



УДК 81'42:004.738.5

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6\(48\)-188-199](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6(48)-188-199)

**Бабій Ірина Володимирівна** кандидат педагогічних наук, доцент кафедри українознавства та міжкультурної комунікації, факультет психології та соціального захисту, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, Львів, <https://orcid.org/0000-0002-5555-8314>

**Конівіцька Тетяна Ярославівна** кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри українознавства та міжкультурної комунікації, факультет психології та соціального захисту, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0002-2905-9191>

### **ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КРИЗОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ ДСНС**

**Анотація.** У статті досліджено особливості використання соціальних мереж у кризовій комунікації ДСНС. Актуальність тематики зумовлена активним функціонуванням цифрових платформ у системі оперативного інформування населення в умовах кризових ситуацій. Соціальні мережі у сучасному медіапросторі забезпечують швидке поширення офіційних повідомлень, підтримують постійний комунікаційний зв'язок між державними структурами та громадськістю, а також сприяють оперативному реагуванню населення на надзвичайні події. Значну увагу зосереджено на мовному оформленні кризових повідомлень ДСНС, оскільки лаконічність, стандартизованість і точність мовних конструкцій безпосередньо впливають на ефективність сприйняття інформації аудиторією. Проаналізовано наукові засади до організації кризових комунікацій, функціонування медіа у кризових умовах, використання цифрових технологій та чат-ботів у системі публічного інформування населення. Установлено, що ефективність кризової комунікації визначається своєчасністю поширення достовірної інформації, відкритістю офіційних джерел, адаптацією повідомлень до специфіки цифрової аудиторії та постійним моніторингом інформаційного простору. Доведено, що соціальні мережі ДСНС функціонують як комплексна система кризового інформування населення. Офіційні сторінки служби у Facebook, Telegram, Instagram, TikTok і X (Twitter) забезпечують швидке поширення оперативних повідомлень, візуальних матеріалів, геолокаційних попереджень та інструкцій щодо безпечної поведінки.



Визначено, що повідомлення кризового характеру характеризуються переважанням коротких синтаксичних конструкцій, дієслів теперішнього часу, віддієслівних іменників та стандартизованих лексем, зокрема «ліквідація наслідків», «евакуація населення», «пошуково-рятувальні роботи», «оперативна інформація», «не ігноруйте сигнали небезпеки». Зазначені мовні моделі посилюють інформативність повідомлень і формують у користувачів чітке розуміння рівня загрози та необхідних дій.

Встановлено, що поєднання текстових повідомлень із фото-, відеоматеріалами, інфографікою та інтерактивними елементами підвищує рівень залучення аудиторії та сприяє швидкому засвоєнню критично важливої інформації. Особливу роль у структурі кризової комунікації ДСНС відіграють чат-боти, які забезпечують оперативне оповіщення населення, дублювання офіційних повідомлень і консультативну підтримку громадян щодо алгоритмів дій у надзвичайних ситуаціях. Результати дослідження підтверджують, що цифрові платформи ДСНС формують ефективну систему кризової комунікації, орієнтовану на підтримання суспільної довіри, координацію взаємодії з населенням та мінімізацію деструктивного впливу кризових ситуацій.

**Ключові слова:** кризова комунікація, соціальні мережі, ДСНС, цифрові платформи, медіакомунікація, кризове інформування, чат-боти, мовні конструкції, медіаповідомлення, інформаційна взаємодія.

