



РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ БЛОГИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ОБЩЕСТВО

Өмирбаева Азиза Бекберген кызы

Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

магистрант факультета журналистики

Аннотация:

В данной статье анализируется роль блогинга в социальных сетях в современном информационном пространстве, а также его положительное и отрицательное влияние на общество. Рассматривается значение блогерской деятельности в распространении информации, её роль в воздействии на общественное мнение и формировании информационной культуры. Также излагаются мнения о распространении ложной информации, её влиянии на сознание молодёжи и вопросах ответственности.

Ключевые слова:

социальная сеть, блогинг, информационное общество, общественное мнение, ложная информация, информационная культура, влияние.

Введение

В современную эпоху глобализации и цифровых технологий социальные сети стали неотъемлемой частью жизни человека. Ежегодный рост числа пользователей интернета коренным образом изменил процесс получения и распространения информации. В этом процессе блогеры - то есть люди, которые посредством своей



деятельности в социальных сетях выражают мнение по определённому направлению и оказывают влияние на аудиторию - сформировались как важное общественное явление.

Блогинг становится не только инструментом выражения личного мнения, но и силой, направляющей общественное мнение. Через них в обществе обсуждаются политические, культурные, экономические, образовательные и духовные вопросы. Вместе с тем, влияние блогинга не только положительно, но и в определённой степени порождает негативные ситуации. Например, непроверенные сведения, ложные сообщения (фейки) или сообщения, исходящие из личных интересов, могут привести к неверным выводам в обществе.

С этой точки зрения, изучение роли и влияния блогинга в социальных сетях на общество является одной из актуальных задач сегодняшнего дня. В статье анализируется роль блогинга в общественной жизни, освещается его влияние на общественное сознание и культуру, а также указываются пути обеспечения его ответственной деятельности.

Сущность блогинга в социальных сетях

Блогинг - это практика донесения личного мнения и опыта до широкой аудитории, которая, в отличие от традиционных средств массовой информации, обладает такими качествами, как скорость и интерактивность. Блогеры в социальных сетях обеспечивают обмен информацией в обществе, предоставляя сведения на различные темы - политика, образование, культура, мода, экономика, технологии и другие.

Положительное влияние блогинга

- Быстрое распространение информации и содействие прозрачности;



- Развитие общественной активности и критического мышления среди молодёжи;
- Эффективность в образовательной и духовно-просветительской работе;
- Создание возможности для привлечения внимания к важным общественным проблемам и поддержки социальной справедливости.

Отрицательное влияние блогинга

- Распространение ложных сообщений и непроверенных сведений;
- Случаи манипулирования общественным мнением в личных или рекламных целях;
- Тенденция к чрезмерному увлечению виртуальной жизнью и отрыву от реальности в сознании молодёжи;
- Низкий уровень информационной культуры и ответственности.

Информационная культура и ответственность блогера

Современный блогер является не только распространителем информации, но и человеком, ответственным за её влияние. Поэтому каждый блогер должен проверять достоверность источников информации, соблюдать принципы личной этики и культуры. Повышение информационной культуры связано не только с действиями на уровне государства или платформы, но и с ответственностью каждого гражданина.

Заключение



Блогинг в социальных сетях сегодня сформировался как важное информационное поле в обществе. Его положительные стороны обеспечивают открытость, скорость и свободу мнений, тогда как отрицательные - создают риск распространения ложной информации и манипуляций. Поэтому необходимо превратить социальные сети в площадку, служащую развитию общества, путём повышения культуры блогинга, усиления систем проверки информации и обучения граждан медиаграмотности.

Использованная литература:

1. Ш. А. Ахадов. Социология (учебное пособие). 2007.
2. Алексей Злобин. YouTube и социальные сети как источники трафика для CPA-офферов.
3. Б. Ц. Цыдыпов. Социальные сети как средство информационно-педагогического взаимодействия (статья). 2023.