

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В.Н.КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ
ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УКРАЇНІ: РОЛЬ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА
КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ»**

Виконала: студентка 4 курсу,
групи СМК-47

першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти

спеціальності 061
Журналістика

Кравченко Д.Є.

Керівник : доктор соц.н., проф.
Хижняк Л. М.

Харків - 2025

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Вступ | 3 |
| 1. Теоретичні засади впливу соціальних мереж на громадську думку | 6 |
| 1.1 Соціальні мережі як засіб масової комунікації | 6 |
| 1.2 Відмінність соціальних мереж від традиційних ЗМІ . | 7 |
| 2. Інформаційна маніпуляція та її роль у формуванні громадської думки в соціальних мережах | 13 |
| 2.1 Поняття інформаційної маніпуляції | 13 |
| 2.2 Інструменти маніпуляцій у соціальних мережах | 14 |
| 2.3 Фейкові новини, меми, бот-акаунти | 14 |
| 3. Журналістика та боротьба з маніпуляціями в соціальних мережах | 20 |
| 3.1 Вплив соціальних мереж на журналістику | 20 |
| 3.2 Важливість фактчекінгу | 25 |
| 3.3 Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації | 29 |
| 3.4 Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації | 31 |
| 4 Емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на громадську думку | 35 |
| Висновки | 40 |
| Список використаних джерел | 44 |
| Додаток. Анкета для соціологічного опитування | 47 |

ВСТУП

Актуальність теми. Чому соціальні мережі мають значний вплив на суспільство. Сьогодні соціальні мережі стали невід’ємною частиною нашого щоденного життя. Ми настільки звикли до постійного спілкування онлайн, що іноді навіть не замислюємось, як сильно це змінило наш спосіб комунікації. Ми щодня листуємось, ділимося думками, емоціями, переживаннями — і все це відбувається не наживо, а через екрани. Але справа не тільки в побутовому спілкуванні. Через соціальні мережі ми часто дізнаємося новини, формуємо власне ставлення до важливих подій, читаємо коментарі інших і самі долучаємось до обговорень.

З часом ці платформи перестали бути просто місцем для особистих розмов. Вони перетворилися на потужний інструмент впливу: тут формуються суспільні настрої, обговорюються політичні теми, поширюються ідеї, які можуть змінювати думки тисяч людей. Іноді здається, що саме в соцмережах вирішується, що вважати правильним, а що – ні.

Вплив соцмереж відчувається буквально всюди – в політиці, культурі, освіті, навіть у тому, як ми сприймаємо себе та інших. Це вже не просто технологія для зв’язку – це простір, у якому формується наше світосприйняття. Зараз важко уявити людину, яка не користується соцмережами. Вони стали частиною повсякдення – такою ж звичною, як телефон або чашка кави зранку. І що найважливіше – соцмережі не тільки відображають суспільство, а й активно його замінюють. Вони впливають на наші переконання, погляди, навіть на поведінку. Саме тому варто усвідомлювати, наскільки важливу роль вони відіграють у сучасному світі.

Соціальні мережі сьогодні – це не просто спосіб спілкування, а й справжній феномен, що впливає на наше життя у багатьох сферах. З одного боку, вони дуже зручні: ми можемо миттєво обмінюватися новинами, ділитися думками, знайомитися з людьми з різних куточків світу. Але, на жаль, разом із цим приходять і серйозні виклики.

Наприклад, у соцмережах часто з'являється неправдива інформація – фейки, маніпуляції, а іноді навіть відверта пропаганда. Не рідкість і агресивні висловлювання, що розпалюють суперечки і навіть ворожнечу. Через це наше бачення світу може сильно спотворюватися — замість реальних фактів ми часто отримуємо спотворену картину подій.

Однією з найгірших тенденцій є так звані «інформаційні бульбашки». Це коли кожен бачить лише ту інформацію, яка підтверджує його власні переконання, а альтернативні думки просто не доходять до нього. В результаті люди наче живуть у своїх окремих «світів», що сильно ускладнює спілкування і порозуміння.

Соцмережі працюють за алгоритмами, які підсилюють цю ізоляцію, показуючи нам те, що ми хочемо бачити. І це може призводити до того, що суспільство стає все більш розділеним — кожен «триматиме свою правду», і це породжуватиме непорозуміння, конфлікти. Тому важливо досліджувати, як саме соцмережі формують громадську думку. Особливо зараз, коли інформація поширюється блискавично і охоплює мільйони людей. Сьогодні думка громадськості впливає на політику, суспільні рухи, інформаційні війни – фактично визначає розвиток подій у країні. Крім того, соцмережі вже давно перестали бути просто майданчиком для обміну новинами. Вони стали простором, де кожен може створювати інформацію, впливати на інших, об'єднуватися для спільних цілей – організовувати протести, благодійні акції, культурні заходи.

Але щоб не стати жертвою маніпуляцій, дуже важливо розуміти, як працюють алгоритми цих платформ. Без цього легко потрапити у пастку дезінформації і перекрученої реальності.

Отже, соціальні мережі мають дуже великий і багатогранний вплив на різні сфери нашого життя, що робить їхній вплив одночасно і потужним, і досить складним для повного розуміння.

Розуміння цього допомагає формувати критичне мислення, інформаційну грамотність і відповідальне ставлення до того, що ми бачимо і

поширюємо [1].

Мета і завдання дослідження. Ця робота присвячена темі, яка останнім часом стала дуже важливою – як саме соціальні мережі впливають на громадську думку. Зараз ми всі майже щодня користуємось соцмережами – читаємо новини, спілкуємось, ділимося думками. Але рідко замислюємось, як це все нас змінює і яку роль відіграє у формуванні наших поглядів.

Метою мого дослідження було не просто описати, що таке соціальні мережі, а глибше розібрати – як і чому вони мають такий сильний вплив. Адже сьогодні це не просто місце для спілкування, а справжній інструмент впливу: на людей, на події, навіть на політику. Через соцмережі люди дізнаються новини, формують думки, приймають рішення і часто навіть не помічають, як змінюється їхнє ставлення до тих чи інших тем. Під час роботи я ставила кілька основних завдань. По-перше, з'ясувати, як працюють алгоритми — як вони формують стрічку новин, чому ми бачимо одне, а не інше. По-друге, я хотіла зрозуміти, як поширюються фейкові новини, як відбувається маніпуляція інформацією. І ще – як змінилась роль журналістів, коли майже кожен користувач інтернету може написати “новину” або пост, що отримає більше уваги, ніж офіційне джерело.

Методи дослідження: контент-аналіз (щоб дослідити, що саме публікується у стрічках), порівняльний аналіз (щоб побачити, як працюють різні платформи), а також соціологічні методи (щоб дізнатись, як люди сприймають цю інформацію).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

1.1 Соціальні мережі як засіб масової комунікації

На сьогоднішній день соціальні мережі вже давно увійшли в наше життя і стали його невід'ємною частиною. Коли ми прокидаємося вранці ми починаємо день із стрічки новин у телефоні, перевіряємо повідомлення, відео або нові публікації, а ввечері перед сном також заглядаємо у соцмережі, щоб дізнатися, що нового сталося за день. І на мій погляд вони змінили не просто спосіб спілкування між людьми, а й суттєво вплинули на те, як ми дивимося на світ, як формуємо свої думки і погляди.

Соціальні мережі Facebook, Twitter, Instagram і TikTok, давно стали невід'ємною частиною нашого життя. Хоча між ними є багато спільного, кожна з цих платформ має свої унікальні особливості та відмінності.

Наприклад Facebook – це місце, де можна спілкуватися в групах, ділитися новинами, читати дописи у тематичних групах чи обговорювати події. Twitter, наприклад, дає можливість користувачам публікувати невеликі повідомлення, які називаються «твіти» та дає можливість миттєво ділитися інформацією зі своєю аудиторією. Instagram спеціалізується на фото та відео, тут люди демонструють своє життя, свої емоції, свої думки через візуальний контент. TikTok же, на мій погляд, – це одна із найпопулярніших соціальних мереж, в якій основний акцент робиться саме на короткі розважальні відео та створення контенту для користувачів цієї платформи.

Особливо вражає та швидкість, з якою з якої інформації поширюється по соціальних мережах і користувачах. Всі ті події, що відбуваються навіть у самому віддаленому куточку світу, можуть за лічені хвилини стати відомими великій кількості аудиторії. Це на мою думку справді відкриває неймовірні можливості для того, щоб бути в курсі всього будь-де і будь-коли. Завдяки такому стрімкому розвитку цифрових технологій і популярності соціальних мереж ми можемо в реальному часі дізнаватися про те, що відбувається в будь

якому місці нашої планети. Але з іншого боку така доступність інформаційного обміну змушує нас бути уважними та критично мислити. Адже не вся інформація, що ми бачимо є перевіреною та правдивою, яку можна сприймати за чисту монету. У стрічці новин дуже часто можна побачити відверто неправдиві матеріали, вигадані факти чи навмисну дезінформацію створеною з метою маніпулювання. Тому тут і виникає потреба не просто споживати інформацію але і вміти її аналізувати, перевіряти джерела, щоб не потрапити під вплив тих, хто користується мережею як інструментом впливу, а не як спосіб донесення правди. Крім того соціальні мережі соціальні мережі стали не просто місцем для того, щоб дізнатися новини чи поспілкуватися з друзями. Вони дають нам набагато більше, наприклад можливість брати участь у різних процесах які відбуваються навколо нас. Ми можемо не просто читати або дивитися інформацію, а коментувати її, висловлювати свою думку, ставити лайки або навіть вступати у дискусії. Саме завдяки цьому соцмережі перетворюються на живий простір, де формується громадська думка і кожен може висловитися. Проте, варто розуміти, що це не завжди призводить до згоди, а навпаки часто виникають суперечки, непорозуміння, а іноді й справжні конфлікти, адже не всі бачили світ однаково [3; 5; 19].

1.2 Відмінність соціальних мереж від традиційних ЗМІ

У сучасному світі, коли інформація відіграє надзвичайно важливу роль у житті кожної людини, все більше уваги приділяється саме тому, як саме ця інформація поширюється ,через які канали та яким способом вона доходить до нас, звичайних користувачів. І ось тут починає виникати природне порівняння

– соціальні мережі та традиційні засоби масової інформації. Хоча на перший погляд здавалося б, і ті, і інші існують для того, щоб інформувати людей, але насправді між ними існує дуже багато принципових навіть фундаментальних відмінностей.

