

<https://doi.org/10.31516/2410-5333.063.02>¹

УДК 316

О. Є. Зіменко

аспірант, кафедра цифрових комунікацій та інформаційних досліджень,
Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна
asp_zimenko_oleksandr@xdak.ukr.education
<https://orcid.org/0000-0001-6979-2569>

ВИВЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Висвітлено ключові методологічні підходи до вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах. Проведено дослідження концепцій та методів, що використовуються для наукового аналізу цього феномену. Розглянуто історію становлення й розвитку соціальних мереж. Аналізуються точки зору щодо вивчення феномену інформаційного впливу в соціальних мережах українських та зарубіжних учених, розглядаються дефініції й аспекти вивчення явища інформаційного впливу в різних галузях науки. Проведено аналіз методів, за допомогою яких вивчається цей феномен. Виконаний аналіз і приведені випадки ініціативної побудови систем інформаційного впливу свідчать про актуальність дослідження та надають змогу виявити найефективніші методики висвітлення явища інформаційного впливу в інформаційній галузі та в подальшому розробити методи протидії інформаційному впливу, що підсилить обороноздатність сучасного інформаційного простору. Це є вкрай важливим на тлі військової російської агресії проти України.

Ключові слова: *інформаційний вплив, інтернет-комунікації, соціальні мережі, засоби масової комунікації, інформаційні технології, методологічний інструментарій.*

O. Zimenko

postgraduate student, Department of Digital Communications and Information Research, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

STUDY OF INFORMATIONAL IMPACT IN SOCIAL NETWORKS: METHODOLOGICAL ASPECT

The purpose of this paper is to analyse the main scientific methods of studying informational impact in social networks and analysis of views of leading scientists regarding the coverage of this phenomenon.

The methodology. Methods of research that allow to solve the tasks and achieve the goal were historical approach, terminological analysis, content analysis, synthesis, empirical method (observations).

The results. The article highlights the key approaches to the study of informational impact in social networks. The study of concepts and methods used to understand informational impact in social networks was conducted. The opinions regarding the study of the phenomenon of informational impact of Ukrainian and foreign scientists are analyzed, the definitions and aspects of the study of the phenomenon in various fields of science are considered. An analysis of the methods through which this phenomenon can be studied has been carried out.

¹ This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

The article considers the phenomenon of social networks, identifies the role and essence of informational impact in social networks, and also considers the methodology of studying this phenomenon on the basis of works of leading scientists. We believe that currently the main task is to study patterns, technologies and means of informational impact on an individual and population in general.

The scientific novelty lies in highlighting a new perspective on the methodological aspect of studying the informational impact, in demonstrating various approaches to studying the impact of information in social networks, in historiographical systematization of the methodology of studying the informational impact, and in viewpoints on the phenomenon of informational impact of leading Ukrainian and world scientists. We believe that the main task at present is to study the patterns, technologies, and means of information impact on an individual and the population as a whole.

The practical significance consists in considering the methods used to study the informational impact. The main ideas of perception and understanding of impact of information in social networks are investigated. This analysis indicates the interest of modern scientists in this area. In the future, it may increase information resilience.

Keywords: *informational impact, Internet communications, social networks, mass media, information technologies.*

Актуальність теми дослідження. Еволюція світового інформаційного суспільства спричинила виникнення новітніх викликів і загроз, спрямованих насамперед на людину як найбільш вразливу ланку інформаційних відносин. Важко не помітити, що людська свідомість тепер формується саме на основі тенденцій розвитку мережевих технологій. Інтернет став інструментом як формування свідомості кожного окремого індивіда, так і колективної свідомості, на яку здійснюється вплив різними інформаційними ресурсами.

Постановка проблеми. За словами Л. Мельника (Мельник & Брюханов, 2010), найсуттєвіша соціальна трансформація має відбуватись у самій людині, а тому особливе місце має зайняти вивчення людської суті. Основуючись на цій думці, а також на інформаційних реаліях сьогодення, можна зазначити, що якості, притаманні людині, визначатимуть розвиток середовища і формування всієї громади, а сама потреба людини в інформації змінюватиме цінності, притаманні особистості, проєктуючи своєрідне суспільне замовлення. Окрім того, найбільшим майданчиком вільного спілкування та обміну думок стають соцмережі, які посилюють свій вплив не тільки на приватне життя, а й на політичну ситуацію, стаючи важливим фактором впливу на суспільство. Нині соціальні мережі відіграють важливу роль не тільки з точки зору формування особистості користувача, а й як інструмент політичної взаємодії. Соціальні мережі можуть впливати на результати виборів, транслювати певні наративи на широку аудиторію та формувати суспільне мислення, тим самим змінюючи суспільну думку у той чи інший напрям. Окрім того, соціальні мережі дедалі частіше привертають увагу вчених як об'єкт дослідження. Саме тому актуалізувалася проблема вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах. Поширення ця проблема набула

в умовах, коли інформація стала одним з ключових засобів вирішення як внутрішньополітичних, так і зовнішньополітичних проблем та використовується, наприклад, як засіб формування певної соціально-політичної платформи для просування інтересів регіональних і глобальних учасників світової політики в інших країнах, що особливо актуально у зв'язку з нинішньою ситуацією в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема вивчення інформаційного впливу актуалізувалась та розширювалась протягом останніх десятиріч. Інформаційний вплив — змістовне та цікаве явище, яке вивчали науковці з різних точок зору.

