

Базик Роман Романович

Роль соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їх вплив на політичну активність суспільства

УДК 341

DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2024-4.2>

Базик Роман Романович
магістр журналістики,
аспірант кафедри соціології
та політології
Чорноморського національного
університету імені Петра Могили
вул. 68 Десантників, 10,
Миколаїв, Україна
ORCID: 0009-0001-6105-2897

У статті детально вивчається зростаючий вплив соціальних медіа на глобальну політику та комунікацію, підкреслюючи їх трансформацію від простих засобів особистого спілкування до потужних інструментів політичного впливу та маніпуляції. Соціальні медіа стали важливим каналом для політичних сил, здатних через них безпосередньо впливати на громадську думку, мобілізувати певні соціальні групи та поширювати інформацію з неймовірною швидкістю. Водночас у роботі досліджуються як позитивні, так і негативні аспекти цього явища. Позитивні сторони соціальних медіа полягають у сприянні демократичним процесам, активізації громадянської участі та забезпеченні широкого доступу до інформації для всіх верств населення. Проте разом із позитивними змінами підкреслюються і негативні виклики, серед яких поширення дезінформації, фейкових новин, маніпуляції суспільною свідомістю та поляризація суспільства. На основі аналізу конкретних випадків використання соціальних медіа у значущих світових політичних подіях дослідження показує, як алгоритми цих платформ формують новинні стрічки, підсилюють когнітивні упередження користувачів і сприяють створенню інформаційних «бульбашок», де люди взаємодіють лише з тим контентом, який відповідає їхнім поглядам. Досліджується роль штучного інтелекту та ботів у поширенні дезінформації, що створює серйозні занепокоєння щодо чесності політичних процесів і довіри до традиційних медіа. Використання ботів і фейкових новин стає поширеним інструментом, який підриває довіру до офіційних інформаційних джерел і формує спотворене сприйняття реальності в масовій свідомості. Крім того, розглядається роль соціальних медіа як інструмента для мобілізації масових протестів та інших соціальних рухів, які виникають під впливом політичних або економічних криз. У статті наголошується, що соціальні медіа – це двосічна зброя: вони можуть підтримувати демократизацію інформаційних процесів, але водночас створюють нові виклики для громадянського суспільства, включаючи небезпеку втручання у внутрішні справи держав, поляризацію населення, маніпуляції та зниження довіри до інформаційних джерел.

Ключові слова: соціальні медіа, пропаганда, дезінформація, політична активність, медіаграмотність, маніпуляція громадською думкою, авторитарні режими, штучний інтелект, поляризація суспільства, незалежні медіа.

Вступ. У сучасному світі соціальні медіа стали ключовим елементом глобальної комунікаційної системи, революціонізувавши способи взаємодії між людьми, урядами, та громадськими організаціями. Ці платформи не тільки забезпечують миттєвий обмін інформацією, але й формують громадську думку, створюючи нові можливості для політичного впливу та маніпуляції. Проте, разом з перевагами, розвиток соціальних медіа супроводжується рядом викликів, включаючи зростання інформаційних «бульбашок», дезінформації та цифрового розділення суспільства. Подальше інтегрування соціальних мереж у політичні процеси вимагає критичного переосмислення традиційних підходів до управління та регулювання цих платформ. Актуальність дослідження полягає у вивченні впливу соціальних медіа на формування політичних уподобань та поведінки, а також у розробці нових стратегій, що зможуть забезпечити збалансоване та відповідальне використання цих потужних інструментів. Вивчення

динаміки та наслідків цього процесу є важливим для розуміння механізмів демократичного впливу та захисту прав людини в епоху цифровізації.

Мета та завдання. Метою даної статті є аналіз ролі соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їх впливу на політичну активність суспільства. Особлива увага приділяється вивченню механізмів поширення політичного контенту, впливу різних видів повідомлень на аудиторію та визначенню основних факторів, що сприяють активізації політичної діяльності громадян.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на системному, міждисциплінарному та дискурсивному підходах, застосування яких значною мірою сприяло досягненню поставленої мети. В процесі були використані загальнонаукові методи пізнання, такі як індукція і дедукція, аналіз і синтез, порівняння та аналогія, узагальнення та абстрагування, а також спеціально-наукові методи, такі як контент-аналіз, методи деконструкції та реконструкції тощо.

Виклад основного матеріалу. Соціальні медіа стали важливим елементом сучасної системи комунікації, суттєво змінивши способи взаємодії між людьми, державними інституціями та громадськими організаціями. Вони дозволяють користувачам швидко й легко отримувати інформацію з різних джерел, що сприяє їхньому перетворенню на один із ключових каналів поширення новин і політичної інформації. Станом на сьогодні кількість користувачів соціальних мереж перевищує 3,8 мільярда, і ця цифра продовжує зростати. Завдяки здатності соціальних медіа до миттєвого поширення інформації, вони сприяють не лише формуванню суспільних настроїв, але й мобілізації соціальних та політичних рухів. Хештеги, такі як #MeToo та «Black Lives Matter», демонструють, як ці платформи можуть стати інструментом організації громадських протестів і рухів.

