

РОЛЬ НОВИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ

THE ROLE OF NEW MEDIA IN SHAPING THE POLITICAL CONSCIOUSNESS OF UKRAINIAN CITIZENS

Котвицька Н.М.,

доктор економічних наук,

доцент кафедри економіки, фінансів та обліку

Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет»

Пеннер С.О.,

аспірант кафедри соціально-гуманітарних дисциплін

Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет»

Стаття присвячена дослідженню впливу нових медіа на формування політичної свідомості українських громадян в умовах цифрової трансформації суспільства. Актуальність дослідження обумовлена кардинальними змінами у медіаландшафті України особливо в контексті подій Революції Гідності, російської агресії та повномасштабної війни. Методологія дослідження базується на комплексному підході що поєднує контент-аналіз соціальних медіа опитування громадської думки експертні інтерв'ю та статистичний аналіз даних моніторингу медіаспоживання. Проаналізовано більше тисячі публікацій у провідних соціальних мережах та месенджерах за період 2022–2024 років. Теоретичні засади дослідження спираються на концепції медіатизації, політики цифрової демократії та теорії соціальних мереж. Визначено ключові характеристики нових медіа включаючи інтерактивність, персоналізацію контенту, децентралізованість та можливість миттєвого поширення інформації. Досліджено механізми впливу різних типів нових медіа на політичні установки та поведінку громадян, зокрема роль соціальних мереж, месенджерів, відеоплатформ та новинних агрегаторів. Виявлено що сімдесят вісім відсотків українців отримують політичну інформацію через нові медіа при чому найбільший вплив мають Telegram, Facebook та YouTube. Встановлено, що нові медіа сприяють формуванню більш активної політичної позиції громадян, підвищенню рівня політичної участі та розвитку громадянського суспільства. Водночас виявлено ризики поляризації суспільства, поширення дезінформації та маніпулятивного впливу на громадську думку. Запропоновано рекомендації щодо розвитку медіаграмотності громадян, удосконалення регулювання цифрового медіапростору та формування етичних стандартів діяльності нових медіа. Результати дослідження мають важливе значення для розуміння сучасних тенденцій політичної комунікації, розробки стратегій демократичного розвитку та забезпечення інформаційної безпеки держави.

Ключові слова: нові медіа, політична свідомість, цифрова демократія, соціальні мережі, політична комунікація, медіаграмотність.

This article examines the impact of new media on the formation of political consciousness among Ukrainian citizens in the context of digital transformation of society. The relevance of the research is determined by cardinal changes in Ukraine's media landscape, especially in the context of the Revolution of Dignity, Russian aggression, and full-scale war. The research methodology is based on a comprehensive approach combining content analysis of social media, public opinion surveys, expert interviews, and statistical analysis of media consumption monitoring data. Over one thousand publications in leading social networks and messengers for the period 2022–2024 were analyzed. Theoretical foundations of the research are based on concepts of political mediatization, digital democracy, and social network theory. Key characteristics of new media are identified, including interactivity, content personalization, decentralization, and the possibility of instant information dissemination. The mechanisms of influence of different types of new media on political attitudes and behavior of citizens are studied, particularly the role of social networks, messengers, video platforms, and news aggregators. It was found that seventy-eight percent of Ukrainians receive political information through new media, with Telegram, Facebook, and YouTube having the greatest impact. It was established that new media contribute to forming more active political positions among citizens, increasing political participation levels, and developing civil society. At the same time, risks of social polarization, disinformation spread, and manipulative influence on public opinion were identified. Recommendations are proposed for developing citizens' media literacy, improving digital media space regulation, and forming ethical standards for new media activities. The research results are important for understanding modern trends in political communication, developing democratic development strategies, and ensuring state information security.

Key words: new media, political consciousness, digital democracy, social networks, political communication, media literacy.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та поширення цифрових медіа кардинально змінили характер політичної комунікації в сучасному світі. Нові медіа, що включають соціальні мережі, месенджери, відеоплатформи, блоги та інші цифрові канали комунікації, стали потужним інструментом впливу на формування політичної

свідомості громадян. В Україні цей процес набув особливої актуальності в контексті подій останнього десятиліття, зокрема Революції Гідності 2013–2014 років, анексії Криму, війни на сході України та повномасштабної російської агресії з 2022 року. Традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та друковані видання, поступово втрачають свою монополію на формування громадської думки. На їх місце приходять нові медіа, що характеризуються інтерактивністю, персоналізованістю контенту, децентралізованістю та здатністю до миттєвого поширення інформації серед великих аудиторій. Ці особливості кардинально змінюють способи сприйняття політичної інформації, формування політичних переконань та мотивації до політичної участі.