Відтворенню теоретичної основи та актуальності вивчення проблеми інформаційного впливу та соціальних мереж присвячено немало наукових досліджень, і це демонструє інтерес до цієї теми, що невпинно зростає, як українських, так і закордонних учених. Серед них: дослідники А. Хан (Jerusalem et al., 2001) та К. Янг, які приділили увагу явищу інтернет-залежності, а Доктор Янг розробила опитувальник для виявлення інтернет-адикції (Mufan & Hancock, 2020); М. Лисинюк (Лисинюк, 2020), яка приділила увагу лінгвокультурологічному аспекту інтернет-ЗМІ; П. Слотюк (Слотюк, 2021), який розглядав «Естетичне програмування» як метод ведення смислової війни; В. Мазуренко та С. Штовба (Штовба & Мазуренко, 2015), які вивчали математичні моделі соціальних мереж, а також представили короткий історичний огляд їх виникнення. Також слід відзначити таких науковців: М. Брюханов та Л. Мельник (Мельник & Брюханов, 2010), які досліджували інформаційне суспільство; Г. Почепцов (Почепцов, 2016), який приділив особливу увагу вивченню явища інформаційної війни; Р. Брігер (Breiger, 2004), який досліджував масиви даних у соціальних мережах; Д. Керрінгтон (Carrington et al., 2005), котрий вивчав моделі соціальних мереж, С. Боргатті (Borgatti, 2006) та Д. Ізлі (Easley & Kleinberg, 2010), які приділили увагу вивченню суб'єктів соціальних мереж та ін. Окрім того, важливим є дослідження Р. Гули (Гула та ін., 2022), у якому розкривається поняття концієнтальної війни. На думку авторів, збройна агресія РФ проти України передбачає інформаційне та смислове протистояння, у якому архівні фонди та бібліотеки постають як об'єктами, так і суб'єктами. Дослідження не стосується безпосередньо соціальних мереж, проте є важливим для розуміння контексту інформаційного впливу у сфері бібліотечної та архівної справи.

Отже, тема інформаційного впливу в соціальних мережах висвітлювалась у значній кількості наукових публікацій за допомогою різних наукових методів, що надає нам змогу дослідити методологічний аспект вивчення цього явища.

Мета статті — виконати аналіз основних наукових методів дослідження інформаційного впливу в соціальних мережах та виявити серед них

найоптимальніші для використання вітчизняними документно-інформаційними структурами у процесі підвищення обороноздатності інформаційного простору.

Методами дослідження, які дозволили вирішити поставлені завдання і досягти зазначеної мети, є: історичний (вивчення основних етапів становлення соціальних мереж та їх розвитку, еволюції наукового аналізу проблеми інформаційного впливу в соціальних мережах); термінологічний аналіз; контент-аналіз (аналіз наповнення постів, блогів та наукової літератури з метою теоретичного вивчення механізмів інформаційного впливу у соціальних мережах); синтез (узагальнення інформації та її оформлення); емпіричні (спостереження).

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом останніх десятиріч у життя людей стрімко почали входити сучасні інформаційні технології: смартфони, комп'ютери, Інтернет. Розвиток цих та інших технологій призвів до стрімкої трансформації суспільства та взаємодії індивідів у ньому. Трансформація соціальних комунікацій відбувалась поступово. Наприклад, можна прослідкувати, що етапи переходу друкованих ЗМІ до віртуальної реальності відбувались поетапно, зі зростанням діджиталізації розвивався і медіапростір (рис. 1). Між двома цими показниками є зв'язок: зі збільшенням попиту на інформацію медіаринок мав прямопропорційно зазнавати змін, у результаті чого змінювався і його вплив на громадськість, глобалізувався інформаційний простір.

З правового погляду, на думку А. Семенова (Семенов, 2016), інформаційний простір — це територія поширення інформації за участі неабстрактних компонентів системи інформації та комунікації, діяльність якої має правове забезпечення, що гарантоване законом. Професійними вимірами віртуального інформаційного простору можуть стати: сукупна кількість ЗМІ, масштаби їхньої продукції, що поширюється і сприймається на певній території; опосередковане закріплення результатів контакту з продуктом засобів масової комунікації реципієнтів.

Також слід розглянути розвиток соціальних мереж як таких та їхню репрезентацію в наукових працях. У 1954 р. соціолог Дж. Барнс вводить термін «соціальна мережа». Уперше цей термін з'явився у збірці його праць, яка мала назву «Людські стосунки» (Barnes, 1954). Пізніше, у 1959 р., математики А. Реньє та П. Ердос описали принцип, згідно з яким формуються соціальні мережі. Дослідники використали математичну теорію випадкових графів, аби продемонструвати механізм побудови соціальних мереж.