**Babii Iryna Volodymyrivna** Candidate of Pedagogical Science, Associate Professor of the Ukrainian Studies and Intercultural Communication Department, Faculty of Psychology and Social Protection, Lviv State University of Life Safety, Lviv, <https://orcid.org/0000-0002-5555-8314>

**Konivitska Tetiana** Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Ukrainian Studies and Intercultural Communication Department, Faculty of Psychology and Social Protection, Lviv State University of Life Safety, Lviv, <https://orcid.org/0000-0002-2905-9191>

## **USE OF SOCIAL MEDIA IN CRISIS COMMUNICATION OF THE STATE EMERGENCY SERVICE OF UKRAINE**

**Abstract.** The article examines the specific features of the use of social media in the crisis communication of SESU. The relevance of the topic is determined by the active functioning of digital platforms within the system of оперативне public information dissemination during crisis situations. Social media in the contemporary media environment ensure the rapid dissemination of official



messages, maintain constant communication between state institutions and the public, and facilitate the prompt response of the population to emergency events. Considerable attention is focused on the linguistic design of SESU crisis messages, since the conciseness, standardization, and precision of language constructions directly affect the effectiveness of information perception by the audience. The study analyzes the scientific foundations of crisis communication organization, the functioning of media under crisis conditions, and the use of digital technologies and chatbots in the system of public information dissemination. It has been established that the effectiveness of crisis communication is determined by the timeliness of disseminating reliable information, the openness of official sources, the adaptation of messages to the specifics of digital audiences, and continuous monitoring of the information space. The research proves that SESU social media platforms function as an integrated system of crisis communication with the population. The official pages of the service on Facebook, Telegram, Instagram, TikTok, and X (Twitter) ensure the rapid dissemination of operational messages, visual materials, geolocation alerts, and safety instructions. It has been determined that crisis-related messages are characterized by the predominance of short syntactic constructions, present tense verbs, deverbal nouns, and standardized lexical units, including “elimination of consequences,” “population evacuation,” “search and rescue operations,” “operational information,” and “do not ignore danger signals.” These language models enhance the informativeness of messages and form a clear understanding among users regarding the level of threat and the necessary actions. It has been established that the combination of text messages with photographs, video materials, infographics, and interactive elements increases audience engagement and facilitates the rapid assimilation of critically important information. Chatbots play a special role in the structure of SESU crisis communication, as they provide оперативне public alerts, duplicate official messages, and offer advisory support to citizens regarding algorithms of action in emergency situations. The results of the study confirm that SESU digital platforms form an effective system of crisis communication aimed at maintaining public trust, coordinating interaction with the population, and minimizing the destructive impact of crisis situations.

**Key words:** crisis communication, social media, SESU, digital platforms, media communication, crisis information dissemination, chatbots, language constructions, media messages, information interaction.

**Постановка проблеми.** Соціальні мережі в інформаційному просторі активно використовуються як основний канал кризового інформування населення. Поширення офіційних повідомлень через цифрові платформи забезпечує швидке реагування громадськості на надзвичайні ситуації та



водночас підтримує постійний комунікаційний зв'язок між державними структурами й аудиторією. Тому діяльність ДСНС у соціальних мережах стає важливою, оскільки дозволяє адаптувати інформаційний контент до особливостей різних аудиторій, посилюючи ефективність кризової комунікації. Особливого значення за таких умов набуває мовне оформлення офіційних повідомлень, оскільки лаконічність, точність і стандартизованість мовних конструкцій безпосередньо впливають на рівень сприйняття інформації населенням у кризових ситуаціях, що зумовлює актуальність тематики цього дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковий доробок, присвячений проблематиці кризових комунікацій, охоплює питання організації інформаційної взаємодії, функціонування медіа в умовах кризових ситуацій та використання цифрових технологій у процесі комунікації з громадськістю. Так, Гарматюк О. та Гарматюк А. акцентують увагу на базових засадах ефективних комунікацій у кризових умовах, підкреслюючи роль інформаційних заходів як інструменту стабілізації суспільних процесів та мінімізації деструктивних наслідків кризи [1]. Дзяна Г. та Дзяний Р. розглядають управління комунікаціями в умовах криз як складну систему взаємодії державних структур і суспільства [2]. Ковпак В. та Таточенко К. зосереджують увагу на використанні офіційних чат-ботів Telegram і Viber як інструментів оперативного інформування населення та забезпечення безперервного каналу зв'язку з громадянами [3]. Гайович Г., Шихненко К. та Арехтейчук О. досліджують закордонний досвід кризової комунікації та його адаптацію до українських реалій [4]. З позицій медіадосліджень Літвінчук І. визначає ефективність комунікації в медіа під час кризи як важливий чинник впливу на суспільне сприйняття подій [5]. Чайкун О. аналізує трансформацію комунікативної взаємодії медіа з аудиторіями в умовах кризових ситуацій [6]. Данько-Сліпцова А., Коваленко Н. та Жорнокуй У. встановлюють, що соціальні мережі суттєво впливають на формування громадської думки під час криз, виступаючи важливим каналом поширення інформації та емоційних реакцій [7]. Ковальова Т., Токар Ю. та Колодич Ю. доводять, що емоційний вплив медіаповідомлень є важливим чинником інформаційної поведінки аудиторії, оскільки здатен підсилювати залученість та формувати інформаційні загрози в умовах кризи [8].

