РОЛЬ ЛІДЕРІВ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНИХ НАСТРОЇВ

ЖЕРДІЄВА С.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня освіти,
Державний торговельно-економічний університет, Україна
КИЯНИЦЯ Є.,
канд. наук з соц. комунік., доц.,
доцент кафедри журналістики та реклами,
Державний торговельно-економічний університет, Україна

У сьогоденні, яке характеризується інформаційною нестабільністю та певною соціальною залежністю, суспільство шукає авторитетні джерела інформації для формування власних оцінок та позицій, подекуди не усвідомлюючи, що віддають можливість формувати думку про те чи інше питання посереднику між масовими медіа та громадськістю. Такі посередники часто не лише поширюють інформацію, але й допомагають представникам різних суспільних груп орієнтуватися в складних соціальних і політичних питаннях. Також, ці посередники, з одного боку сприяють активізації громадянської участі, формують суспільний дискурс, а з іншого - можуть виступати ініціаторами змін, підтримуючи чи заперечуючи певні соціальні рухи або ідеї. Від так, саме у посередництві, транслюванні та інтерпретації інформації, якій надається власна оцінка та емоційне забарвлення, полягає основа функція лідерів громадської думки.

Функціональні аспекти комунікації та їх вплив на існування лідерів громадської думки (ЛГД) були фундаментально розглянуті науковцями різних країн світу. Ще в 1920-х роках у США була розроблена теорія двоступеневого потоку комунікації, яку запропонував П. Лазарсфельд для пояснення механізмів функціонування ЛГД. Також подібними дослідженнями займалися зарубіжні науковці, такі як К. Аткін, Е. Бернейс, Г. Гегель, Г. Годе, Е. Кац, Н. Макіавеллі, Р. Райс, Г. Тард. Важливий внесок у цю сферу зробили і українські дослідники, зокрема М. Т. Дзюба, П. Мірошниченко, А. Нестеренко. Досліджуючи питання ЛГД, нас зацікавила робота К. Левіна, соціального психолога, який вивчав процеси соціального впливу та зміни поведінки. І хоча його праці напряму не стосувалися лідерів громадської думки, але його ідеї про групову динаміку та вплив індивідів у групах стали базисом для подальших досліджень про роль лідерів у суспільстві.

На основі аналізу різних підходів до визначення досліджуваного поняття можемо зазначити, що ЛГД є соціальним агентом, який відіграє вирішальну роль у процесах формування поглядів, переконань та поведінкових моделей у суспільстві. Відповідно до класичної теорії двоступеневого потоку комунікації, розробленої П. Лазарсфельдом, ЛГД функціонує як посередник між мас-медіа та аудиторією, трансформуючи суспільні установки через комунікаційні канали та індивідуальні взаємодії. Лідери думок демонструють високий рівень експертності у специфічних темах і володіють здатністю ефективно та переконливо донести інформацію, що дозволяє їм здійснювати суттєвий вплив на суспільні настрої. Зокрема, вони відіграють роль не лише як індивідууми, але й як колективні суб'єкти або організації, що здатні консолідовано формувати громадську думку серед окремих соціальних, що підкреслює багатовимірність явища лідерства думок у сучасних суспільствах, особливо в умовах глобалізації інформаційних потоків. Таким чином, ЛГД є ключовими агентами комунікаційного процесу, які впливають на інформаційне середовище, трансформуючи його відповідно до потреб конкретних аудиторій, а також визначаючи соціально-політичний контекст через цілеспрямовану інформаційну діяльність.

Вплив таких лідерів значною мірою базується на їхніх особистих якостях, зокрема лідерських здібностях, харизмі та високому рівні знань у певній галузі, вони активно формують суспільні установки, виконуючи роль ключових комунікаторів між медіа та аудиторією. Однак, варто звернути увагу на феномен «дутого авторитету», що також заслуговує на аналізування, адже описує випадки, коли людина набуває статусу ЛГД без відповідних знань чи компетенцій, але завдяки самовпевненості, наполегливості або вмілій саморекламі. Наукові дослідження в галузі соціальної психології підтверджують, що люди з недостатніми знаннями часто можуть здобути лідерські позиції за рахунок особистих навичок, таких як комунікабельність, акторські здібності або емоційна привабливість. Тож, необхідно розрізняти справжній експертний вплив та ефекти маніпулятивного лідерства, які можуть бути підтримані зовнішніми структурами, зокрема медіа або впливовими соціальними групами .