В. Мазуренко та С. Штовба (Штовба & Мазуренко, 2015) представили стислий історичний екскурс, який стосувався аналізу соціальних мереж. Згідно з думкою вчених, аналіз соціальних мереж можна поділити на три напрями:

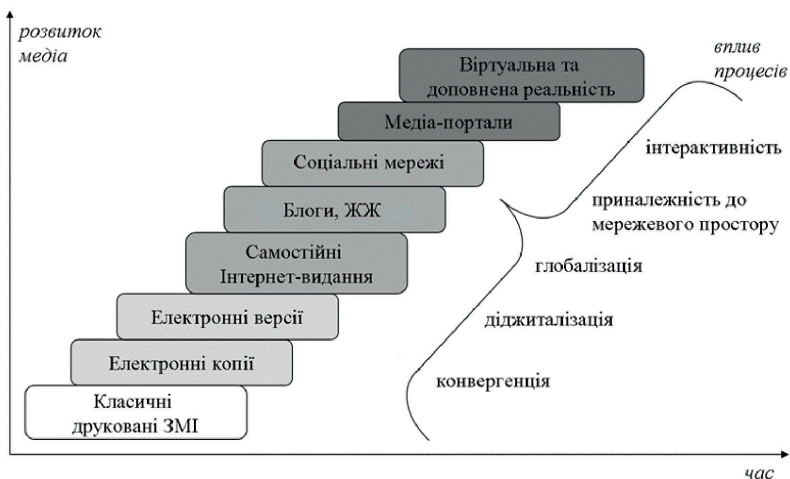


Рис. 1. Еволюція класичних ЗМІ та їх перехід до інтернет-медіа

Пошуки форм візуалізації. На думку дослідників, однією з перших таких форм стала соціограма (Martino & Spoto, 2006). За допомогою соціограми було візуалізовано взаємодію індивідів у малих групах. Так, у двовимірному просторі зображувалися люди (точки), поєднуючи зв'язки між ними.

Структурний баланс. Цей метод застосовувався для визначення сутності зв'язків у групі. Так, зв'язки були поділені на позитивні та негативні. У зв'язку із цим виникло поняття «структурна еквівалентність». На базі структурної еквівалентності створено інші важливі для дослідження поняття, такі як «роль», «соціальна позиція» та «соціальний статус».

Математична статистика. У 1970-х рр. була запропонована модель направлених графів, яка дозволила перевіряти структурні тенденції в соціальних мережах (Pinto & Grawitz, 1972). Уже у 1980-х рр. були розроблені моделі, які дозволяли працювати із соціальними мережами різних типів та аналізувати багатовекторні відношення між суб'єктами мережі.

У 1980-ті — 90-ті рр. термін «соціальні мережі» починає вживатись у контексті інформаційних технологій, поступово відходячи від сфери соціології. Це відбулося завдяки розвитку мережевих технологій, які змінили погляд учених на структуру та сутність соціальних мереж. Так, у 1984 р. засновано мережу NSFNet, яка об'єднувала дослідницькі університети США. Саме NSFNet стала прообразом майбутньої глобальної мережі «Інтернет», а також початком розвитку соціальних мереж як таких (Scott, 2011). Починаючи з кінця 1980-х рр. створюють «Prodigy CompuServe» та «The Well», які можна

назвати першими прототипами сучасних соціальних мереж. Першою соціальною мережею, наближеною до сучасних, стала «Classmates», створена у 1995 р. Портал був організований для пошуку однокласників та колег. Проте початком розвитку епохи соціальних мереж стали ранні 2000-ні рр. У період з 2003 до 2006 рр. розпочали функціонувати одразу декілька популярних нині ресурсів — Facebook, LinkedIn, Twitter та MySpace.

Створення та поширення соціальних мереж привернуло увагу світових дослідників. Соціальні мережі стали об'єктом вивчення в різних галузях науки, таких як соціологія, політологія, психологія, статистика та ін. (Myers, 1996). Вплив соціальних мереж на суспільство зростає. Починаючи з другої половини 2010-х рр. соціальні мережі стають важливим фактором впливу на суспільні та політичні комунікації. Дослідники відтоді активно аналізують досвід використання соціальних мереж як інструменту ведення політичної боротьби. Яскравим прикладом стали вибори у США у 2016 р., де у другий тур вийшли Д. Трамп та Г. Клінтон. Так, сам Д. Трамп заявляв, що саме соцмережі забезпечили його перемогу над Г. Клінтон. Окрім того, за словами політика, він використовує соцмережі як для зовнішньої, та і для внутрішньої політичної комунікації, принципово зменшуючи частку традиційних ЗМІ, адже вважає себе «сучасним Президентом».

Таким чином, тема інформаційного впливу в соціальних мережах вивчалась науковцями з різних точок зору та з часом ставала дедалі актуальнішою. Водночас із розвитком соціальних мереж зростає їхній вплив на соціум. Тема інформаційного впливу в соціальних мережах вивчалась за допомогою різних наукових методів, однак слід приділити увагу самому поняттю наукового методу.

Спочатку потрібно виокремити поняття методу дослідження, який можна охарактеризувати як різноманітні процедури, схеми, алгоритми тощо, що використовуються в дослідженні; по суті, сплановані, наукові та ціннісно нейтральні. Вони передбачають теоретичні процедури, експериментальні дослідження, числові схеми, статистичні підходи тощо.

