

РОЗДІЛ 3 ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

УДК 316.472.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2022.29.3>

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ГРОМАДСЬКУ ТА ПОЛІТИЧНУ АКТИВНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON PUBLIC AND POLITICAL ACTIVITY OF UKRAINIAN YOUTH

Богагчук С.С.,

*кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри історії України та філософії
Вінницького національного аграрного університету*

Гайдай І.В.,

*студент II курсу факультету менеджменту та права
Вінницького національного аграрного університету*

Мазило І.В.,

*кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри історії України та філософії
Вінницького національного аграрного університету*

У статті розглянуті основні соціальні мережі й сервіси Інтернету та їх вплив на поведінку користувачів, зокрема молоді. Особлива увага приділяється соціальним мережам, які стали частиною нашого життя та впливають на молодих людей, які більшість часу витрачають на перебування в них. Це – соцмережі Facebook та Instagram, YouTube, де можна розмістити інформацію, фото, картинки, відео файли професійного, політичного, науково-освітнього характеру.

Відзначається, що молодь, особливо в період карантину, більше часу стала проводити в соцмережах, що ускладнює її соціалізацію, зокрема, політичну. Коронавірус вплинув на збільшення кількості користувачів Інтернету. Під час карантину населення пристосувалося до роботи в домашніх умовах за допомогою соцмереж.

Доведено, що згідно зі соціологічними опитуваннями українська молодь витрачає до 62% свого часу на користування соціальними мережами.

Необхідно визначити, що молодь лише 37% свого часу виділяє на отримання політичної інформації, а 11% молодих людей зовсім не цікавляться новинами, тобто, процес їх політичної соціалізації відсутній.

У статті проаналізовано вплив соціальних мереж на громадянську та політичну активність молоді.

Соціальні мережі стали важливими інструментами для досягнення політичних цілей та набувають вирішального впливу на формування ціннісних орієнтацій молоді. В цьому є позитивні моменти впливу Інтернету на формування політичної свідомості, громадянської позиції молодих людей, які останнім часом почали все більше цікавитися політикою.

Проаналізовано, що під час виборчої кампанії 2019 р. соціальні мережі використовувалися політичними силами для впливу на свій електорат. Найбільше політиками під час виборчого процесу залучалася мережа Instagram, яка має особливий вплив на українську молодь.

У статті на прикладі розвитку молодіжної політики на Вінниччині відзначається діяльність Студентської Ради Вінниччини та Молодіжного Конгресу Вінниччини в межах реалізації обласної цільової соціальної програми національно-патріотичного виховання. Неодноразово під час карантину використовувалася Zoom- платформа для роботи з молоддю, онлайн-зустрічі з молодіжними організаціями інших областей.

Ключові слова: соцмережі, Facebook, Instagram, YouTube, молодь, соціалізація.

The article considers the main social networks and Internet services and their impact on the behavior of users, including young people. Particular attention is paid to social networks that have become part of our lives and influence young people who spend most of their time there. These are social networks Facebook and Instagram, YouTube, where you can post information, photos, pictures, video files of professional, political, scientific and educational nature.

It is noted that young people, especially during the quarantine period, began to spend more time on social networks, which complicates their socialization, in particular, political. Coronavirus quarantine period has increased the number of Internet users. During the quarantine period, the population adapted to work at home with the help of social networks.

It is proved, according to opinion polls, Ukrainian youth spend up to 62% of their time using social networks.

It should be noted that only 37% of young people spend their time on political information, and 11% of young people are not interested in news at all, ie, the process of their political socialization is absent.

The article analyzes the impact of social networks on civic and political activity of young people.

Social networks have become important tools for achieving political goals and are gaining decisive influence on the formation of value orientations of young people. There are positive aspects of the Internet's influence on the formation of political consciousness, the civic position of young people who have recently become increasingly interested in politics.

It is analyzed that during the 2019 election campaign, social networks were used by political forces to influence their electorate. Most of the politicians involved in the election process were Instagram, which has a special impact on Ukrainian youth.

The article on the example of the development of youth policy in Vinnytsia region notes the activities of the Student Council of Vinnytsia and the Youth Congress of Vinnytsia within the implementation of the regional target social program of national and patriotic education. During the quarantine period, the Zoom platform was repeatedly used to work with young people, online meetings with youth organizations in other areas.

Key words: social networks, Facebook, Instagram, YouTube, youth, socialization.

