с.

1. Bakaievych, K. (2024). Ukrainyskyi telemarafon «Iedyni novyny» pid chas povnomasshtabnoho rosiiskoho vtorhnennia: propahanda, piar chy neobkhidnist? [Ukrainian telethon «United News» during a full-scale Russian invasion: propaganda, PR or necessity?] Intehrovani komunikatsii, 1 (17), 139-144.

2. Vystavkina, D. O. (2021). Prykladni sotsialno-komunikatsiini tekhnolohii [Applied social and communication technologies]. Odessa : SIMEX.

3. Hrozna, O. (2022). Defynitsiina polemika v sferi internet-zhurnalistyky shchodo poniat «zhanr» i «format» u suchasnomu informatsiinomu prostori [Definitional polemics in the field of online journalism regarding the concepts of «genre» and «format» in the modern information space]. Ukrainyskyi informatsiinyi prostir, 2(10), 119-130.

4. Hrozna, O. (2020). Media hromad yak osnovne dzherelo informatsii v rehionakh [Community media as the main source of information in the regions]. Zbirnyk naukovykh prats ЛОГОΣ, 46-47.

5. Moisieieva, N. I. (2015). Sotsialno-komunikatsiina diialnist yak istoryko-suspilna praktyka [Social and communication activity as a historical and social practice]. Kharkiv : KhNTUSH.

6. Prykladni sotsialno-komunikatsiini tekhnolohii: teoriia ta praktyka [Applied social and communication technologies: theory and practice] (2016) / [І. Н. Абрамова та ін. ; за заг. ред. В. М. Манакіна]. Zaporizhzhia : Zaporiz. nats. un-t.

7. Pro media [About the media] (Zakon № 2849-IX). 2022, 13 hrudnia. Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20Text>

8. Solomin, Ye. (2023). Teleproiekyt «Iedyni novyny» ta «FreeDom» yak sposib informatsiinoho sprotyvu rosiiskii ahresii ta zasib rehuliuвання mediasferoiu pid chas viiny [TV projects «United News» and «FreeDom» as a method of informational resistance to Russian aggression and a means of regulating the media sphere during the war]. Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Filolohiia, 3, 62-71.

9. Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia sotsialnykh komunikatsii v umovakh posylennia hlobalnykh informatsiinykh vplyviv [Ways to increase the efficiency of social communications in the face of increasing global information influences] (2018). Kyiv : NBUV.

10. Iatchuk, O. M. (2018). Interaktyvne telebachennia: sotsialno-komunikatsiini modeli ta tekhnolohii [Interactive television: social and communication models and technologies]. Dnipro : UMSF.

UDC 378.147

THE SPECIFICS OF APPLYING MODERN SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE NATIONAL TELETHON «UNITED NEWS»

Putsyata Iryna, lecturer,

Lviv Polytechnic Nationality University, Lviv, Ukraine, e-mail: Iryna.S.Putsiata@lpnu.ua.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-9047-6245>

Introduction. The study of the topic is driven by the need to analyze the effectiveness of information policy in wartime conditions, counter disinformation, and consolidate society. The telethon has become a key tool of state communication, and its research allows us to assess the impact of modern media technologies on the formation of public opinion, resilience to information threats, and support for national unity.

Relevance and purpose. The relevance of the topic is due to the growing role of mass media platforms in crisis situations, in particular during war. The purpose of this article is to systematize and generalize information on the specifics of the application of modern social and communication technologies in the national telethon «United News».

Methodology. To study the specifics of the application of modern social and communication technologies in the national telethon «United News», content analysis, expert survey, and comparative analysis were used. Novelty. The article examined specific examples of the use of modern social and communication technologies in the national telethon «United News».

Results. The analysis of the specifics of the use of modern social and communication technologies in the national telethon «United News» suggests that this project is a unique information phenomenon that ensures prompt and reliable coverage of events in wartime conditions. The use of new technologies contributes to audience expansion and enhances the effectiveness of communication between the state, media, and citizens.

Conclusions. In the context of a hybrid war, effective monitoring of the information space is necessary to counter fake news and information attacks. Modern social and communication technologies in the national telethon «United News» are used for prompt information dissemination, ensuring interactivity and wide audience reach. The use of live broadcasts, analytical platforms, social networks, and digital services enhances information accessibility, engages citizens in discussing important events, and ensures effective communication between government bodies, experts, and society.

Keywords: information, mass media, television journalism, public opinion, public consciousness, telethon, «United News», social and communication technologies.

Стаття надійшла до редакції 11.02.2025 р.

Рекомендовано до видання 12.03.2025 р.