Традиційно дослідницькі методи поділяються на якісні та кількісні, що створює величезний розрив між дослідниками, особливо в соціальних науках (Onwuegbuzie & Leech, 2007). Різниця між цими двома методами була помітною в багатьох публікаціях з теми вивчення методів дослідження (Neuman, 1997).

У дослідженнях інформаційного впливу соціальних мереж на користувачів застосовують як кількісні, так і якісні наукові методи. Нижче подано найбільш значущі методи вивчення цього феномену (табл. 1).

Таблиця 1

Методи вивчення інформаційного впливу

Учений та рік дослідження	Метод дослідження	Опис методу
Р. Чалдіні, 1984	Психологічний аналіз вивчення інформаційного впливу	Аналіз психологічного сприйняття та реакції на інформаційний вплив реципієнта
К. Янг, 1995	Соціометричний метод вивчення інтернет-залежності	Метод оцінки позитивних та негативних зв'язків між людьми в групі людей, схильних до виникнення інтернет-адикції
М. Йерусалем, 2001	Соціологічний метод вивчення інтернет-залежності	Метод, що об'єднує представлені емпіричні та теоретико-методологічні рівні пізнання, що водночас забезпечує цілісність пізнання та уявлень про конкретні соціальні явища, зокрема явище інтернет-залежності
М. Пілат, 2013	Соціополітичний аналіз інформаційного впливу в соціальних мережах	Аналіз інформаційного впливу системи політичних комунікацій на соціальні явища та процеси, що відбуваються в суспільстві
В. Мазуренко, С. Штовба, 2015	Математичне моделювання соціальних мереж	Метод дослідження соціальних мереж за допомогою створення їхніх математичних моделей з подальшим дослідженням цих моделей
А. Стадник, 2016	Контент-аналіз публікацій у соціальних мережах	Дослідницький інструмент, який використовується для визначення присутності певних слів, тем або концепцій у тексті публікацій у соціальних мережах
А. Семенов, 2016	Метод психологічного спостереження для вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах	Полягає в спостереженні за об'єктом дослідження, а також реєстрації та поясненні психологічних фактів. Характеризується безпосереднім сприйняттям процесів і явищ у їхній цілісності й динаміці

Р. Чалдіні у своїх працях опрацьовує психологію впливу та її особливості, використовуючи психологічний аналіз вивчення інформаційного впливу (Чалдіні, 2017). Розвідки автора не стосуються соціальних мереж безпосередньо, але є неабияк важливими для вивчення інтернет-впливу сьогодні. Теорії та дефініції науковця використовуються великою кількістю вчених, котрі вивчають інформаційний вплив у соціальних мережах з точки зору психології.

За словами дослідника, щоб створити належну ситуацію, професіонали впливу можуть використовувати 6 видів зброї впливу: взаємність, відданість і послідовність, соціальний доказ, симпатії, авторитет і дефіцит. Кожен розділ книги Р. Чалдіні охоплює деякі аспекти однієї із цих видів зброї (Чалдіні, 2017).

Слід зазначити, що для нашого дослідження є важливим вивчення інтернет-залежності, адже явище інтернет-залежності пов'язане з явищем інформаційної залежності. Водночас інформаційна залежність призводить до того, що людина легше піддається інформаційному впливу та її здатність критично сприймати інформацію редукується.

Серія досліджень інтернет-залежності історично виникла з потреби надати методологічно значущу інформацію про це явище. Початок вивчення інтернет-залежності перебував у сфері вивчення соціальної психології. Р. Пінто та М. Гравіц вважають, що міф про походження соціальної психології слід розглядати як дві науки: психологію та соціологію. Перший — аналіз природи людини, другий — природи суспільства. Пізніше з'явилася соціальна психологія, яка вивчає відносини між людиною і суспільством (Почепцов, 2016). Саме в розрізі цієї наукової парадигми інтернет-залежність стає об'єктом вивчення вчених.

Перша відома праця на тему інтернет-залежності була написана американською психологинею К. Янг (Mufan & Hancock, 2020), що в діагностиці інтернет-залежності використала підходи, що раніше застосовувались до визначення залежності від азартних ігор (там само). Дослідниця використала соціометричний метод дослідження соціальних мереж, завдяки якому проаналізувала явище інтернет-залежності.

Термін «соціометричні методи» належить до великого класу методів, які оцінюють позитивні та негативні зв'язки між людьми у групі. Основний принцип соціометричного методу полягає в тому, що кожен член групи має здатність оцінювати кожного іншого члена групи за одним або декількома критеріями в циклічному плані.

Зазвичай учасників для дослідження К. Янг набирали шляхом звернення в щоденних газетах, на відповідних електронних форумах або на окремих вебсайтах із високим відвідуванням. Навіть якщо метою науковця і не було оцінити поширеність інтернет-залежності, то це дослідження чітко привертає увагу до іншої проблеми в усіх дослідженнях, а саме (потенційно) самовибіркової помилки у зв'язку з непропорційною участю тих, хто ймовірно міг мати залежність.