Водночас розвиток соціальних медіа відкриває нові виклики, зокрема у сфері пропаганди та маніпуляції суспільною свідомістю. Сегментація аудиторії за інтересами, віком чи регіоном дає змогу ефективно таргетувати політичну рекламу та інші інструменти впливу на політичні процеси. Особливу роль у цьому відіграють лідери думок та інфлюенсери на таких платформах, як Instagram, YouTube та TikTok, які мають значний вплив на формування громадської думки. Блогери з аудиторією від 300 000 до 800 000 підписників стали важливими джерелами інформації, прирівнюваними до регіональних медіа.

Соціальні медіа мають значний вплив на процеси формування громадської думки, яка включає набір питань, важливих для суспільства. Вплив цих платформ може бути як позитивним, так і негативним. Позитивний аспект полягає в тому, що соціальні медіа сприяють розширенню можливостей для участі в інститутах громадської думки та залученню широких верств населення до суспільних дискусій.

Очевидно, що соціальні медіа стають важливим інструментом для поширення інформації про соціальні проблеми та виклики, які раніше не мали широкого розголосу. Яскравим прикладом цього є висвітлення протестів руху Black Lives Matter у 2020 році, які порушили питання расової дискримінації в США. Соціальні медіа стали основним елементом у формуванні громадської думки та впливі на суспільно-політичні процеси, збільшуючи видимість та популярність руху. Хештег #BlackLivesMatter перетворився на важливий засіб координації активістів та прихильників руху, забезпечуючи ефективну комунікацію та поширення інформації про випадки насильства, громадянську активність і мобілізацію.

Важливу роль соціальні медіа відігравали також у проведенні онлайн-акцій протесту та поширенні фото- і відеоматеріалів, що викривали поліцейське

насильство та стимулювали суспільну дискусію щодо расизму. Крім того, вони стали ефективним механізмом для збору коштів, зокрема через платформи на кшталт GoFundMe, що організовували кампанії підтримки активістів та сімей жертв.

Водночас соціальні медіа можуть сприяти поляризації громадської думки, оскільки вони дозволяють користувачам залишатися в межах інформаційного середовища, яке підтверджує їхні наявні переконання. Це призводить до зменшення відкритості до нових ідей та зниження толерантності до інших поглядів. Алгоритми, які регулюють відображення контенту у стрічках новин та рекомендаціях, є важливим компонентом онлайн-інформаційного середовища. Ці алгоритми спрямовані на максимізацію залучення користувачів, але водночас можуть формувати специфічні інформаційні бульбашки та впливати на формування певних поглядів і переконань.

Алгоритми соціальних мереж включають механізм персоналізації контенту, що адаптує інформаційні потоки відповідно до інтересів, поведінки та характеристик конкретних користувачів. Цей процес враховує такі параметри, як вік, географічне розташування та мова, що визначаються на основі профілю користувача. Наприклад, мешканці певного міста отримують більше інформації про події, що відбуваються в їхньому регіоні. Інтереси користувачів формуються на основі їхньої активності, зокрема історії переглядів та взаємодії з контентом.

Деякі алгоритми орієнтовані на збільшення рівня залученості, аналізуючи попередню поведінку користувачів та їх реакції на контент. Якщо користувач позитивно взаємодіє з певним типом матеріалів (через лайки, коментарі або поширення), алгоритми схильні показувати подібний контент, що підвищує ймовірність подальшої взаємодії. Однак такий підхід може призвести до того, що користувачі зосереджуються на вузькому колі тем або джерел інформації.

Основна проблема алгоритмічного відбору полягає в тому, що користувачі отримують інформацію, яка підтверджує їхні реальні погляди, що зменшує ймовірність зустрічі з альтернативними поглядами. Це сприяє звуженню світогляду і посиленню інформаційних «бульбашок», що обмежує розуміння різноманітності суспільних думок. Більше того, алгоритми, які пріоритизують високий рівень залученості, можуть сприяти поширенню дезінформації. Контент, що викликає сильні емоційні реакції або підтверджує стереотипи, може отримати пріоритет, навіть якщо його правдивість викликає сумніви.

З огляду на посилення занепокоєння щодо впливу алгоритмів на сприйняття інформації, деякі соціальні платформи почали впроваджувати заходи для підвищення прозорості та конт-

ролю над їх роботою. Зокрема, користувачам було надано більше можливостей щодо налаштування персоналізованого контенту та алгоритмічних рекомендацій. Наприклад, під час президентських виборів у США 2020 року підтримувачі різних кандидатів отримували інформацію, що підтверджувала їхні переконання, що своєю чергою ускладнювало сприйняття альтернативних аргументів та поглиблювало поляризацію суспільної думки.