По перше, соціальні мережі мають зовсім іншу природу та структуру, якщо порівнювати їх із традиційним медіа, такими як, скажімо, телебачення, газети чи радіо. Основна і найпомітніша різниця полягає в децентралізовану характері соціальних платформ. Якщо наприклад телевізійні новини подаються згори, від редакції до глядача, то в соцмережах усе виглядає зовсім інакше. Тут будь-хто може створити допис, поділитися думкою та поширити інформацію. Тому комунікація стає не лише швидкою, а й двосторонньою. Люди не просто читають або слухають, вони коментують, сперечаються, доповнюють, ставлять питання. Саме це створює зовсім інший тип інформаційного середовища - живий, динамічний, та постійно змінний. Традиційні ЗМІ завжди передбачали певну структуру, організацію процесу: над матеріалом працює журналіст, редактор, іноді ще й ціла команда спеціалістів. Відбувається перевірка фактів, оцінка об'єктивності, все має відповідати стандартам. А ось у соціальних мережах все значно простіше: кожен користувач – уже маленьке медіа. Іноді це добре, бо ми можемо дізнатися швидко те, про що мовчать офіційні джерела. Але водночас це відкриває шлях до поширення неправдивої інформації, чуток, маніпуляцій. Люди часто поширюють новини емоційно, не перевіривши джерело, в результаті чого з'являється багато дезінформації. Крім цього, соціальні мережі дуже сильно відрізняються тим, як ми споживаємо інформацію. Якщо у випадку з телевізором чи газетою все подається у вже сформованому вигляді - ось програма, ось стаття, ось ведучий, то в соціальних мережах усе налаштовано під кожного конкретного користувача. Алгоритми дивляться, що нам цікаво, що ми читаємо, що нам подобається, і формує стрічку відповідно до наших вподобань. З одного боку, це зручно, бо не треба шукати, бо все вже підібрано. А з іншого це небезпечно, бо ми можемо опинитися в так званій «інформаційній бульбашці», де є тільки думки, які нам подобаються, і зовсім немає інших точок зору [5].

Ще одна важлива річ - це можливість взаємодії. Якщо ми дивимося новини по телевізору, ми просто сприймаємо, але не можемо відповісти,

запитати, висловитись. У соцмережах все інакше, бо можна прокоментувати, поставити лайк, поширити та навіть створити свій пост у відповідь. Це додає комунікації глибини, але й іноді провокує конфлікти, бо кожен має свою думку і хоче її висловити та бути почутим. Крім того, соціальні мережі більше доступні. Не потрібно великої команди, спеціальної техніки чи студії, щоб щось опублікувати. Достатньо просто мати смартфон і вже можна створити відео, написати пост або запустити прямий ефір. Це, з одного боку, дуже добре, бо відкриває можливості для багатьох людей, які раніше не мали голосу. Але й з іншого - це робить інформаційне середовище дуже шумним і навіть хаотичним. Підсумовуючи все сказане, варто зазначити, що соціальні мережі та традиційне медіа - це, хоч і дуже різні за своєю суттю речі, але вони обов'язково повинні протистояти один одному. Вони можуть доповнювати один одного. Традиційні ЗМІ надають перевірену інформацію з дотриманням стандартів, а соціальні мережі дозволяють швидко реагувати на події, коментувати та ділитися. Разом вони формують нову екосистему - складну, але дуже цікаву.

Тому можна сказати, що соціальні мережі повністю змінюють саму суть того, як ми отримуємо, поширюємо і осмислюємо інформацію. Вони не тільки прискорили цей процес, а й зробили його набагато ближчим до кожного з нас. Тепер ми не просто глядачі чи читачі, ми – учасники інформаційного процесу. І саме це є однією з найбільш змін нашого часу [21].

Монетизація соціальних мереж: як це все відбувається і що з того виходить для контенту

Знаєте, от задумуєшся і розумієш, що соціальні мережі – це взагалі якась інша історія порівняно зі старими добрими газетами чи телевізором. І справа не тільки в тому, як ми там спілкуємося. От візьмемо, наприклад, гроші. Традиційні медіа жили собі за рахунок підписки, ну там, хтось купував газету, хтось журнал. А ще реклама, звісно. Але зараз якось це все вже не так працює, погодьтеся? Люди ж тепер зовсім по-іншому інформацію

споживають. А ці соцмережі – вони ж хитрі! Придумали, як на нас заробляти, показуючи рекламу, яка нібито нам цікава. Сидять там якісь розумні програми, збирають про нас всяку всячину, аналізують, що ми лайкаємо, що дивимося, і на основі цього підсовують нам рекламу. Кажуть, це ефективніше. Ну, може й так.

Вони ж там взагалі, ці соціальні мережі, як пилососи – збирають усе про нашу поведінку. А потім використовують це, щоб показати нам саме ту рекламу, яка, на їхню думку, нас зачепить. І виходить, що ми бачимо рекламу якихось там товарів чи послуг, які нам нібито потрібні. І, може, навіть іноді клікаємо на неї.

Оцей весь підхід до заробітку в соцмережах, він, знаєте, добряче так перевернув наш інформаційний світ. З одного боку, це круто для маленьких бізнесів чи якихось там блогерів - однаків. Тепер вони можуть якось себе просувати і навіть гроші на цьому заробляти. Але з іншого боку... А чи немає тут якогось підводного каміння? От подумайте самі: якщо платформа зацікавлена в тому, щоб ми нажимали на певну рекламу, чи не може вона нас якось підштовхувати до певного контенту? А це вже попахує якоюсь маніпуляцією, чи не так? Виходить, що наші переконання та погляди можуть формуватися під впливом того, кому це вигідно [7].

Як соціальні мережі формують нашу думку: тут взагалі окрема розмова

Ще одна штука, яка мене завжди дивувала в соцмережах – це те, як вони впливають на те, що ми думаємо. От раніше як було? Сиділи там дядьки і тьоті в редакціях, вирішували, що нам показувати, як це все подавати. І, звісно, у них там свої інтереси були, могли нам якусь одну сторону медалі показувати. А в соцмережах ніби все по-іншому. Тут кожен сам собі режисер, кожен може щось запостити. Звісно, великі компанії та медіа все ще мають свій вплив, але немає вже такого одного головного цензора. І це, здавалося б, добре. Кожен може висловитися, хто раніше й слова не мав. Можна якісь там протести організовувати, важливі питання піднімати. Це дає голос тим, кого раніше ніхто не слухав [24].

Але тут же й собака зарита. Бо ж хто там за тим усім слідкує? Хто перевіряє, чи правду пишуть, чи ні? І виходить, що ці соцмережі стають таким собі розсадником фейків, брехні, всякої ворожнечі. А ще ці їхні алгоритми! Вони ж нам показують тільки те, що ми й так хочемо бачити. І ми сидимо в своїх таких «бульбашках», де всі думають так само, як і ми. А що там за межами цієї бульбашки – нас ніби й не обходить. І це, мені здається, тільки поглиблює наші розбіжності, робить нас ще більш категоричними.

І знаєте що ще? Ці соціальні мережі, хоч і здаються такими вільними і демократичними, насправді є потужним інструментом у руках політиків та різних маніпуляторів. Можуть вони там запускати якісь фейкові новини, впливати на вибори, сіяти розбрат. І все це так швидко поширюється! Тому, як на мене, треба якось серйозніше ставитися до того, що там у тих соцмережах крутиться. Бо це ж не просто картинки з котиками, це вже серйозно впливає на те, як ми живемо і що думаємо [14; 6; 17; 18].

2. ІНФОРМАЦІЙНА МАНІПУЛЯЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Зараз ми живемо в часи, коли дуже розвинуті і неспинно працюють цифрові технології, світ неспинно рухається вперед, і соціальні мережі повністю захопили життя людей, вони вже давно перестали бути просто платформами для спілкування, все життя там, а також це не лише новостні канали це й платформи для бізнесу, навчання, медицини. Да, дійсно, на початку вони виникли як спосіб підтримувати зв'язок з близькими, друзями, рідними для можливості ділитись моментами свого життя тут і зараз, за допомогою таких каналів люди змогли не лише писати повідомлення і отримувати їх миттєво, а й ділитися фотографіями, відео, і навіть вести прямі ефіри тут і зараз, здається, що декілька років тому ми не могли навіть про це уявити, складно сказати, що чекає нас ще через кілька років. Тепер, щоб провести разом час, грати в різноманітні ігри навіть не потрібно зустрічатися, люди, за допомогою новітніх технологій, комп'ютеру чи телефону, при наявності інтернету можуть це зробити знаходячись в різних куточках світу. Ми дійсно отримали зовсім новий, невідомий декілька років тому рівень соціальних мереж, вони перетворилися на потужний канал інформаційного впливу, який охопив не мільйони-мільярди людей по всьому світу. І дійсно важко уявити людину, будь-якого віку, яка не користується соціальними мережами. Все відбувається настільки швидко, інформація поширюється настільки миттєво, що одним «кліком» можна донести новину, думку одразу до мільйонів людей, принаймні до великої кількості. Такі технології, звичайно, дають колосальні можливості, але разом з тим і створюють величезні виклики. Миттєво можна впливати на соціумі, на формування думок, мислення, поглядів і навіть керувати їх діями. І це дійсно велика сила [12].

2.1 Поняття інформаційної маніпуляції

Інформаційна маніпуляція – це цілеспрямований вплив на свідомість і поведінку аудиторії шляхом подачі викривленої, однобічної або емоційно забарвленої інформації з метою досягнення певного результату. Метою маніпулятора є не просто інформування або зміна поглядів, а й поведінки та дій споживача. маніпуляція може здійснюватись різними способами: через вибірккову подачу фактів, замовчення важливої інформації, використання емоційно насиченої лексики, створення рейкових новин, зображень або відео, а також за допомогою алгоритмів які неперестанно просувають певний контент в соціальних мережах [13; 15].

Методи маніпуляції та їх задача. Особливістю соціальних мереж, як ми вже знаємо, є швидкість поширення інформації, здатність охопити різні аудиторії, а також персоналізації стрічок новин під інтереси будь-якого користувача, в саме це робить їх унікальним середовищем для впливу різного роду інформації, за допомогою якого здійснюється не лише комунікації, а й маніпуляції. Саме тому і є дуже важливим сьогодні розуміти, які інструменти використовуються для того щоб впливати на нашу думку, на наші переконання, в як не стати жертвою дезінформації. В своїй роботі я хочу наголосити і звернути увагу на найпоширеніші маніпулятивні методи і інструменти у соцмережах – це фейкові новини, меми, бот-акаунти, а також окремі алгоритми, які формують новосні та розважальні стрічки, від яких залежить саме те, що нам показує соцмережа, що саме ми бачимо, цей феномен називають «інформаційна бульбашка». Фейкові новинки, меми та бот-акаунти: що це і чому про це потрібно і важливо знати.

2.2. Інструменти маніпуляцій у соціальних мережах Фейкові новини, меми, бот-акаунти

Одним з важливих інструментів, на мою думку, - це фейкові новини. Зараз це поняття дуже популярне, і, наразі, дуже багато фейкової інформації на медійному просторі. На жаль, термін фейкові новини вже став буденним, але варто усвідомлювати, що саме стоїть за цим. Потрібно розуміти, що

фейкові новини-це свідомо створена неправдива інформація: можливо повністю, можливо частково перекручені або підмінені поняття чи факти.

