

Алейник Віталій Геннадійович

аспірант кафедри соціології та політології

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ORCID: 0000-0001-5319-7212

Чинники зростання ролі засобів масової комунікації як інструменту формування політичної свідомості в сучасному світі

Анотація. Стаття присвячена дослідженню чинників зростання впливу засобів масової комунікації (ЗМК) на формування політичної свідомості в сучасному суспільстві. В умовах глобалізації та цифровізації ЗМК стали ключовим інструментом впливу на громадську думку, формування політичних уподобань, а також мобілізації тієї чи іншої соціально-політичної активності. У роботі аналізуються ключові технологічні, соціокультурні, політичні та економічні чинники, що прямо чи опосередковано визначають вплив ЗМК на політичні процеси та суспільну свідомість. Особлива увага приділяється ролі алгоритмів у відборі та подачі інформації, що включає вплив зовнішніх чинників на зміст контенту, а також викликам, пов'язаним із поширенням дезінформації та маніпулятивних технологій. У статті також досліджено феномен медіатизації політики та самореференції ЗМК, що призводять до формування специфічного публічного простору та змін у політичній комунікації. Аналізуються проблеми глобального медіавпливу, який має тенденцію до уніфікації інформаційних потоків та стирання культурних і політичних відмінностей між країнами. Висновки підкреслюють важливість забезпечення прозорості, незалежності та різноманітності ЗМК для підтримки демократичних процесів, зміцнення громадянського суспільства та запобігання інформаційним маніпуляціям у сучасному світі.

Ключові слова: засоби масової комунікації; політична свідомість; медіатизація політики; вплив ЗМК на політичну свідомість; формування громадської думки; медіавплив; соціальні мережі.

Актуальність теми. У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової комунікації (ЗМК) є одним із ключових інструментів формування політичної свідомості громадян. Із всебічним розвитком ІТ-технологій і поступовим розширенням можливостей інтернет-комунікацій, сучасні медіа суттєво змінилися, збільшивши свій вплив на електоральні настрої громадськості, спектр оцінок і трактувань суспільними групами зовнішньополітичних подій у загальносвітовому контексті, перебіг політичних процесів всередині держав і суспільні настрої щодо шляхів державного будівництва й векторів розвитку в цілому. Популярні соціальні мережі, месенджери, платформи для розміщення відеоматеріалів, новинні портали (локального, регіонального, загальнодержавного й світового рівня) та інші онлайн-інструменти дозволяють миттєво передавати інформацію, формувати громадську думку та ставлення до політично значущих подій і мобілізувати (або нівелювати чи змінити напрям розвитку) ту чи іншу політичну активність.

Зростання ролі ЗМК супроводжується низкою викликів, які потребують детального аналізу й вивчення. По-перше, технологічні інновації сприяють швидкому поширенню інформації, але також створюють умови та відповідне онлайн-середовище для кампаній із дезінформації та різноманітних маніпуляцій. По-друге, глобалізація медіапростору веде до певного рівня уніфікації інформаційних потоків, що може призвести до втрати політичної самобутності чи нехтування позиціями й поглядами менш численних соціальних груп. По-третє, збільшення політичної активності через медіаплатформи не завжди супроводжується підвищенням якості політичного дискурсу, що часто призводить до поляризації суспільства й унеможливлення конструктивного соціального діалогу щодо найбільш значущих питань у сфері соціально-політичних трансформацій, державного будівництва, зовнішньої політики тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження ролі засобів масової комунікації (ЗМК) у формуванні політичної свідомості привертає пильну увагу як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Численні наукові публікації висвітлюють різноманітні аспекти медіавпливу на різні рівні політичної свідомості та політичні процеси загалом. Так, Ю. Главацька акцентує увагу на медіатизації політики, яка змінює природу політичної комунікації та перетворює ЗМК на невіддільний елемент політичного процесу [7]. Н. Горбенко досліджує здатність ЗМК формувати суспільну свідомість шляхом відбору та інтерпретації інформації, а також аналізує феномен постправди, який набуває все більшого поширення в сучасному світі [8], [17]. І. Костира у своїх роботах розглядає вплив медіа на політичну участь та

електоральні вподобання, вказуючи на їх ключову роль у сучасних політичних кампаніях [13]. Безумовно, вагомий внесок у досліджувану проблематику зроблено такими дослідниками як Г. Лассвел, М. Маклуен, У. Ліппман, Е. Ноель-Нойман, Д. Мак-Квейл і багатьма іншими. Однак більшість політологічних досліджень у цій площині зосереджується переважно на методах, інструментах і характері впливу ЗМК, не приділяючи достатньої уваги саме чинникам, котрі сприяють зростанню їхньої ролі. У сучасному глобалізованому світі такі чинники як технологічні інновації, економічні кризи й еволюційні зміни та соціокультурні трансформації поряд із суто політичними аспектами залишаються недостатньо систематизованими. В цій статті робиться спроба заповнити цю прогалину, акцентуючи увагу на ключових аспектах, які зумовлюють посилення впливу ЗМК на політичну свідомість у сучасному світі.

Таким чином, дане дослідження спрямоване на систематизацію цих чинників і розкриття їхнього впливу на посилення ролі ЗМК як інструменту формування політичної свідомості.

Метою цієї статті є виявлення та систематизація основних чинників, що сприяють зростанню ролі засобів масової комунікації у формуванні політичної свідомості суспільства. Ця наукова розвідка є складовою частиною дослідження, спрямованого на аналіз сучасних тенденцій і викликів, пов'язаних із впливом ЗМК на політичну свідомість і наявний в соціумі дискурс в цілому, з метою розробки теоретичних засад для подальшого глибокого вивчення цієї суспільно значущої проблематики.

Викладення основного матеріалу. Перед початком аналізу ключових чинників, варто уточнити термінологію. Терміни «засоби масової інформації», «засоби масової комунікації» та «медіа» у вітчизняному політологічному дискурсі переважно використовуються як взаємозамінні, проте в контексті цього дослідження базовим поняттям обрано «засоби масової комунікації». Це поняття вибрано через його ширший змістовний вимір: воно охоплює не лише засоби поширення інформації, а й засоби взаємодії та обміну даними між великими групами людей, включаючи технології, що сприяють соціальній взаємодії і діалогу, зокрема соціальні мережі й інші платформи онлайн-комунікації. В той час як термін «медіа» може сприйматися як зосереджений на діяльності конкретних веб-видань або телевізійних каналів, а «засоби масової інформації» – як орієнтований на інструменти виключно передавання того чи іншого новинного чи аналітичного контенту великим групам людей, поняття «засоби масової комунікації» більш повно відображає інтегративну роль вказаних вище інструментів у формуванні політичної культури та політичної свідомості як її ключової складової.

