

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОШИРЕННІ НОВИН: МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Севідова Аліна Олександрівна

здобувач вищої освіти

навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу

Харківський національний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Афанасьєва Олена Миколаївна

старший викладач кафедри

«Бізнес-журналістики і цифрових медіа»

Харківський національний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Соціальні мережі стали ключовим елементом поширення новин і змінили традиційну модель журналістики. Вони пропонують нові можливості для залучення аудиторії, швидкого поширення інформації та демократичного доступу до новин. Однак ці переваги супроводжуються ризиками, пов'язаними з поширенням дезінформації, зниженням довіри до ЗМІ та маніпулюванням громадською думкою.

У трійку найпопулярніших соціальних мереж у світі входять Facebook, Instagram і Twitter, де можна легко знайти акаунти відомих політиків, бізнесменів або зірок естради. Але чому соціальні мережі зараз стали популярним способом надання інформації громадськості? Журналісти часто використовують соціальні мережі для збору інформації, адже звичайні користувачі можуть публікувати відео чи фото з місця події, які журналісти можуть використовувати у своїх матеріалах із посиланнями на першоджерела [7].

Соціальні мережі значно вплинули на інформаційний ландшафт. За даними Pew Research Center (2023), понад 60% людей у світі отримують новини через соціальні платформи, а саме йдеться про мережу TikTok. Майже половина людей віком 65 років і старше (46%) бачать TikTok як серйозну загрозу

національній безпеці, порівняно з набагато меншою часткою (13%) дорослих віком від 18 до 29 років. У контексті цифрової журналістики це створює нові можливості для медіа, але водночас і виклики, які змушують їх адаптуватися до нової реальності [1].

Соціальні мережі дозволяють поширювати новини майже миттєво. Наприклад, Twitter використовується як платформа для висвітлення подій у реальному часі. До грудня 2022 року, за даними аналітичної компанії Insider Intelligence, кількість активних користувачів Twitter перевищила 368 мільйонів людей по всьому світу. Відомі кейси, такі як висвітлення протестів "Арабської весни" у 2011 році, демонструють здатність соціальних мереж бути основним джерелом інформації в умовах обмеженого доступу до традиційних ЗМІ [2].

Соціальні платформи сприяють досягненню аудиторії, яка не споживає новини через традиційні медіа. Молоді користувачі, зокрема, надають перевагу споживанню коротких новин через TikTok чи Instagram Stories, що змушує ЗМІ адаптувати контент до специфіки цих платформ. Крім того, соціальні мережі дозволяють створювати контент, який залучає аудиторію через інтерактивність. Наприклад, журналісти можуть використовувати опитування, прямі ефіри або відповіді на коментарі, щоб краще зрозуміти інтереси своїх читачів і зробити новини ближчими до них. Це допомагає будувати довіру і створювати відчуття, що аудиторія є частиною процесу створення новин [3].

Завдяки соціальним мережам кожен користувач може стати джерелом інформації. Це дає голос раніше маргіналізованим спільнотам і дозволяє громадським активістам залучати увагу до важливих соціальних проблем [4].

Соціальні мережі дають змогу ЗМІ будувати інтерактивні стосунки з аудиторією, отримуючи миттєвий відгук. Люди звикають до прямих ефірів, адже це стає популярним у будь якій сфері. Продажі, журналістські проекти, що проводять опитування або транслюють прямі ефіри, активно залучають користувачів до участі у створенні контенту.

Алгоритми соціальних мереж часто сприяють поширенню емоційного та сенсаційного контенту, що може включати фейкові новини. Дослідження

Vosoughi et al. (2018) показало, що неправдиві новини поширюються в Twitter у шість разів швидше, ніж достовірні. Це загрожує довірі до цифрової журналістики, адже користувачі хочуть споживати правдивий контент, якому вони можуть довіритись.

Ми бачимо в мережах те, що ми хочемо бачити, те, що нам дозволено бачити. Соціальні мережі формують інформаційні бульбашки, у яких користувачі отримують інформацію, що відповідає їхнім поглядам. Це сприяє радикалізації та зниженню толерантності до інших точок зору. Через такі інформаційні бульбашки люди можуть почати вірити, що їхні погляди — єдині правильні. Це ускладнює розуміння інших точок зору і може призводити до конфліктів [5].

Соціальні мережі суттєво змінили спосіб розповсюдження новин і надали нові можливості для ЗМІ, але водночас принесли серйозні виклики. Щоб цифрова журналістика залишалася ефективною та надійною, необхідно адаптуватися до технологічних змін, впроваджувати інноваційні методи перевірки фактів та розвивати співпрацю з соціальними платформами. Тільки так можна зберегти довіру аудиторії та забезпечити сталий розвиток медійного середовища.

Список використаних джерел:

1. Pew Research Center, Striking findings from 2023, by Katherine Shaeffer.
2. Хелен Вітл, Анастасія Штайнміллере, Ігор Бурдига. Як Ілон Маск за рік змінив соціальну мережу Twitter.
3. Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S., & Nielsen, R. K. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022.
4. Hermida, A. (2020). Social Media and Journalism: Reconfiguring Practices, Spaces, and Stories.
5. Napoli, P. (2019). Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age.
6. Кіца М. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ. Національний університет «Львівська політехніка», 2018.
7. Синчак Б.А., Коваль А.Г., Кеда А.О. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЖУРНАЛІСТИКУ. ПВНЗ «Український гуманітарний інститут».