Список використаних джерел

1. Ле Бон Г. Психологія натовпу / пер. з фр. О. Бабенко. — Київ: Основи, 2020. — 256 с.
2. Berger J., Milkman K.L. What Makes Online Content Viral? // *Journal of Marketing Research*. — 2012. — Vol. 49, No. 2. — P. 192–205.
3. Kramer A.D.I., Guillory J.E., Hancock J.T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. — 2014. — Vol. 111, No. 24. — P. 8788–8790.
4. Asch S.E. Opinions and Social Pressure // *Scientific American*. — 1955. — Vol. 193, No. 5. — P. 31–35.
5. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // *Science*. — 2018. — Vol. 359, No. 6380. — P. 1146–1151.
6. Sundar S.S. Social Media and the Psychology of Mass Behavior // *The Oxford Handbook of Digital Technology and Society* / ed. by J. Yates, W. Orlikowski. — Oxford: Oxford University Press, 2021. — P. 415–432.
7. Hwang K., Zhang Q. Influence of Social Media Influencers on Consumers' Purchase Intentions: The Mediating Role of Trust // *International Journal of Advertising*. — 2020. — Vol. 39, No. 4. — P. 528–541.
8. Глущенко В. Психологія мас і соціальні мережі: аналітичний огляд // *Психологічний часопис*. — 2021. — № 2. — С. 67–74.
9. Бородай Д. Соціальна психологія: навч. посіб. — Київ: Академвидав, 2022. — 312 с.
10. Шаповал Ю. Віртуальні натовпи: психологія поведінки в мережі // *Медіапсихологія і масова комунікація*. — 2023. — № 1 (17). — С. 45–56.

АКТОР ЯК МОДЕРАТОР СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ

Ардельян Л. М., доцент кафедри сценічного мистецтва і культури, заслужена артистка України
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: актор, лідер думок, медіа, соціальні мережі

Суспільна думка є складним і динамічним явищем, що відіграє важливу роль у формуванні соціальних, політичних та культурних процесів у суспільстві. Традиційно, вплив на громадську думку приписувався політичним лідерам, науковцям та авторитетним інституціям. Однак, протягом останніх десятиліть, спостерігається зростаюча роль інших фігур у цьому процесі, серед яких особливе місце займають актори. Їхня публічна діяльність, медійність та здатність викликати емоційний відгук у глядачів роблять їх впливовими модераторами суспільної думки. В доповіді буде представлено аналіз багатогранного впливу акторів як модераторів суспільної думки, а також:

механізми впливу через різні канали, етичні аспекти їхньої діяльності, конкретні приклади акторів, які мали значний вплив, порівняльний аналіз з іншими публічними особами, а також еволюція їхнього впливу в контексті розвитку засобів масової інформації.

Для розуміння ролі акторів як модераторів суспільної думки, необхідно спочатку визначити теоретичне підґрунтя цього явища, а саме концепцію "лідера думок". У науковій літературі лідер думок визначається як особа, яка має соціальний вплив у межах певної групи та є центральною фігурою в мережі міжособистісної комунікації. Такі особи вважаються надійними та авторитетними, виступаючи взірцем для наслідування, а їхні думки та поведінка користуються повагою. Лідер думок є шанованим джерелом інформації та порад, що володіє достатніми навичками міжособистісного спілкування для впливу на прийняття рішень іншими. [1,3 – 6]

Існують різні типи лідерів думок. Мертон розрізняв мономорфних (вузькоспеціалізованих) та поліморфних (впливових у багатьох сферах) лідерів думок.[3] Актор, завдяки своїй публічній присутності та часто сприйнятій довірі, виконує роль лідера думок у суспільстві, тобто виступаючи модератором суспільної думки. Актори не лише висловлюють власні думки, але й часто ініціюють або підсилюють обговорення різних питань, спрямовуючи увагу громадськості на певні теми.