Мета цього – ввести людей в оману, заплутати, викликати у них емоції, реакції, сформувані хибне уявлення про реальність, що відбувається насправді, заплутати. Є таке гарне висловлювання: «Мета комунікації – зворотня реакція», так от саме фейкові новини, гучні повідомлення викликають найбільшу реакцію, хвилю занепокоєння, обурення, і на жаль, дуже привертають увагу і поширення- розшарування. Зазвичай така інформація, такі новини мають дуже яскраві, сенсаційні заголовки, і як результат моментально притягують увагу. Люди швидко підхоплюють, і навіть не задумуючись, не перевіряючи, репостять їх, поширюють, діляться один з одним, навіть не розуміючи чи правда це чи ні. Через такі фейкові новини, які дуже швидко починають «віруситись» у мережах, створюючи бурі емоцій, паніку, хаос, а ще дуже часто, я б сказала завжди, розпалюючи конфлікти, ненависть в соціумі. Люди, які один одного не знають вступають в полеміку, сварку, розгинання агресивних суперечок використовуючи навіть нецензурну лексику. І що страшніше, це все робиться навмисне, такі фейкові створюють, щоб досягти певних певних політичних чи соціальних цілей. Це все підбурює людей і виводить зі стану рівноваги. Таким чином людей відволікають від насичених процесів і проблем, такими людьми легше управляти і маніпулювати, завести в оману, і з часом люди вже не можуть зрозуміти, що відбувається насправді. Приділю увагу мемам. Здається, що в кожній стрічці соціальних мереж, а їх, як ми знаємо, неймовірна кількість, і багато хто навіть не замислюється, що це не просто розважальний або легковажний контент, насправді меми- це дуже потужний і поширений інструмент який впливає на нас. Вони надзвичайно прості для сприйняття, емоційні, легкі і неймовірно швидко поширюються. Це невеликі картинки, відео, фрази – цитати, які часто несуть ненав'язливий характер, іноді навіть гумористичний, жартівливий або сатиричний. Але саме у цьому гуморі і криється небезпека-за образливими словами, на перший погляд», за

веселою обгорткою можуть ховатися досить серйозні політичні меседжі, упередження, стереотипи, або навіть образи. І найголовніше, що гумор робить ці меседжі не такими помітними, так би мовити, завуальованими для нашої свідомості, ми сприймаємо їх легко і не відчуваємо спротиву, саме тому меми стають набагато сильнішим інструментом маніпуляції, чим здається з першого погляду. Наступний інструмент це бот-акаунти або просто боти. Це спеціально автоматизовані інтернет-профілі, акаунти, які «працюють» нібито як справжні користувачі. Вони можуть писати пости, відповідати, коментувати, лайкати, брати участь у обговореннях. Але насправді за такими бот-акаунтами стоять не люди, а комп'ютерні програми. Метою ботів є створювати ілюзію масової підтримки якоїсь ідеї або навпаки-штучно довести, переконати, посіяти сумніви, розбрат, змінити громадську думку, спровокувати суперечку, соціальні хвилювання. Іноді соціальні мережі атакують цілі ботоферми, на які не жаліють ніяких фінансових ресурсів, бо для цього потрібно доволі дороге обладнання. Бот-мережі, бот-акаунти динамічно розвиваються і поширюються, їх активно використовують для поширення фейкових новин, спотворення результатів опитувань, в навіть для того, щоб дестабілізувати важливу суспільну думку, збити з пантелику, навести «шуму». Я вважаю це дуже серйозною проблемою, адже виглядає це дуже реалістично, і багатьом людям складно відрізнити справжніх користувачів від ботів [20].

2.3 Алгоритми, ефект «інформаційної бульбашки»

Алгоритми і «інформаційна бульбашка»: як соцмережі формують наше бачення світу.

Ще один, менш очевидний, але не менш важливий чинник – це алгоритми, вони керують тим, що ми бачимо у своїх стрічках соціальних мережах. Це більш складні програми, які аналізують нашу поведінку, іноді здається, що телефон чи комп'ютер тебе підслуховує чи підглядає, але просто програма запам'ятовує в сканує всі наші дії – що ми лайкаємо, коментуємо, на

які сторінки заходили, на які пости звертаємо увагу- і намагаються показати і підібрати нам схожий контент, або той, який нас найбільше зацікавив. З одного боку, це начебто виглядає зручно, адже нам не потрібно шукати матеріали, які нас цікавлять, система самостійно робить це за нас. Але з іншого боку, це призводить до формування так званої «інформаційної бульбашки». Що це означає? Це означає, що ми бачимо переважно в більшій мірі ту інформацію, яку як йому здається співпадає з нашими поглядами, уподобаннями та переконаннями. Все, що суперечить, знову таки на думку алгоритмів, залишається «за кадром», поза нашим інформаційним полем. Чому це погано? Тому що таким чином алгоритми звужують для нас інформаційний простір, тим самим не даючи нам можливості для критичного та аналітичного мислення, адже щоб розуміти світ краще, справді об'єктивно, треба бачити і розуміти ситуації з різних сторін, бачити різні точки зору, чути аргументи різних джерел та людей навіть з різних країн. А з роботою алгоритмів відбувається навпаки - ми потрапляємо у своєрідне замкнуте коло, де постійно підсилюється лише одна версія реальності, ми завжди можемо бачити лише вершину айсберга.

До того ж, алгоритми сприяють виникненню ефекту «ехо- камери», коли дуже схожі або однакові думки повторюються знову і знову в наших стрічках соціальних мереж. Така ситуація створює ілюзію, що всі навкруги думають дуже схоже, і що такий погляд загальний і безумовно беззаперечний. У такі моменти дуже просто можна потрапити в пастку однобокого сприйняття, звикнути до того, що показують алгоритми і навіть перестати ставити під сумнів все, що йде з інфопростору. Особливо це є небезпечним у важливі та складні часи. Наприклад, коли вже четвертий рік поспіль в країні відбувається повномасштабне вторгнення, здається що такої кількості фейків, іпсо, мемів та ботів не було ніколи, так саме їх хвиля активізується під час виборів, суспільних протестів, кризових ситуацій, та суспільних хвилювань. Саме тоді коли народ потребує максимально точної та збалансованої інформації медіапростір атакують різноманітні «шкідники».

Що з цим робити?

А от дійсно, що ж робити з такою кількістю «медіа шкідників» якщо ти простий користувач соцмереж і чи варто тоді взагалі ними користуватися? Звичай, не все так погано, і соціальні мережі дають нам безліч можливостей: вони допомагають нам залишатися постійно на зв'язку, висловлювати свої думки, дізнаватися новини і навіть вести бізнес, працювати в таким чином змінювати світ на краще. Але для цього потрібно розуміти, як саме вони працюють, які «підводні камені» приховані за привабливою «обгорткою». Нам необхідно вчитися аналізувати інформацію, ми повинні критично ставитися до того, що відбувається в інформаційному просторі, не сприймати все за чисту монету, перевіряти інформацію, джерела з якого вона походить, порівнювати і знаходити факти, які можуть підтвердити чи спростувати ту чи іншу новину. Ми повинні аналітично мислити, робити висновки самостійно на основі отриманих даних, мати свою особисту думку, а не працювати як «копіювальна машина». Тільки так ми можемо захистити себе від маніпуляцій, тільки так ми зможемо зберегти здатність до об'єктивного та суб'єктивного мислення і бути справжнім учасником суспільного життя, а не пасивним спостерігачем та споживачем інформації. Бо від того, наскільки усвідомлено і відповідально ми користуємося соціальними мережами, залежить не лише наше особисте сприйняття світу, а й майбутнє нашого суспільства і нашої країни. Кожна людина повинна бути особистістю, мати свою точку зору, вміти доводити та аргументувати її. Не боятися висловлюватися та відстоювати свої погляди, тоді таким суспільством важко буде керувати та маніпулювати. Усе сказане вище ще раз підтверджує: соціальні мережі - це не просто зручний спосіб для спілкування або розваг. Це величезний механізм впливу, і падаль не завжди позитивного. Саме тому важливо не тільки розуміти, як працює механізм, а й навчитися з ним усвідомлено взаємодіяти, та критично мислити, аналізуючи всю інформацію, а не споживати за чисту монету. Дуже важливим є ще один аспект - емоційне сприйняття інформації. Соціальні мережі - це, в першу чергу, про емоції.

Люди рідко діляться просто фактами і найчастіше це якісь переживання, радість, обурення і саме на цьому емоційному фоні дуже легко керувати масами. Якщо людям дати достатньо підстав для гніву – вони будуть гніватися, якщо налякати – будуть боятися. А вже наляканою чи обуреною аудиторію набагато легше маніпулювати. На жаль, цим активно користуються ті, хто хоче дестабілізувати ситуацію в країні або впливати на політичні події. Можна створити певний наратив, запуснути декілька «вкидів», підключити ботів, розкрутити емоційний пости через меми чи авторитетних користувачів, і от вже маємо потрібну хвилю обурення чи паніки. Люди починають активно ділитися, писати, коментувати, сваритися між собою – і навіть не помічають, як стали частиною чужої гри. В цьому все дуже лякає те, що лінія між правдою і брехнею у соцмережах дуже тонка. Часто навіть складно зрозуміти, що є правдою, а що навмисно подана чи перекручена інформація, тому що візуально все виглядає однаково, що пост від офіційного джерела, що від невідомого аккаунта. І поки ми читаємо і реагуємо, наш мозок уже фіксує почуте, як можливу реальність.

Тому сьогодні кожен з нас має відповідальність перед собою, своїм оточенням, і навіть перед країною. У часи війни та нестабільності ми не можемо дозволити собі бути легковажними у інформаційному просторі. Якщо раніше хтось вважав, що лайк або репост – це дрібниця, то зараз це може бути справжня зброя. І так само, як ми фільтруємо, що їмо, що вдягаємо, з ким спілкуємося – ми повинні фільтрувати інформацію, яку споживаємо і поширюємо. Окремо хочеться додати про важливість інформаційної гігієни. Це як чистити зуби, тільки не для рота, а для мозку. Перевіряти факти, дивитися на кількість на кількість джерел, не вірити всьому, що пише наприклад знайомий з фейсбуку або тік току. Вчитися ставити запитання: хто це написав? З якою метою? Що я відчуваю, коли читаю це? А головне не боятися зізнатися собі «Я не знаю, чи це правда», замість того, щоб сліпо довіряти і поширювати далі.