Вона була одним із перших дослідників, які зацікавилися розумінням психологічних механізмів, що перебувають в основі проблемного чи залежного використання Інтернету. Доктор К. Янг розробила тест на залежність від Інтернету (ІАТ) — шкалу з 20 пунктів для оцінки ознак залежності від Інтернету. ІАТ було перекладено різними мовами та використано в кількох дослідженнях по всьому світу.

Завдяки опитувальнику К. Янг вдалось виокремити фактори, що спричиняють адикцію, до них належать:

- здатність відкриття особою своїх таємних бажань;
- реалізація фантазій і уявлень;
- перемога над особистими комплексами та ін.

Нині у світі налічується майже 5 млрд користувачів Всесвітньої мережі, тобто більше 60% населення планети мають доступ до інтернет-технологій. Слід відзначити, що, згідно з думкою деяких учених, за частого використання Інтернету виникає звикання, відбувається розвиток кліпового мислення завдяки певним процесам у мозку, зокрема у зв'язку з нездатністю мозку сприймати інформацію, яку він отримує (Jerusalem et al., 2001).

Завдяки нікнейму або вигаданому псевдоніму користувачі Інтернету не завжди знають, хто перебуває по ту сторону монітору. На думку деяких учених (Jerusalem et al., 2001), деструктивним наслідком цього явища може стати зміна поведінки, втрата відчуття різниці між віртуальним та реальним світом і, як наслідок, — глибока зануреність у віртуальний світ може викликати залежність. Водночас подібна залежність здатна призвести до вразливості індивіда, його нездатності протистояти інформаційному впливу.

Розробленню критеріїв інтернет-залежності приділили увагу німецькі вчені М. Йерусалем та А. Хан (Jerusalem et al., 2001), вони використовували соціологічний метод вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах. Соціологічне дослідження являє собою процес, який об'єднує представлені емпіричні та теоретико-методологічні рівні пізнання, що водночас забезпечує цілісність пізнання та уявлень про конкретні соціальні явища.

З початку липня до кінця вересня 1999 р. М. Йерусалем працював над дослідженням, що передбачало онлайн-опитування в Інтернеті: загалом 8859 осіб відповіли на 158 запитань, розміщених на 30 сторінках анкети протягом тримісячного періоду дослідження. Учасників було запрошено взяти участь в опитуванні за адресою <http://www.internetsucht.de> за допомогою звернення в щоденних газетах і журналах, радіо- та телеінтерв'ю.

М. Йерусалем, вдаючись у розбіжності між визначеннями та діагностичними інструментами опитування, які можна знайти в літературі на цьому етапі, визначає 5 абстрактних критеріїв залежності, що наявні майже у всіх розвідках. Учений пропонує розглядати ці критерії дослідження як нормативно-описові ознаки феноменології інтернет-залежності, що не стосуються жодних етіологічних особливостей.

Проте робити заяви про поширення інтернет-залежності складно, адже усі опубліковані дослідження базуються на зручній вибірці. Оскільки учасники опитування не були відібрані випадковим чином із визначеної групи користувачів Інтернету, то жодна робота не може претендувати на репрезентативність. Тому неможливо узагальнити результати на популяцію користувачів Інтернету.

Це означає, що немає ані інформації про надійність інструментів, яку можна було б використати для коригування оцінок поширеності, ані жодних ознак конструктивної валідності цих інструментів. Роденхаузен і Оде (Breiger, 2004) вказали на подібні недоліки в онлайн-дослідженні ринку під час вимірювання конструкцій для оцінки вебсайту.

Як ми вказували раніше, інформаційна залежність може призвести до редукування здатності критично сприймати інформацію. Це водночас надає змогу впливати на реципієнтів та формувати певну суспільну думку. Однією з вчених, що вивчала інформацію як результативний засіб досягнення суспільних та політичних завдань держави, є М. Пілат (Пілат, 2013). Саме за допомогою соціополітичного аналізу інформаційного впливу в соціальних мережах авторка висвітлює концептуальні засоби здійснення інформаційного впливу на всесвітньо політичному рівні. Вона намагається дослідити взаємозв'язок інформаційного впливу та інформаційної війни як родового поняття.

Окрім того, соціальні мережі можуть стати платформою для аналізу поведінки людини, що може показати природну тенденцію до зміни поведінки користувачів, як-от те, як людина реагує на поточну ситуацію у своєму суспільстві, країні, спільноті, мовній групі, бізнес- чи професійній групі та навіть у своїй сім'ї (Lieberman & Schroeder, 2020).

Моделі для аналізу мережевих даних продовжують набувати значення як у статистиці, так і поза нею (Neuman, 1997). Збільшення кількості спеціальних випусків, які статистичні журнали нещодавно присвятили соціальним мережам, є чітким доказом дисциплінарного інтересу до цієї теми. Однак розробка статистичних моделей для аналізу мережевих даних стикається з важливими аналітичними труднощами, що нині ще не повністю подолані (Robins et al., 2008).