Ключові характеристики акторів лідерів думок включають знання та експертність (часто пов'язані з їхньою професією або питаннями, які вони відстоюють), харизму, та здатність привертати і утримувати увагу, вплив, та довіру аудиторії, сильні комунікативні навички, активність у соціальних мережах, соціальну залученість, та здатність налагоджувати зв'язки, готовність висловлювати власні цінності і переконання, позитивне ставлення до змін, а також авторитетність як джерела інформації (інколи складається завдяки зіграним ролям), більшість акторів також демонструють відповідність суспільним нормам, водночас будучи дещо більш інноваційними у своїх поглядах, та діяльності, мають вищий соціальний статус, та беруть активну участь у суспільних питаннях.

Актори використовують різноманітні канали для впливу на суспільну думку, серед них найчастіше це:

- Публічні заяви та дії: інтерв’ю, соціальні мережі, участі у благодійних заходах та акціях, політичні заяви та підтримка;
- Вплив через ролі в кіно та на телебаченні на основі зіграних ролей, та історій: формування уявлень про соціальні, політичні та культурні явища; формування стереотипності образів, як шкідливих, так і корисних для розвитку суспільства і кожного його члена; завдяки ідентифікації, та емоційному резонансу із глядачем, що дозволяє останнім поставити себе на місце персонажу, потенційно призводячи закріплення, або зміну переконань та поглядів.

Враховуючи впливовість актора на суспільну думку, звернемо увагу на етичні аспекти, адже актори, а особливо їх втілені персонажі, часто сприймаються як взірці для наслідування, особливо молодшим

поколінням; в гонитві, чи бажанні збільшити аудиторію підписників в соціальних мережах, актори усвідомлено чи ні, можуть поширювати дезінформацію та необґрунтовані твердження; зловживання впливом знаменитостей часто дозволяє зменшити ступінь критичності сприйняття аудиторії, спрощує розгляд складних питань, що не завжди позитивно впливає на суспільство в подальшому. Навіть ці короткі тези дають зрозуміти, що актор має мати відповідальне ставлення до всіх дій у публічному просторі.

Наведено декілька прикладів акторів які мають, чи мали, значний вплив у різних сферах[2]:

- Політична: Рейган, Шварцнеггер, Зеленський;
- Екологія: Ді Капріо, який має власний фонд для підтримки обізнаності щодо змін клімату, природоохоронної діяльності, продюсування документальних фільмів екологічного спрямування;
- Соціальна: Джолі (гуманітарна діяльність та співпраця з Управлінням Верховного комісара ООН у справах біженців), Вотсон (посол доброї волі ООН).

Підсумовуючи, можна констатувати значну та постійно зростаючу роль акторів як модераторів суспільної думки в сучасному суспільстві. Їхній вплив є багатогранним, охоплюючи прямі публічні заяви та дії, потужний вплив їхніх екранних образів, а також їхню залученість до різних соціальних, політичних, та комерційних сфер. Вкрай важливим є усвідомлення етичних аспектів цієї діяльності як самими акторами, так і їхньою аудиторією, включаючи відповідальність, що приходить з впливом, та потенціал для його зловживання. В умовах постійно мінливого медіа-ландшафту, актори займають унікальну позицію на перетині розваг, культури та суспільного дискурсу, і їхній вплив на формування суспільної думки, безсумнівно, залишатиметься значним, та складним.

Список використаних джерел

1. Carpenter C. R., Sherbino J. How does an “opinion leader” influence my practice?. CJEM. 2010. Vol. 12, no. 05. P. 431–434. URL: https://doi.org/10.1017/s1481803500012586.

2. Celebrity Philanthropy | Learning to Give. *Learning to Give*. URL: https://www.learningtogive.org/resources/celebrity-philanthropy.

3. Contributors to Wikimedia projects. Opinion leadership - Wikipedia. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Opinion_leadership.

4. Is the involvement of opinion leaders in the implementation of research findings a feasible strategy? / J. M. Grimshaw et al. *Implementation Science*. 2006. Vol. 1, no. 1. URL: https://doi.org/10.1186/1748-5908-1-3 .

5. The Role of the Opinion Leader Research Process in Informing Policy Making for Improved Nutrition: Experience and Lessons Learned in Southeast Asia / A. Weissman et al. *Current Developments in Nutrition*. 2020. Vol. 4, no. 6. URL: https://doi.org/10.1093/cdn/nzaa093.