**Мета статті** полягає у дослідженні особливостей використання соціальних мереж у кризовій комунікації ДСНС, визначенні специфіки цифрової взаємодії з населенням в умовах кризових ситуацій, а також аналізі мовних і комунікативних засобів поширення офіційної інформації через сучасні цифрові платформи.



**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціальні мережі в українському інформаційному просторі посідають важливе місце у процесі формування суспільної думки, забезпечуючи швидке поширення суспільно значущої інформації. Традиційні медіа за сучасних умов нерідко перебувають під впливом політичних або економічних чинників, соціальні мережі, натомість функціонують як альтернативний канал комунікації. Громадяни отримують можливість ознайомлюватися з різними позиціями та формувати власні висновки, аналізуючи доступні інформаційні матеріали. Інтернет-комунікація характеризується мінімізацією цензурних обмежень і водночас не потребує встановлення формалізованої взаємодії з редакційними структурами медійних установ [7, с. 219].

Ефективність кризової комунікації у медіапросторі визначається здатністю своєчасно передавати суспільству достовірну інформацію та підтримувати стабільний рівень довіри до офіційних джерел. Кризова ситуація суттєво впливає на громадське сприйняття подій, спричиняючи масштабні репутаційні наслідки для окремих інституцій і держави загалом. Оперативність поширення інформації за таких умов є пріоритетною, оскільки затримка комунікації створює передумови для виникнення чуток і дезінформації. Медіа повинні швидко реагувати на кризові події, поширюючи перевірені відомості та уникаючи спекулятивного трактування фактів.

У діяльності ДСНС така модель комунікації реалізується через використання офіційних цифрових платформ. Інформаційні повідомлення, поєднуючись із візуальними матеріалами та геолокаційними попередженнями, значно швидше сприймаються населенням. Відтак, оприлюднюючи повідомлення у різних форматах, ДСНС посилює рівень комунікаційної взаємодії з аудиторією та підтримує стабільний зворотний зв'язок із населенням.

Оперативність і достовірність інформації залишаються базовими принципами функціонування сучасного медіасередовища. Відсутність швидкого офіційного інформування сприяє поширенню неправдивих або неперевірених даних, провокуючи панічні настрої та хаотичні дії населення.

Оперативність передбачає швидке оприлюднення інформації та її попередню аналітичну перевірку. Тому медіа, здійснюючи верифікацію джерел і фактів, повинні забезпечувати об'єктивність висвітлення кризових подій та використовувати надійні інформаційні ресурси [5, с. 149].

Використання соціальних мереж у кризовій комунікації ДСНС демонструє залежність ефективності цифрової взаємодії від рівня адаптації повідомлень до особливостей онлайн-аудиторії. Короткі інформаційні повідомлення, доповнені інфографікою, відеоматеріалами та інтерактивними елементами, забезпечують вищий рівень залучення користувачів. Офіційна



інформація, поширюючись через цифрові платформи, швидше охоплює значну аудиторію та сприяє оперативному реагуванню населення на кризові події. Соціальні мережі у такому випадку функціонують як канал інформування та безпосередньо як механізм постійного суспільного зворотного зв'язку.