Важливість і актуальність дослідження чинників зростання ролі засобів масової комунікації (ЗМК) як інструменту формування політичної свідомості в сучасному світі є беззаперечною з огляду на виділені нижче ключові аспекти.

По-перше, варто виділити перманентність трансформаційних процесів у сучасному медіаландшафті. Такі фактори як цифровізація, повсякчасне використання соціальних мереж у приватному й державному житті та стрімкий розвиток нових інформаційних технологій призвели до фундаментальних змін у способах пошуку, споживання та поширення інформації. Це суттєво вплинуло на механізми формування політичної свідомості громадян, надаючи ЗМК безпрецедентні можливості впливу для пропаганди й конструювання тієї чи іншої форми сприйняття реальності.

По-друге, спостерігається поглиблення процесів політизації інформаційного простору. Сучасні ЗМК все частіше стають майданчиком для політичних протистоянь, де інформація (а саме форма її подачі кінцевому споживачу) часто використовується як інструмент маніпуляції та пропаганди. Це актуалізує дослідження механізмів впливу ЗМК на формування політичних поглядів і переконань різних суспільств, соціальних груп і безпосередньо індивідів.

По-третє, необхідно звернути увагу на проблему зростання поляризації політичних поглядів і настроїв, яка становить серйозний конфліктогенний фактор у сучасному суспільстві. Збільшення обсягів новинного, аналітичного та пропагандистського контенту, що поширюється засобами масової комунікації, в поєднанні з нерівномірним розвитком медіаграмотності та навичок критичного мислення серед різних соціальних груп, створює сприятливі умови для маніпулятивного впливу та посилення поляризації суспільства за різними ознаками.

По-четверте, важливим аспектом є вплив ЗМК на політичну участь. ЗМК не лише формують політичну свідомість, але й опосередковано впливають на рівень політичної активності громадян. Дослідження цих взаємозв'язків має дозволити краще зрозуміти чинники, що стимулюють або гальмують політичну участь і активність.

По-п'яте, на тлі російсько-української війни, перманентного воєнного конфлікту в близькосхідному регіоні, загрози збройного протистояння між КНДР і Республікою Корея тощо ще більшої актуальності набувають виклики інформаційної безпеки. Поширення фейкових або неактуальних новин, дезінформації та проведення кібератак на вразливі об'єкти може ставити під загрозу демократичні процеси та національну безпеку сучасних держав. Дослідження ролі ЗМК у цьому контексті є важливим для розробки ефективних стратегій протидії цим загрозам.

По-шосте, не втрачає актуальності й такий чинник як глобалізація й масштабний транснаціональний вплив на внутрішні політичні та економічні процеси держав, що розвиваються. Оскільки ЗМК все частіше виходять за межі національних кордонів, формуючи глобальний інформаційний простір, це актуалізує дослідження транснаціональних медіамереж та їх впливу на політичну свідомість суспільств у різних країнах.

Тому дослідження чинників зростання ролі ЗМК як інструменту формування політичної свідомості має не лише теоретичну, але й практичну значущість для сталого розвитку демократії, зміцнення громадянського суспільства й забезпечення інформаційної безпеки.

На нашу думку доречним буде виділення таких груп чинників зростання ролі ЗМК як інструменту формування політичної свідомості в сучасному світі: технологічні, соціокультурні, політичні, економічні.

Для початку необхідно виділити ключові технологічні чинники, які впливають на зростання значення ЗМК у формуванні політичної свідомості суспільства. Серед них можна виокремити розширення доступу до різноманітних медіаресурсів, підвищення значущості інтернет-простору та соціальних мереж як платформ для обміну думками щодо важливих соціально-політичних подій, а також постійний розвиток технологій і методів, що спрямовані на вплив на певні аудиторії [1, с. 20].

До ключових тенденцій у розвитку ЗМК та їхнього впливу на формування політичної свідомості в сучасному світі належить зростання кількості користувачів соціальних мереж. За даними агентства We Are Social, у звіті «Digital 2024: 5 billion social media users» повідомляється про збільшення кількості користувачів соціальних мереж на 5,6 % у 2023 році. Зокрема, протягом 2023 року 266 мільйонів людей вперше почали використовувати соціальні мережі. Таким чином, загальна кількість активних користувачів цих платформ перевищила 5 мільярдів осіб [2].

Соціальні мережі стають все більш популярними серед широких верств населення. Важливою особливістю їхнього впливу на формування політичної свідомості є те, що інформація про значущі соціально-політичні події надходить не лише від офіційних акаунтів державних установ або політичних партій, але також від сторінок знайомих, а також численних оглядачів і блогерів, які мають різний рівень компетентності у висвітлюваних темах. Не варто забувати й про згубний вплив так званих «ботоферм», які передусім діють в інтересах свого замовника. Тому інформація може бути інтерпретована комунікатором у конкретному руслі, спотворена й максимально суб'єктивна. З цього випливає, що вплив соцмереж на політичну свідомість суспільства є складним і неоднозначним. З одного боку, соціальні мережі забезпечують швидкий і зручний доступ до актуальної інформації, що може стимулювати залучення громадян до різних форм соціально-політичної активності. З іншого боку, вони можуть посилювати поляризацію суспільних настроїв і сприяти поширенню неправдивих або спотворених даних, що негативно впливає на процеси ефективного держуправління та дотримання демократичних норм у сучасних країнах.

Це явище стало особливо помітним у контексті виборів Президента США у 2016 році, коли маніпуляції через ботоферми та суперботи були активно використані для впливу на громадську думку. Цей період ознаменував початок активного обговорення феномену постправди – ситуації, коли емоції та особисті переконання впливають на формування політичної свідомості сильніше, ніж об'єктивні факти.

Дослідниця Н. Горбенко з цього приводу зазначає, що термін постправда став популярним через те, що незважаючи на об'єктивні факти, докази, і завдяки популістським заявам, емоційному тиску й дезінформації на виборах Президента США переміг Дональд Трамп, а британці проголосували за вихід зі складу Євросоюзу [17, с. 23].