Постановка проблеми. В епоху розвитку інформаційних технологій більшість молоді активно користуються сервісами соціальних мереж, які дають змогу спілкуватися з друзями, знайомитися та використовувати можливості для навчання й особистісного росту.

Молодь забагато часу стала проводити в соцмережах, особливо в період карантинних обмежень, що ускладнює її соціалізацію, зокрема, політичну. Так, коронавірус вплинув на кількість користувачів Інтернету та збільшення часу роботи в ньому. Громадяни вимушені були працювати вдома, занурюючись у віртуальний простір (робота, навчання, онлайн-конференції, наради, зустрічі тощо). Найбільш популярними соцмережами є Facebook, Instagram, YouTube та інші.

Останнім часом соціальні мережі набувають вирішального впливу на формування ціннісних орієнтацій молоді. Позитивні моменти впливу Інтернету в тому, що політичні ідеї, погляди та ідеологічні протистояння поширюються, обговорюються та сприймаються молодіжною аудиторією.

Виборчі компанії 2019 р. показали, що політичні сили використовували соціальні мережі для впливу на свій електорат. Особливістю передвиборчих перегонів було залучення найпоширенішої для України мережі Instagram, яка має багатомільйонну молодіжну аудиторію, що вплинуло на активність молоді на виборах Президента та депутатів Верховної Ради.

Однак, вплив соціальних мереж може мати негативні наслідки для розвитку особистості. Молоді люди, віддаючи увесь свій вільний час мережевим комунікаціям, втрачають бажання до безпосереднього спілкування, стають залежними від позитивних відгуків своїх однолітків.

Владою приймаються Закони та програми для активізації молоді не тільки в соцмережах, а й в безпосередньому спілкуванні між собою. Хоча цього, на сьогодні не достатньо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню взаємодії молоді в соціальних мережах, вивчення позитивних та негативних аспектів присвячено наукове дослідження Вариводи К., який

визначає вплив нових методів масових комунікацій на формування соціальної реальності [1].

Гуцало А. та Мілош А., досліджуючи мотиви, що спонукають молодь до онлайн спілкування, виділяють пізнавальну, комунікативну, творчу та ігрову сфери, які можуть доповнювати одна одну та визначати поведінку користувачів соцмереж. Науковцями аналізуються різні сторони соціалізації молоді під впливом віртуальної Інтернет-реальності [2].

У науковому дослідженні Данько Ю. розглядається розвиток соціальних мереж, аналізуються позитивні та негативні сторони соціального спілкування, представлені дані соціологічних досліджень про зростання користувачів в соціальних мережах [3]. Олійник К.С. аналізує роль соціальних мереж як форми сучасної комунікації, окремо зосереджується увага на характеристиці функціональних особливостей соціальних мереж, а також, їх вплив на дітей та молодь [4].

Бабенко Ю.А. розглядає актуальні проблеми вільного часу і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності; визначено причини зміни ціннісних орієнтацій молоді щодо проведення вільного часу [5].

Дубчак О. та Главінська Е. висвітлюють проблеми десоціалізації сучасної молоді, характеризують аспекти впливу соціальних мереж на особистість на психічному рівні в умовах активного розвитку соціальних комунікацій. Ними виявлено ступінь залежності сучасної молоді від користування соціальними мережами [6].

Проблема інтернет-комунікацій та їх безпосереднього впливу на сучасну молодь розглядається в працях [7] та інших.

У колективній монографії Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України проаналізовані виборчі технології, а також вплив соціальних мереж на політичний вибір молодих українців [8].

Та сьогодні ще мало публікацій щодо впливу соціальних мереж на політичну соціалізацію молоді та формування її політичної свідомості й поведінки. Цьому й присвячена наша наукова робота.

Мета статті – визначення особливості впливу на молодих людей соціальних мереж в сучасних умовах, а також, формування їх політичної свідомості та політичної поведінки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідно відзначити, що на сьогодні найпоширенішою проблемою серед молоді є залежність від «соціальних мереж». Вона з'явилася кілька років тому за кордоном, охопила у тому числі і Україну. Інтернет надає людям можливість знаходити один одного і налагодити контакт, якщо він був втрачений [3, с. 181].

За даними щорічного звіту Global Digital 2021. 4,2 мільярда людей використовують соцмережі (майже половина населення планети). Лише останній рік показав зростання кількості прихильників соціальних медіа приблизно на 13%, в першу чергу, через пандемію [9].