Президентські вибори в Сполучених Штатах Америки 2016 року є ще одним із найяскравіших прикладів впливу соціальних медіа на політичні процеси. Ця виборча кампанія продемонструвала, як цифрові платформи можуть бути використані для маніпулювання громадською думкою та підриву демократичних процесів. Соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter та YouTube, стали важливими майданчиками для інформаційних атак, де різні політичні сили активно просували свої нарративи, дискредитували опонентів і маніпулювали емоціями виборців.

Особливістю виборчої кампанії 2016 року стало широке використання фейкових новин та феномену «постправди», який полягає в тому, що об'єктивні факти відходять на другий план, поступаючись емоційним закличкам і персональним переконанням. Дослідження, проведене Стенфордським університетом, виявило, що фейкові новини на платформі Facebook отримували більше переглядів та поширень, ніж правдиві повідомлення з традиційних медіа. Це підтверджується даними про те, що однією з найпоширеніших фейкових новин було повідомлення про підтримку Дональда Трампа Папою Римським, яке зібрало понад 960 тисяч взаємодій у Facebook.

Виборча кампанія 2016 року підкреслила вразливість демократичних процесів до маніпуляцій через соціальні мережі. Політичні діячі активно використовували цифрові платформи для поширення спотвореної інформації та впливу на електорат. Це створювало умови для формування інформаційних «бульбашок», в яких користувачі отримували контент, що відповідав їхнім переконанням, знижуючи їхню здатність критично оцінювати альтернативні погляди. Таким чином, соціальні медіа стали не тільки інструментом політичної мобілізації, але й механізмом дезінформації та підриву довіри до демократичних інститутів [2].

Дослідження, проведене Оксфордським університетом, виявило, що під час президентської виборчої кампанії 2016 року приблизно 19% усіх твітів, пов'язаних з виборами, були створені автоматизованими акаунтами (ботами), які поширювали дезінформацію [12]. Ці боти не лише займалися поширенням фейкових новин, але й активно використовувалися для створення ілюзії масової підтримки або відторгнення окремих політичних кандидатів. Боти та так звані «тролі», значна час-

тина яких була пов'язана з Росією, мали на меті посилення політичної поляризації в суспільстві, створення відчуття розколу та дискредитацію опонентів, а також їхніх прихильників. Основною метою таких дій було підірвати довіру до демократичних інститутів та легітимності виборів.

Додатково, дослідження Південної Каліфорнійської школи комунікації виявило, що автоматизовані акаунти в Twitter активно використовувалися для поширення хештегів, що підтримували Дональда Трампа, таких як #MAGA (Make America Great Again), водночас боти також поширювали дезінформацію про кандидатку Гіллари Клінтон [13]. Аналіз показав, що боти сприяли вірусному поширенню таких хештегів, що в результаті сприяло формуванню негативного іміджу політичних опонентів Трампа. За підрахунками дослідників, у періоди найбільшої активності ці боти генерували до 25% усіх політичних твітів, що суттєво впливало на інформаційний потік у соціальних мережах.

Президентські вибори в США 2016 року стали яскравим прикладом того, як соціальні медіа можуть використовуватися для маніпуляції свідомістю виборців та підриву демократичних процесів. Використання ботів і автоматизованих акаунтів у цей період створило ілюзію масової підтримки або неприйняття політичних кандидатів, що сприяло поляризації суспільної думки та поглибленню політичного розколу. Це підкреслює необхідність посиленого аналізу й моніторингу впливу цифрових платформ на політичні процеси, а також розвитку технологій для виявлення та блокування дезінформації, яка може негативно впливати на демократичну стабільність [7].

Вплив соціальних медіа на результати референдуму щодо виходу Великобританії з Європейського Союзу (Brexit) також виявився значущим. Кампанія референдуму 2016 року була насичена дезінформацією, яка активно поширювалася через соціальні мережі. Дослідження показали, що велика частина контенту, поширюваного через платформи Twitter та Facebook, мала маніпулятивний характер і була спрямована на підсилення страхів щодо міграційної політики та можливих економічних наслідків членства Великобританії у Європейському Союзі. Окрім того, результати дослідження, проведеного Лондонською школою економіки, виявили, що понад 30% користувачів соціальних мереж під час кампанії референдуму повідомили про формування або суттєву деформацію своїх поглядів під впливом інформації, отриманої з цих платформ [3].

В авторитарних режимах соціальні медіа активно використовуються як інструмент для поширення пропаганди та контролю над інформаційним простором. Прикладом цього є Китай, де платформа WeChat функціонує не лише як засіб комунікації, але також як механізм для моніторингу

активності користувачів та поширення урядової пропаганди. Китайський уряд застосовує технології штучного інтелекту для автоматизованої цензури та блокування небажаного контенту, що сприяє ефективному розповсюдженню прокомуністичних наративів і пригніченню будь-яких форм інакодумства. Згідно з дослідженням, проведеним Гарвардським університетом, понад 60% контенту політичного характеру на платформі WeChat піддається модерації, при цьому багато повідомлень видаляються, а користувацькі акаунти блокуються у випадках, коли їхні публікації суперечать офіційній позиції Комуністичної партії [5].