Для організації процесів, адекватних кризовій ситуації, необхідним є формування управлінських рішень на основі консолідованої взаємодії експертного середовища, представників влади та населення. Рішення щодо управління ризиками повинні враховувати інформаційні потреби осіб, які перебувають у зоні небезпеки, забезпечуючи своєчасне реагування на кризові виклики. Ефективність ризик-комунікації з населенням, своєю чергою, залежить від рівня інформаційної активності громадян та їхньої зацікавленості питаннями особистої безпеки. Важливим за таких умов виступає формування моделей поведінки, спрямованих на самозбереження, а також удосконалення системи взаємодії між державними структурами та всіма сторонами, залученими до кризової ситуації [4, с. 156].

У кризових умовах органам влади необхідно підтримувати комунікацію з громадянами на тих цифрових платформах, які є найбільш доступними та зручними для аудиторії. Важливим складником кризової взаємодії стає належний моніторинг інформаційного простору соціальних мереж, що дозволяє своєчасно виявляти суспільні настрої та реагувати на поширення недостовірної інформації. Відкритість і прозорість комунікації, поєднуючись із регулярним оновленням офіційних сторінок, сприяють формуванню стабільного рівня суспільної довіри. Значну роль при цьому відіграє надання психологічної підтримки населенню, висловлення співчуття та емпатії особам, які постраждали від кризової ситуації [2, с. 18].

Використання соціальних мереж у кризовій комунікації ДСНС підтверджує доцільність адресного поширення інформації, орієнтованої на конкретні цільові групи всередині громади. Інформаційні повідомлення, адаптуючись до особливостей окремих аудиторій, забезпечують вищий рівень сприйняття та практичного реагування населення. Особливої ефективності набуває поєднання текстових матеріалів із візуальними елементами, оскільки інфографіка, карти, фото та відеоматеріали значно пришвидшують засвоєння критично важливої інформації.

Соціальні мережі в сучасному інформаційному середовищі активно використовуються як основне джерело поширення оперативних повідомлень, забезпечуючи найвищу швидкість передачі інформації. Цифрові платформи, функціонуючи в режимі безперервного оновлення контенту, дозволяють оперативно інформувати населення про розвиток кризових подій. Журналісти та представники медіа, користуючись офіційними



сторінками державних структур, отримують актуальні відомості безпосередньо з першоджерел. Відтак повідомлення у кризових умовах повинні залишатися лаконічними та структурованими, адаптуючись до потреб різних категорій населення. Тому візуалізація інформації, доповнюючи текстові матеріали, суттєво підвищує рівень сприйняття повідомлень громадськістю [2, с. 19].

Комунікаційна практика ДСНС у соціальних мережах демонструє ефективність поєднання текстових повідомлень із візуальними елементами, орієнтованими на швидке сприйняття інформації. Так, на офіційній сторінці ДСНС у Facebook (<https://www.facebook.com/DSNS.GOV.UA/>) регулярно оприлюднюються повідомлення про наслідки ракетних ударів, пожеж чи техногенних аварій, супроводжувані фотографіями з місць подій та короткими інструкціями щодо безпечної поведінки. У текстах таких повідомлень активно використовуються такі лексеми, як *«ліквідація наслідків»*, *«евакуація населення»*, *«рятувальні роботи»*, *«загроза повторного обстрілу»*, *«постраждали»*, *«деблоковано»*, *«піротехнічні підрозділи»*, *«оперативна інформація»*. Подібні мовні конструкції забезпечують точність інформування та формують у користувачів чітке розуміння рівня небезпеки й необхідних дій у кризовій ситуації.