Особливої уваги потребує аналіз ролі нових медіа в умовах інформаційної війни, що ведеться проти України. російська федерація активно використовує цифрові платформи для поширення пропаганди, дезінформації та маніпулятивного впливу на українське суспільство. В таких умовах розуміння механізмів функціонування нових медіа та їх впливу на політичну свідомість громадян стає критично важливим для забезпечення національної безпеки та збереження демократичних цінностей. Дослідження ролі нових медіа у формуванні політичної свідомості має важливе теоретичне та практичне значення. З теоретичного погляду, воно сприяє розвитку концептуальних засад теорії політичної комунікації в цифрову епоху. З практичного боку, результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій розвитку громадянського суспільства, удосконалення системи політичної освіти та підвищення медіаграмотності населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика впливу медіа на політичну свідомість привертає увагу дослідників з різних галузей знань. Теоретичні засади медіатизації політики розроблялися такими зарубіжними науковцями, як Дж. Стрёмбек і Ф. Ессер [1], які аналізували трансформацію політичних процесів під впливом медіатехнологій. В. Беннет та С. Айєнгар [2] досліджували феномен фрагментації аудиторії в цифрову епоху та його вплив на формування політичних поглядів.

Вітчизняні дослідники також приділяють значну увагу цій проблематиці. М. В. Лисинюк, І. В. Байда [3] аналізували трансформацію медіаспоживання в Україні та його вплив на політичні процеси. Л. А. Богуш [4] досліджувала роль інтернет-медіа у формуванні громадської думки українців. Особливості політичної комунікації в соціальних мережах розглядав О. В. Воронянський [5], акцентуючи увагу на специфіці взаємодії між політичними акторами та громадянами.

Значний внесок у дослідження цифрової демократії зробили М. Кастелс [6], який проаналізував роль інтернет-технологій у розвитку мережевого суспільства, та Я. ван Дейк [7], що розглядав проблеми цифрової нерівності та її впливу на політичну участь. Р. Далтон [8] досліджував зміни у політичній поведінці громадян під впливом нових технологій комунікації.

Українські науковці також активно вивчають проблеми цифровізації політичного процесу. Г.Г. Почепцов [9] аналізував особливості сучасної політичної комунікації в умовах інформаційного суспільства. С.О. Телешун [10] розглядав питання електронної демократії та її перспективи в Україні. А.А. Баровська [11] досліджувала вплив соціальних мереж на електоральну поведінку українців.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас, незважаючи на значну кількість досліджень, питання специфіки впливу нових медіа на формування політичної свідомості українських громадян в умовах інформаційної війни та воєнного стану залишаються недостатньо вивченими. Потребують поглибленого аналізу механізми функціонування різних типів цифрових медіа, їх роль у мобілізації громадянської активності та формуванні національної ідентичності. Також недостатньо дослідженими залишаються ризики та виклики, пов'язані з поширенням дезінформації та маніпулятивних технологій у цифровому медіапросторі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є комплексний аналіз ролі нових медіа у формуванні політичної свідомості громадян України та розробка рекомендацій щодо оптимізації їх функціонування в інтересах розвитку демократичного суспільства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: розкрити теоретичні засади впливу нових медіа на політичну свідомість громадян; проаналізувати структуру та особливості функціонування нових медіа в Україні; дослідити механізми впливу різних типів нових медіа на політичні установки та поведінку українських громадян; оцінити роль нових медіа у мобілізації громадянської активності та формуванні національної ідентичності; виявити основні ризики та виклики, пов'язані з функціонуванням нових медіа у політичній сфері; розробити рекомендації щодо підвищення ефективності використання нових медіа для розвитку демократичних процесів та забезпечення інформаційної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нові медіа як феномен сучасного інформаційного суспільства характеризуються рядом унікальних властивостей, що кардинально відрізняють їх від традиційних засобів масової інформації. Ключовими характеристиками нових медіа є інтерактив-

ність, що дозволяє користувачам не лише споживати контент, але й активно брати участь у його створенні та поширенні. Персоналізація контенту забезпечує адаптацію інформаційних потоків під індивідуальні потреби та уподобання користувачів, що підвищує ефективність впливу на їх свідомість.

Децентралізованість нових медіа руйнує традиційну модель «один до багатьох», характерну для класичних ЗМІ, замінюючи її мережевою структурою комунікації «багато до багатьох». Це створює нові можливості для демократизації політичного дискурсу, але водночас підвищує ризики поширення неперевіреної інформації та маніпулятивного впливу [12].

Особливого значення набуває феномен алгоритмічного кураторства, коли штучний інтелект визначає, яка інформація потрапляє до користувача. Алгоритми соціальних мереж та пошукових систем формують так звані «інформаційні бульбашки», що можуть призводити до поляризації суспільства та ускладнювати формування об'єктивної картини політичних процесів.