Ще одним прикладом є Російська Федерація, де уряд активно використовує соціальні мережі, такі як VKontakte, Odnoklassniki та Rutube, для поширення прокремлівських наративів як на внутрішньому ринку, так і за його межами. Блокування платформи YouTube на території Росії у серпні 2024 року є наочним прикладом спроб влади ізолювати населення від небажаної інформації. Крім того, російські «кібервійська» активно застосовують ботів і так звані «фабрики тролів» для маніпуляції суспільною думкою, особливо під час військових та гібридних конфліктів, зокрема під час анексії Криму, військової агресії на сході України у 2014 році, втручання в сирійський конфлікт, а також повномасштабного вторгнення на територію України у лютому 2022 року. Згідно з дослідженням, проведеним у 2021 році, понад 80% контенту, який підтримував політику Кремля, було створено за допомогою автоматизованих акаунтів, що свідчить про значні масштаби та ефективність цієї пропагандистської стратегії.

Водночас розвиток соціальних медіа в Україні став особливо помітним у період 2014–2015 років, коли активну роль почали відігравати онлайн-спільноти громадських організацій, волонтерів, активістів, політиків та професіоналів. Ці ресурси стали важливим джерелом інформації під час таких подій, як Революція Гідності, анексія Криму та початок військових дій на Донбасі, і закріпилися як серйозна альтернатива традиційним засобам масової інформації та телебаченню.

Вплив соціальних медіа на політичну активність громадян має суттєві наслідки для демократії. Як вже зазначалося, алгоритми соціальних мереж створюють так звані інформаційні «бульбашки», в яких користувачі отримують переважно ту інформацію, що підтверджує їхні наявні переконання, що є результатом аналізу їхньої попередньої активності. Це сприяє політичній поляризації суспільства, коли воно поділяється на протилежні табори, що ускладнює можливість вести конструктивний діалог і досягати компромісу. Згідно з дослідженням Pew Research Center, понад 60% американців вважають, що соціальні мережі сприяють посиленню політичного розколу в країні [10]. Це явище

набуло особливого значення під час виборчих кампаній, коли громадська думка стає радикалізованою, а суспільні настрої – більш агресивними та напруженими.

Ще однією важливою функцією соціальних медіа є їхня здатність впливати на політичну поведінку громадян через механізми емоційної маніпуляції. Соціальні мережі використовують складні алгоритми, що аналізують поведінку користувачів та пропонують їм контент, який викликає сильні емоційні реакції, такі як страх, гнів, захоплення або обурення. Такі емоції стимулюють користувачів частіше взаємодіяти з контентом, поширювати його серед своїх контактів та генерувати обговорення. Згідно з дослідженням, проведеним науковцями Массачусетського технологічного інституту, контент, який викликає інтенсивні емоційні реакції, має вдвічі більше шансів стати вірусним порівняно з нейтральними повідомленнями. Це створює сприятливі умови для поширення пропаганди, яка часто використовує емоційні, чутливі або шокуючі аргументи для маніпуляції громадською думкою [4].

Посилення емоційного фону є ефективним методом мобілізації громадян на підтримку або протистояння певній політичній силі, оскільки емоції часто домінують над раціональним мисленням. Вплив на політичну свідомість, емоції, переконання та уподобання стає одним із ключових механізмів політичного впливу в соціальних мережах, що активно використовується для формування політичних поглядів та поведінки користувачів.

З метою протидії цим зарозам розробляються різні технологічні рішення. Одним із найбільш перспективних підходів є застосування штучного інтелекту для виявлення та блокування дезінформації. Наприклад, компанія Facebook розробила систему DeepText, яка використовує штучний інтелект для аналізу текстового контенту та виявлення ознак дезінформації. Ця система здатна обробляти понад 10 000 постів на секунду, що дозволяє ефективно виявляти та блокувати пропагандистський контент. Однак навіть найсучасніші технології мають свої обмеження, оскільки пропагандисти постійно адаптуються до нових умов, розробляючи способи обходу фільтрів і інших захисних механізмів [9].

Цензура в соціальних мережах, особливо у контексті блокування контенту, пов'язаного з військовими конфліктами, привертає значну увагу правозахисних організацій, науковців та користувачів. Соціальні медіа, з одного боку, відіграють важливу роль у забезпеченні інформаційної безпеки, видаляючи матеріали, що можуть сприяти ескалації конфліктів або розповсюдженню дезінформації. Це особливо актуально у контексті війни в Україні, де соціальні мережі стали основними каналами для оперативного поширення важливих новин

і сигналів про надзвичайні ситуації. Видалення публікацій, що містять непідтверджену інформацію або можуть використовуватися як інструменти гібридної війни, розглядається як засіб захисту національної безпеки та громадського порядку.