Під час кризових ситуацій медіа виконують особливу функцію у забезпеченні суспільства достовірною інформацією та підтриманні соціальної стабільності. Передача перевірених відомостей сприяє зниженню рівня панічних настроїв, зміцнюючи суспільну довіру до державних інституцій. Соціальна взаємодія у кризових умовах, поширюючись через цифрові платформи, забезпечує швидкий обмін інформацією між органами влади та населенням.

Поєднання традиційних і цифрових медіа при цьому залишається необхідним складником ефективної кризової комунікації, а персоналізовані та інтерактивні підходи стають пріоритетними [6, с. 106].

Особливості кризової комунікації ДСНС виявляються також у використанні стандартизованих мовних моделей, спрямованих на оперативне сприйняття інформації населенням. У Telegram-повідомленнях ([https://t.me/dsns\\_telegram](https://t.me/dsns_telegram)) поширеними є такі фрази: *«повітряна тривога»*, *«закликаємо перебувати в укриттях»*, *«не ігноруйте сигнали небезпеки»*, *«триває ліквідація пожежі»*, *«екстрені служби працюють на місці»*. Такі мовні одиниці виконують інформативну та регулятивну функції, спонукаючи громадян до конкретних безпекових дій.

Текстові повідомлення при цьому залишаються максимально лаконічними, забезпечуючи швидке сприйняття інформації в умовах підвищеної психологічної напруги.



Цифрова комунікація у кризових умовах потребує адаптації інформаційних повідомлень до специфіки окремих платформ та поведінкових особливостей аудиторії. Користувачі соціальних мереж сприймають інформацію переважно через короткі текстові блоки, візуальні образи та відеофрагменти, що зумовлює необхідність трансформації офіційних повідомлень відповідно до принципів цифрового контенту. ДСНС, використовуючи різні соціальні платформи, фактично формує складну систему кризової комунікації, у якій одна й та сама інформація подається у декількох форматах залежно від цільової аудиторії.

Практика використання Instagram ([https://www.instagram.com/dsns\\_ukraine/](https://www.instagram.com/dsns_ukraine/)) і TikTok ([https://www.tiktok.com/@dsns\\_official](https://www.tiktok.com/@dsns_official)) у діяльності ДСНС підтверджує доцільність поєднання візуального контенту з емоційно нейтральними мовними конструкціями. У відеоматеріалах, присвячених ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій, систематично використовуються такі вирази, як *«врятовано»*, *«локалізовано займання»*, *«пошуково-рятувальні роботи»*, *«зруйнована інфраструктура»*, *«надання допомоги постраждалим»*. Наведені мовні одиниці, поєднуючись із візуальними кадрами роботи рятувальників, посилюють рівень довіри до офіційної інформації та забезпечують швидке охоплення значної аудиторії.

Зауважимо, що комунікаційна діяльність ДСНС у соціальних мережах засвідчує, що інтерактивність цифрових платформ суттєво змінює характер взаємодії між державними структурами та населенням. Користувачі отримують можливість оперативно реагувати на офіційні повідомлення, поширювати їх серед інших учасників мережевої спільноти та уточнювати необхідну інформацію безпосередньо у коментарях. Представлений механізм взаємодії підвищує ефективність кризового інформування, оскільки офіційна інформація поширюється значно швидше порівняно з традиційними каналами комунікації.

Наприклад, у соціальній мережі X (Twitter) (<https://x.com/SESU-UA>) ДСНС переважають короткі оперативні повідомлення, адаптовані до специфіки платформи та швидкого оновлення інформаційного потоку. У кризових повідомленнях активно функціонують лексеми *«оперативне зведення»*, *«наслідки атаки»*, *«ліквідовано пожежу»*, *«здійснюється евакуація»*, *«залучено рятувальників та техніку»*. Використання таких мовних конструкцій забезпечує високий рівень інформативності повідомлень, зберігаючи їхню змістову стислість і зрозумілість для широкої аудиторії.