Можу сказати одне – інформація стала зброєю. І кожен з нас має вибір:

бути солдатом, який чую зброю використовує усвідомлено, чи стати мимовільною жертвою, яку просто використали в інформаційній війні. Особливо зараз, коли українське суспільство переживає непрості часи, важливо об'єднуватись не лише в реальному світі, а й в інформаційному просторі. Від нас залежить, яким буде середовище: чистим, справедливим, розумним чи брудним, агресивним, небезпечним [11].

Наприклад ще з початку 2022 року на початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну почали масово з'являтися фейки про так звані

«американські біолабораторії» на території України. Цю інформацію активно поширювали проросійські медіа, телеграм канали, You-Tube-блогери. Суть цієї інформації полягала в тому, що нібито США проводили в Україні якісь небезпечні експерименти. Абсурдність цієї заяви очевидна, але попри це, ця теорія розлетілася мережею блискавично. Її підтримали і боти і «свідки», які нібито це чули і бачили і навіть меми які висміювали тему-але все одно змушували людей про це говорити. І навіть якщо хтось не повірив, сумніви уже посіяли. А це і є головною метою маніпуляції: посіяти сумнів і змусити людину перестати довіряти правді. Цей приклад показує, що звичайні соціальні мережі це інформаційне поле бою. Саме тому хочу ще раз підкреслити, що кожен з нас повинен бути свідомим і уважним, вчитися розрізняти фейк і правду, ми маємо відповідально ставитися до всього, бо один пост-це вже вплив. І якщо ми навчимося бути обережними, критично мислити та не вестись на провокації – ми не просто захистимо себе. Ми станемо частиною сильного, дорослого суспільства, яке неможливо розхитати фейками і ботами. А це надзвичайно важливо саме зараз [19, 8].

РОЗДІЛ 3. ЖУРНАЛІСТИКА ТА БОРОТЬБА З МАНІПУЛЯЦІЯМИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Зараз у сучасному медіа просторі соціальні мережі стали головним полем битви за увагу довіру та вплив. З одного боку вони дають змогу оперативно отримувати новини, активно брати участь у суспільних дискусіях і навіть самому бути джерелом інформації. З іншого боку, соціальні мережі створюють ідеальні умови для поширення фейкових новин, маніпуляцій, спотворення фактів та емоційно навантажених.

Журналістика сьогодні змушена шукати нові методи для захисту правди та з маніпуляціями. Питання етики стає як ніколи актуальним. Якщо раніше журналісти керувалися усталеними редакційними стандартами, то нині їм доводиться постійно вирішувати моральні дилеми в реальному часі: чи варто публікувати неперевірену інформацію, щоб залишатися у тренді, чи краще зберігати журналістську чесність, навіть якщо це зменшить охоплення аудиторії? [19].

3.1 Вплив соціальних мереж на журналістику

У соціальних мережах зростає роль так званих, громадянських журналістів- користувачів, які самі поширюють новини, фото та відео матеріали з місця подій. Це є дуже позитивним явищем, яке збільшує кількість джерел інформації.

Одночасно воно створює проблему відсутності реакційного контролю та професійної відповідальності. Така журналістика без редакції часто є джерелом дезінфопливу інформації або піддається впливу особистих емоцій, упереджень та ідеологічних позицій. Не менш важливим є вплив алгоритмів на поширення контенту. Соціальні мережі не є нейтральними посередниками – їхні алгоритми ранжування вмісту часто сприяють поширенню маніпулятивних матеріалів, що стимулюють емоційну реакцію. Це зменшує видимість якісної журналістики, яка зазвичай вимагає уважного прочитання та критичного осмислення. Таким чином платформи стають

непросто каналами передачі інформації, а активними гравцями які формують інформаційне середовище. Журналісти також стикаються з загрозами онлайн- цькування, хейту та атак на особисту репутацію. Особливо це стосується тих, хто займається викриття фейків або корупційних схем. У відповідь на це медіа спільнота створює ініціативи підтримки та захисту журналістів, а також розробляє нові стандарти цифрової безпеки. У перспективі навчальні заклади повинні приділяти більше уваги цифрові грамотності, медіа етичним аспектам та аналітичному мисленню у підготовці майбутніх журналістів. Також варто стимулювати міждисциплінарні підходи: поєднані журналістики з ІТ, психології, соціології, допоможе краще розуміти механізми маніпуляції та ефективно з ними боротися. Підсумовуючи, журналістика в епоху соціальних мереж стоїть перед великим викликом, який вимагає не лише нових навичок і технологій, але і повернення до основ чесності, об'єктивності поваги до фактів. Саме ці якості мають стати фундаментом для медіа майбутнього, здатного протистояти маніпуляціям і зміцнювати демократію в цифровому світі. У цьому контексті надзвичайно важливо розуміти, що журналістика, навіть у найважчі періоди свого існування, завжди залишалася тією сферою, яка визначає рівень демократичності суспільства. Адже без надійного доступу до об'єктивної та достовірної інформації неможливо ухвалювати свідомі рішення, формувати обґрунтовано громадську думку або ж ефективно реагувати на виклики часу. Соціальні мережі, які спершу здавалися лише інструментом комунікації, тепер відіграють набагато глибше роль - вони формують інформаційний ландшафт, впливають на політику, бізнес, культуру, а відтак і на саму журналістику. Необхідно також звернути увагу на проблему інформаційної перевантаженості. Сучасний користувач щодня отримує десятки, а то й сотні повідомлень, новин, постів, відео та мемів, серед яких усе бачу відрізнити правду від вигадки. Це породжує не лише втомленість від новин (так званий „news fatigue”), а й поступово втрату здатності критично мислити та оцінювати інформацію. В умовах такого інформаційного шуму голос

професійного журналіста може бути просто не почутий. Водночас те що більше підкреслює важливість збереження високих стандартів у журналістиці ,зокрема верифікації джерел, відповідальності за слова та дотримання етичних принципів.

Ще однією тенденцією є зростання популярності візуального контенту. У соціальних мережах текстова інформація часто витісняється зображеннями, інфографікою, відео, сторісами тощо. У такому середовищі журналісти змушені адаптувати свою подачу, водночас намагаючись не втратити глибину і змістованість матеріалу. Це вимагає нових навичок - від уміння створювати візуально привабливий контент до базових знань у сфері графічного дизайну та відеомонтажу.

Усе частіше можна почути про потребу у впровадженні «цифрової етики» - нового поняття, яке охоплює не лише класичні журналістські норми, але і питання приватності, збору даних, алгоритмічне відповідальності та прозорості у взаємодії з технологіями. Це, зокрема, стосується ситуацій, коли журналісти використовують аналітичні платформи, штучний інтелект або ж працюють у партнерстві з технологічними компаніями. Саме тому важливо не лише критикувати алгоритми чи соцмережі, а й розуміти, як вони працюють, і які рішення можна впровадити для того, щоб ці інструменти сприяли поширенню якісної інформації, а не маніпуляцій.

Суттєвим викликом залишається і питання фінансування незалежної журналістики в цифрову добу. Адже традиційні моделі - підписка на друковані видання, реклама в газетах - вже давно втратили свою ефективність. У соціальних мережах більшість контенту споживається безкоштовно, що змушує медіа шукати нові джерела доходів, іноді - вдаючись до нативної реклами, що, своє чергу, розмиває межу між інформацією та комерцією. Це викликає додаткові етичні дилеми: чи можна залишатися об'єктивним, якщо фінансові інтереси впливають на зміст публікації? Не варто оминати увагою і питання аудиторної довіри. З кожним роком дедалі більше людей скептично ставляться до ЗМІ. Зниження довіри

пов'язано лише з наявністю фейків, але й з розчаруванням у великій кількості інформаційних джерел, які діють неетично, маніпулюють емоціями або просто дотримуються журналістських стандартів. У цьому контексті особливу роль відіграють незалежні ініціативи з медіаграмотності, які допомагають аудиторії краще розуміти, як функціонує медіа, на що звертати увагу при оцінці новин, і як самим не стати жертвою маніпуляцій, бо важливо зазначити, що ефективна боротьба з дезінформацією - це не лише завдання журналістів. Це комплексна проблема, яка потребує взаємодії між медіа, державними інституціями, освітніми закладами, громадянським суспільством і, звісно ж, самим користувачем соціальних мереж.

Адже кожен із нас, навіть просто натискаючи «поширити» або «лайк», робить свій внесок у формування інформаційного середовища. Відповідальність має бути взаємною: від тих, хто створює контент, і до тих, хто його споживає. У підсумку можна зробити висновок, що журналістика у добу соціальних мереж не лише змінюється, а й проходить через процес глибокого переосмислення своєї ролі та завдань. Це період складний, але водночас наповнений можливостями. Ті медіа, які можуть зберегти баланс між новими форматом і традиційними цінностями, матимуть шанс не лише вижити, а й зміцнити свій авторитет у суспільстві. Головне - не забувати, що в центрі журналістики завжди має бути правда. А правда, навіть у найгучнішим у цифровому потоці, завжди знайди свого читача - якщо за неї боротися щиро, послідовної професійно. На мій погляд, у цьому контексті важливо розуміти, що сучасна журналістика вже не може працювати у відрив від цифрового простору. Соціальні мережі стали не тільки платформи поширення контенту, а й середою, що істотно впливає на саму сутність журналістської діяльності. Змінюється не тільки форми подачі матеріалів, а й принципи створення, поширення та сприйняття аудиторію. Щоб залишатись актуальними, журналісти мають не лише володіти інструментами цифрового середовища, а й розуміти динаміку, ризики та будь-які виклики. Особливу увагу слід приділити тому, як змінюється аудиторія. Сучасний користувач

звик до швидкої, лаконічний, візуалізованої інформації. Дедалі менше людей готові витратити годину на глибоке аналітичні тексти, що, в свою чергу спонукає журналістів скорочувати матеріали, спрощувати виклад, вдаватися до заголовків, що звучать іноді навіть шляхом перебільшень чи використання провокаційних фраз. Все це формує нову естетику журналістики інформація конкурує за емоцію, а не за глибину. Водночас зростає роль візуального контенту. Фото, відео, інфографіка – це стало невід’ємною частиною журналістської роботи. Однак саме візуальні матеріали найчастіше використовуються для маніпуляції. Підроблені зображення, відео з вирваним контекстом, відеомонтаж – все це потрапляє до соцмереж та швидко поширюється, оскільки апелює саме до емоцій, а не до логіки. Тому журналісти мають не лише створювати візуальний контент, а й вміти його перевіряти навіть якщо він створений іншими. Ще одним викликом є так зване «інформаційне навантаження». Щодня користувачі стикаються із тисячами повідомлень, статей, постів, що ускладнює процес відбору достовірної інформації. В таких умовах на журналістиці лежить особливо відповідальне місія - бути фільтром, який допомагає глядачеві читачеві відокремити головне від другорядного, правду від брехні. Саме тут криється головна цінність професійної журналістики у цифрову добу. Не можна ігнорувати і те, що в умовах гібридних конфліктів та інформаційних воїн журналістика стає не просто засобом передачі фактів, а й елементом інформаційної безпеки держави. Дезінформація сьогодні використовують як інструмент політичного впливу, а отже, роль журналіста як «стража правди» набуває ще більшого значення. У таких умовах роботи журналістів має базуватися лише на швидкості реакції, а й на стратегії перевірки аналітики та достовірності.