На думку дослідників В. Мазуренко та С. Штовби, стохастичні моделі застосовуються переважно для соціальних мереж з тисячами і навіть мільйонами суб'єктів («акторів»), зокрема це моделі статистики та динаміки. Аналіз таких мереж полягає не у знаходженні одного ключового суб'єкта, а у визначенні частки ключових суб'єктів у мережі (Штовба & Мазуренко, 2015). Таким чином учені використовують метод математичного моделювання соціальних мереж.

Однак слід зазначити, що, попри результативність методу математичного моделювання у вивченні інформаційного впливу, саме культурний і соціальний аналіз має бути одним із головних інструментів для розробки стратегій та визначення програм вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах вітчизняними документно-інформаційними структурами. Це полегшує розуміння здатності соціальної структури поглинати та посилювати зміни, спричинені впровадженням стратегій розвитку. Водночас він

надає засоби визначення будь-яких обмежень, які можуть перешкоджати цим змінам. Отже, це динамічний процес, на відміну від статичного опису суспільства.

Зразки конструктивних і деструктивних зовнішніх інформаційних проявів на колективні трансформації в Україні на засадах порівняльного аналізу характеризує у своєму дослідженні М. Ожеван (Ожеван, 2011). Учений виконує детальний аналіз методів протидії деструктивним зовнішнім інформаційним впливам.

Завдяки вищезазначеним дослідженням стає зрозуміло, чому саме проблеми пізнання інформаційного впливу є такими важливими. У контексті аналізу визначення самого поняття «інформаційний вплив» можна дійти висновку, що це поширення певних ідей, поглядів чи ідеології, а головним інструментом їх поширення є засоби масової інформації та інші канали комунікації.

Одним із методів вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах є контент-аналіз — це дослідницький інструмент, який використовується для визначення присутності певних слів, тем або концепцій у тексті. Використовуючи контент-аналіз, дослідники можуть кількісно оцінити та проаналізувати наявність цих елементів, а також особливості стилю мови, формулюючи висновки про повідомлення в текстах автора (авторів), аудиторії, розглядаючи їх у контексті культури та часу, яким належить текст.

Одні з основних чинників ефективності впливу інформації досліджує А. Стадник, використовуючи для цього метод контент-аналізу публікацій у соціальних мережах (Стадник, 2016). Дослідниця визначила основні аспекти суті й впливу інформаційної війни на загальну свідомість і думку громади. Автор акцентує на тому, що ЗМІ використовують інформацію як зброю, що націлена на громадську свідомість. А в екстрених ситуаціях подання інформації спрямовується на маніпулювання громадською свідомістю і, відповідно, думкою нації як зовнішнім вираженням свідомості.

У цьому разі також слід зауважити: на думку деяких дослідників (Почепцов, 2016), однією з передумов для розвитку залежності від Інтернету стало поширення дезінформації, або фейків.

Впливу фейкової інформації не приділено достатньо уваги в науковій спільноті, але питання є актуальним, адже, згідно з думкою вчених (Robins et al., 2008), більшість користувачів мереж лише частково слідкує за правдивістю віртуальної інформації, не проводячи фактчекінг, таким чином спираючись на фейкову інформацію. Водночас незнання та низький рівень медіаграмотності лише полегшують вплив «інформаційного сміття» на особистість, що неодноразово підтверджувалось дослідженнями вчених (Почепцов, 2016).

Отже, інформаційний вплив у соціальних мережах вивчало немало вчених за допомогою різних наукових методів. Слід відмітити, що для аналізу інформаційного впливу вкрай важливими є психологічний та соціологічний аспекти. Розгляд не обмежується лише вищезазначеними методами, проте вони, на нашу думку, становлять його основу.

Висновки. У статті проаналізовано історичний шлях висвітлення соціальних мереж у наукових роботах, починаючи від соціологічного поняття соціальної мережі та закінчуючи сучасною моделлю соціальних мереж як ефективної вебкомунікації.

Розглянуто феномен та роль соціальних мереж у сучасному суспільстві, зокрема вплив на політичну ситуацію у світі та формування суспільної думки. Висновано: соціальні мережі давно стали істотним важелем політичної влади, що водночас може призвести до викривлення суспільної думки та формування необхідного суспільного замовлення.

Проаналізовано явище інформаційного впливу в соціальних мережах та його наслідки, а також явище інтернет-залежності, яке здатне привести до редукування здібності фільтрувати та критично сприймати інформацію.

Розглянуто методи, що застосовуються для вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах, основні ідеї сприйняття та розуміння впливу інформації в соціальних мережах. Наведений аналіз свідчить про зацікавленість науковців сучасності до цієї сфери, демонструє її актуальність. На основі розглянутих фактів та наукових методів вивчення інформаційного впливу можна зазначити, що науковці аналізують феномен з різних точок зору, і це робить його інтерпредметним. Серед представлених методів найбільше релевантним для вітчизняних документно-інформаційних структур, на нашу думку, є контент-аналіз. Окрім того, аналіз методів вивчення інформаційного впливу, представлений у дослідженні, виявив наявність певної проблеми у висвітленні впливу інформації у соціальних мережах, а саме: комплексність соціальних мереж ускладнює їх вивчення, адже велика кількість факторів, починаючи з кількості суб'єктів та закінчуючи суб'єктивністю інтерпретації результатів дослідження, впливає на остаточні висновки. Проблема вивчення інформаційного впливу в соціальних мережах є актуальною та потребує додаткового висвітлення в наукових колах як українських вчених, так і дослідників з інших країн.