Мовне оформлення кризових повідомлень ДСНС характеризується переважанням дієслів теперішнього часу та віддієслівних іменників, що надає інформації динамічного характеру та підкреслює безперервність



рятувальних дій. У повідомленнях систематично функціонують конструкції «триває ліквідація наслідків», «проводиться обстеження території», «рятувальники здійснюють пошукові роботи», «фахівці надають допомогу населенню». Подібні мовні моделі підвищують рівень довіри до офіційної комунікації, оскільки створюють ефект постійної присутності державних служб у кризовому інформаційному просторі.

Під час реалізації інформаційних антикризових заходів необхідно враховувати також комунікаційні чинники, що визначають ефективність взаємодії з громадськістю. Кризова ситуація повинна висвітлюватися таким чином, щоб у суспільства формувалося розуміння контролю над перебігом подій. Інформація про кризу має надходити з єдиного офіційного джерела, запобігаючи поширенню чуток та суперечливих повідомлень. Канали поширення інформації у таких умовах доцільно максимально координувати, обмежуючи виникнення паралельних інформаційних потоків. Взаємодія із журналістами повинна ґрунтуватися на принципі відкритої комунікації, оскільки дефіцит офіційної інформації нерідко спонукає медіа до самостійного пошуку фактів та їх суб'єктивного трактування. Публічне визнання відповідальності й відкритий діалог із громадськістю, не знижуючи авторитету установи, навпаки, сприяють відновленню суспільної довіри [1, с. 126].

Доцільно відзначити й те, що емоційні тригери у структурі медіаповідомлень здатні активізувати увагу аудиторії та стимулювати швидку реакцію на поширювану інформацію. Їхній вплив реалізується переважно на підсвідомому рівні, що забезпечує домінування емоційного сприйняття над раціональним аналізом змісту повідомлення. У медіаконтенті емоційні тригери використовуються для привернення уваги до кризових подій, посилення інтересу до висвітлюваної ситуації та активізації взаємодії між аудиторією і медіаплатформою через коментування або поширення інформації [8, с. 139].

Використання емоційних тригерів у кризовій комунікації ДСНС характеризується поєднанням емоційної виразності з дотриманням принципів офіційно-ділового стилю. Повідомлення не містять надмірної експресивності, проте включають лексеми, здатні акцентувати увагу населення на небезпеці та необхідності дотримання безпекових рекомендацій. Так, у відеоматеріалах TikTok та Instagram рятувальники демонструють процес евакуації населення, ліквідації пожеж і розбору завалів, використовуючи підписи «боротьба за життя», «кожна хвилинка має значення», «не ігноруйте сигнали тривоги». Наведені мовні конструкції посилюють психологічний вплив повідомлень, одночасно підтримуючи високий рівень довіри до офіційної комунікації.



Чат-боти у структурі цифрових комунікацій публічного управління розглядаються як дієвий інструмент оперативної взаємодії з населенням, тому що забезпечують швидкий доступ до критично важливої інформації та формують відчуття залученості громадян до процесів реагування на кризові ситуації. Саме тому використання автоматизованих комунікаційних сервісів, згідно з сучасними підходами кризового менеджменту, сприяє підвищенню ефективності інформаційного обміну та зміцненню суспільної координації [3, с. 216].

У системі кризового інформування ДСНС чат-боти функціонують як інтегрований елемент цифрового оповіщення населення, забезпечуючи безперервність комунікаційного процесу. Зокрема, через чат-боти в месенджері Telegram здійснюється оперативне інформування щодо повітряних тривог, ракетної небезпеки, пожеж та інших надзвичайних ситуацій. Чат-боти ДСНС також виконують функцію дублювання офіційних повідомлень із соціальних мереж і вебресурсів служби, що дозволяє охоплювати ширші аудиторні групи та підвищувати швидкість поширення критично важливої інформації. Наприклад, у разі загрози обстрілів або техногенних аварій через чат-боти надсилаються короткі інструкції типу «перейдіть в укриття», «не залишайте безпечне місце», «очікуйте офіційних повідомлень». Водночас застосування чат-ботів ДСНС передбачає також консультативну підтримку громадян. Через автоматизовані сервіси користувачі отримують алгоритми дій у разі пожежі, обстрілу, завалів або мінної небезпеки. Таким чином, чат-боти виступають структурним елементом кризової комунікації, який підсилює оперативність і точність інформування населення.