З іншого боку, така цензура може призводити до обмеження свободи слова та ускладнювати об'єктивне інформування суспільства про події на територіях військових дій. Проблема полягає в тому, що механізми фільтрації контенту не завжди здатні точно розпізнати реальні заклики до насильства або загрози, відрізняючи їх від легітимного висвітлення подій. Надмірне блокування контенту може призвести до того, що важливі свідчення чи документи про воєнні злочини не будуть доступними для широкої аудиторії, що може спотворити об'єктивне уявлення про конфлікт і вплинути на міжнародне сприйняття подій.

Окрім технологічних рішень, важливою стратегією протидії пропаганді є підвищення рівня медіаграмотності серед населення. Розвиток критичного мислення та навичок аналізу інформації, отриманої через соціальні медіа, є визначальним аспектом боротьби з дезінформацією. Згідно з дослідженням Університету Пенсільванії, участь у програмах з медіаграмотності значно підвищує здатність громадян розпізнавати фейкові новини. Близько 70% учасників таких програм змогли правильно ідентифікувати дезінформацію після завершення курсу, що свідчить про високу ефективність подібних ініціатив [6].

Соціальні медіа здійснюють значний політичний вплив, який можна розділити на три основні рівні. Перший рівень стосується впливу урядів на громадянське суспільство, коли соціальні мережі використовуються для впливу на громадську думку та поведінку населення. Другий рівень відображає вплив громадянського суспільства на уряди, оскільки соціальні медіа є потужним інструментом для поширення політичної інформації, донесення вимог та організації протестних рухів. Третій рівень стосується мобілізаційного потенціалу соціальних мереж, що об'єднують людей за спільними інтересами та цінностями, що сприяє збільшенню політичної участі громадян та зміцненню громадянського суспільства.

Соціальні медіа надають користувачам можливість ознайомитися з різними точками зору, розвивати навички прийняття колективних рішень, а також створювати мережі та вести діалоги. Дослідження міжнародних науковців дозволило визначити додаткові рівні політичного впливу соціальних медіа. Перший із них полягає у впливі соціальних медіа на добросовісність політиків, оскільки громадськість отримує доступ до інформації про діяльність політичних партій і можливість обговорювати її у віртуальних спільнотах, що підвищує прозорість та підзвітність політичної еліти. Дру-

гий рівень стосується впливу зовнішніх акторів, які використовують соціальні медіа для втручання у внутрішньополітичні процеси. Це може включати маніпулювання громадською думкою, поширення пропаганди, а також спроби вплинути на політичні рішення в країні.

Дослідження Ж. Клемана показало, що зовнішні суб'єкти можуть впливати на політичні процеси в державі за допомогою кількох механізмів [15]. Серед них – поширення пропаганди та дезінформації з метою формування громадської думки у бажаному напрямку, мобілізація громадян для підтримки або протидії певним політичним силам, а також втручання у виборчі процеси через дезінформацію щодо кандидатів та політичних партій.

Учасники дослідження, проведеного в період 2016–2019 років, вказали на негативний емоційний вплив політичних дискусій у соціальних мережах: 68% респондентів відчували стрес і розчарування під час обговорення політичних питань. Для порівняння, лише 27% опитаних у 2019 році розцінювали такі обговорення як інформативні та корисні. Дослідження, проведені в інших країнах, свідчать про зростаючий науковий інтерес до ролі соціальних медіа в політичних процесах. Ж. Клеман також підкреслює перевагу цифрових медіа над традиційними засобами масової інформації, що суттєво змінило підходи до моніторингу політичних подій та отримання новин. Згідно з опитуванням Pew Research Centre, значна частина американців отримує новини саме через соціальні мережі. Однак, дослідники відзначають, що політичний контент у соціальних мережах сприяє поляризації поглядів громадян, що впливає на їхні ставлення до політики та інститутів влади.

За результатами опитування Pew Research Centre, проведеного у 2019 році, 46% американських користувачів соціальних мереж заявили про втому та перенасиченість політичними дискусіями в цих платформах [10]. Політичні обговорення у соціальних мережах призводять до сегрегації суспільства за політичними переконаннями, оскільки користувачі, які беруть участь у таких дискусіях, часто виявляють меншу спільність у поглядах, ніж очікували. Ця тенденція не змінюється протягом останніх років і спостерігається як серед прихильників республіканців, так і демократів.

Соціальні мережі мають значний вплив на зацікавленість громадян у політичному житті, а також на формування їхніх політичних уподобань, що особливо проявляється під час виборчих кампаній. Вперше роль соціальних медіа в політичних процесах була визнана під час президентських виборів у США 2008 року, коли цифрова мобілізація стала стратегічним елементом політичної кампанії. Досвід використання соціальних мереж у виборчій кампанії Барака Обами у 2008 році значною мірою вплинув на виборчу кампанію Володимира Зелен-

ського в Україні у 2019 році, де потенціал соціальних медіа був також активно задіяний [8].