Розвиток соціальних мереж призвів до непередбачуваних наслідків. Інформація стала зброєю, за допомогою якої здійснюється агресія в різних сферах життєдіяльності суспільства. Саме тому подальше дослідження інформаційного впливу має передбачати також і оборону національного інформаційного простору. Наведений аналіз наукових точок зору на інформаційний вплив може допомогти у виявленні методів протидії цьому впливу

в майбутньому, що водночас стане вагомим фактором у підвищенні обороноздатності інформаційного простору, що є критично важливим у контексті сучасних реалій.

Список посилань

- Гула, Р. В., Передерій, І. Г., & Сажко, В. В. (2022). Вітчизняні архіви, бібліотеки та музеї як об'єкт і суб'єкт концентальної війни в умовах збройної агресії РФ проти України. *Вісник Харківської державної академії культури*, 62, 19–31.
- Лисинюк, М. В. (2020). Мова інтернет-ЗМІ: лінгвокультурологічний аспект. *Культура України*, 70, 47–54.
- Мельник, Л. Г., & Брюханов, М. В. (2010). Шаги к информационному обществу (вместо введения). *Социально-экономические проблемы информационного общества*, 2, 896.
- Ожеван, М. А. (2011). Основні напрями зовнішніх інформаційно-маніпулятивних впливів на суспільні трансформації в Україні: засоби протидії. *Стратегічні пріоритети*, 3, 118–126.
- Пілат, М. (2013). Інформаційні впливи та інформаційні війни: сутність понять та їхній взаємозв'язок в інформаційну епоху. *Вісник Львівського університету. Серія: «Міжнародні відносини»*, 32, 185–190.
- Почепцов, Г. (2016). *Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах*. Києво-Могилянська академія.
- Семенов, А. (2016). Захист національного інформаційного простору Великої Британії. У В. Бебика (Ред.), *Матеріали міжнародної конференції «Політична прагматологія: безпека, технології, комунікації»* (с. 117). ВАПН.
- Слотюк, П. В. (2021). «Естетичне програмування» методами актуалізованої режисури І. Хржановського як елемент смислової війни. *Культура України*, 71, 61–67.
- Стадник, А. Г. (2016). Інформаційна війна як комунікативна технологія впливу на масову свідомість та громадську думку. *Грані. Соціологія*, 1, 111–115.
- Чалдіні, Р. (2017). *Психологія впливу*. Клуб Сімейного Дозвілля.
- Штовба, С., & Мазуренко, В. (2015). Огляд моделей аналізу соціальних мереж. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*, 2, 62–74.
- Barnes, J. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7, 39–58.
- Borgatti, S. P. (2006). Identifying sets of key players in a social network. *Computational & Mathematical Organization Theory*, 12, 21–34.
- Breiger, R. L. (2004). The Analysis of Social Networks. In M. Hardy & A. Bryman (Eds.), *Handbook of Data Analysis* (pp. 505–526). SAGE Publication.
- Carrington, J., Wasserman, S., & Roberts, G. (2005). *Models and Methods in Social Network Analysis*. Cambridge University Press.
- Easley, D., & Kleinberg, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. Cambridge University Press.

- Jerusalem, M., Hahn, A., Niesing, A., & Heer, A. (2001). Stress and addiction in the internet: First results of an on-screen-study. Humboldt-University of Berlin. *Andre Hahn*. https://www.andre-hahn.de/downloads/pub/2001/2001b_Internetsucht-Reliabilitaet_und_Validitaet_in_der_Online-Forschung.pdf
- Lieberman, A., & Schroeder, J. (2020). Two social lives: How differences between online and offline interaction influence social outcomes. *eScholarship*. https://escholarship.org/content/qt94n9w8b9/qt94n9w8b9_noSplash_293949a5e051fffc8e1fdcc9ffc168c4.pdf?t=qdtezb
- Martino, F., & Spoto, A. (2006). Social Network Analysis: A brief theoretical review and further perspectives in the study of Information Technology. *Psychology Journal*, 4 (1), 53–86.
- Mufan, L., & Hancock, J. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *ScienceDirect*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X19301423?via%3Dihub>
- Myers, P. (1996). *Knowledge Management and Organisational Design. 1st Edition*. Routledge.
- Neuman, W. L. (1997). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (3rd ed.)*. Allyn and Bacon.
- Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). On Becoming a Pragmatic Researcher: The Importance of Combining Quantitative and Qualitative Research Methodologies. *International Journal of Social Research Methodology*, 10 (5), 375–387. <https://doi.org/10.1080/13645570701401683>
- Pinto, R., & Grawitz, M. (1972). *Methods of Social Sciences (translated from French)*. Progress.
- Robins, G., Pattison, P., & Peng, W. (2008). Closure, connectivity and degree distributions: Exponential random graph (p*) models for directed social networks. *Social Networks*, 30 (4), 262–276. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2008.03.006>
- Scott, J. (2011). Social network analysis developments, advances, and prospects. *Social Network Analysis and Mining*, 1 (1), 21–26. <https://doi.org/10.1007/s13278-010-0001-5>