Щоб ефективно працювати в цих умовах, журналісти мають бути не лише добре підготовленими фахівцями, а й людьми з високим рівнем моральної відповідальності. Адже в світі, де фейк може з’явитися за секунду, а поширитися на мільйони переглядів за хвилини, навіть одна помилка в

роботі журналіста може мати серйозні наслідки не лише для окремої людини, а для суспільства в цілому. Варто зазначити, що у сучасному світі журналістика вже не є монополістом на правду. Інформацію створюють, розповсюджують навіть перевіряють пересічні громадяни, активісти, блогери. Це виклик для традиційних ЗМІ, а також можливість об'єднувати зусилля, навчатися нових форм, взаємодіяти з аудиторією на рідних. Особливо ефективними можуть бути спільні ініціативи журналістів та громадськості щодо викриття фейків або аналізу маніпуляцій, що робить медіа простір прозорішим.

Також важливим є питання фінансування незалежна журналістика в умовах домінування соціальних мереж. Алгоритми платформ часто просувають контент, який приносить більше переглядів, лайків та коментарів, а значить рекламних доходів. У таких умовах не якісні але емоційно насичені матеріали можуть мати перевагу перед глибокими та аналітичними текстами. Це створює серйозний ризик існування незалежної, якісної журналістики, яка потребує часу, ресурсів та людських зусиль. Саме тому все більше увага звертається на підтримку медіа за рахунок грантів, донорських програм та підписок.

3.2 Важливість фактчекінгу

В наш час в інформаційному просторі, що характеризується високою динамікою, перенасиченістю новинами та постійною конкуренцією за увагу аудиторії, фактчекінг (перевірка фактів) стає критично важливою складовою журналістської діяльності.

Особливо це актуально в умовах домінування соціальних мереж де новини які вже розібрали, поширюються миттєво, часто без належної перевірки, а маніпуляції, фейки та дезінформація набувають дуже великих масштабів.

Фактчекінг – це не просто перевірка інформації. Це ціла система дій, яка передбачає роботу з першоджерелами, вивчення контексту, співставлення

даних і постійне звернення до офіційних документів, експертів або свідчень очевидців. У цифрову добу ця функція журналіста стає не лише елементом професіоналізму, а й етичною вимогою.

Сьогодні будь-який користувач інтернету може стати поширювачем новин, однак саме журналіст має бути гарантом їхньої правдивості. Без фактчекінгу журналістика втрачає свою головну місію - бути надійним джерелом інформації. Один неточний заголовок або перекручена цитата можуть викликати хвилю маніпуляцій.

Варто зазначити, що фактчекінг – це не лише про фейки чи вигадані новини. Це також боротьба з напівправдою, маніпулятивною риторикою, хибним контекстом, неправильною інтерпретацією статистики або навмисним замовчуванням важливих деталей. Усе це може створити викривлену картину реальності, яка, хоч і не є повністю фейковою, все одно вводить аудиторію в оману.

Особливу роль фактчекінг відіграє під час воєнних дій, політичних кампаній або суспільних криз, коли інформаційний простір стає максимально поляризованим, а поширення недостовірної інформації може мати серйозні наслідки. У таких умовах перевірка фактів - це ще й інструмент інформаційної безпеки, захисту громадян від ворожої пропаганди та паніки.

У відповідь на зростання кількості фейкових новин у багатьох країнах виникли незалежні фактчекінгові організації – такі як StopFake, VoxCheck, Politifact, Snopes, FactCheck.org тощо. Вони не тільки спростовують дезінформацію, а й навчають аудиторію медіаграмотності, пояснюючи, як самостійно перевіряти факти. В Україні такі ініціативи стали особливо актуальними після початку повномасштабної війни з Росією, коли медіапростір заповнили ворожі наративи, маніпуляції та інфовкиди.

Проте, як би не старалися фактчекери, повністю зупинити поширення фейків неможливо без активної участі самих користувачів. Саме тому фактчекінг має поєднуватися з просвітою аудиторії: кожен повинен розуміти,

що ретельна перевірка інформації — це не тільки справа журналістів, а й відповідальність кожного, хто поширює новини в соціальних мережах.

У перспективі фактчекінг має стати не просто частиною редакційного процесу, а культурною нормою. Важливо, щоб кожен журналіст мав навички перевірки інформації та розумів принципи критичного мислення та вмів користуватися сучасними інструментами для виявлення фейків - від зворотного пошуку зображень, до аналізу карт, відкритих реєстрів, тощо. На сьогоднішній день ми живемо в умовах коли інформація поширюється надзвичайно швидко, і при цьому далеко не завжди є достовірною. Тому фактчекінг стає важливою частиною сучасної журналістики. Йдеться не просто про перевірку окремих даних - це про відповідальність за правду в цілому. Особливо помітно це стає в контексті так званих «альтернативних фактів» які активно використовуються політиці, рекламі, PR і навіть у звичайному спілкуванні соцмережах.

Проблема цих «фактів» у тому, що вони дуже схожі на правду або подаються так, ніби це інша точка зору. Але насправді це просто неправда, яка видається за істину. Вони створюють відчуття, що у світі не існує чогось об'єктивного, що все – питання інтерпретації. В таких умовах дуже легко заплутатися й почати сумніватися в будь-якій інформації, навіть якщо вона перевірена і подана чесно. Саме тут і вступає в гру фактчекінг – як своєрідний фільтр, що дає змогу не втратити орієнтири в інформаційному полі.

Крім того, є ще один аспект – робота соціальних мереж. Їхні алгоритми влаштовані так, щоб просувати емоційний або сенсаційний контент. Тобто, чим більше реакцій — тим частіше публікація з'являється у стрічці. Через це серйозні тексти, які потребують вдумливого читання, часто просто не доходять до аудиторії. Натомість пости зі спрощеними висновками або навіть відвертими маніпуляціями розлітаються миттєво. У таких умовах фактчекінг – це не тільки про перевірку, але й про те, як зробити правду видимою серед інформаційного шуму.

Варто також розуміти, що перевірка фактів – це не лише реакція на вже поширений фейк. Ідеально, якщо журналіст встигає перевірити все ще до публікації матеріалу, особливо коли мова йде про теми, де неправильна інформація може мати серйозні наслідки – війна, політика, здоров'я, катастрофи. Такий підхід дозволяє не тільки уникати помилок, а й формує довіру до медіа як до надійного джерела інформації.

З іншого боку на жаль не все так просто. На сьогоднішній день багато дезінформацію поширюється на у формі явної брехні, а через напівправду, вирвані з контексту цитати або підкреслення лише однієї частини правди. Це складніше виявити і пояснити, бо формально така інформація не є повністю неправдивою. Але саме тут журналіст має пояснити не лише, що саме не так, а й чому це може ввести в оману. Така робота вимагає не тільки уважності, а ще й вміння спілкуватися з аудиторією простою мовою [23].

Ще одна проблема – сприйняття фактчекінгу самими людьми. Дехто вважає, що перевірка фактів – це втручання у свободу слова або прояв політичної заангажованості. Особливо якщо спростування йде врозріз з їхніми поглядами. Через це важливо не тільки викладати перевірену інформацію, але й показувати, як саме вона була перевірена. Прозорість, пояснення джерел, логіка перевірки — все це допомагає вибудовувати довіру.

Також важливо, щоб фактчекінг був зрозумілим. Просто написати, що «це неправда» – недостатньо. Треба по перше пояснити звідки взагалі ці інформація з'явилась, де вона була перероблена, і як виглядає повна картина, тому саме такий підхід до цього не тільки спростовує фейк, а й формує у людей навички критичного мислення. А це вже не просто звичайна реакція, а реальна протидія його впливу. Можу додати ,що роль журналіста зараз значно ширша ,ніж просто збирати й публікувати новини. Це ще й по перше відповідальність за якість поданої інформації, яку вже отримує суспільство. В цьому і полягає сенс фактчекінгу, бо це не якийсь додатковий інструмент, а невід'ємна частина професії. Бо без нього журналістика просто не може

виконувати свою головну функцію – служити правді й суспільству.

Фактчекінг дозволяє:

викривати фейкові новини;

попереджати поширенню дезінформації;

зберігати довіру до ЗМІ;

підтримувати стандарти професійної журналістики;

сприяти розвитку критичного мислення у суспільстві.

Журналіст, який займається перевіркою фактів, повинен не лише бути обізнаним у темі, а й мати доступ до надійних джерел, аналітичні навички, технічну грамотність (зокрема верифікацію зображень, перевірку метаданих, роботу з базами даних, використання пошукових систем та сервісів візуального аналізу).

Варто зазначити, що фактчекінг стає ще актуальнішим під час кризових ситуацій — виборів, військових дій, пандемій, техногенних катастроф, коли поширення неправдивої інформації може мати серйозні наслідки для суспільної безпеки [14].

3.3 Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації

Дезінформація – це навмисне поширення неправдивої інформації з метою вести аудиторію в оману. Вона може мати політичну, економічну, або соціальну мотивацію у такому середовищі журналісти виступають не лише як спостерігачі а як активні учасники інформаційного спротиву.

Фактчекінг у цьому контексті – це не просто технічна процедура, а важливе місія журналістики в цифрову добу він передбачає цілий комплекс дій, спрямованих на виявлення неправдивих тверджень і спростування та пояснення для широкої аудиторії.

У нашій сучасності та в інформаційному світі ми кожного дня зустрічаємося з величезним потоком даних. Новини, повідомлення в різних соціальних мережах, коментарі експертів, фото, відео - все це створює враження, що ми постійно знаємо про події. Проте разом із інформацією

поширюється і дезінформація — навмисне викривлені чи вигадані факти, які можуть мати серйозні наслідки. У такому хаосі з'являється запит на те, що допоможе зорієнтуватися та зрозуміти, де правда. І тут на перший план виходить фактчекінг. Фактчекінг — це перевірка фактів. Але насправді все набагато глибше. Це системна робота, яка допомагає відкривати фейки, маніпуляції та хибні твердження, що циркулюють в суспільстві. Нині це вже не просто частина журналістської етики — повноцінний інструмент захисту демократії, критичного мислення та інформаційної безпеки. Це особливо важливо для України, яка з 2014 року перебуває під тиском інформаційної війни з боку Росії [8; 9; 10].