Загалом, варто відзначити, що сьогодні соціальні медіа відіграють значно більшу роль у сучасній політиці, ніж це було раніше. Вони дають можливість політикам спілкуватися з виборцями, поширювати інформацію про свою діяльність та позицію, мобілізувати виборців. На цьому наголошують вітчизняні та міжнародні політтехнологи. Зокрема, С. Гайдай вказує на три аспекти важливості соціальних медіа для політиків [1]. Соціальні мережі є важливим каналом поширення інформації, який політики активно використовують для інформування електорату про свою діяльність, позиції та майбутні плани. Крім того, ці платформи слугують інструментом комунікації між політиками та виборцями, надаючи можливість отримувати зворотний зв'язок. Така взаємодія є ключовою для розуміння потреб громадськості та формування політичних стратегій на їх основі. Важливим аспектом залишається можливість користувачів самостійно регулювати взаємодію через додавання чи блокування інших учасників.

За словами С. Гайдая, соціальні мережі мають великий потенціал для використання у виборчих кампаніях, і в майбутньому вони можуть стати основним інструментом для їх проведення. Ефективна діяльність у соціальних мережах може вирішити низку питань щодо побудови діалогу з електоратом. Дослідження підтверджують, що грамотне використання цих платформ сприяє успішній комунікації з виборцями, що підвищує шанси на успіх на виборах. Зокрема, кількість користувачів, які отримують політичну інформацію через соціальні мережі, зростає. У 2016 році 57% населення США дізнавалися про політичні події через телебачення, тоді як 38% використовували онлайн-джерела. До 2022 року ці показники змінилися до 50% і 43% відповідно [14].

Зростання ролі соціальних мереж у політичному процесі має низку важливих наслідків. Політики все частіше використовують громадську думку, сформовану в цих мережах, для досягнення власних цілей, що збільшує їх залежність від такої думки. Політичні технології, включно з таргетованою рекламою та інформаційними кампаніями, створюють нові можливості для політичної комунікації. Проте особливу увагу слід приділяти відповідальному використанню соціальних медіа, аби уникнути поширення дезінформації та маніпуляцій громадською думкою.

Відповідно до дослідження «Ставлення населення до медіа та споживання різних видів медіа у 2019 році», проведеного соціологічною компанією InMind на замовлення міжнародної неприбуткової організації Internews у межах «Української медійної програми», фінансованої USAID, соціальні мережі є найпопулярнішим джерелом новин серед українців. Згідно з даними, 68% респонден-

тів отримують інформацію через соціальні мережі, тоді як 66% – з телебачення. Третім за популярністю джерелом новин є новинні вебсайти (59%), четвертим – радіо (18%), а найменш популярними залишаються друковані газети, які використовують 15% респондентів. Ці результати вказують на перехід українського суспільства від традиційних джерел інформації до цифрових, з особливим акцентом на соціальних медіа [11].

Висновок. Соціальні медіа стали потужним інструментом політичної мобілізації та пропаганди в сучасних умовах. Вони сприяють швидкому поширенню інформації, організації масових рухів та активній участі громадян у політичних процесах. Проте, поряд із позитивними аспектами мобілізації та залучення до суспільних дискусій, соціальні платформи відкривають широкі можливості для маніпулювання свідомістю через поширення фейкових новин, політичну рекламу та алгоритмічне сегментування аудиторії. Це, у свою чергу, сприяє політичній поляризації та створенню інформаційних «бульбашок».

Соціальні мережі також використовуються для державної пропаганди в авторитарних режимах, де контроль за інформаційними потоками дозволяє поширювати офіційні наративи та обмежувати доступ до альтернативних джерел. При цьому вплив дезінформації, поширюваної через соціальні медіа, став загрозою для демократичних інститутів, що було особливо помітно під час виборчих кампаній і політичних референдумів останніх років. Цей феномен підкреслює важливість посилення регуляції цифрових платформ та розвитку механізмів боротьби з дезінформацією.

В українському контексті роль соціальних медіа як інструменту політичної мобілізації зростає після Революції Гідності та під час війни на Донбасі. Соціальні мережі сприяють координації волонтерських і громадських рухів, проте водночас створюють ризики для національної безпеки через можливість поширення пропаганди та інформаційних атак. Тому подальше вивчення впливу соціальних медіа на політичну активність та пропаганду є необхідним для розробки стратегій протидії маніпуляціям і посилення суспільної стійкості.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Олегівна, А. (2022) Користувацький контент в соціальних медіа як джерело інформації запорізьких ЗМІ. DSpace at ZNU. Отримано з: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/10500> (дата звернення: 27 серпня 2024)
2. Гасяк, І. (2023) ChatGPT, Deep Text, розумний пошук – це та багато іншого, що вже потрібно знати про штучний інтелект. Na chasi. Отримано з: <https://nachasi.com/tech/2023/02/28/chatgpt-deep-text-rozumnyj-poshuk-tse-ta-bagato-inshogo-shho-vzhepotribno-znaty-pro-shtuchnyj-intelekt/> (дата звернення: 30 серпня 2024)