Дійсно, коронавірус вплинув на кількість користувачів Інтернету. Люди по всьому світу працювали дома, занурюючись у віртуальний простір (робота, навчання, онлайн-конференції, наради, зустрічі тощо). За статистикою, на початку 2021 р. Інтернетом користувалося 4,66 мільярда людей у всьому світі, що на 316 мільйонів (7,3%) більше ніж торік, щосекунди реєструвалися близько 15 людей. Глобальне проникнення Інтернету зараз становить 59,5 відсотків. Через пандемію цифри можуть бути вищими.

Найпопулярнішою соціальною мережею у світі вже багато років є Facebook, заснована у 2004 р. Марком Цукербергом і його друзями. Станом на січень 2021 р. зареєстровано понад 2,7 мільярда користувачів, об'єднала людей усього світу. Ця платформа, в більшості, орієнтована на листування між друзями, обмін фотографіями або статусами [10].

Друге місце популярності серед соцмереж займає YouTube, маючи більш ніж 2 млрд користувачів, які можуть додавати перегляди, коментувати відеозаписи. У YouTube можна розмістити відео файли професійного, політичного, науково-освітнього характеру, тому і став одним із найпопулярніших місць для їх розміщення. Розміщенням своїх відео займаються блогери, які зацікавлюють людей і набирають велику кількість переглядів, лайків, коментарів і підписників, що дає їм змогу успішно розв'язувати свої матеріальні проблеми та паралельно поширювати свої політичні погляди серед глядачів [11].

Найбільшій популярності серед молоді набула соцмережа TikTok. У форматі спілкування є можливості створювати оригінальні відео кліпи, запускати флешмоби, давати оцінку політикам, критикуючи та одночасно схвалюючи їх діяльність.

Можливість демонструвати свій спосіб життя дозволяє Instagram – не менш популярна соцмережа сьогодні. Кількість підписників у Instagram вища, ніж у будь-якому іншому сервісі [10].

У середині грудня 2021 р. кількість користувачів Instagram перевищила 2 млрд людей [12].

Найпопулярніші соціальні мережі в США. Facebook як і раніше залишається найбільшою соціальною мережею в США, що налічує 471 млн користувачів. Більшість з них використовує портал для ведення бізнесу, просування товарів. Інші компанії – Instagram і Facebook Messenger – посіли друге і третє місця (121 і 106 млн користувачів) відповідно. Більшим попитом серед американської молоді користується Tagged, за зовнішнім виглядом нагадує командну гру [13].

Найбільш популярною соціальною мережею у Франції станом на 2019 р. був YouTube (80% опитаних користувачів інтернету). Мережі Facebook і Instagram посіли друге і третє місця (76% та 47%). Всі інші мережі набирають від 9% до 35% [14].

Отже, необхідно зазначити, що з початку карантинних обмежень населення почало витрачати більше часу на соцмережі. За результатами опитування GlobalWebIndex, 42% користувачів тепер проводять більше часу в соціальних мережах, ніж до пандемії [15].

Та й використання соцмереж стало більш різноманітним, ніж попередньо. В період пандемії коронавірусу міжособистісне спілкування в мережі відходить на другий план, більш актуальними стали робочі відносини, бізнесові. Загалом минулого року близько 40% користувачів використовувало соцмережі для роботи.

За соціологічними опитуваннями зросла кількість користувачів Facebook, старших за 65 років, хоча основна їх частина – молодь до 34 років. І все ж Facebook лишається переважно «жіночою» соцмережею. У Європі, США та Австралії, наприклад, жінки користуються соцмережами більш активніше [15].

Популярні соцмережі в Україні. Майже 60% українських інтернет-користувачів мають Facebook, який є лідером майже в усіх областях та обласних центрах України. Поступаються йому популярністю YouTube (43%) та Instagram (30%). До 2014 р. лідером серед соціальних мереж України були VK і Однокласники. Тому після їх заборони стрімко почали розвиватися Facebook та Instagram [15].

Серед української молоді найбільш популярною соціальною мережею є Instagram – 82% людей віком 13-15 років, 64% – 16-35 років. Друге місце посідає Facebook – 61%, але тільки серед молодих людей віком 16-35 років. Популярними сьогодні є також месенджери Viber та Telegram. А от платформа TikTok здобуває популярність (32%) серед молоді віком 10-15 років [16].