Один із найважливіших аспектів фактчекінгу — це не лише спростування хибної інформації, а й пояснення, чому саме вона хибна. Людям важливо не просто почути: "Це фейк". Їм потрібно побачити докази, аргументи, логічний ланцюжок. Наприклад, якщо якийсь публічний діяч заявляє про зростання економіки на 30%, фактчекерів звертаються до офіційної статистики, аналізують динаміку і показують, що реальний зростання, наприклад, становить лише 2%, і ті — в іншому секторі. Такий підхід не лише бореться з дезінформацією, а й виховує у суспільства звичку ставити запитання та перевіряти почуте. Методи фактчекінгу можуть бути різними. Найбільш класичний — це ручна перевірка, коли спеціалісти самостійно шукають першоджерела, зв'язуються з експертами, порівнюють дані. Такий метод потребує часу, але найточніший. Зараз все частіше використовується автоматизований фактчекінг — коли спеціальні алгоритми чи штучний інтелект сканують інформацію та порівнюють її із перевіреними базами фактів. Але повністю довіряти машинам поки що не можна — вони не спроможні розпізнати тонкощі контексту, іронії чи політичної маніпуляції. Тому найефективніший підхід — це поєднання ручної та автоматизованої перевірки. Також фактчекінг змінює сам підхід до журналістики. Раніше головне завдання журналіста — повідомити новину. Сьогодні не просто повідомити, а переконатися, що вона правдива. Особливо це стосується тих,

де справді має вирішальне значення: війна, пандемія, вибори, соціальні протести. Тут навіть найменша помилка може призвести до паніки, агресії чи втрати довіри до медіа.

Однак не слід ідеалізувати фактчекінг. Він має свої виклики. Наприклад, фейки часто базуються не так на повній брехні, а на напівправді, коли правдивий факт подається у спотвореному контексті. У разі доводиться не тільки перевіряти факти, а й пояснювати контекст, показувати, чому певне твердження вводиться в брехню. А ще працюватимуть із упередженнями аудиторії. Багато хто не хоче визнавати, що інформація, в яку вони вірять, може бути фейком. Вони сприймають фактчекерів як «ворогів», особливо якщо перевірка стосується їх політичних переконань чи улюблених лідерів. Щоб фактчекінг був дієвим, він має бути не тільки точним, а й зрозумілим. Не слід писати складні тексти, заповнені цифрами та термінами, які важко сприйняти. Потрібно знаходити просту мову, приклади, інфографіку. Людина має не просто прочитати перевірку, а реально зрозуміти її суть. Чим ближче до читача буде пояснення, тим більше шансів, що він задумається і почне самостійно аналізувати інформацію. Зрештою, можна сказати, що фактчекінг сьогодні – це не просто інструмент журналістики. Це форма громадянської відповідальності. У ті часи, коли інформація може бути зброєю, правда стає цінністю. І саме завдяки фактчекінгу ми маємо шанс зберегти критичне мислення, довіру до медіа та, нарешті, до самих себе [16, 20].

3.4 Стратегії перевірки новин

Коли варто замислитися над перевіркою інформації: розвиток критичного мислення та роль фактчекінгу? У сучасному світі, де кожна людина має доступ до безмежного інформаційного простору, питання довіри до джерел та перевірки даних стає не просто актуальним — воно набуває вирішального значення. Дезінформація, фейки, перекручені цитати, емоційні маніпуляції – усе це не винятки, а регулярні явища, які формують наші уявлення про реальність. У таких умовах вміння своєчасно розпізнати

неправдиву інформацію й ініціювати її перевірку є ознакою зрілого критичного мислення та інформаційної гігієни [23].

Що таке критичне мислення — і чому воно важливе? Критичне мислення — це здатність об'єктивно аналізувати інформацію, робити власні висновки, не піддаючись емоційній чи соціальній маніпуляції. Воно розвивається поступово: через читання, аналіз, заперечення, помилки і, зрештою, самоперевірку. Однак у реальному житті часто немає часу на довгі роздуми. Ми отримуємо текст, заяву чи новину – і маємо швидко вирішити: чи вірити?

Саме тому важливо знати, коли варто зупинитися і замислитися, а чи так усе насправді.

Ознаки, що сигналізують: інформація потребує перевірки

Існує низка маркерів, які можуть вказувати на недостовірність або маніпулятивність матеріалу. Якщо хоча б кілька з них помітні у тексті, це привід запустити власний механізм фактчекінгу:

Відсутність відповіді на питання «Так чи було це насправді?» Матеріал виглядає як потік думок або опис ситуації без конкретного висновку. Автор не наводить жодного факту, який можна було б перевірити, натомість пропонує відчуття, емоції, припущення.

1. Слабка аргументація й відсутність логіки у викладенні думок. Якщо текст виглядає заплутаним, суперечливим, у ньому перескакують з теми на тему – це може бути спробою приховати відсутність фактів.

2. Надмірне використання «я», «мені здається», «я вважаю». Такий стиль викладення часто свідчить, що автор ділиться особистими враженнями, а не об'єктивними факторами. Суб'єктивність не завжди погано, але її важливо відокремлювати від журналістики чи наукової аналітики.

3. Замість доказів — емоції. Тексти, які закликають «обуритися», «пережити», «обов'язково поширити» без логічної аргументації, є потенційними носіями маніпулятивного контенту.

4. Посилання на анонімні джерела або маловідомі сайти.

Особливо насторожує, якщо джерело – Telegram-канал без контактів, новинний сайт, створений місяць тому, або абстрактне «як повідомляють експерти».

Що потрібно обов'язково перевірити перед поширенням чужої інформації?

Копіюючи або цитуючи інформацію, ми автоматично беремо на себе відповідальність за її точність. Щоб не поширювати фейки, варто звернути увагу на такі деталі:

- Імена, посади, назви організацій. Невелика помилка в написанні імені чи назви може змінити контекст або призвести до дезінформації. Наприклад, Петро Іванов – не те саме, що Петро Іваненко.

- Дати й час подій. Ситуації змінюються динамічно. Інформація, яка була правдивою тиждень тому, сьогодні може бути застарілою або спростованою.

- Цитати.

Дуже часто одні й ті самі слова приписують різним людям або виривають із контексту. Перевірте, чи є запис виступу, повний текст інтерв'ю або посилання на офіційне джерело.

Терміни.

Якщо ви зустрічаєте у тексті специфічні слова, не лінуйтеся перевірити їхнє значення. Маніпуляція часто ґрунтується на використанні наукових термінів у хибному контексті.

Фотографії, відео.

Зображення можуть бути змонтованими, вирваними з іншої історії або датованими іншими подіями. Візуальний факт також потребує верифікації.

Найефективніші способи перевірки інформації

1. Пошук першоджерела

Завжди починайте з того, щоб дізнатися, звідки вперше з'явилася інформація. Це може бути офіційна заява, сторінка в соцмережах, запис прес конференції або інтерв'ю. Перевірте, чи існує воно в оригіналі і чи відповідає

тому, що було процитовано.

2. Порівняння з надійними джерелами

Знайдіть щонайменше два-три незалежних авторитетних джерела, які підтверджують або спростовують факт. Уважно перегляньте, чи вони не посилаються один на одного. Справжня перевірка — це незалежне підтвердження.

3. Іноземні медіа та аналітика

Якщо інформація стосується міжнародних подій, перевірте її в іноземних джерелах: BBC, Deutsche Welle, Reuters, Al Jazeera. Часто іноземні медіа менш заангажовані й подають ширший контекст.

4. Професійна думка експерта

Якщо йдеться про складну або специфічну тему — медицину, економіку, право — краще запитати фахівця. Це може бути коментар професора, аналітика, представника галузі або організації.

5. Використання спеціалізованих платформ

У мережі є ресурси, які фахово займаються фактчекінгом — наприклад, StopFake, VoxCheck, MythDetector, FactCheck.org. Вони мають архіви спростованих фейків, методологію та прозору звітність.

Ці стратегії можуть застосовуватись як окремо, так і комплексно — залежно від складності інформації та можливостей журналіста.

Поширеною практикою у світі є створення незалежних фактчекінгових організацій, які працюють поза межами традиційних медіа. Їхніми завданнями є оперативне спростування неправдивих повідомлень, ведення публічних баз фейків, освітня діяльність. Серед таких проєктів — StopFake, VoxCheck, Media Detector, PolitiFact, Snopes тощо [14, 16].

Наслідки поширення неперевіреної інформації

Здавалося б, простий репост або цитата в блозі — дрібниця. Але фейки, поширені навіть кількома людьми, можуть викликати паніку, дискримінацію або вплинути на громадську думку. Особливо це стосується ситуацій війни, пандемії, виборів. Пам'ятаймо: кожне наше слово в інтернеті має наслідки

РОЗДІЛ 4. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

Сьогодні в українському суспільстві соціальні мережі – це вже не просто зручний спосіб поговорити з друзями чи подивитися смішні картинки. Вони стали чимось значно більшим, таким собі зрізом нашого життя, нашої культури. Особливо це стало помітно останніми роками. Кількість людей, які користуються Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter (тепер X), зростає неймовірно. Багато хто вже й дня не може уявити без того, щоб хоча б раз не зазирнути в свою стрічку новин. І все частіше саме звідти ми дізнаємося про те, що відбувається в Україні та світі. Телевізор, газети, навіть інтернет-сайти новин відходять на другий план – люди стали менше їх читати чи дивитися. Тому дуже важливо зрозуміти, як ці цифрові платформи впливають на наші думки, на те, як ми оцінюємо різні події, і взагалі на те, як ми себе поводимо.

Мене особисто завжди цікавило, чому люди так активно реагують на те, що пишуть у соцмережах, чому пересилають одне одному різні пости, і як із цього всього складається те, що ми називаємо «громадською думкою».

Тому в цій роботі я вирішила провести своє власне дослідження. Мені хотілося на практиці побачити, наскільки сильно соціальні мережі змінюють уявлення та переконання українських користувачів. Ще мені було цікаво дізнатися, чи змінюються погляди людей під впливом того, що вони бачать в інтернеті, як часто зустрічаються фейкові новини, чи намагаються люди перевіряти, чи правду їм показують, і головне – чи вміють вони думати самостійно, чи можуть відрізнити правду від брехні в цьому безкінечному потоці інформації. Бо мені здається, що саме вміння критично мислити, ставити під сумнів побачене і почуте, може нас хоч якось захистити від маніпуляцій та нав'язування чужої думки.

Щоб зібрати потрібні дані, я зробила онлайн-опитування і попросила людей поділитися ним у соціальних мережах. У ньому взяли участь 300

людей різного віку – від шістнадцяти до шістдесяти п'яти років. Я намагалася, щоб серед опитаних були люди різних професій, різного рівня освіти та з різним соціальним статусом. Хотілося побачити картину в цілому, а не лише думку якоїсь однієї групи. І мені це вдалося – вибірка вийшла досить цікавою та різноманітною. За статтю майже порівну: 52% жінок, 47% чоловіків, а ще 1% не захотіли вказувати свою стать. Серед учасників були студенти, люди, які працюють на державній службі, офісні працівники, вчителі, лікарі, пенсіонери, підприємці, айтішники та багато інших. Саме завдяки такому розмаїттю мені вдалося помітити як загальні тенденції, так і деякі цікаві відмінності між різними групами людей.

