

Жук І.В., асистент кафедри маркетингу

Васюта К.О. магістрант спеціальності 061 “Журналістика”

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сучасні цифрові технології докорінно змінили процеси комунікації та поширення інформації у світовому соціокультурному просторі та вийшли на передові позиції щодо формування громадської думки. Їх вплив фокусується на різних сферах громадського буття, а саме: спрямуванні політичних процесів в інтересах певних акторів; споживацькій поведінці соціуму; формуванні соціальних рухів тощо. Можемо стверджувати, що завдяки цифрових технологіям утворилася якісно нова інформаційна платформа в царині розгалуженої системи соціальних мереж, що кардинально відрізняє їх змістовно-функціональний простір від медіа «доцифрової» епохи.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у культурно-громадському житті сучасного суспільства. Нині вони зазнають істотного впливу процесів глобалізації та диджиталізації, унаслідок чого формують модерні платформи поширення інформації цифровими засобами й ефективно формують культурно-інформаційну складову в різних сферах публічного і приватного життя соціуму.

Вивчення питань впливу соціальних мереж на формування суспільної думки в епоху цифрових технологій перебуває в полі зору вітчизняної і світової наукової думки. Зокрема, у дослідженнях вітчизняних вчених О.Карпенко, В. Наместника, Т. Коміна, в аналітичних оглядах зарубіжних видань, а саме: "Digital Transformation in Journalism and News Media", "The Usage of Artificial Intelligence in Journalism" знайшли своє відображення різні погляди на досліджувану проблему, що засвідчує її актуальність.

Мета презентованих тез полягає в необхідності комплексного аналізу існуючої проблеми щодо впливу соціальних мереж на формування громадської думки в епоху цифрових технологій як новітнього явища сучасного інформаційного простору.

Прагнення нашої держави розвивати демократичні принципи суспільної комунікації, яка зазнає впливу процесів глобалізації, стимулює активне застосування цифрових технологій у різних сферах соціальних мереж [1]. Їх вплив на формування громадської думки українського і світового співтовариства не викликає сумніву. Це спонукає до вивчення різних підходів щодо аналізу застосування сучасних цифрових технологій у засобах масової інформації. Разом з тим, активне вивчення і дослідження механізмів впливу соціальних мереж на суспільні настрої щодо розгортання їх соціально-політичного і культурного потенціалу, сприяє уникненню маніпулювання громадською думкою і суспільною свідомістю загалом.

Передовсім наголосимо на тому, що використання цифрових технологій у засобах масової інформації – це багатоаспектне явище, яке спричиняється до контроверсійних наслідків і потребує наукового осмислення і медіарегуляторного впливу.

Приміром, сучасні соціальні мережі активно використовують алгоритми персоналізації, що формують так звані інформаційні бульбашки (filter bubbles). Це призводить до того, що користувачі отримують контент, який, з одного боку, підтверджує їхні вже сформовані погляди, а з іншого, що дуже важливо, може знижувати рівень критичного мислення реципієнта та обмежувати його доступ до альтернативних точок зору.

Новітні дослідження показують, що інформація, яка викликає сильні емоції (гнів, страх, радість), має вищий рівень залученості реципієнтів. Цю закономірність використовують як політичні сили, так і маркетингові кампанії, що згодом сприяє

формуванню потрібних поведінкових та когнітивних стереотипів та впливу на суспільну думку. А отже, соціальні мережі забезпечують впливовість вірусного контенту і виконують роль психологічного тригера.

До того ж, динамічний розвиток технологій штучного інтелекту сприяє появі *глибоких фейків* (deepfakes) та дезінформації, що призводить до інформаційних маніпуляцій. З нашої точки зору, масове поширення фейкових новин у соцмережах може негативно впливати на зміну політичних настроїв та викликати глибокі соціальні кризи [2]. Новітні технології, які спираються на генеративні можливості AI, здатні створити симульовану реальність, котру аудиторії із нерозвиненим критичним мисленням, доволі складно відрізнити від справжньої дійсності. Так звана гіперреальність наповнюється низкою симулякрів (термін Ж.-Ж. Бодрійяра), які мають для реципієнтів вагомий політичний зміст, несуть мотивуючі настанови, впливають на процес прийняття електоральних і споживацьких рішень.

Разом з тим, соціальні мережі можуть бути вагомим інструментом позитивних соціальних змін і попри певні ризики вони стають прогресивним суспільним явищем як сучасні платформи для активізації громадської свідомості, зокрема в сферах демократичного світового державотворення. Прикладом є рухи #MeToo, Black Lives Matter та інформаційна війна України в цифровому просторі. Можемо також у цьому зв'язку говорити про різноспрямовані кейси Cancel culture, які, з одного боку, демократизують процеси контролю за владними елітами, а з іншого спричиняють стихійний цифровий активізм, що може чинити руйнівний вплив на соціум. Активне поширення зазначеного інформаційного контенту доводить дієвість впливу соціальних мереж на перебіг

Соціальні мережі як соціальне явище можуть обирати різні шляхи свого функціонального розвитку, застосовувати різні комунікаційні й технологічні практики. Їх інформаційно-культурний дуалізм може стати як інструментом сприяння розвитку критичного мислення громадянського суспільства, так і засобом масштабної маніпуляції суспільною свідомістю. Своєю чергою, важливим залишається питання медіаграмотності суспільства та відповідальності платформ за поширення дезінформації [3].

Список використаних джерел:

1. Астаф'єв А. О. Питання розвитку цифрової культури українського соціуму: Аналітична записка / А. О. Астаф'єв. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1631/>.
2. Гаврілова Л., Топольник Я. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени / Л. Гаврілова, Я. Топольник // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2017. – Т. 61, № 5. – С. 1–14.
3. Rowles D., Brown T. Building Digital Culture. A Practical Guide to Successful Digital Transformation / D. Rowles, T. Brown. – 264 p. – 2017.