Однією з ключових тенденцій сучасного інформаційного суспільства також є безперервне збільшення використання смартфонів, що має суттєвий вплив на доступність і поширення інформації. Згідно з дослідженням «Must-Know Mobile Phone Users Statistics» (жовтень 2021 року), у світі було зареєстровано 4,95 мільярда унікальних користувачів мобільного зв'язку. На той час мобільні телефони мали 53,4 % населення, а за прогнозами, до 2025 року цей показник може зрости до 79,6 % [3]. Інше дослідження, «How Many People Own Smartphones?», прогнозує, що кількість користувачів смартфонів може досягти 7,1 мільярда до кінця 2024 року [4].

Водночас, важливо зауважити, що не всі користувачі мобільних телефонів мають смартфони, які надають ширший доступ до інтернету та різноманітних веб-сервісів. 5,68 мільярда унікальних людей користувалися мобільними телефонами на кінець червня 2024 року, а це означає, що 70 % населення світу тепер можна вважати мобільними користувачами. Безпосередньо на смартфони зараз припадає понад 85 % мобільних телефонів, що використовуються в усьому світі [18].

Смартфони, безперечно, надають людям можливість постійно отримувати соціально та політично важливу інформацію. Якщо раніше час для перегляду та аналізу новин був чітко визначений у розпорядку дня (наприклад, ранкові та вечірні телевізійні випуски новин або читання друкованих видань у вільний час), то сьогодні спостерігається безперервний доступ до новинних стрічок у режимі 24/7. Це призводить до того, що різноманітна інформація про внутрішньополітичні та міжнародні події, збройні

конфлікти та громадську думку щодо важливих питань займає дедалі більше місця в увазі реципієнтів, що варто розглядати як значущий чинник політичної соціалізації та формування політичної свідомості [1, с. 22].

Подальше розширення доступу до інтернету та диджитал-простору суттєво вплинуло на доступність інформації для людей по всьому світу. Завдяки використанню комп'ютерів, мобільних телефонів і планшетів користувачі мають можливість отримувати доступ до новин, статей, блогів, відеотрансляцій та інших джерел інформації з будь-якої точки світу майже безперервно. Це значно збільшило можливості людей щодо отримання інформації та посилило їхню потенційну участь у громадському й політичному житті [1, с. 22].

Згідно з дослідженням «Number of internet and social media users worldwide as of January 2024», у 2023 році кількість веб-користувачів у світі сягнула 5,3 мільярда, що складає приблизно дві третини світового населення. Станом на січень 2024 року кількість користувачів інтернету зросла до 5,35 мільярда, що становить 66,2 % населення планети. З цієї кількості 5,04 мільярда людей, або 62,3 % населення світу, також користуються соціальними мережами [5]. Для порівняння, у 2020 році інтернет використовували понад 4,5 мільярда осіб, що становило приблизно 60 % населення світу [6].

Варто усвідомлювати, що поширення Інтернету має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, ця світова мережа слугує потужним інструментом для поширення актуальної інформації, сприяє демократизації суспільства, плюралізму думок щодо важливих політичних і соціальних питань, а також залучає людей до суспільно-політичного життя. З іншого боку, вона може сприяти поширенню дезінформації, фейків, пропаганди і слугувати платформою для проведення інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), що особливо актуально для країн, які перебувають у стані війни або ризикують бути залученими до гібридних конфліктів і масштабних воєнних дій [1, с. 23].

Перелічені вище технологічні чинники не є вичерпними й потребують подальшого наукового дослідження. Зокрема, варто звернути увагу на такі фактори, як зростання ролі алгоритмів у відборі та подачі інформації. Дослідження, проведені такими організаціями, як Pew Research Center, Sprout Social та Knight First Amendment Institute, показують, що багато вебсайтів і соціальних медіа, зокрема Facebook, Instagram, TikTok та YouTube, використовують складні алгоритми для визначення того, яку інформацію показувати своїм користувачам. Ці алгоритми враховують поведінкові фактори, історію взаємодій, демографічні дані та популярність контенту, тим самим суттєво впливаючи на формування політичних настроїв і електоральних вподобань громадян. Так, наведений у популярному виданні «POLITICO» приклад тиску з боку адміністрації Джозефа Байдена на Meta під час пандемії COVID-19, що призвів до цензурування контенту, свідчить про можливості зовнішнього впливу на алгоритми [16]. Отже, маємо виходити з того, що можливість медіаресурсів коригувати подачу інформації та впливати на політичну свідомість громадян у тому чи іншому векторі є досить суттєвою. Такий випадок демонструє необхідність більш ретельного дослідження взаємодії між алгоритмами подачі контенту й донесення інформації та політичними чинниками, щоб запобігти маніпуляціям інформаційним простором у майбутньому.

Потрібно звернути увагу також на приховані особливості ранжування сайтів у результатах пошукових запитів, які користувачі вводять у популярних пошукових системах, таких як Google або Bing. Важливим є й всебічний технологічний розвиток медіаіндустрії, де сучасні медіакомпанії прагнуть задовольнити інтереси широкої аудиторії, охоплюючи все більші території та збільшуючи свою аудиторію на глобальному рівні. Крім того, варто підкреслити зростання блогосфери, яка стала одним із найважливіших каналів комунікації, де вебкористувачі активно обмінюються інформацією, думками, ідеями та новинами, що суттєво впливає на формування політичних уподобань і поширення певних наративів [1, с. 24].

Окрім технологічних інновацій і процесів, котрі супроводжуються їх впровадженням у життєдіяльність суспільств, суттєвий вплив на зростання ролі ЗМК у формуванні політичної свідомості мають соціокультурні чинники. Трансформація моделей споживання інформації, поступова медіатизація політики як окремого пласту медіатизованого простору, посилення ролі соціальних мереж, зміна ролі громадян у політичному процесі та глобалізація й транснаціональний вплив – це лише деякі з аспектів, які необхідно враховувати при аналізі взаємодії ЗМК та політичної свідомості суспільства. Варто детальніше розглянути ці та інші соціокультурні чинники й оцінити їхній вплив на формування політичних поглядів і поведінку індивідів і суспільств і цілому.