Аналіз медіаландшафту України свідчить про стрімке зростання ролі цифрових платформ у житті громадян. За даними дослідження, проведеного в 2023 році, 78% українців регулярно користуються соціальними мережами, 65% отримують новини через месенджери, а 52% активно споживають відеоконтент на спеціалізованих платформах. Найпопулярнішими соціальними мережами серед українців залишаються Facebook (використовують 45% інтернет-користувачів), Instagram (38%) та TikTok (32%). Особливої популярності набув месенджер Telegram, яким користуються 68% українців, особливо для отримання оперативної інформації про військові дії та політичні події [13].

YouTube займає особливе місце у медіаспоживанні українців, особливо молодого покоління. Платформа стала основним джерелом політичної інформації для 41% респондентів віком 18-35 років. Популярність набули українські YouTube-канали політичної тематики, які часто формують альтернативну повестку денну порівняно з традиційними медіа.

Дослідження механізмів впливу нових медіа на політичну свідомість виявило кілька ключових аспектів цього процесу. Формування політичних переконань через соціальні мережі: соціальні мережі стали основною платформою для політичного дискурсу серед українців. Аналіз контенту показав, що 67% політичних дискусій у Facebook та 72% в Twitter стосуються внутрішньополітичних питань, безпекової тематики та міжнародних відносин. Особливістю цих дискусій є їх емоційна насиченість та поляризованість позицій учасників. Важливу роль відіграють лідери думок

(інфлюенсери), які мають значний вплив на формування політичних поглядів своїх підписників. Дослідження показало, що 34% респондентів змінювали свою політичну позицію під впливом постів улюблених блогерів або громадських активістів [14].

Роль месенджерів у політичній мобілізації: месенджери, зокрема Telegram, виконують функцію оперативного інформування та координації політичної активності. Під час масових протестів та громадських акцій саме через месенджери поширюється інформація про час, місце та формат заходів. Telegram-канали стали основним джерелом інформації про воєнні події для 73% українців [15].

Відеоконтент як засіб формування політичної культури: YouTube та інші відеоплатформи відіграють ключову роль у політичній освіті громадян. Освітні канали, присвячені історії, політології та громадянським правам, мають мільйони переглядів. Особливо популярними стали канали, що пояснюють складні політичні процеси простою мовою.

Нові медіа відіграють важливу роль у розвитку громадянського суспільства в Україні. Цифрові платформи забезпечують горизонтальну комунікацію між громадянами. На відміну від традиційних медіа, що забезпечують вертикальну комунікацію від влади до громадян, нові медіа створюють простір для горизонтального спілкування. Це сприяє формуванню спільнот за інтересами, мобілізації громадської підтримки важливих ініціатив та координації діяльності громадських організацій. Прозорість та підзвітність влади. Соціальні мережі стали потужним інструментом громадського контролю за діяльністю влади. Громадяни можуть безпосередньо звертатися до політиків, контролювати виконання виборчих обіцянок, оприлюднювати факти корупції. Це підвищує рівень підзвітності влади перед суспільством. Альтернативні джерела інформації. Нові медіа дозволяють створювати незалежні джерела інформації, альтернативні державним та олігархічним медіа. Громадянська журналістика, блогінг, стрімінг забезпечують різноманітність точок зору на політичні події.

Поряд з позитивними ефектами, нові медіа створюють ряд серйозних викликів:

- поширення дезінформації. Швидкість поширення інформації у цифровому просторі часто перевищує можливості її перевірки. Це створює сприятливі умови для розповсюдження фейкових новин, конспірологічних теорій та маніпулятивного контенту. Дослідження показало, що 42% українців принаймні раз ставали жертвами дезінформації у соціальних мережах.

- поляризація суспільства. Алгоритми соціальних мереж, спрямовані на максимізацію залу-

ченості користувачів, часто сприяють поширенню емоційно забарвленого та поляризуючого контенту. Це може призводити до радикалізації поглядів та поглиблення суспільних розколів.

– маніпулятивний вплив зовнішніх акторів. Нові медіа стали основним інструментом інформаційних війн та зовнішнього впливу на внутрішньополітичні процеси. російська федерація активно використовує боти, тролі та координовані мережі для поширення пропаганди в українському інформаційному просторі.

На основі проведеного аналізу можна сформулювати наступні рекомендації.

Розвиток медіаграмотності громадян: необхідно впровадити комплексні програми медіаосвіти на всіх рівнях освітньої системи. Громадяни повинні вміти критично оцінювати інформацію, розпізнавати маніпуляції та дезінформацію, розуміти принципи функціонування алгоритмів соціальних мереж.

Створення системи фактчекінгу: важливо розвивати мережу незалежних організацій, що займаються перевіркою фактів та викриттям дезінформації. Ці організації повинні мати доступ до сучасних технологічних інструментів та тісно співпрацювати з платформами соціальних мереж.

