

формування власної аргументованої позиції щодо важливих біологічних та екологічних питань.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «ТІКТОК» НА ЗАПИТИ ПІДЛІТКІВ ДО МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Цибак К., Черних Г. А., Гольденберг Я. М.

Тікток стрімко стає однією з основних платформ для культурної взаємодії між підлітками та формує відповідні запити користувачів до масової культури. Брак інформації про алгоритми соціальної мережі може приховувати вплив засобів, які застосовує тікток, на вразливу групу віком від 13 до 18 років. Попит суспільства на спрощений контент змінює масову культуру, схиляючи її до легких та розважальних форм. Тому актуальним є дослідження та аналіз дії тіктоку на підлітків, зокрема на їхні запити до контенту.

Контент в тіктоці є таким, що якнайдовше утримуватиме користувача на платформі. Задля цього використовуються різноманітні засоби: просування коротких та розважальних відео, підбір відео під вподобання та інтереси користувача.

На нашу думку, доцільним є порівняння соціальної мережі «Тікток» з індустрією культури за М.Горкгаймером та Т.Адорно, бо це платформа, яка спонукає користувачів створювати однотипний та простий культурний продукт [1, с. 40–41].

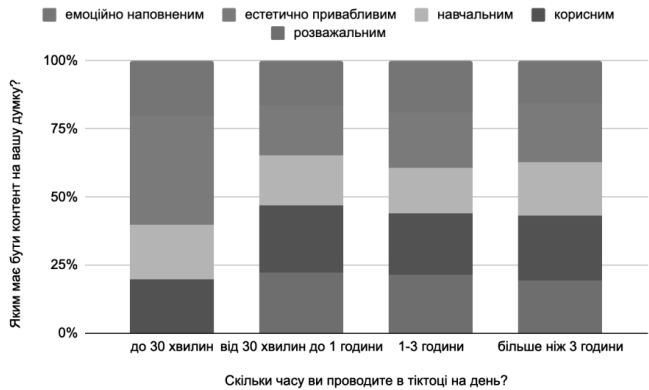
Нами висувається припущення про те, що тенденція до споживання вже відібраного, рекомендованого контенту, є фактором поглиблення соціальних стереотипів. Стрічка користувача тіктоку складається більшою мірою з рекомендованого контенту, тим самим створюючи «культурну бульбашку» – ізольоване культурне середовище, яке містить лише сприятливу для певної групи осіб інформацію та мінімально взаємодіє з культурою інших груп.

Перевага коротких форм контенту може викликати звикання до коротшого контенту в користувачів та втрату навичок до концентрації, що було підтверджено попередніми дослідженнями проведеними С. Заннетос [2].

За результатами соціопитування було підтверджено ряд положень.

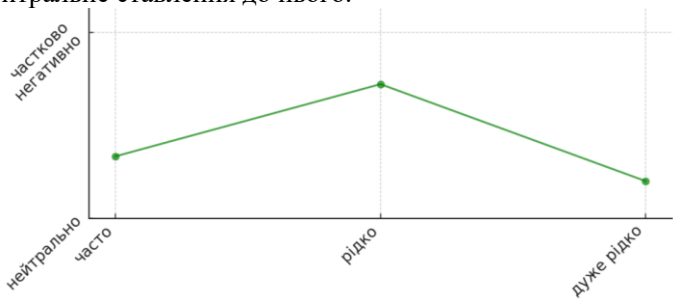
Тривалість часу, проведеного в тіктоці, впливає на вибір розважального та естетично привабливого контенту. Жоден з респондентів, які проводять в тіктоці до 30 хвилин на день не

вважає, що контент має бути розважальним. Натомість естетична привабливість контенту відіграє важливішу роль для цієї групи.



Діаграма 1. Залежність тривалості часу, проведеного в тіктоці на день, та вибору характеристик контенту. Побудовано авторкою за результатами опитування.

Рекомендаційний характер стрічки в тіктоці позначається на негативному ставленні до контенту за межами «культурної бульбашки». Половина респондентів, у яких в тіктоці такий контент відображається рідко, висловили частково негативне та негативне ставлення. Навпроти, ті, хто в тіктоці такий контент бачать часто, здебільшого ставляться до нього нейтрально. Водночас, подальшого вивчення потребує ставлення людей з дуже обмеженим доступом до контенту за межами «культурної бульбашки», бо 80% сповістили про нейтральне ставлення до нього.



Діаграма 2. Залежність частоти появи контенту, що не відповідає інтересам підлітка, та ставлення до такого контенту. Побудовано авторкою за результатами опитування.

Час, проведений в тіктоці, не впливає на переваги в тривалості перегляду контенту. Незалежно від часу в тіктоці, середньостатистична вподобана тривалість одиниці контенту, коливається в межах значень від «від 5 до 30 хв» до «від 30 хв до 1,5 год».

Одержані результати свідчать про значний відбиток соціальної мережі «Тіток» на запити підлітків до масової культури. Був підтверджений вплив на негативне ставлення до контенту за межами «культурної бульбашки» та на вибір характеристик контенту. Було спростоване припущення про дію на переваги в тривалості контенту, ймовірно через зміни в алгоритмах тіктоку, які потребують подальшого дослідження. Також, є необхідність в глибшому дослідженні поведінки людей, які мають дуже обмежений доступ до контенту поза їхньою «культурною бульбашкою».

Список використаних джерел

1. Культурні та креативні індустрії в розвитку культури суспільства. Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір: Матеріали VII Всеукр. наук. конф. молодих вчен., аспірантів та магістрантів, м. Київ, 2 листоп. 2023 р. Київ, 2023. С. 40–41.
2. Zannettou S. та ін. Analyzing user engagement with TikTok's short format video recommendations using data donations. CHI '24: CHI conference on human factors in computing systems: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Honolulu HI USA. New York, NY, USA, 2024. URL: <https://doi.org/10.1145/3613904.3642433> (дата звернення: 05.12.2024).

ВПЛИВ МІКРОБНИХ ПРЕПАРАТІВ НА ФОРМУВАННЯ СИМБІОТИЧНИХ СИСТЕМ НА КОРЕНЯХ НУТУ ЗВИЧАЙНОГО (*CICER ARIETINUM* L.)

Чернік І., Пидя С. В.

У зв'язку із зміною кліматичних умов перспективною бобовою культурою для Західного Лісостепу може бути нут звичайний. Важливим елементом технологій, що застосовуються при вирощуванні бобових культур є передпосівна інокуляція насіння мікробіологічними препаратами на основі азотфіксувальних мікроорганізмів [1, 2]. Показано, що для отримання стабільного урожаю насіння нуту звичайного необхідним агротехнічним заходом при вирощуванні культури є інокуляція насіння високоефективними та конкурентоспроможними штамми *Mesorhizobium ciceri* [3].