Сучасні соціокультурні чинники вказують на кардинальні зміни в моделях споживання й поширення інформації, що суттєво впливають на формування політичної свідомості. Перехід від традиційних медіа до цифрових платформ призвів до зміни способів отримання, оцінки та обробки інформації індивідами. Традиційні ЗМК, такі як друковані видання та телебачення, поступаються місцем веб-ресурсам, соцмережам, блогам і відеоплатформам, які забезпечують миттєвий доступ до інформації. Звичною стала ситуація, в якій сучасний індивід через інформацію проникає в різноманітні культурні середовища,

політичні й соціальні структури, які безпосередньо його не стосуються та часто є далекими й недосяжними.

Наразі в науковому дискурсі активно обговорюються проблеми, спричинені цими змінами: перетворення інформації на глобальний ресурс, трансформація соціального та культурного середовища, а також зростання відчуженості індивіда в інформаційному суспільстві. Важливо усвідомлювати, що інформаційні технології мають не лише позитивні, але й негативні наслідки.

Дослідник І. Олефір вказує на те, що одним із негативних аспектів інформатизації є використання інформації як інструменту маніпулювання суспільством. Можливість вільного доступу до інформації залежить не лише від технічних ресурсів суспільства, але й від політичних уподобань державного керівництва. Прикладом цього може слугувати поступове обмеження доступу громадян РФ до відеоплатформи YouTube. Тому зміни, що відбуваються в суспільстві під впливом інформаційного середовища, призводять до трансформацій як у сфері праці та комунікацій, так і в структурі виробничих відносин [10]. Такі зміни, безумовно, торкаються і політичної сфери.

Постійний потік інформації призводить до того, що користувачі швидко перемикаються між темами, споживаючи новини та аналітичні матеріали фрагментарно. Це ускладнює глибоке розуміння актуальних політичних процесів і сприяє поширенню спрощених ідеологічних наративів і стереотипованих суджень.

Також можна говорити про появу нових форм політичної комунікації. Соцмережі, відеопортили й месенджери дозволяють громадянам не лише виступати в ролі реципієнтів, а й активно брати участь у створенні та поширенні політично значущої інформації. Це призводить до розширення можливостей для громадянської участі, але водночас підвищує ризик поширення дезінформації й різноманітних маніпуляцій.

Не можна не підкреслити й зростання популярності відео, інфографік, мемів та інших форм візуального контенту, які швидше сприймаються і ширше охоплюють аудиторію. Це змінює способи передачі та інтерпретації політичної інформації, роблячи її більш доступною, але нерідко занадто поверхневою.

Має місце й зростання ролі емоцій у реєції політично значущої інформації. Важливо розуміти також, що інформація, яка викликає емоційний відгук, має більший шанс бути поширеною та засвоєною. Це може зміщувати акцент із раціональних аргументів на емоційно насичені повідомлення, що може як сприяти об'єднанню суспільства навколо певної мети, так і посилити поляризацію суспільних настроїв. Так, вміло використовуючи емоційне навантаження, ЗМК можуть відчутно впливати на інтерпретацію громадянами конкретних подій, ставлення до певних політичних суб'єктів і політичних рішень. Через використання емоційно насичених образів, історій, музики й інших інструментів, ЗМК можуть викликати у глядача відповідну реакцію – від співчуття й згуртованості до гніву, страху чи апатії [11, с. 209].

Крім змін у споживанні інформації, важливим соціокультурним чинником, що впливає на формування політичної свідомості, є феномен медіатизації політики. Цей процес характеризується проникненням медіалогіки в усі сфери політичного життя, що призводить до змін у політичній комунікації, прийнятті політики громадськістю та поведінці політичних акторів.

Дослідниця Ю. Главацька зазначає, що медіатизований простір являє собою будь-який тип соціального простору, який передбачає використання медіа або зазнає їхнього значного впливу. Це середовище поширення медіатехнологій, що змінюють природу й конфігурацію самих просторів. Медіатизація охоплює різні аспекти життя, такі як публічний і приватний простір, політика, релігія, трудова діяльність, відпочинок і дозвілля [7].

Феномен медіатизації політики описує процес, у якому політичні процеси та комунікація стають все більш залежними від медіа, що призводить до зміни традиційних механізмів політичної взаємодії. Медіа не лише передають політичну інформацію, але й активно формують порядок денний, впливаючи на те, які питання стають важливими для громадськості. Політики змушені адаптуватися до нових умов, де успіх залежить не лише від політичних навичок, але й від здатності ефективно комунікувати через медіа.

Медіатизація виникла як наслідок розвитку інформаційно-комунікативних технологій і стала однією з провідних тенденцій у сучасному суспільстві. В контексті політики медіатизація проявляється у зростанні впливу медіаплощини на політичні процеси та діяльність політичних акторів.

Згідно з думкою дослідниці Н. Горбенко, сучасні правила медіалогіки змінюють елементи політичної логіки, надаючи їм нові значення, що виникають із власних законів медіа. Медіатизація спричиняє «колонізацію» політичної логіки медійною, роблячи політичну сферу дедалі більше залежною від того, наскільки широко та в якому саме ракурсі її учасники й події відображаються та інтерпретуються в засобах масової комунікації [8].

За твердженням цієї дослідниці, феномен медіатизації створює не лише медіатизоване суспільство, але й особливий публічний простір. Зазвичай певне явище, незалежно від його масштабу, стає значущим лише тоді, коли потрапляє у фокус уваги засобів масової комунікації, набуваючи суспільного значення. І навпаки, навіть великі події можуть залишитися непоміченими, якщо не будуть висвітлені

медіамайданчиками, котрі не лише інформують про події, але й активно формують порядок денний, вибираючи та ранжуючи питання відповідно до їхньої значущості [8].

Варто пам'ятати, що система масмедіа є самореферентною. Феномен самореферентності в сучасних соціальних системах означає посилення на саму себе, на специфічні внутрішні операції. Таким чином, система сприймає не об'єктивну незалежну реальність, а лише свої реакції на зовнішні стимули. Це може призводити до того, що засоби масової комунікації стають замкненими на власній самореферентності [9].

Таким чином, ЗМК є важливим елементом політичної системи суспільства, який має здатність конструювати певну соціально-політичну реальність, не застосовуючи примус або економічний тиск, тобто суто комунікативними засобами. Сучасні засоби масової комунікації в політичній реальності мають задавати простір вибору між альтернативними напрямками суспільного розвитку.