References

- Hula, R. V., Perederii, I. H., & Sazhko, V. V. (2022). Domestic archives, libraries and museums as an object and subject of the conceptual war in the context of the armed aggression of the Russian Federation against Ukraine. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*, 62, 19–31. [In Ukrainian].
- Lysyniuk, M. V. (2020). The language of online media: linguistic and cultural aspect. *Culture of Ukraine*, 70, 47–54. [In Ukrainian].
- Melnyk, L. H., & Briukhanov, M. V. (2010). Steps to the information society (instead of an introduction). *Socialno-ekonomicheskie problemy informacionnogo obshchestva*, 2, 896. [In Russian].
- Ozhevan, M. A. (2011). The main directions of external information and manipulative influences on social transformations in Ukraine: means of counteraction. *Stratehichni priorytety*, 3, 118–126. [In Ukrainian].

- Pilat, M. (2013). Informational impact and informational wars: the essence of the concepts and their relationship in the information age. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: "Mizhnarodni vidnosyny"*, 32, 185–190. [In Ukrainian].
- Pochepstov, G. (2016). *Meanings and wars: Ukraine and Russia in the Information and Meaning Wars*. Kyiv-Mohyla Academy. [In Ukrainian].
- Semenov, A. (2016). Protecting the national information space of Great Britain. In V. Bebyka (Ed.), *Proceedings of the international conference "Political praxeology: security, technology, communication"* (p. 117). VAPN. [In Ukrainian].
- Slotiuk, P. V. (2021). "Aesthetic Programming" by the Methods of Actualized Directing by I. Khrzhanovsky as an Element of Semantic Warfare. *Culture of Ukraine*, 71, 61–67. [In Ukrainian].
- Stadnyk, A. G. (2016). Information warfare as a communication technology of influence on mass consciousness and public opinion. *Grani. Sotsiologhiia*, 1, 111–115. [In Ukrainian].
- Cialdini, R. (2017). *The psychology of influence*. Klub Simeinoho Dozwillia. [In Ukrainian].
- Shtovba, S., & Mazurenko, V. (2015). Review of social network analysis models. *Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu*, 2, 62–74. [In Ukrainian].
- Barnes, J. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7, 39–58. [In English].
- Borgatti, S. P. (2006). Identifying sets of key players in a social network. *Computational & Mathematical Organization Theory*, 12, 21–34. [In English].
- Breiger, R. L. (2004). The Analysis of Social Networks. In M. Hardy & A. Bryman (Eds.), *Handbook of Data Analysis* (pp. 505–526). SAGE Publication. [In English].
- Carrington, J., Wasserman, S., & Roberts, G. (2005). *Models and Methods in Social Network Analysis*. Cambridge University Press. [In English].
- Easley, D., & Kleinberg, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. Cambridge University Press. [In English].
- Jerusalem, M., Hahn, A., Niesing, A., & Heer, A. (2001). *Stress and addiction in the internet: First results of an on-screen-study*. Humboldt-University of Berlin. Andre Hahn. https://www.andre-hahn.de/downloads/pub/2001/2001b_Internetsucht-Reliabilitaet_und_Validitaet_in_der_Online-Forschung.pdf. [In English].
- Lieberman, A., & Schroeder, J. (2020). Two social lives: How differences between online and offline interaction influence social outcomes. *eScholarship*. https://escholarship.org/content/qt94n9w8b9/qt94n9w8b9_noSplash_293949a5e051fffc8e1fdcc9ffc168c4.pdf?t=qdtezb. [In English].
- Martino, F., & Spoto, A. (2006). Social Network Analysis: A brief theoretical review and further perspectives in the study of Information Technology. *Psychology Journal*, 4 (1), 53–86. [In English].
- Mufan, L., & Hancock, J. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *ScienceDirect*. <https://www>.

- sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X19301423?via%3Dihub.
[In English].
- Myers, P. (1996). *Knowledge Management and Organisational Design. 1st Edition*. Routledge. [In English].
- Neuman, W. L. (1997). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (3rd ed.)*. Allyn and Bacon. [In English].
- Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). On Becoming a Pragmatic Researcher: The Importance of Combining Quantitative and Qualitative Research Methodologies. *International Journal of Social Research Methodology*, 10 (5), 375–387. <https://doi.org/10.1080/13645570701401683>. [In English].
- Pinto, R., & Grawitz, M. (1972). *Methods of Social Sciences (translated from French)*. Progress. [In English].
- Robins, G., Pattison, P., & Peng, W. (2008). Closure, connectivity and degree distributions: Exponential random graph (p^*) models for directed social networks. *Social Networks*, 30 (4), 262–276. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2008.03.006>. [In English].
- Scott, J. (2011). Social network analysis developments, advances, and prospects. *Social Network Analysis and Mining*, 1 (1), 21–26. <https://doi.org/10.1007/s13278-010-0001-5>. [In English].

Надійшла до редколегії 10.03.2023