

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

У ХХІ ст. світ пережив серйозні зміни через неспинний розвиток цифрових технологій. Це цифрове відродження не лише змінило спосіб спілкування, роботи та розваг, але й залишило незгладимий слід у світі політики. Загальне значення цифрових технологій у суспільстві, особливо в політичному контексті, дуже різноманітне, впливаючи на всі аспекти управління, участі громадськості та формування політики [1, с. 23].

В умовах цифрової культури медіа-комунікації формують нову реальність, нову ієрархію і нові соціальні стосунки. Комунікативні трансформації обумовлені появою так званої цифрової ідентичності або ідентичностей, які можуть повністю не збігатися з реальною людиною або збігатися лише частково. Великою мірою це спричинено розвитком штучного інтелекту, що стає соціальним актором, який здійснює комунікацію, але не просто фігурує у соціальній структурі, як ми це зазвичай розуміємо [2, с. 39].

Однією з найяскравіших змін, що принесли цифрові технології, стало створення соціальних медіа-платформ, таких як Facebook, Instagram, X (Twitter) та TikTok. Вони створили нові шляхи для спілкування та дозволили користувачам отримувати та поширювати інформацію миттєво, незалежно від географічних обмежень. У результаті традиційні ЗМІ втратили монополію на створення та поширення новин. Сьогодні кожен користувач соціальних медіа може стати «громадянським журналістом» і впливати на глобальні процеси, поширюючи власні думки, новини або відео в режимі реального часу. Цифрові платформи також відіграють важливу роль у створенні майданчиків для залучення громадськості та підтримки громадського участі, забезпечуючи

простір для обміну ідеями, думками та інформацією між громадянами і органами влади [3, с.184].

Ця децентралізація інформації змінила суспільний дискурс, створивши нові можливості для участі різних груп у комунікаційному процесі. Наприклад, рухи на підтримку соціальної справедливості, такі як #MeToo або Black Lives Matter, отримали значну підтримку та розповсюдження через соціальні медіа. Однак із цим також виникають проблеми, зокрема дезінформація та фейкові новини, які можуть швидко поширюватися завдяки віральному контенту, що поширюється користувачами.

Цифрові технології, зокрема алгоритми, що керують соціальними мережами та іншими платформами, змінюють спосіб, яким люди отримують інформацію. Алгоритми використовують дані про попередні уподобання користувачів для створення персоналізованого контенту, який вони будуть бачити. Хоча це покращує користувацький досвід і робить інформаційний потік більш релевантним, виникають проблеми з так званими «інформаційними бульбашками». У таких умовах користувачі отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні вже сформовані погляди, що призводить до поляризації суспільства та зменшення можливості для критичного осмислення різних точок зору.

Ця динаміка впливає на соціальні комунікації, оскільки створює умови для «цифрових племен» – окремих спільнот, які підтримують лише свої переконання і практично не взаємодіють із протилежними точками зору. Політичні дискусії, соціальні питання та навіть міжособистісні відносини можуть постраждати від цього, оскільки відсутність багатостороннього діалогу обмежує можливості для порозуміння та співпраці.

Крім того, змінювати соціальні комунікації певною мірою уже почав штучний інтелект. Інструменти на основі штучного інтелекту, такі як чат-боти, здатні автоматизувати частину комунікацій між організаціями та користувачами. Це знижує навантаження на людські ресурси та забезпечує швидшу відповідь на запити, але разом з тим змінює характер людської

взаємодії. Автоматизовані комунікаційні системи можуть бути менш емпатичними та персоналізованими, що може вплинути на якість спілкування та довіру користувачів до брендів чи організацій.

Крім того, штучний інтелект використовується для аналізу великих масивів даних, що дозволяє ефективніше оцінювати тенденції у суспільних настроях, політичних уподобаннях або споживчих запитах. Це дає можливість як приватним компаніям, так і державним структурам краще розуміти аудиторії та адаптувати свої комунікаційні стратегії. Проте використання таких інструментів викликає етичні питання щодо приватності даних і ризиків маніпуляції.

Розвиток цифрових технологій також викликає серйозні питання щодо приватності та етики. Значні обсяги даних, що збираються про користувачів, стають цінним ресурсом для компаній і держав, проте існує ризик зловживань. Скандали на кшталт Cambridge Analytica, де дані користувачів соціальних мереж використовувалися для політичної маніпуляції, показали вразливість сучасних комунікаційних систем до недоброчесних практик.

Завданням на майбутнє є розробка більш ефективних регуляторних механізмів для захисту прав користувачів і забезпечення прозорості у використанні цифрових технологій. Стандарти цифрової етики повинні враховувати баланс між інноваціями та захистом суспільних інтересів, щоб уникнути зловживань і забезпечити більш безпечне комунікаційне середовище.

Таким чином, можемо стверджувати, що цифрові технології стали невід'ємною частиною сучасних соціальних комунікацій, відкриваючи нові можливості для спілкування, взаємодії та суспільної активності. Водночас вони створюють нові виклики, зокрема стосовно етики, приватності та впливу на суспільний дискурс. Майбутнє соціальних комунікацій залежить від того, як суспільство зможе адаптуватися до нових умов і знайти баланс між інноваціями та захистом фундаментальних прав людини.

Джерела та література:

1. Воронкова В., Кивлюк О., Андрюкайтене Р. Еволюція від активного відповідального громадянства до цифрового в контексті критичного мислення: досвід країн ЄС. *Humanities studies. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University*. 2023. Vol. 91. No 14. P. 23-7.
2. Зражевська Н., Литвиненко О. Комунікативні трансформації як наслідок розвитку сучасних цифрових інтернет-технологій. *Інтегровані комунікації*. 2023. №1 (15). С. 36-41.
3. Стаднійчук Р. Роль цифрових технологій у підвищенні ефективності механізмів реалізації публічної політики управління соціальними конфліктами в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2024. № 1. С.183-188.

Ольга Мізіна

м. Полтава

СТВОРЕННЯ ТА ПІДТРИМКА ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗУ КОМПАНІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРИКМЕТНИКІВ-КОЛЬОРОНАЗВ

Прикметники – потужний інструмент у мові, який дозволяє описувати і оцінювати різноманітні об'єкти, явища, процеси та властивості, Ад'єктиви допомагають зробити мовлення більш точним, виразним і емоційно забарвленим, надаючи більше інформації про предмети, явища, події. Завдяки прикметникам можна не лише класифікувати, а й створювати образи в уяві слухача, глядача, читача, акцентувати увагу на важливих деталях чи відмінностях. У контексті брендингу вони можуть стати справжнім ключем до серця споживача, допомагаючи створити яскравий образ компанії, який надовго запам'ятовується.