Окрім соціокультурних процесів, що детермінуються змінами в моделях споживання інформації, відчуженням громадськості або навпаки посиленням ролі громадян у політичному процесі, а також медіатизацією політики, не можна нехтувати й глобальними тенденціями, які суттєво впливають на формування політичної свідомості в сучасному світі. Глобалізація та укріплення трендів до посилення транснаціональних зв'язків призводять до формування глобального інформаційного простору, де національні кордони подекуди стають все більш умовними. Це відкриває нові можливості для поширення ідей та впливу на політичні процеси в різних країнах, але водночас створює нові виклики та ризики.

У сучасному світі, який останні десятиліття характеризувався стрімкою глобалізацією, засоби масової комунікації відіграють ключову роль у формуванні транснаціональних інформаційних потоків, які перетинають національні кордони та впливають на політичну свідомість громадян у різних країнах. Цей процес, безперечно, має як позитивні, так і негативні наслідки для формування політичної свідомості й демократичних процесів.

Канадський філософ М. Маклуен висловив ідею, що електронні масмедіа об'єднують світ у «глобальне село», де люди з різних куточків планети споживають однаковий медіаконтент. Ця концепція підкреслює ключову роль сучасних ЗМК у формуванні політичної свідомості в умовах глобалізації. Завдяки миттєвому обміну інформацією та ідеями, ЗМК сприяють формуванню спільного інформаційного простору, що впливає на політичні погляди та установки людей у всьому світі. Це створює як можливості для транснаціональної співпраці та порозуміння, так і виклики, пов'язані з поширенням дезінформації та маніпуляцій у глобальному масштабі [12, с 36]. Тому, попри важливість наведеної вище концепції М. Маклуена, що підкреслює інтегративну роль ЗМК в сучасному світі, необхідно враховувати виклики, пов'язані зі світовою небезпекою та наявним станом системи міжнародних відносин.

Сучасний глобалізований інформаційний простір часто сприяє не інтеграції та гармонізації відносин у глобальному світі, а посиленню міжнародних конфліктів і напруженості. Замість взаєморозуміння, ЗМК нерідко стають інструментом інформаційних війн, маніпуляцій і пропаганди. У контексті таких глобальних криз, як російсько-українська війна, конфлікти на Близькому Сході, напруженість на Корейському півострові, а також інших значущих геополітичних протистоянь, наведена концепція вимагає перегляду з урахуванням сучасних політичних реалій.

Глобальні кризи, такі як російсько-українська війна, конфлікт між Ізраїлем і ХАМАС та Хезболою, що підтримуються Іраном, значно трансформували політичні погляди на міжнародному рівні. Війна Ізраїлю проти ХАМАС та Хезболи, котрі ймовірно є частиною проксі-стратегії Ірану, змінила підхід до питань безпеки на Близькому Сході, посилила антагонізм між Ізраїлем та Іраном, і вплинула на позиції багатьох країн, зокрема США та Європи. Їм довелося переглянути свою політику щодо регіону, зосередившись на протидії іранському впливу та діяльності терористичних угруповань.

Крім того, цей конфлікт спричинив поляризацію політичних поглядів всередині багатьох країн. Підтримка різними суспільними групами Ізраїлю чи палестинських угруповань вплинула на політичні позиції урядів та політичних партій, що змушені були враховувати ці погляди у своїй публічній риторичі і відповідно зовнішній політиці.

У свою чергу, російсько-українська війна спричинила серйозні зміни у політичних поглядах і цінностях як в Україні, так і в доктринах і геополітичних концепціях на міжнародному рівні. Вона сприяла посиленню україноцентричних настроїв серед українців, активізації міжнародної підтримки України й перегляду ставлення більшості країн-сусідів України до принципів співіснування з росією в бік поступового набуття власної сили та суб'єктності. ЕС, США, Канада, Великобританія посилили санкції проти РФ, підкресливши свої чинні зовнішньополітичні пріоритети й орієнтації.

Таким чином, глобальні кризи не лише впливають на політичні установки на рівні держав, але й значно трансформують суспільну думку, викликаючи зміну пріоритетів у зовнішній політиці, питаннях безпеки та міжнародної співпраці. Фактично відбуваються зміни на всіх трьох рівнях політичної свідомості, а саме емпірично-буденному (відчуття, настрої, наміри, воля, установки, переконання), політико-ідеологічному (цінності, ідеї, концепції, доктрини, теорії); політико-дієвому.

Безумовно, варто додати, що виникнення й регіональне масштабування представництв транснаціональних медіакомпаній (таких як, наприклад, CNN, BBC, Al Jazeera тощо) призвело до глобального впливу на формування порядку денного в наявних політичних дискусіях. Великі корпорації часто встановлюють стандарти новинного контенту, що впливає на національні медіасистеми і, відповідно, на політичну свідомість громадян.

Також має місце уніфікація політичних і культурних ідеологій під впливом глобальних ЗМК, що може як призводити до зближення політичних поглядів і підходів до вирішення кризових ситуацій у різних країнах, так і стати передумовою появи конфліктів на стиках глобальних трендів і масмаркетинних ідей із національними традиціями та інтересами.

Проведений аналіз технологічних і соціокультурних чинників показав, який потенціал несуть у собі вказані зміни в інформаційному просторі та масштаб впливу медіаресурсів на формування політичної свідомості та культури. Проте важливо врахувати, що поряд із переліченими тенденціями й особливостями життєдіяльності сучасних індивідів і суспільств, є також політичні й економічні чинники, які значно впливають на взаємодію ЗМК і сферу політичну в цілому. Розгляд цих чинників дозволить отримати більш повне уявлення про складність і багатогранність ЗМК як інструменту формування політичної свідомості в сучасному світі.

Аналізуючи політичні чинники, важливо звернути увагу на процес політизації медіа, який відображає все більшу взаємозалежність медіаресурсів з однієї сторони, і політичних еліт і груп впливу з іншої. Політизація медіа проявляється у зростанні ролі політичних питань та виборі безпосередньо ракурсу їх подання в контенті, що формується й поширюється за допомогою ЗМК.

Дослідниця І. Костира підкреслює, що ЗМК відіграють значну роль у сучасних політичних процесах, активно формуючи суспільну свідомість і впливаючи на діяльність політичних лідерів та інститутів. Вони також виступають інструментом політичної боротьби, сприяючи просуванню різних політичних проєктів та ініціатив [13].