Перше, що мене дійсно вразило, – це те, наскільки соціальні мережі стали головним джерелом інформації для більшості опитаних. Аж 82% людей сказали, що дізнаються новини переважно з Facebook, Instagram, TikTok чи інших подібних платформ. Це просто неймовірно! Виходить, що телевізор чи газети вже не так важливі. І це мене трохи насторожує, тому що в соціальних мережах кожен пише, що хоче, і не завжди це є правдою. Там дуже легко натрапити на якусь брехню чи маніпуляцію.

Тому одним із найважливіших питань для мене було – чи довіряють люди тому, що читають у соцмережах? Виявилось, що лише невелика частина – 28% – сліпо вірить усьому, що бачить у своїй стрічці. Більшість же – 61% – все-таки намагається перевіряти інформацію, шукаючи її в інших джерелах. Ще 11% зізналися, що ніколи нічого не перевіряють, особливо якщо це їх безпосередньо не стосується. І це, мені здається, дуже показово – рівень критичного мислення у нас дуже різний.

Окремо я хотіла дізнатися про фейкові новини. Виявилось, що майже всі – 77% – хоча б раз у житті на них натрапляли. І що цікаво, більшість – 64% – змогли самі зрозуміти, що це фейк. Але значна частина – 20% – дізналися про це лише від інших, а деякі – 16% – так і не були впевнені, чи правду вони прочитали. Це говорить про те, що навіть якщо ми й стаємо більш обізнаними, багато хто все ще не може самостійно відрізнити правду

від брехні. А це дуже небезпечно, особливо зараз, коли навколо стільки інформаційної війни та маніпуляцій [4].

Ще мене цікавило, чи змінюються особисті переконання людей під впливом того, що вони бачать у соціальних мережах. Майже 40% опитаних зізналися, що після прочитання певних постів чи перегляду відео вони починали думати інакше про різні речі. Особливо це стосувалося таких важливих тем, як війна, права людини, екологія. Але майже половина – 48% – сказали, що їхні переконання залишаються незмінними, хоча емоційно їх побачене може й зачепити. І ще 13% не змогли точно відповісти. Це показує, що хтось відкритий до нових думок, а хтось більш стійкий.

Було цікаво подивитися, які соціальні мережі найпопулярніші серед різних вікових груп. Молодь більше сидить у TikTok та Instagram, а люди старшого віку – у Facebook. І старші люди частіше, ніж молодь, перевіряють інформацію, порівнюючи її з тим, що показують по телевізору чи пишуть у газетах. А от Twitter (тепер X) згадували рідше, в основному як місце для швидких новин та емоційних висловлювань. Але багато хто скаржився, що там занадто багато сварок та агресії.

Зібравши всі ці дані, я зрозуміла, що те, наскільки сильно соціальні мережі впливають на нашу думку, залежить від багатьох речей. Важливо, чи вміємо ми думати критично, чи перевіряємо інформацію, чи піддаємося емоціям. І, звичайно, велику роль відіграють самі соціальні мережі з їхніми алгоритмами, які показують нам те, що ми й так хочемо бачити, і таким чином можуть закривати нас від інших думок. Особисто я думаю, що соціальні мережі – це дуже потужна річ, і в них є як плюси, так і мінуси. З одного боку, це можливість бути на зв'язку з усім світом, дізнаватися багато нового. Але з іншого боку, це й ризик потрапити під вплив неправдивої інформації та втратити здатність думати самостійно. Тому, мені здається, нам усім потрібно вчитися правильно користуватися цим інструментом, щоб він приносив нам користь, а не шкоду. І, звичайно, потрібно більше говорити про медіаграмотність та критичне мислення, особливо серед молоді.

Попередні висновки

Отже, що ж я побачила у своєму дослідженні?

- Соціальні мережі стали для більшості з нас головним джерелом інформації.
- Багато хто не звикли перевіряти, чи правду їм говорять в інтернеті.
- Емоції часто переважають над розумом, і люди легко вірять тому, що викликає у них сильні почуття.
- Нам потрібно більше навчати людей, як правильно сприймати інформацію.

Я думаю, що соціальні мережі – це вже не просто розвага, а щось значно більше. Вони впливають на те, як ми живемо, як ми думаємо і як ми приймаємо рішення. І тому дуже важливо розуміти, як вони працюють і як не стати їхніми жертвами. Сподіваюся, моє дослідження допоможе хоча б трохи пролити світло на цю важливу тему.

Проведене дослідження дозволяє зробити кілька важливих висновків:

1. Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні громадської думки. Більшість користувачів сприймає їх як основне джерело інформації.
2. Фактчекінг залишається слабким місцем. Більшість респондентів не звикли перевіряти новини, а багато хто просто не знає, як це зробити.
3. Інформаційна вразливість є реальною загрозою. Люди легко змінюють свою думку під впливом емоційного або провокаційного контенту.
4. Необхідність просвітницької роботи. Суспільство потребує розвитку медіаграмотності, навчання розпізнаванню маніпуляцій і розвитку критичного мислення.

Таким чином, соціальні мережі – це не лише канал спілкування чи джерело розваг, а інструмент, здатний впливати на політичні процеси, настрої суспільства та навіть поведінку громадян. У зв'язку з цим надзвичайно важливо розвивати журналістські та освітні ініціативи,

спрямовані на підвищення інформаційної обізнаності населення.

У результаті я прийшла до важливого висновку: соціальні мережі дуже сильно впливають на нас, часто навіть непомітно. Ми звикаємо до певної подачі інформації, бачимо тільки те, що нам “рекомендує” алгоритм, і з часом починаємо мислити саме так, як ця система нас веде. І це, насправді, досить небезпечно. Бо тоді складно об’єктивно оцінити ситуацію, чути інші точки зору, критично мислити. Мені здається, що такі дослідження важливі не лише для науки, а й для кожного з нас. Бо ми живемо в інформаційному середовищі, де дуже легко потрапити в пастку маніпуляцій. І якщо ми не будемо знати, як це працює, то ризикуємо втратити здатність до незалежного мислення. Тому ця робота – це не просто набір фактів і теорій. Це спроба подивитись на соцмережі очима звичайного користувача, який хоче краще розуміти, що з ним відбувається, коли він гортає стрічку новин [2].

У підсумку, можна сказати, що тема виявилась складнішою, ніж здавалося спочатку. Під час написання роботи я неодноразово ловила себе на думці, що сама піддаюсь впливу соцмереж – навіть тоді, коли намагаюсь бути об’єктивною. Дослідження допомогло мені краще усвідомити, як важливо не втрачати критичне мислення у світі, де інформації більше, ніж ми можемо переварити. Можливо, я не відповіла на всі питання, які виникали під час роботи, але я точно зробила крок до глибшого розуміння цієї теми. Сподіваюся, що мій досвід та результати дослідження будуть корисними не тільки мені, а й іншим, хто замислюється над тим, як працює інформаційний простір навколо нас.

ВИСНОВКИ

Коли я тільки починала працювати над цією темою, мені здавалося, що я добре розумію, що таке соціальні мережі. Адже вони давно стали частиною мого щоденного життя, як і для більшості моїх ровесників. Я постійно гортаю стрічку, читаю публікації, реагую на фото і відео, обговорюю щось у коментарях — це стало звичкою. Все це здавалося мені чимось буденним, природним і навіть не варто було задумуватись над тим, як усе це працює. Здавалося, що це просто сучасна форма спілкування або джерело для розваг, яке не має якогось особливого впливу. Але щойно я почала глибше досліджувати цю тему, звертати увагу не лише на зовнішню картинку, а й на механізми, які ховаються за нею – моє сприйняття сильно змінилось.

Я почала помічати, як саме соціальні мережі впливають на людей, формують їхні уявлення про світ, допомагають або, навпаки, заважають бачити ситуації об'єктивно. З часом я зрозуміла, що це вже не просто платформи для постів і сторіс. Там люди дізнавалися про новини швидше, ніж з телевізора, там же організовували волонтерську допомогу, підтримували один одного, боролися з фейками. Але водночас саме там поширювалася і дезінформація свідомо чи випадково.

У цьому є основна загроза. Ми дуже часто сприймаємо все, що бачимо онлайн, як справжнє. Особливо якщо контент викликає емоції: страх, гнів, обурення, співчуття. Ми ділимося новинами, не думаючи, чи це правда. Ми ставимо лайки та ріпости на все, що нас зачепило — хоча іноді варто було б спочатку перевірити джерело. І тоді я зрозуміла: медіаграмотність — це не просто модне слово, яке звучить у школі чи телебаченні. Це базова навичка, яка сьогодні так само важлива, як уміння читати, писати чи рахувати.

Чим більше я досліджувала, тим більше розуміла, що медіаграмотність та критичне мислення – це наш щит у сучасному інформаційному світі. Оскільки сьогодні інформації так багато, що мозок просто не встигає все опрацювати. А алгоритми соціальних мереж влаштовані так, щоб ми бачили

те, що нас чіпляє. Часто це не найважливіше чи правдиве, а найемоційніше. І тоді постає питання: а як взагалі відрізнити фейк від істини?

Саме тут у гру вступає критичне мислення. Це те, що допомагає ставити запитання: "А хто це сказав?", "А чи є цьому підтвердження?", "А чому саме зараз про це говорять?" Ці питання зупиняють автоматичну реакцію та дозволяють подумати. Але що цікаво – критичне мислення не народжується за день. Це те, що потрібно розвивати поступово. І бажано – з дитинства. Бо коли з дитинства вчать не просто повторювати за кимось, а шукати свою відповідь, аналізувати, сумніватися – тоді людина не піддається маніпуляції.

Я також зрозуміла, що молодь в Україні має особливу відповідальність, бо саме вона найбільше представлена у соцмережах. Ми першими бачимо нові тренди, перші реагуємо на події, розповсюджуємо інформацію. І якщо ми самі не навчимося перевіряти, аналізувати, сумніватися, то фейки поширюватимуться ще швидше. Тому що ми самі без бажання можемо стати частиною великої дезінформації машини.

Ще один важливий момент, який я для себе відкрила: не всі люди однаково сприймають фактчекінг. Декому простіше вірити в те, що підтверджує їхню точку зору. Декому неприємно чути, що вони помилились. Але правда – вона одна. І медіаграмотна людина має прагнути до неї, навіть якщо це незручно чи суперечить її первісним переконанням.