Формування громадської думки стає особливо важливим під час військових подій, коли загострюються інформаційні війни. Таке явище можна простежити в опитуваннях українців на початку повномасштабного військового вторгнення РФ на територію України. Громадська мережа «ОПОРА» провела щоденникове дослідження серед українців, що вимушено проживали у Польщі, влітку 2022 р.,

щодо особистостей (з офіційних осіб, експертів, військових, фронтовиків, журналістів, волонтерів тощо), які найбільше впливали на сприйняття ситуації в Україні. Загалом 200 респондентів дали 049 відповідей і назвали 86 прізвищ, а 29,7 % респондентів або не змогли нікого виділити, або сказали, що такої людини не було. Безперечним лідером думок став Президент Володимир Зеленський, його назвали у 32 % відповідях на це запитання. Свій вибір респонденти пояснювали тим, що це «людина важлива більшості громадянам України, вправно керує державою та не покинув її в тяжку хвилину», «важлива його думка з питань обміну військовополоненими і подальшого розвитку подій», «він найбільш об'єктивно надає інформацію», «мене заспокоюють щоденні звернення президента». Валерія Залужного назвали 5,7 % опитаних респондентів, як «людину з великої літери», «видатного воєнного спеціаліста», «людину, до якого є довіра», «дуже грамотного керівника». Олексія Арестовича назвали 4,9 % опитаних українців, зазначивши, що він «заспокоює своїми прогнозами, хоч вони не завжди збуваються» та «надає багато унікальної інформації, яку не оголошують інші люди».

З метою комплексного аналізу варто здійснити порівняння результатів дослідження ГМ «ОПОРА» з даними соціологічного опитування, проведеного Центром Разумкова спільно з фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва в період з 8 по 5 грудня 2023 р., у якому взяли участь 209 респондентів. Соціологічні дослідження є важливим інструментом для оцінки суспільних настроїв, особливо щодо рівня довіри до політичних та громадських діячів, що підкреслюється в численних дослідженнях. За результатами опитування кінця 2023 р., найвищий рівень довіри серед респондентів був зафіксований щодо Президента України В. Зеленського (7 %), голови Миколаївської ОДА В. Кіма (65 %), міністра закордонних справ Д. Кулеби (56 %), громадського діяча С. Притули (55 %) та радника ОПУ М. Подоляка (52 %). Натомість, до О. Арестовича спостерігався значний рівень недовіри, який склав - 73,6 %. Такі показники свідчать про істотні відмінності у сприйнятті громадських діячів та політиків у суспільстві, що можна пояснити як індивідуальними характеристиками лідерів, так і їхньою роллю в інформаційному полі та суспільно-політичних процесах. Загалом, результати таких опитувань демонструють важливість публічного іміджу та суспільної довіри, що є ключовими факторами успішної політичної діяльності та впливу на громадську.

Поширення інформаційних повідомлень через засоби масової інформації є однією з найбільш розповсюджених моделей форму-

вання суспільних уявлень та оцінок щодо подій і політичних рішень. Однак – це часто виключає важливий елемент комунікації – безпосередній зв'язок із джерелами інформації та уточнення першоджерел, що може призводити до викривлень у сприйнятті аудиторії. Як наслідок, виникає суспільний запит на лідерів громадської думки, які виконують роль посередників між медіа та населенням, зокрема через соціальні мережі.

Соціальні мережі активно трансформують медіаландшафт за рахунок динамічних алгоритмів і постійного вдосконалення своїх функцій, спрямованих на залучення ширших аудиторій, що дозволяє ЛГД ефективно використовувати соцмережі для поширення впливу та зміцнення своїх позицій у суспільних дискусіях. В умовах глобалізації соціальні мережі стають новим типом комунікаційних каналів і допомагають фундаторам думок виступати як активні учасники формування громадської думки, включаючи інтерпретацію воєнних конфліктів та інших політичних подій. Сучасні ЛГД можуть бути журналістами, експертами, військовими або волонтерами, і їхня діяльність у соціальних мережах часто визначає тон суспільних дискусій. Вони не лише впливають на інформаційний простір, але й виступають каталізаторами змін у суспільному сприйнятті подій, що підтверджує їхню ключову роль у сучасній інформаційній екосистемі. За приклад можна взяти діяльність українських фотографів Костянтина та Влади Ліберових, що, є яскравою ілюстрацією лідерства у процесі формування громадської думки, через реалізацію візуальної комунікації у сучасному висвітленні військових конфліктів. Автори фоторобіт виступають не лише документалістами, а й активними учасниками інформаційної боротьби, представляючи події війни в Україні через потужні візуальні образи. Фотографія, як-от зображення мух на бинті, може передати складність та глибину людських страждань набагато сильніше, ніж текстові описання, підтверджуючи думку про силу візуальної комунікації як засобу емоційного впливу. З перших днів повномасштабної агресії проти України, Ліберови активно висвітлюють реалії війни, документуючи події на передовій та відображаючи емоції солдатів і цивільних осіб, що не лише впливає на українську аудиторію, але й має важливе значення на міжнародній арені, сприяючи поширенню правдивої інформації провійну. Ключовим досягненням фотографів – є довіра з боку військових, які дозволяють їм бути свідками бойових дій та ділитися інтимними моментами, розуміючи, що інформація буде використана відповідально. Саме це підкреслює важливість етичного підходу у документуванні військових конфліктів, адже некоректне використання

матеріалів може мати серйозні наслідки для безпеки військових операцій. Таким чином, діяльність Ліберових є вагомим внеском у збереження історичної пам'яті та висвітлення правдивої інформації про війну, що відбувається в Україні, а також вони є саме тими лідерами громадської думки, на яких потрібно звертати увагу та інтегрувати їх повідомлення в більш широкий медіапростір.