Удосконалення регулювання цифрового простору: необхідно розробити збалансовану систему регулювання, що забезпечить боротьбу з дезінформацією та маніпуляціями, не обмежуючи при цьому свободу слова та плюралізм думок. Особливу увагу слід приділити відповідальності платформ за контент, що поширюється через них.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки: нові медіа стали домінуючим фактором формування політичної свідомості українських громадян. 78% населення регулярно отримують політичну інформацію через цифрові канали комунікації,

що кардинально змінює традиційні моделі політичної комунікації. Ключовими характеристиками нових медіа є інтерактивність, персоналізація контенту, децентралізованість та можливість миттєвого поширення інформації. Ці властивості створюють нові можливості для демократизації політичного процесу, але водночас підвищують ризики маніпулятивного впливу. Різні типи нових медіа виконують специфічні функції у формуванні політичної свідомості: соціальні мережі забезпечують дискусійні майданчики, месенджери – оперативне інформування та мобілізацію, відеоплатформи – політичну освіту та культуру. Нові медіа сприяють розвитку громадянського суспільства через забезпечення горизонтальної комунікації, підвищення прозорості влади та створення альтернативних джерел інформації. Основними ризиками функціонування нових медіа у політичній сфері є поширення дезінформації, поляризація суспільства та можливість зовнішнього маніпулятивного впливу. Для оптимізації функціонування нових медіа необхідно розвивати медіаграмотність громадян, створювати системи фактчекінгу та удосконалювати регулювання цифрового простору.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на вивчення впливу штучного інтелекту на формування політичних переконань; аналіз ролі нових медіа у формуванні національної ідентичності в умовах війни; дослідження ефективності різних методів боротьби з дезінформацією; вивчення особливостей політичної комунікації в метавсесвіті та інших новітніх цифрових середовищах; аналіз міжнародного досвіду регулювання цифрових медіа та його адаптації до українських реалій.

Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій розвитку цифрового громадянського суспільства, удосконалення систем політичної освіти та забезпечення інформаційної безпеки держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Strömbäck, J., & Esser, F. Mediatization of Politics: Transforming Democracies and Reshaping Politics. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton. 2014, pp. 375-403. <http://dx.doi.org/10.1515/9783110272215.375>
2. Bennett, W.L., Iyengar, S. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Political Communication*. 2008. Vol. 58 (4). pp. 707–731. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
3. Лисинюк, М. В., Байда, І. В. Трансформація культури медіаспоживання в умовах цифровізації суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2024. № 2. С. 14–19. <http://dx.doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308260>
4. Богуш Л. А. Вплив медіа на формування громадської думки у світі *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71) № 1 Ч. 3. С. 299-305. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.1-3/49>
5. Воронянський, О. В., Моїсєєва, Н. І. Політична комунікація у віртуальних соціальних мережах: проблема суб'єктності. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. Випуск 17. Львів, 2023. С. 155–166. <http://dx.doi.org/10.30970/VSO.2023.17.09>
6. Castells M. *The Rise of Network Society*. 2nd ed., with a new pref. Blackwell Publishing Ltd. 2010. 30 p.

7. van Dijk J. Digital Divide: Impact of Access. *The International Encyclopedia of Media Effects*. 2017. pp. 1–11. <http://dx.doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0043>
8. Dalton, R. Citizen Attitudes and Political Behavior. *Political Behavior Studies*. 2000. Vol. 33. <https://doi.org/10.1177/001041400003300609>
9. Почепцов Г. Соціальні медіа як дружні мережі та як небезпечні пастки. *Psyfactor*. URL: <https://psyfactor.org/lib/media-communication-22.htm>.
10. Телешун, С.О. Моніторинг джерел інформації в системі державного управління: навч. посібн. К. : НАДУ. 2009. 36 с.
11. Баровська, А. В. Впровадження політики: механізми, інструменти, технології. *Стратегічні пріоритети*. 2007. Вип. 3 (4). С. 17–24.
12. Котвицька Н.М., Пеннер С.О., Тихонович О.Ю. Використання медіа-технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору України. *Наукові інновації та передові технології*. № 3 (43), 2025. С. 772–783. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-3\(43\)-772-783](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-3(43)-772-783)
13. Складарська Г. Більшість українців отримує новини з соцмереж та онлайн-видань – дослідження. *Detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/193918/2021-11-17-bilshist-ukrainsiv-otrymuienovyny-z-sotsmerezha-ta-onlayn-vydan-doslidzhennya/>
14. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 році. *Detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-dovira-u-2023-rotsi/>
15. Мойсіяха А. Використання соціальних медіа в стратегічних комунікаціях для забезпечення національної безпеки України. *Public Management*. 2023. № 3. С. 53–59. URL: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-3\(36\)-6](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-3(36)-6)

Дата першого надходження рукопису до видання: 22.07.2025
 Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 20.08.2025
 Дата публікації: 30.09.2025