3. USAID (2019) Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р. detector.media. Отримано з: <https://detector.media/infospace/article/171769/2019-10-22-stavlennya-naselennya-do-zmi-ta-spozhyvannya-riznykh-typiv-media-u-2019-r/> (дата звернення: 27 серпня 2024)

4. Alodat, A. M. (2023) Social media platforms and political participation: a study of jordanian youth engagement. MDPI. Отримано з: <https://www.mdpi.com/2076-0760/12/7/402> (дата звернення: 29 серпня 2024)

5. Brookhouse, A., Derr, T., Karimi, H., Bernard, H., & Tang, J. (2020) Road to the White House: Analyzing the Relations Between Mainstream and Social Media During the U.S. Presidential Primaries. Proceedings of the 32nd ACM Conference on Hypertext and Social Media. Отримано з: <https://doi.org/10.1145/3465336.3475115> (дата звернення: 1 вересня 2024)

6. Characterizing networks of propaganda on twitter: a case study – Applied Network Science. (2020) SpringerOpen. Отримано з: <https://appliednetsci.springeropen.com/articles/10.1007/s41109-020-00286-y> (дата звернення: 30 серпня 2024)

7. Chen, B. X. (2023) The Future of Social Media Is a Lot Less Social. The New York Times. Отримано з: <https://www.nytimes.com/2023/04/19/technology/personaltech/tiktok-twitter-facebook-social.html> (дата звернення: 30 серпня 2024)

8. Stryker, C. (2020) Budding Digital Authoritarianism in Central Asia. Davis Center. Отримано з: <https://daviscenter.fas.harvard.edu/insights/budding-digital-authoritarianism-central-asia> (дата звернення: 29 серпня 2024)

9. Does Fake News Create Echo Chambers? (2022) SSRN. Отримано з: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4144897 (дата звернення: 27 серпня 2024)

10. Political Effects of the Internet and Social Media. (2020) annualreviews.org. Отримано з: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-economics-081919-050239> (дата звернення: 2 вересня 2024)

11. Rossetti, M., & Zaman, T. (2022) Bots, disinformation, and the first impeachment of U.S. President Donald Trump. PLOS ONE, вип. 18. Отримано з: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283971> (дата звернення: 29 серпня 2024)

12. Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2017) The spread of fake news by social bots. ArXiv, abs/1707.07592. Отримано з: <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7> (дата звернення: 31 серпня 2024)

13. Social media manipulation by political actors an industrial scale problem – Oxford report. (2021) University of Oxford. Отримано з: <https://www.ox.ac.uk/news/2021-01-13-social-media-manipulation-political-actors-industrial-scale-problem-oxford-report> (дата звернення: 31 серпня 2024)

14. Thyne, C., & Hitch, K. (2020) Democratic versus Authoritarian Coups: The Influence of External Actors on States' Postcoup Political Trajectories. Journal of Conflict Resolution, вип. 64, с. 1857-1884. Отримано з: <https://doi.org/10.1177/0022002720935956> (дата звернення: 1 вересня 2024)

15. The Role of Alternative Social Media in the News and Information Environment. (2022) Pew Research Center. Отримано з: <https://www.pewresearch.org/journalism/2022/10/06/the-role-of-alternative-social-media-in-the-news-and-information-environment/> (дата звернення: 3 вересня 2024)

REFERENCES:

1. Olehivna, A. (2022) Korystuvatskyi kontent v sotsialnykh media yak dzherelo informatsii zaporizkykh ZMI [User content in social media as a source of information for Zaporizhzhia media]. DSpace at ZNU. Retrieved from: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/10500> (in Ukrainian) (accessed 27 August 2024).

2. Gasiak, I. (2023) ChatGPT, Deep Text, rozumnyi poshuk – tse ta bahato inshoho, shcho vzhe potribno znaty pro shtuchnyi intelekt [ChatGPT, Deep Text, smart search – this and much more that you already need to know about artificial intelligence]. Na chasi. Retrieved from: <https://nachasi.com/tech/2023/02/28/chatgpt-deep-text-rozumnyj-poshuk-tse-ta-bagato-inshogo-shho-vzhe-potribno-znaty-pro-shtuchnyi-intelekt/> (in Ukrainian) (accessed 30 August 2024).

3. USAID (2019) Stavlennia naselennia do ZMI ta spozhyvannia riznykh typiv media u 2019 r [Public attitudes towards media and consumption of different types of media in 2019]. detector.media. Retrieved from: <https://detector.media/infospace/article/171769/2019-10-22-stavlennya-naselennya-do-zmi-ta-spozhyvannya-riznykh-typiv-media-u-2019-r/> (in Ukrainian) (accessed 27 August 2024).