**Висновки.** Отже, проведене дослідження підтверджує, що соціальні мережі в сучасному інформаційному середовищі перетворилися на один із важливих інструментів кризової комунікації, забезпечуючи оперативне поширення суспільно значущої інформації та підтримання постійної взаємодії між державними структурами й населенням. Результати аналізу засвідчують, що ефективність кризової комунікації ДСНС безпосередньо залежить від своєчасності, достовірності та адаптивності інформаційних повідомлень до особливостей цифрової аудиторії. Використання офіційних сторінок у Facebook, Telegram, Instagram, TikTok і X (Twitter), поєднуючись із візуальним контентом, інтерактивними елементами та стандартизованими мовними моделями, сприяє підвищенню рівня суспільної довіри й забезпечує швидке реагування населення на кризові події. Важливе місце у структурі цифрової кризової комунікації ДСНС посідають чат-боти, які підсилюють оперативність інформування та розширюють можливості консультативної підтримки громадян. У процесі кризової



*взаємодії пріоритетним постає також використання емоційно маркованих, проте стилістично врівноважених мовних конструкцій, що посилюють увагу аудиторії до офіційних повідомлень і підвищують ефективність сприйняття критично важливої інформації. Таким чином, соціальні мережі та цифрові сервіси ДСНС формують комплексну систему кризової комунікації, орієнтовану на забезпечення інформаційної безпеки, координацію суспільної взаємодії та мінімізацію деструктивного впливу кризових ситуацій на населення.*

### **Література**

1. Гарматюк О., Гарматюк А. Ефективні комунікації та інформаційні заходи в кризових ситуаціях. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 121-128. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/20909/1/17goovks.pdf>
2. Дзяна Г. О., Дзяний Р. Б. Управління комунікаціями в умовах криз. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2022. № 2. С. 13-21. DOI: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.2.2>
3. Ковпак В. А., Таточенко К. П. Офіційні чат-боти Telegram, Viber як засоби публічних кризових комунікацій. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. Том 33(72) № 5. Частина 2. С. 211-217. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/36>
4. Гайович Г., Шихненко К., Арехтейчук О. Кризова комунікація: зарубіжний досвід і реалії України. Науковий вісник: Державне управління. 2023. № 2(14). С. 134-161. DOI: [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2023-2\(14\)-134](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2023-2(14)-134)
5. Літвінчук І. С. Ефективність комунікації в медіа під час кризи. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Том 35(74) № 1. Частина 2. С. 148-152. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/25>
6. Чайкун О. Медіа в умовах кризових ситуацій: трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія. 2024. № 4(14). С. 92-107. DOI: <https://doi.org/10.32689/maur.philol.2024.4.16>
7. Данько-Сліпцова А. А., Коваленко Н. А., Жорнокуй У. В. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки під час кризових ситуацій: соціологічний аспект. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Том 35(74) № 3. Частина 2. С. 218-226. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/35>
8. Ковальова Т. В., Токар Ю. В., Колодич Ю. О. Емоційний вплив медіаповідомлень: уникнення інформаційних загроз. Обрії друкарства. 2025. № 2(18). С. 135-147. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.2\(18\).343704](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.2(18).343704)

### **References**

1. Hayovych, H., Shykhnenko, K., & Arekhteichuk, O. (2023). Kryzova komunikatsiia: zarubizhnyi dosvid i realii Ukrainy [Crisis communication: foreign experience and realities of Ukraine]. *Naukovyi visnyk: Derzhavne upravlinnia – Scientific Bulletin: Public Administration*, 2(14), 134-161. [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2023-2\(14\)-134](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2023-2(14)-134) [in Ukrainian].