Дійсно, політичні сили активно використовують ЗМК як інструмент для впливу на масову свідомість, зокрема під час виборчих кампаній і агітаційних заходів. Активно використовується медіапотенціал і під час воєнних кампаній, що дозволяє мобілізувати суспільства на виконання поставлених керівництвом держав цілей. Хоча можна припустити, що сьогодення характеризується безперервністю виборчого процесу, оскільки агітація чи намагання використовувати ЗМК для формування негативного іміджу своїх опонентів не припиняються навіть після формального завершення електоральних циклів. У сучасних умовах ЗМК стають не просто інструментом донесення інформації, а й ключовим елементом у формуванні політичного іміджу й мобілізації виборців. Проте варто пам'ятати, що ступінь впливу ЗМК на формування політичного порядку денного суттєво залежить від політичного режиму. Авторитарні режими використовують медіаресурс як важливу складову їхньої перманентної легітимації. Країни, що тяжіють до демократичного режиму, намагаються постійно приділяти увагу вибудові прозорих взаємозв'язків із засобами масової комунікації.

Політизація медіа та вплив політичних еліт є одним із найважливіших аспектів, які визначають сучасну роль ЗМК. У багатьох країнах медіа використовуються як знаряддя в боротьбі за політичну владу. Власність на ЗМК, фінансові стимули й тиск у питаннях призначення керівництва часто є характерними рисами у взаємодії медіаресурсів і політичних еліт, що дозволяє останнім формувати інформаційний простір на свою користь.

До схожих висновків приходять і дослідниця Л. Байрачна, коли стверджує, що представники влади різних рівнів активно використовують ЗМК для досягнення своїх цілей, формуючи таким чином символічний капітал влади. Цей капітал стає джерелом розуміння та пояснення сучасних політичних процесів. Довіра населення до влади значною мірою залежить від ефективності використання ЗМК, зокрема через інтерпретацію подій та їх висвітлення у потрібному для влади світлі, що підтверджує доцільність її дій [14].

Одним із основних механізмів впливу політичних еліт на ЗМК є державна політика в сфері медіа. Вона включає регулювання діяльності медіакомпаній, встановлення правил гри на медіаринку, а також визначення меж допустимих висловлювань через законодавство, ліцензування й контроль за дотриманням етичних норм. У деяких країнах, зокрема, це регулювання перетворилося на цензуру або обмеження свободи слова, що суттєво впливає на формування політичної свідомості. Державні ЗМК також часто використовуються для пропаганди й маніпуляції, що потенційно може сформувати деструктивні політичні наративи в суспільстві.

Важливою, безперечно, є також роль ЗМК у політичній конкуренції. Політсили активно використовують ЗМК для просування власних програм, впливу на громадську думку й мобілізації виборців. У виборчих кампаніях ЗМК відіграють вирішальну роль у формуванні іміджу кандидатів і політичних сил, визначаючи їх шанси на успіх. Це підкреслює значення ЗМК як арени боротьби за владу, де кожне повідомлення може мати вирішальний вплив на результати виборів.

У сучасних умовах політичні сили все частіше використовують новітні комунікаційні технології та інструменти, такі як таргетована реклама в соціальних мережах, аналіз великих даних для вивчення електоральних уподобань, створення вірусного контенту та проведення онлайн-кампаній. Це дозволяє їм більш ефективно досягати цільової аудиторії, персоналізувати свої повідомлення та мобілізувати виборців. Водночас, така інтенсивна медіадіяльність може призводити до посилення інформаційного шуму, поширення дезінформації та маніпуляцій, що ускладнює для виборців ухвалення обґрунтованих рішень.

Завдяки своєму впливу на внутрішню політику, ЗМК також відіграють важливу роль у міжнародних відносинах і зовнішній політиці. Медіа активно використовуються для формування міжнародного іміджу держав, просування їх зовнішньополітичних інтересів і впливу на інші країни. У сучасному світі, де інформаційні війни стали невід'ємною складовою глобальної політики, ЗМК стають не лише інструментом комунікації, але й справжньою зброєю в руках керівництва держав.

Отже, розглянувши головні політичні чинники, які впливають на зростання ролі засобів масової комунікації у формуванні політичної свідомості, важливо врахувати і ключові економічні аспекти. Так, економічні чинники відіграють значну роль у визначенні характеру медіапростору, оскільки фінансова залежність ЗМК від рекламодавців, інвесторів і власників медіамайданчиків безпосередньо впливає на їх редакційну політику, зміст контенту й ефективність комунікації з цільовою аудиторією. Визначення найбільш важливих економічних чинників дозволить зрозуміти глибші механізми функціонування ЗМК у сучасному світі й характер потенційного впливу на політичні погляди, настрої та вподобання індивідів, суспільних груп і цілих суспільств.

У сучасному інформаційному суспільстві ЗМК все більше функціонують як комерційні підприємства, що прагнуть до максимізації прибутку. Ця тенденція до комерціалізації має значний вплив на характер медіаконтенту, редакційну політику та, зрештою, на формування політичної свідомості громадян.

Сучасні масмедіа функціонують на підприємницьких засадах, що супроводжується зростанням кількості недержавних ЗМК і посиленням конкуренції між ними. Процеси комерціалізації та орієнтація на отримання фінансових прибутків стають визначальними. Однією з характерних рис професійної діяльності в таких умовах є необхідність чіткої орієнтації на вимоги медіаринку та адаптації виробництва контенту до кон'юнктурних змін, що забезпечує тривалу ефективну взаємодію з аудиторією. Медіакомпанії, які відіграють ключову роль на ринку медіа, створюють інформаційні продукти, що мають значний суспільний вплив, і виробляють різноманітний контент. Для досягнення успіху в сучасних умовах вони мають ретельно аналізувати та враховувати інформаційні потреби своєї аудиторії. Це передбачає мобілізацію ресурсів для розробки продуктів, які будуть затребувані серед кінцевих споживачів, таких як читачі, глядачі, слухачі та користувачі різноманітних вебплатформ. Лише забезпечуючи відповідність контенту ринковим запитам, медіакомпанії можуть підвищити його ринкову вартість і забезпечити собі очікуваний фінансовий прибуток [15]. Отже, загострення конкуренції серед представників масмедіа та інших ЗМК за читача демонструє потребу більш ретельного підходу до задоволення інформаційних потреб цільової аудиторії.