4. Alodat, A. M. (2023) Social media platforms and political participation: a study of jordanian youth engagement. MDPI. Retrieved from: <https://www.mdpi.com/2076-0760/12/7/402> (accessed 29 August 2024)

5. Brookhouse, A., Derr, T., Karimi, H., Bernard, H., & Tang, J. (2020) Road to the White House: Analyzing the Relations Between Mainstream and Social Media During the U.S. Presidential Primaries. Proceedings of the 32nd ACM Conference on Hypertext and Social Media. <https://doi.org/10.1145/3465336.3475115> (accessed 1 September 2024)

6. Characterizing networks of propaganda on twitter: a case study – Applied Network Science. (2020) SpringerOpen. Retrieved from: <https://appliednetsci.springeropen.com/articles/10.1007/s41109-020-00286-y> (accessed 30 August 2024)

7. Chen, B. X. (2023) The Future of Social Media Is a Lot Less Social. The New York Times. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2023/04/19/technology/personaltech/tiktok-twitter-facebook-social.html> (accessed 30 August 2024)

8. Stryker, C. (2020) Budding Digital Authoritarianism in Central Asia. Davis Center. Retrieved from: <https://daviscenter.fas.harvard.edu/insights/budding-digital-authoritarianism-central-asia> (accessed 29 August 2024)

9. Does Fake News Create Echo Chambers? (2022) SSRN. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4144897 (accessed 27 August 2024)

10. Political Effects of the Internet and Social Media. (2020) annualreviews.org. Retrieved from: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev->

economics-081919-050239 (accessed 2 September 2024)

11. Rossetti, M., & Zaman, T. (2022) Bots, disinformation, and the first impeachment of U.S. President Donald Trump. PLOS ONE, 18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283971> (accessed 29 August 2024)

12. Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2017) The spread of fake news by social bots. ArXiv, abs/1707.07592. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7> (accessed 31 August 2024)

13. Social media manipulation by political actors an industrial scale problem – Oxford report. (2021) University of Oxford. Retrieved from: [https://www.ox.ac.uk/news/2021-01-13-social-media-manipulation-](https://www.ox.ac.uk/news/2021-01-13-social-media-manipulation-political-actors-industrial-scale-problem-oxford-report)

political-actors-industrial-scale-problem-oxford-report (accessed 31 August 2024)

14. Thyne, C., & Hitch, K. (2020) Democratic versus Authoritarian Coups: The Influence of External Actors on States' Postcoup Political Trajectories. Journal of Conflict Resolution, 64, 1857-1884. <https://doi.org/10.1177/0022002720935956> (accessed 1 September 2024)

15. The Role of Alternative Social Media in the News and Information Environment. (2022) Pew Research Center. Retrieved from: <https://www.pewresearch.org/journalism/2022/10/06/the-role-of-alternative-social-media-in-the-news-and-information-environment/> (accessed 3 September 2024)

The role of social media as a tool for spreading propaganda and their influence on the political activity of society

Bazyk Roman Romanovych

Master of Journalism,
Postgraduate Student at the Department
of Sociology and Political Science
Petro Mohyla Black Sea
National University
68 Desantnykiv str., 10, Mykolaiv, Ukraine
ORCID: 0009-0001-6105-2897

The article comprehensively examines the growing influence of social media on global politics and communication, emphasizing its transformation from simple means of personal interaction to powerful tools of political influence and manipulation. Social media has become a crucial channel for political forces, enabling them to directly impact public opinion, mobilize specific social groups, and disseminate information at unprecedented speeds. Concurrently, the study investigates both positive and negative aspects of this phenomenon. The positive aspects of social media lie in its facilitation of democratic processes, stimulation of civic participation, and provision of broad access to information for all segments of the population. However, alongside these positive changes, negative challenges are highlighted, including the spread of misinformation, fake news, manipulation of public consciousness, and societal polarization. Through analysis of specific cases involving social media usage in significant global political events, the research demonstrates how these platforms' algorithms shape news feeds, amplify users' cognitive biases, and contribute to the creation of information «bubbles» where individuals interact only with content that aligns with their views. The role of artificial intelligence and bots in disseminating disinformation is explored, raising serious concerns about the integrity of political processes and trust in traditional media. The deployment of bots and fake news has become a prevalent tool that undermines confidence in official information sources and forms a distorted perception of reality in mass consciousness. Furthermore, the study examines the role of social media as an instrument for mobilizing mass protests and other social movements that emerge in response to political or economic crises. The article emphasizes that social media is a double-edged sword: it can support the democratization of information processes while simultaneously creating new challenges for civil society, including the risk of interference in states' internal affairs, population polarization, manipulation, and diminished trust in information sources.

Key words: social media, propaganda, disinformation, political activism, media literacy, manipulation of public opinion, authoritarian regimes, artificial intelligence, polarization of society, independent media.