У сучасному інформаційному середовищі, яке характеризується високим рівнем нестабільності, роль лідерів громадської думки (ЛГД) набуває особливої важливості для формування об'єктивних уявлень про соціальні та політичні процеси. Такі лідери виконують функцію трансляторів та інтерпретаторів інформації, що сприяє активізації суспільної участі і формуванню публічного дискурсу. Також, вони не лише споживають інформацію, але й активно взаємодіють із нею, виконуючи роль посередників між масовими медіа та аудиторією. Ця роль є особливо критично важливою в умовах військових конфліктів, де достовірність інформації може впливати на суспільні настрої і поведінку. Дослідження показують, що ЛГД здатні формувати громадську думку і впливати на поведінку людей, використовуючи свої комунікаційні навички та авторитет. Проте важливо зазначити, що не всі ЛГД мають необхідну експертизу у питаннях, про які вони висловлюються. Авторитет таких осіб може базуватися на харизмі або популярності, що не завжди забезпечує їхню компетентність у певній тематиці, що може призводити до формування упереджених або хибних точок зору, які, у свою чергу, загрожують об'єктивності інформаційного середовища. Отже, ЛГД в умовах інформаційної нестабільності грають вирішальну роль у підтримці довіри суспільства та формуванні нових соціальних установок. Їхнє вміння адаптуватися до змінюваних умов і забезпечувати ефективну комунікацію стає запорукою збереження колективної пам'яті та розвитку суспільного дискурсу.

Список використаних джерел

1. Дзюба, М.Т. (2008). Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки. У Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. С. 77–81. Київ: Видавничий дім.

2. Лідери думок: Хто це такі і які бувають?? (б. д.). Енциклопедія Розвитку Людини. https://cau.in.ua/298-lideri-dumok.html

3. Медіаспоживання та громадська активність українців, що знайшли тимчасовий притулок від війни у Польщі. ОПОРА – Громадянська мережа – вибори в Україні – Election in Ukraine. URL: https://www.oporaua.org/vybory/doslidzhennya-mediaspozhivannya-ta-

gromads-ka-aktivnist-ukrayinciv-shho-znayshli-timchasoviy-pritulok-vid-viyni-u-pol-shhi-2447

4. Мірошниченко П., Нестеренко А. Суспільна значущість лідера думок під час інформаційного протистояння. Держава та регіони. с. 36–4. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 4 (24).

5. Підсумки 2023 року: Громадська думка українців. (б. д.). Головна – Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. https://dif.org.ua/article/pidsumki-2023-roku-gromadska-dumka-ukraintsiv

6. Пшетюк В., Обертун С. Лідери громадської думки. Актуальні проблеми політології. https://dspace.vspu.edu.ua/bitstream/handle/ 2345-6789/534/Zbirnik_politologiya_4%208-5.pdf?sequence=&isAllowed=% D%83

7. Adler, K. P. (1957). Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld. Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication. The Annals of the American Academy of Political and Social Science 309 p. 76–77.

8. Atkin C. K. Theory and principles of media health campaigns. Public communication campaigns / C. K. Atkin, R. E. Rice. Campaign, 200. URL: https://www.academia.edu/452447/Theory_and_Principles_of_ Public_Commu%20nication_Campaigns

9. Katz, E. (1957). The two-step-flow of communication. An up-to-date report on a hypothesis. Public Opinion Quarterly 2 p. 6–78.

10. Lazarsfeld, P., Berelson, B. and Gaudet, H. (1948) The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign. Columbia University Press, New York

11. Schramm W. The process and effects of mass communication. Urbana : University of Illinois Press, 954. 586 p. 24.

12. Vogue.ua. (2022, 6 серпня). Костянтин і Влада Ліберови – українські фотографи, які чесно й емоційно показують війну. Vogue UA – жіночий журнал про моду, красу і стиль. Vogue Ukraine – fashion, beauty, arts, society and living. https://vogue.ua/article/culture/ lifestyle/kostyantin-ta-vlada-liberovi-ukrajinski-fotografi-yaki-chesno-i-emociyno-pokazuyut-viynu-49483.html