

ІНФОРМАЦІЙНІ ВПЛИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Актуальність дослідження: в теперішній час соціальні мережі стали значною частиною життєдіяльності людей. Молодь проводить в соціальних мережах весь свій вільний час. Тому соціальні мережі стали платформою для політичної пропаганди і передвиборної агітації. Президентські та парламентські вибори довели, що ігнорувати соцмережі як частину реальності не варто. Тож передвиборча кампанія штовхнула українських політиків у гру. Навмисне чи ні, головні претенденти на місця у Верховній Раді стали предметом жвавих обговорень у Facebook, Instagram та Twitter.

Мета: дослідити і показати наскільки соціальні мережі впливають на політичний світогляд молодих людей.

Предмет дослідження: найпопулярніші соціальні мережі, пропаганду в них.

Завдання дослідження: привести приклади як в тій чи іншій соціальній мережі працюють інформаційні впливи на суспільство.

В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, особливо мережі Інтернет, людина стає все більш залежною від інформації, яка її оточує. І соціальні мережі, в яких людина проводить більшу частину свого часу, стають ідеальним інструментарієм впливу на свідомість населення та ведення інформаційних війн. За рахунок психологічних факторів (явищ «спіралі мовчання»; стадного інстинкту; цілковитої довіри опублікованій інформації; присутність лідерів думок; прагнення самореалізації чи заміни реальності), які впливають на поведінку людини в мережі, а також використання моделей впливу (модель мережових атак, модель із залученням користувачів-волонтерів, модель тотального блокування), соціальні мережі стають платформою для поширення політичних ідей, ідеологій та здійснення «кольорових революцій». Проте соціальні мережі відіграють і позитивну роль, особливо для встановлення громадянського суспільства та безперешкодного поширення інформації. Позитивний чи негативний вплив, перш за все, залежить від мети використання інструментарію соціальних мереж. Хто у соцмережах задає тон виборам? Політики, які намагалися стати ближчими до народу хоча б онлайн, чи самі українці, які їх критикували або ж схвалювали? Чи був за ними слід російської пропаганди і наскільки видимий? Пошук цих відповідей спонукав нас до дослідження даних із найбільш популярних соцмереж в Україні. Аби зрозуміти взаємозв'язок поведінки користувачів Facebook, Instagram та Twitter та із результатами виборів, аналітики «Інтер'юз-Україна» проаналізували тисячі політичних постів. Перемога Володимира Зеленського підтверджує: освоєння соціальних медіа та їх особливостей – один із вирішальних факторів політичного успіху сьогодні. На противагу Facebook та VK, саме в Instagram ми зафіксували найбільший відсоток позитивних та нейтральних постів. Одна із причин – такий контент генерують численні Зе-акаунти та фан-сторінки. Поки інші партії намагалися наздогнати втрачене у цій соцмережі з початком передвиборчої кампанії до парламенту, «Слуга народу» (СН) була далеко попереду. Повністю опанувавши соцмережу із репутацією платформи про «несерйозне», ця партія зі швидкістю світла упакувала політику в інста-формати. Хештеги Зеленського та його команди використовували навіть у дописах про «Європейську Солідарність», «Батьківщину» та «Голос». Політсила Вакарчука пізно заявила про себе, але те, що вона пройшла до парламенту, підкреслює нашу тезу: масштабне залучення соцмереж може бути чи не вирішальною частиною електоральної стратегії. Сьогодні соціальні медіа є також політичним інструментом. Ті, хто недооцінив цю зброю, залишилися позаду. Український сегмент російської платформи «Вконтакте» – сприятливе середовище для жорсткої мови ненависті щодо України, її політики, суспільства, культури і т.д. Однак проросійська риторика різнилась від автора до автора й не має чіткої лінії. Точкою дотику для більшості постів є меседжі про те, що Україна залежна від США, її економіка в занепаді, а люди – «нетямущі». Facebook та Instagram також не застраховані від російської пропаганди. Проте в українському сегменті цих соцмереж домінує українська риторика. Там кремлівські наративи зрідка ледь підіймалися у топ про українські вибори або парламент. Аналізуючи основні методи, які використовуються в соціальних мережах, варто згадати думку Г. Почепцова, який наголошує на тому, що сьогодні інформаційні війни, перш за все, ведуться за допомогою інтелектуального інструментарію, а соціальні мережі є безпосереднім середовищем для їх використання. Також він відзначає створення нового методу впливу на громадську думку, що отримав назву мікротаргетингу і полягає у публікації персоналізованих повідомлень на рівні окремої людини для привертання її уваги та завоювання прихильності [1].

Соціальні мережі помітно впливають на взаємодію державної влади і суспільства. Вони все частіше стають своєрідними посередниками між владою та громадянами через офіційні сторінки політиків та центральних органів, на яких активно пропагуються основні позиції влади. Саме представленість політиків у мережі позитивно впливає на створення їхнього іміджу в очах виборців, адже «ближчі до народу», вони видаються більш чесними та людяними. Проте читаючи новини та повідомлення від представників владних структур, слід враховувати те, що більшість повідомлень спрямовані не поінформувати користувача, а вплинути на нього. Аналізуючи соціальні мережі в контексті інформаційних війн, слід приділити увагу психологічним явищам, які роблять мережі такими привабливими для здійснення інформаційно-психологічного впливу на користувачів. Зокрема, доцільно виділити такі: явище «Спіраль мовчання» (за Е. Ноель-Нойман); стадний інстинкт у соціальних мережах; довіра всьому опублікованому в мережі; присутність лідерів думок; прагнення самореалізації чи заміни реальності.

Висновок: в наш час важко уявити життя без соціальних мереж. Щодня все більше і більше людей з'являються в різних соціальних мережах. Охоплюючи значну і різносторонню аудиторію, соціальні мережі перетворюються на інструментарій ведення інформаційних війн та здійснення впливу на громадськість. Також слід наголосити на певних позитивних наслідках функціонування мереж у державній сфері. Перш за все, соціальні мережі можуть істотно підвищити ефективність механізмів громадської самоорганізації – тобто сприяти виникненню «громадянського суспільства». У той же час не можна не відзначити негативні моменти впливу соціальних мереж на свідомість людини. Користувач комп'ютера схильний до адикції, тобто залежності від соціальних мереж та Інтернету загалом, адже при використанні мережі він знаходиться в зміненому стані свідомості. Соціальні мережі можуть колосально впливати на політичний світогляд людей, а користуючись певними методами можна переконати користувача у будь-чому.

Список використаних джерел

1. Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13303>.
2. Сибираков С.О. Комунікативні практики у державному правлінні в контексті розвитку інформаційного суспільства. Публічне управління: теорія та практика: зб. наук. праць Асоціації докторів наук з державного управління. Х.: Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2010. № 3-4. С. 112-119.
3. Додаткові політологічні ресурси комп'ютерної мережі URL: (<https://www.youtube.com/channel/UC0FLTGTsw0quy0N48MmKivQ>).