Оскільки більшість ЗМК отримують значну частину своїх доходів від реклами, маємо ситуацію, коли медіакомпанії змушені враховувати інтереси рекламодавців при виборі тем і форми інформації. Це, в свою чергу, може бути однією з причин створення так званих інформаційних бульбашок, всередині яких аудиторія постійно знаходить підкріплення наявних у неї настанов і поглядів стосовно тих чи інших соціально-політичних, а подекуди й геополітичних, проблем. Це також потенційно обмежує глибину й різноманітність політичного дискурсу в суспільстві.

У бажанні привернути увагу нової та не втратити схвалення старої аудиторії, постійно збільшуючи загальну кількість переглядів, ЗМК нерідко вдаються до використання клікбейтних заголовків і подання матеріалів як сенсаційних, що може призводити до спотворення інформації та формування нерелевантного сприйняття політичної реальності. Також результатом такої діяльності може бути суттєве зниження довіри громадян до ЗМК певного регіону чи навіть країни, що безпосередньо впливає на процеси політичної соціалізації особистості та формування її політичних установок, поглядів та інтересів.

Звичайно, деякі ЗМК можуть, співпрацюючи на спонсорських умовах або прагнучи виказати підтримку певній політичній силі або фінансово-промисловій групі, подавати певні події в гіперболізованій формі або навпаки применшити значущість подій, що стосуються конкурентних суб'єктів. Відповідно це може призводити до упередженого висвітлення й трактування наявної політичної реальності й просування інтересів конкретних політичних акторів або політсил.

Одним із важливих аспектів, який не варто недооцінювати, є прихована концентрація власності на популярні медіамайданчики в руках невеликої кількості великих корпорацій. Це може суттєво обмежувати плюралізм думок і призводити до домінування певних політичних нарративів у медіапросторі, що визначаються як корисні та пріоритетні для кінцевих власників таких ЗМК.

Варто зазначити, що глобальні або локальні економічні кризи та рецесії можуть мати руйнівний вплив на сучасну медіаіндустрію. Скорочення рекламних бюджетів і зниження доходів від передплати призводять до фінансових труднощів для медіакомпаній. Це, у свою чергу, може спричинити скорочення штату журналістів і редакторів, закриття редакцій і зменшення обсягів виробництва якісного контенту. У таких умовах журналісти можуть відчувати тиск щодо створення сенсаційних або клікбейтних матеріалів, щоб привернути увагу аудиторії та збільшити доходи від реклами. Це може призвести до зниження якості журналістики та поширення неперевіреної або спотвореної інформації, що негативно впливає на формування політичної свідомості громадян. Крім того, у періоди економічної нестабільності медіаресурси можуть ставати більш залежними від фінансової підтримки з боку держави або великих корпорацій, що може обмежувати їхню незалежність та сприяти поширенню чітко визначених політичних наративів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, в умовах сучасного інформаційного суспільства засоби масової комунікації відіграють важливу роль у формуванні політичної свідомості громадян, що зумовлено комплексом технологічних, соціокультурних, політичних та економічних чинників. Аналіз цих чинників показує, що ЗМК не лише передають інформацію, але й активно формують політичний дискурс, впливаючи на політичну поведінку, електоральні уподобання й політичну участь громадян. Технологічний прогрес, глобалізація й економічні виклики змушують ЗМК постійно адаптуватися, водночас створюючи ризики маніпуляцій і поляризації суспільства. Політична взаємодія з ЗМК стає дедалі складнішою, враховуючи їхню залежність від фінансових ресурсів і тиск з боку політичних еліт. Успішне функціонування ЗМК в демократичному суспільстві вимагає забезпечення плюралізму думок, прозорості власності та підтримки незалежності журналістики, що сприятиме зміцненню демократичних процесів і громадянського суспільства. Особливо важливим є також збереження можливості та заохочення вільного висловлювання індивідами своїх політичних переконань і думок стосовно векторів суспільного розвитку на наявних майданчиках для комунікації.

Список використаної літератури:

1. *Алейник В.* Технологічні чинники зростання ролі ЗМК як фактору формування політичної свідомості в сучасному світі / *В.Алейник* // Ольвійський форум – 2024 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі. Актуальні проблеми соціології, політології, філософії : тези XXI Міжнар. наук. конф., 20–23 черв. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2024. – С. 20–24.
2. Digital 2024: 5 billion social media users by We Are Social agency / Wearesocial [Electronic resource]. – Access mode: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>.
3. Must-Know Mobile Phone Users Statistics by Gitnux company / Gitnux [Electronic resource]. – Access mode: <https://gitnux.org/mobile-phone-users-statistics/>.
4. How Many People Own Smartphones? (2024–2029) / What's the Big Data [Electronic resource]. – Access mode: <https://whatsthebigdata.com/smartphone-stats/>.
5. Number of internet and social media users worldwide as of January 2024 / Statista [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/>.
6. До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж / Укрінформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubrictechnology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitubude-koristuvacami-socmerez.html>.
7. *Главацька Ю.* Класифікація «фейкових» новин у сучасному медіапросторі: синергетичний аспект / *Ю.Главацька* // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Германістика та міжкультурна комунікація. – 2019. – № 1. – С. 275–280. DOI: 10.32999/ksu2663-3426/2019-1-42.
8. *Горбенко Н.* Медіатизація та вплив ЗМІ на порядок денний / *Н.Горбенко* // Актуальні проблеми політики. – 2021. – № 67. – С. 53–60. DOI: 10.32837/APP.V0I67.1150.
9. *Семенець О.* Синергетичні аспекти формування медійних дискурсивних практик. / *О.Семенець* // Нова філологія. – 2018. – № 73. – С. 122–129.
10. *Олефір І.* Індустріальне та інформаційне суспільство: моделі трансформації / *І.Олефір* // Український науковий журнал «Освіта регіону» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://social-science.uu.edu.ua/article/1416>.
11. *Алейник В.* Особливості впливу вітчизняних засобів масової комунікації на політичну свідомість сучасного українського суспільства / *В.Алейник* // Могилянські читання–2023 : досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні : глобальний, національний та регіональний аспекти : тези XXVI Всеукр. наук.-практ. конф., 6–10 листоп. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2023. – С. 208 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1869>.
12. *Яремчук С.* Соціологія масової комунікації : навч. посібник / *С.Яремчук*. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2015. – 248 с.
13. *Костиря І.* Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні / *І.Костиря* // Політичні інститути та процеси : політичний менеджмент. – 2013. – № 1–2. – С. 109–118 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ipend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/kostyria_mediatyzatsia.pdf.