Мені також стало зрозуміло, що медіаосвіта має бути обов'язковою. Її потрібно вводити не лише у старших класах, а з молодших. Тому що сучасні діти починають користуватись гаджетами з 4-5 років, а іноді й раніше. І якщо з раннього віку не пояснювати, як працюють алгоритми, як створюються новини, як маніпулюють емоціями, зростатимуть покоління, якими легко керувати через екран. А цього не можна допустити.

Після цієї роботи я почала інакше дивитися на свій контент. Я почала перевіряти джерела, дивитися хто це сказав, чому і коли. І хоча це займає трохи більше часу, але я почуваюся впевненіше. Я більше не відчуваю

паніки, коли бачу тривожну новину, бо знаю, як її перевірити

У підсумку я можу сказати так: соціальні мережі – це ніби дзеркало нашого суспільства. Вони показують те, що ми думаємо, про що говоримо, на що звертаємо увагу і як реагуємо на різні події. Але разом з тим це дзеркало може бути дещо спотвореним, адже в ньому відображаються не лише реальні факти, а й наші страхи, упередження, емоції та навіть дезінформація. Саме тому дуже важливо навчитися правильно налаштовувати це дзеркало – щоб воно не обманювало, а показувало правду. І зробити це можна лише тоді, коли в нас є знання, уважність і бажання мислити критично, а не просто приймати все на віру.

Я щиро вірю, що майбутнє належить медіаграмотним людям. Тим, хто не боїться задавати питання, не сприймає інформацію бездумно, а навпаки — завжди прагне перевірити факти і зробити власні висновки. Саме такі люди здатні розпізнавати маніпуляції і не дозволяти їм впливати на їхню думку. І я дуже радію, що завдяки цій роботі зробила перший серйозний крок у цьому напрямку. Це дослідження допомогло мені краще зрозуміти, як працюють соцмережі, якою мірою вони впливають на нашу свідомість і як важливо навчитися фільтрувати інформацію, яка щодня нас оточує.

У ході дослідження я дізналася багато цікавого про те, як саме соціальні мережі змінюють наш комунікаційний простір. Вони стали не просто платформою для спілкування, а справжнім центром інформації, де формується громадська думка і відбувається вплив на журналістику. Вивчення цієї теми дало змогу зробити кілька важливих висновків, які не тільки мають теоретичне значення, а й можуть бути застосовані на практиці.

По-перше, варто сказати, що соціальні мережі сьогодні є основним джерелом новин для багатьох людей, особливо серед молоді. Це дає змогу миттєво отримувати інформацію про події у світі, в країні та у своєму місті. Проте разом із перевагами такого швидкого доступу існує і серйозна проблема – соціальні мережі дуже вразливі до поширення фейків, неправдивих новин, маніпуляцій і дезінформації. Алгоритми цих платформ

спрямовані на те, щоб показувати нам те, що нам найбільше подобається або викликає сильні емоції, але це часто створює так звані «інформаційні бульбашки». Через це людям стає важко бачити різні точки зору, розуміти всю повноту картини і формувати об'єктивну думку.

По-друге, журналістика в нових умовах змінює свою функцію. Замість простої передачі новин головною метою стає перевірка фактів, аналіз джерел, спростування маніпуляцій. Роль професійних ЗМІ полягає в тому, щоб забезпечити аудиторію достовірною, зваженою інформацією, особливо під час кризових подій – виборів, воїн, соціальних протестів.

Загалом, тільки поєднання критичного мислення аудиторії, відповідальної журналістики та освітньої роботи може зменшити ризики інформаційних впливів у цифрову добу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранівська М., Поліковська Ю. Медіатравма, освітні втрати, III. Чому медіаграмотність має бути базовою навичкою. 10 січня 2025. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/37177/2025-01-10-mediatravma-osvitni-vraty-shi-chomu-mediagramotnist-maie-buty-bazovoyu-navychkoyu/> (дата звернення: 00.00.2025).
2. Білограць Х. Особливості неправдивих медіаповідомлень (на прикладі російських фейків про Україну). Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. 2021. № 2. С. 1–10.
3. Богуш Л. А. Вплив медіа на формування громадської думки у світі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71) № 1 Ч. 3. С. 299–305.
4. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації. Київ: Vivat, 2020. 224 с.
5. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. 2021. № 2 (2). С. 45–82. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.045>
6. Зіненко О. Д. Просвітництво з тематики прав людини й недискримінації та медіаосвіта. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2020. № 17.
7. Краснякова А. Цифрова компетентність користувачів інтернету: соціально- та політико-психологічні аспекти дослідження. Проблеми політичної психології. 2019. № 22(1). С. 198–210.
8. Кузнецова О. Ознаки російської дезінформації, створеної III в інтернет-ЗМІ, соціальних мережах. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. 2024. № 1 (7) С. 79–89.
9. Кулеба Д. І. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і

спільнот. Київ: Книголав, 2019. 381 с.

10. Кузнецова О. Д. Ознаки та функції фактоїдів у сучасних масмедіа. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 2 (50). С. 45–52.

11. Кутуза Н. Фактор інтерактивної актуалізації в алгоритмі медіавпливу: теоретичні основи. Образ. 2022. Вип. 2 (39). С. 6–14.

12. Ланье Джарон. Десять причин видалити акаунт із соцмереж просто зараз. Харків: Видавництво Vivat, 2020. 176 с.

13. Макнамі Роджер. Зафейсбучені. Як соціальна мережа штовхає світ до катастрофи. Київ: Книголав, 2021. 376 с.

14. Національна спілка журналістів України. (2020, 4 серпня). «Звідки ви це знаєте?»: якими інструментами фактчекінгу треба володіти професійним журналістам. URL : <https://nsju.org/navchannya/zvidkyvy-cze-znayete-yakumu-instrumentamy-faktchekingu-treba-volodityprofesijnym-zhurnalistam/>

15. Очікування населення від 2025 року / Соціологічна група Рейтинг . 30.12.2024. URL : <https://ratinggroup.ua/research/ukraine/b64b9b49a8a2e38c38512150f70a2424.html> (дата звернення: 00.00.2025).

16. Полтавець, Ю. (2018). Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам. У В. О. Жадька (Ред.), Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки: навчальний посібник (с. 126-141). Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова.

17. Психологічні аспекти комунікації з населенням на деокупованих територіях України: практичний poradnik / Н. Г. Іванова та ін. Київ: НА СБУ, 2023. 95 с.

18. Соціальні мережі та месенджери в Україні . 2021. [Електронний ресурс]. URL: <https://rb.com.ua/uk/blog-uk/omnibus-uk/socialni-merezhi-ta-mesendzheri-v-ukraini> (дата звернення: 00.00.2025).

19. Соцмережі як джерело інформації українців 2021. [Електронний ресурс]. URL: <https://rb.com.ua/uk/blog-uk/omnibus-uk/socmerezhi-jak-dzherelo->

[informacii-ukrainciv](#) (дата звернення: 00.00.2000).

20. Стеблина Д. Алгоритм виявлення недостовірних посилань та чуток у телеграм-каналах. Образ. 2022. Вип. 3 (40). С. 94–100.

21. Тетеріна, І. (2023, 17 лютого). Де українці найбільше читають новини? – статистика. Громада.груп. URL: <https://gromada.group/news/statti/23068-de-ukrayinci-najbilshe-chitayut-novini-statistika>

22. Фактор громадської думки у формуванні політики врегулювання російсько-українського конфлікту: можливості та ризики / Центр Разумкова. Київ: Видавництво “Заповіт”, 2020. 48 с. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_donbas.pdf (дата звернення: 00.00.2025).

23. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. Образ. 2018. С. 140–153.

24. Шевченко О. Еволюція міжнародної громадської думки щодо глобальних змін клімату. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2023. №1(15). С. 106–123. URL : <https://www.relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/302/277> (дата звернення: 00.00.2000).

ДОДАТОК

Анкета для соціологічного опитування

Мета опитування: дослідити вплив соціальних мереж на формування громадської думки.

1. Як часто ви користуєтеся соціальними мережами?

- Щодня
- Кілька разів на тиждень
- Рідше
- Не користуюся

2. Які платформи ви використовуєте найчастіше? (оберіть кілька)

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- Twitter/X
- Інше: __

3. Чи отримуєте ви новини із соціальних мереж?

- Так, регулярно
- Іноді
- Рідко
- Ніколи

4. Чи довіряєте ви новинам у соціальних мережах?

- Так
- Частково
- Ні
- Залежить від джерела

5. Ви перевіряєте новини перед тим, як їх поширити?

- Завжди
- Іноді

- Ніколи
- Не поширюю новини

6. Чи зустрічали ви фейкові новини в соцмережах?

- Так, часто
- Іноколи
- Ні
- Не знаю

7. Чи впливала інформація з соцмереж на вашу точку зору?

- Так
- Ні
- Не впевнений(а)

8. Які теми викликають найбільший інтерес?

- Політика
- Війна
- Економіка
- Соціальні проблеми
- Екологія
- Інше:

9. Чи відчуваєте ви інформаційне перевантаження?

- Часто
- Рідко
- Ні
- Не замислювався(лась)

10. Чи вважаєте ви медіаграмотність важливою навичкою?

- Так
- Не зовсім
- Ні

11. Як ви оцінюєте свій рівень критичного мислення?

- Високий
- Середній

- Низький
- Важко сказати

12. Чи вважаєте ви, що соцмережі можуть впливати на вибори, протести тощо?

- Так, суттєво
- Частково
- Ні
- Не знаю

АНОТАЦІЯ

Кравченко Дарія Євгенівна. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УКРАЇНІ: РОЛЬ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ.

Кваліфікаційна робота бакалавра. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025.

У роботі досліджено вплив соціальних мереж на формування громадської думки в Україні. Проаналізовано інструменти маніпуляції, зокрема фейкові новини, інформаційні бульбашки та бот-мережі. Окрема увага приділена значенню медіаграмотності та критичного мислення. Представлені результати емпіричного дослідження з використанням соціологічного опитування. Наведено практичні рекомендації щодо підвищення рівня інформаційної обізнаності населення.

Ключові слова: соціальні мережі, громадська думка, фейкові новини, медіаграмотність, критичне мислення.

ABSTRACT

Dariia Kravchenko. THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE FORMATION OF PUBLIC OPINION IN UKRAINE: THE ROLE OF MEDIA LITERACY AND

CRITICAL THINKING. Bachelor's Qualification Paper. V. N. Karazin Kharkiv National University, 2025.

The paper investigates the influence of social media on shaping public opinion in Ukraine. It analyzes manipulation tools such as fake news, information bubbles, and bot networks. Special attention is paid to the importance of media literacy and critical thinking. The results of empirical research based on a sociological survey are presented. The paper provides practical recommendations

for improving the population's information awareness.

Keywords: social media, public opinion, fake news, media literacy, critical thinking.