

SECTION: SOCIAL AND BEHAVIORAL SCIENCES.

SEKCJA: NAUKI SPOŁECZNE I BEHAWIORALNE.

How to cite: Plazova, T., Horbenko, I., & Vilchynskyi, O. (2023). Media influence on the formation of public opinion and political preferences in the digital age. *Global Innovations and Collaborative Solutions in Contemporary Science* (pp. 83-86). Futurity Research Publishing. https://futurity-publishing.com/international_conference_3/

Вплив медіа на формування громадської думки і політичні вподобання в епоху цифрової інформації

Media influence on the formation of public opinion and political preferences in the digital age

**Плазова Тетяна Іванівна ¹, Горбенко Інна Федорівна ², Вільчинський Олександр
Казимирович ³**

¹ кандидат історичних наук, доцент, кафедра воєнної історії, Національна академія
сухопутних військ імені Гетьмана Петра Сагайдачного, м. Львів, Україна,
taniaiviv17@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8690-1031>

² кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування, факультет
журналістики, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна, ingo16@ukr.net,
<https://orcid.org/0000-0003-2190-0887>

³ кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри філософії та суспільних наук,
історичний факультет Тернопільський національний педагогічний університет імені
Володимира Гнатюка, м. Тернопіль, Україна, vilchuk2008@ukr.net, <https://orcid.org/0000-0001-8369-1692>

Accepted: October 15, 2023 | **Published:** November 7, 2023 | **Language:** Ukrainian

Abstract: In the digital information age, the media play an important role in shaping public opinion and political preferences. Modern mass communications, such as social networks, news portals and television channels, have provided every member of society with unlimited access to information. The thesis is devoted to highlighting the impact of media resources on the formation of public opinion and political preferences. The following research methods were used: critical analysis, generalisation and systematisation; the inductive method was applied. The thesis presents the coverage of the terms "public

opinion" and "political preferences" and identifies the impact of media resources on the formation of public opinion.

Keywords: media resources, public opinion, political preferences, disinformation, fakes.

Вступ. Вплив медіа на формування громадської думки і політичні вподобання в епоху цифрової інформації представляє собою важливу та актуальну проблему, яка завжди привертала увагу дослідників та громадськості. Сучасний інформаційний ландшафт, насичений різноманітними джерелами інформації, від великих новинних агентств до соціальних мереж та інтернет-платформ, суттєво перетворив медіасередовище. Цифрова трансформація привела до змін у способах, якими люди споживають і сприймають інформацію, відкривши нові можливості для медіа впливати на громадську думку і політичні вподобання. У цьому контексті, аналіз феномену медіавпливу стає необхідністю для кращого розуміння взаємозв'язку між медіа та громадськістю в сучасному світі.

Мета роботи полягає в дослідженні впливу медіа на формування громадської думки та політичні вподобання в епоху цифрової інформації.

Досягнення мети зумовлює необхідність виконання наступних *завдань*: 1) висвітлення понять «громадська думка», «політичні вподобання» в сучасному суспільстві; 2) визначення впливу на формування громадської думки та політичних вподобань. Об'єктом роботи виступає процес формування громадської думки та політичних вподобань. Предмет роботи – особливості впливу медіаресурсів на формування громадської думки та політичних вподобань.

Результати дослідження. В сучасному цифровому інформаційному середовищі вплив медіа на формування громадської думки та політичних уподобань має вирішальне значення. Соціальні медіа, онлайн-новини, цифрові платформи та інші медіаканали стали найважливішими джерелами інформації для громадян у цьому переході до цифрового інформаційного середовища.

Авторка Світла (2023) вважає, що громадська думка – це сукупність поглядів, переконань, цінностей і уявлень, які є загальними для певної групи людей, громади, суспільства або країни. Така «думка» відображає узгоджені переконання і ставлення людей до різних аспектів життя, таких як політика, соціальні питання, культура, економіка, мистецтво тощо. Громадська думка формується на основі взаємодії і обміну інформацією між членами суспільства. Засоби масової комунікації, такі як медіа, соціальні мережі, телебачення, радіо та інтернет, грають важливу роль у формуванні та вираженні громадської думки, оскільки вони надають можливість громадянам обмінюватися інформацією та думками.

Отже, громадська думка, що формується на базі взаємодії та інформаційного обміну, має безпосередній вплив на політичні вподобання і рішення громадян. У країнах з демократичними системами політичні партії та кандидати залежать від підтримки громадської думки (Дембіцький, 2023). У цьому контексті, розуміння впливу медіа на політичні вподобання стає надзвичайно важливим. Важливим аспектом є також питання, як можна заохочувати інформаційну грамотність та критичне мислення серед громадян, щоб вони могли більш об'єктивно оцінювати інформацію.