14. Байрачна Л. Засоби масової комунікації як інструмент легітимації державної влади / Л.Байрачна // Інформація і право. – 2015. – № 3 (15). – С. 27–35 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ippi.org.ua/sites/default/files/bayrachna.pdf>.
15. Бравов В. Контент медіаринку України: сучасні фактори впливу / В.Бравов // Теорія і практика преси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2012/JRN/PDF/18.pdf>.
16. Zuckerberg says he regrets caving to White House pressure on content / Politico [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.politico.com/news/2024/08/26/zuckerberg-meta-white-house-pressure-00176399>.
17. Горбенко Н. Постправда як феномен сучасної політики / Н.Горбенко // Education and science of today : intersectoral issues and development of sciences. – 2021. – Vol. 3. – С. 23–27. DOI: 10.36074/logos-19.03.2021.v3.05.
18. Digital 2024 July Global Digital Statshot Report / Datareportal [Electronic resource]. – Access mode: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-july-global-statshot>.

References:

1. Alieinyk, V. (2024), «Tekhnolohichni chynnyky zrostantia roli ZMK yak faktor formuvannia politychnoi svidomosti v suchasnomu sviti», *Olviiskyi forum – 2024 : stratehii krain Prychornomorskoho rehionu v heopolitychnomu prostori. Aktualni problemy sotsiologii, politologii, filosofii*. Materialy Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii, 20–23 chervnia, Mykolaiv, pp. 20–24.
2. *Wearesocial*, «Digital 2024: 5 billion social media users by We Are Social agency», [Online], available at: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
3. *Gitnux*, «Must-Know Mobile Phone Users Statistics by Gitnux company», [Online], available at: <https://web.archive.org/web/20240327125737/https://gitnux.org/mobile-phone-users-statistics/>
4. *What's the Big Data*, «How Many People Own Smartphones? (2024–2029)», [Online], available at: <https://whatsthebigdata.com/smartphone-stats/>
5. *Statista*, «Number of internet and social media users worldwide as of January 2024», [Online], available at: <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/>
6. *Ukrinform*, «Do seredyny roku bilsh yak polovyna naseleння svitu bude korystuvachamy sotsmerezh», [Online], available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naseleння-svitu-bude-korystuvacami-socmerez.html>
7. Hlavatska, Yu. (2019), «Klasyfikatsiia "feikovykh" novyn u suchasnomu mediaprostori: synenerhetychnyi aspekt», *Naikovi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu*, No. 1, pp. 275–280, doi: 10.32999/ksu2663-3426/2019-1-42.
8. Horbenko, N. (2021), «Mediatyzatsiia ta vplyv ZMI na poriadok denni», *Aktualni problemy polityky*, No. 67, pp. 53–60, doi: 10.32837/APP.V0I67.1150.
9. Semenets, O. (2018), «Synenerhetychni aspekty formuvannia mediinykh dyskursyvykh praktyk», *Nova filolohiia*, No. 73, pp. 122–129.
10. Olefir, I. (2024), «Industrialne ta informatsiine suspilstvo: modeli transformatsii», *Ukrainskyi naukovyi zhurnal «Osvita rehionu»*, [Online], available at: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1416/>
11. Alieinyk, V. (2023), «Osoblyvosti vplyvu vitchyznianskykh zasobiv masovoi komunikatsii na politychnu svidomist suchasnoho ukrainskoho suspilstva», *Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, 6–10 lystopada, Mykolaiv, 208 p., [Online], available at: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1869/>
12. Yaremchuk, S. (2015), *Sotsiologiia masovoi komunikatsii: navch. posibnyk*, Chernivetskyi natsionalnyi universytet, 248 p.
13. Kostyria, I. (2013), «Mediatyzatsiia polityky ta polityzatsiia ZMI yak tendentsii politychnoho protsesu v Ukraini», *Politychni instytuty ta protsesy: politychnyi menedzhment*, No. 1–2, pp. 109–118, [Online], available at: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/kostyria_mediatyzatsia.pdf
14. Bairaichna, L. (2015), «Zasoby masovoi komunikatsii yak instrument lehityatsii derzhavnoi vlady», *Informatsiia i pravo*, No. 3 (15), pp. 27–35, [Online], available at: <https://ippi.org.ua/sites/default/files/bayrachna.pdf>
15. Bradov, V. (2012), «Kontent mediarynku Ukrainy: suchasni chynnyky vplyvu», *Teoriia i praktyka presy*, [Online], available at: <https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2012/JRN/PDF/18.pdf>
16. *Politico*, «Zuckerberg says he regrets caving to White House pressure on content», [Online], available at: <https://www.politico.com/news/2024/08/26/zuckerberg-meta-white-house-pressure-00176399>
17. Horbenko, N. (2021), «Postpravda yak fenomen suchasnoi polityky», *Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences*, Vol. 3 – pp. 23–27, doi: 10.36074/logos-19.03.2021.v3.05
18. *Datareportal*, «Digital 2024 July Global Digital Statshot Report», [Online], available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-july-global-statshot>

Alienik V.

Factors of the growing role of mass communication as a tool for shaping political consciousness in the modern world

Abstract. The article is dedicated to the study of the factors contributing to the increasing influence of mass media on the formation of political consciousness in modern society. In the context of globalization and digitalization, mass media have become key instruments in shaping public opinion, political preferences, and mobilizing various forms of socio-political activity. The paper analyzes the key technological, sociocultural, political, and economic factors that directly or indirectly determine the influence of mass media on political processes and societal consciousness. Special attention is given to the role of algorithms in the selection and presentation of information, including the impact of external factors on content, as well as challenges related to the spread of disinformation and manipulative technologies. The article also explores the phenomenon of the mediatization of politics and the self-referential nature of mass media, which contribute to the formation of a specific public space and changes in political communication. The problems of global media influence, which tend to unify information flows and blur cultural and political differences between countries, are also analyzed. The conclusions emphasize the importance of ensuring transparency, independence, and diversity of mass media to support democratic processes, strengthen civil society, and prevent information manipulation in the modern world.

Keywords: Mass media; political consciousness; mediatization of politics; mass media influence on society; shaping public opinion; social media use in politics.

Стаття надійшла до редакції 24.07.2024.