

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ЧЖАН Хаокан

**ФЕНОМЕН «ИНФОРМАЦИОННОГО КОКОНА» ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ,
ВОЗДЕЙСТВИЯ И ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель:
И.Н. Сидоренко
доктор философских наук,
доцент

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура магистерской диссертации включает в себя три главы. В первой главе раскрывается сущность феномена «информационный кокон», психологические и социальные факторы, влияющие на возникновение информационных коконов в социальных сетях. Во второй главе определяются механизмы и анализируется специфика влияния информационных коконов на пользователей социальных сетей, их мнение, оценки, а также поведение. Третья глава представляет собой анализ эмпирического материала, а также конкретные предложения по минимизации негативного влияния информационных коконов в процессе коммуникации.

Магистерская диссертация включает 75 страниц, 1 приложение и 84 использованный источник.

Ключевые слова: информационный кокон, социальные медиа, эхо-камера, алгоритмическая фильтрация, поведение пользователей, медиаграмотность, онлайн-поляризация, информационная предвзятость, цифровая коммуникация, когнитивное подкрепление.

Объект – социальные коммуникации в социальных сетях.

Предмет – феномен информационного кокона пользователей социальных сетей.

Цель магистерской работы – раскрыть суть феномена «информационный кокон» и показать его роль в современном обществе.

В данном исследовании использовался метод Кейс-стади , структурированные интервью, а также общенаучные методы.

В магистерской диссертации раскрыта сущность и специфика феномена информационного кокона. Выявлено, что платформы социальных медиа все чаще функционируют как эхо-камеры, ограничивающие знакомство с различными точками зрения, усиливающие предубеждения и способствующие поляризации общества. Проанализированы механизмы формирования информационных коконов, раскрыты психологические и технологические факторы, определяющие избирательное потребление информации, а также определено влияние на когнитивные предубеждения, распространение дезинформации и принятие решений. Определены пути противодействия этим эффектам, что важно для решения проблемы информационных силосов в современном цифровом мире.