Політичні вподобання - це індивідуальні або колективні переконання і відданість певним політичним партіям, ідеям, кандидатам або політичним програмам. Вони визначають, які політичні погляди і цінності підтримують індивідуальні громадяни або групи громадян. Політичні вподобання впливають на те, як люди голосують на виборах, як вони ставляться до конкретних політичних рішень і як вони підтримують або протиставляються політичним партіям і лідерам (Bossert, Clark, D'Ambrosio, & Lepinteur, 2023). Медіа, включаючи телевізію, інтернет та соціальні мережі, є не тільки джерелом інформації, але і платформою для політичної агітації та публічного обговорення. Політичні лідери використовують медіа для висловлення своїх поглядів і програм, а також для маніпуляції громадською думкою. Організовані кампанії, політичні рекламні матеріали та дебати на телебаченні можуть впливати на виборчий вибір громадян.

Політичні вподобання можуть бути сталими або змінюватися з часом під впливом нових інформаційних подій, соціокультурних змін чи політичних лідерів. Вони є важливим елементом політичної участі громадян і визначають їхню участь у виборчих процесах та громадських діях (DePaula, 2023) .

В таблиці 1 представлено способи впливу на формування громадської думки та політичних вподобань

Таблица 1

Способи впливу на формування громадської думки та політичних вподобань

№	Спосіб	Приклади впливу
1	Фільтрування інформації	Алгоритми соціальних мереж та новинних порталів обмежують доступ до певних новин або підсилюють певні теми
2	Дезінформація та фейки	Поширення неправдивої інформації через мережі може впливати на громадську думку та ставлення до політичних подій чи лідерів
3	Медійна концентрація	Власники великих медіакорпорацій можуть визначати пріоритети та змінювати сприйняття громадськістю різних подій
4	Громадська журналістика	Незалежні журналісти та громадянська журналістика можуть виправляти неточності і розкривати правдиву інформацію
5	Персоналізація інформації	Мікротаргетинг та персоналізація контенту можуть впливати на політичні переконання і ставлення до певних кандидатів або партій

Джерело: власна розробка авторів на основі (Світла, 2023;.de León, 2023; Богуш, 2021)

Отже, вплив медіа на формування громадської думки і політичних уподобань є комплексним процесом, який включає в себе різноманітні напрямки, від фільтрування інформації до дезінформації та медійної концентрації. Медіа мають великий вплив на сприйняття політичних подій та ставлення до них. Розуміння цих аспектів є важливим для аналізу та регулювання медіа-середовища, а також для забезпечення інформованості громадян та збереження об'єктивності громадської думки.

Сучасне медіасередовище відіграє ключову роль у визначенні та впливі на уявлення суспільства про події, політичних лідерів і політичні питання. Цифрова трансформація змінила спосіб, яким суспільство споживаємо інформацію, зробивши медіа більш доступними та інтерактивними. Проте це також призвело до викликів, які можуть сприяти виникненню «інформаційних бульбашок» і маніпуляціям громадською думкою. Медіа впливають на формування громадської думки і політичних вподобань через різні механізми, включаючи власність над? медіакомпаніями, вибір і представлення новин, агрегацію інформації та використання алгоритмів для персоналізації контенту. Однак інформаційна грамотність, критичне мислення та доступ до різноманітної інформації можуть відігравати важливу роль у підвищенні свідомості і відсіюванні дезінформації.

Висновки. Розуміння впливу медіа на громадську думку і політичні вподобання є важливим завданням для сучасного суспільства, оскільки воно визначає як політичний ландшафт, так і сприйняття подій та розвиток громадської думки. Аналіз і регулювання цього впливу стають важливими завданнями для забезпечення об'єктивності, інформованості і вільного обміну інформацією в сучасному суспільстві. Подальші дослідження у цій галузі допоможуть краще зрозуміти сучасне медіасередовище і розробити стратегії та політики, спрямовані на забезпечення об'єктивності, інформованості і захисту громадської думки в цифровій епохі.

Література

- Богуш, Л. А. (2021). Вплив медіа на формування громадської думки у світі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*, 32(71), 1. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.1-3/49>
- Дембіцький, С. С. (2023). Особливості громадської думки в Україні під час війни (академічний досвід). *Вісник Національної академії наук України*, (5), 86-89. DOI: <https://doi.org/10.15407/vism2023.05.086>
- Світла, В. В. (2023). Громадська думка та політичні наслідки діджиталізації: специфіка та її вектори взаємовпливу. *Політологія*, 2(58), 285-310. DOI: [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2\(58\).285610](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2(58).285610)
- Bossert, W., Clark, A. E., D'Ambrosio, C., & Lepinteur, A. (2023). Economic insecurity and political preferences. *Oxford Economic Papers*, 75(3), 802–825. DOI: <https://doi.org/10.1093/oep/gpac037>
- de León, E. (2023). On Issue Survival: News Media and How Political Issues Remain Salient in the Face of Crisis. *International Journal of Public Opinion Research*, 35(3), DOI: <https://doi.org/10.1093/ijpor/edad024>
- DePaula, N. (2023). Political ideology and information technology in government online communication. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101747. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101747>