Як повідомив Іван Куреченко, голова комітету Інтернет-асоціації України з питань інтернет-реклами, що Facebook користується популярністю серед старшої аудиторії, а Instagram – тільки серед

молоді. 60% аудиторії TikTok – віком 18-35 років. Коли ці соцмережі тільки з'явилися, то першими користувачами справді були молоді люди [17].

Відзначимо, що більшість молодих людей (86%) має постійний доступ до інтернету: 42% (майже) кожного дня та 44% – постійно протягом дня. Найчастіше молоді люди проводять в інтернеті по дві-три години на день (35%), хоча користування ним може тривати й до 6 годин. Результати опитування доводять, що 79% респондентів використовують інтернет для підготовки занять (школа чи університет), менше – для роботи. Чим старше молоде покоління, тим менше воно користується всесвітньою мережею для спілкування чи електронного листування (відповідно 58% та 35% опитаних у віці від 25 до 29 років) [18].

Набагато частіше молоді українці використовують інтернет з іншою метою – для розваг та спілкування з друзями та родичами. Також використовують й інші види діяльності в мережі, як-от: перегляд і завантаження фільмів, музики тощо.

Показники таблиці 1 визначають, що на комунікацію з друзями та родичами, використання соціальних мереж молоді люди відводять більше як 60% свого часу. Перегляд фото, відео чи прослуховування музики забирає від 48% до 56% часу.

Необхідно відзначити, що молодь лише 37% свого часу виділяє на отримання політичної інформації. 11% молодих людей зовсім не цікавляться новинами, тобто, процес їх політичної соціалізації відсутній.

Відзначаємо, що 91% молодих українців користуються соцмережами. Майже кожен десятий (8%) має більше як 500 друзів. У 44% респондентів – від 51 до 200 друзів в соцмережі, у 22% опитаних – від 201 до 500 друзів. 30% респондентів пояснили, що зі списку усіх друзів у соцмережі вони в реальному житті до ближнього кола зарахували б не більше 10 осіб [18].

Варто підкреслити, що сучасна молодь розглядає Інтернет і соціальні мережі як основне та перевірене джерело інформації.

За результатами всеукраїнського опитування «Молодь України 2020», проведеного Центром

«Нова Європа» та Фондом ім. Фрідріха Еберта спільно з соціологічною компанією GfK Ukraine, щоб оцінити настрої української молоді, відзначається, що молоді люди здебільшого не цікавляться політикою. Зокрема, 65% з них не цікавляться взагалі політикою. Лише кожен п'ятий українець вважає себе політично активним. Проведене опитування щодо довіри політичним лідерам показало, що три чверті молоді України абсолютно їм не довіряють (74%) [16].

Молоді люди активно підписувалися під зверненнями та петиціями, підтримували флешмоби, акції та кампанії соціальних мереж. Понад десять відсотків молодих людей охоче включаються в активне життя України і сьогодні [20].

Для того, щоб рівень громадської відповідальності у молодих людей покращувався, необхідна якісна робота з ними.

В Україні існує програма підтримки молодіжних інновацій для сприяння доброчесності та інклюзивності в регіонах України U-Inn 2.0: RELOAD Restart Local Democracy (Перезапуск місцевої демократії). До цієї програми запрошуються молоді люди з регіонів України віком від 18 до 35 років, які можуть подавати проекти: такі IT-рішення, як веб-сервіс, сайт, платформа, мобільний застосунок, портал, чат-бот, проекти з використанням штучного інтелекту чи аналізу даних, онлайн-ігри тощо [21].

Центр Разумкова провів опитування, і виявилося, що на парламентських виборах 2019 р. взяло участь у голосуванні лише 27% української молоді – це найнижчий показник за всю історію незалежної України.

Під час проведення опитування молоді ставили запитання: «Чому люди, у тому числі молодь, повинні брати участь у виборах?». 63,3% молодих людей відповіли, що це їх громадянський обов'язок [22].

Центром спільних дій спільно з громадською організацією Global Office в рамках кампанії «вліпизасебе» було випущено відеоманіфест BAYDUZHE, який закликав молодь проголосувати на місцевих виборах 25 жовтня 2020 р. Це

Таблиця 1

Використання українською інтернету

Як часто Ви користуєтесь Інтернетом для таких цілей?	Часто	Інколи	Ніколи
Для комунікації з друзями та родичами	65%	29%	5%
Для використання соціальних мереж	62%	29%	7%
Для завантаження чи прослуховування музики	56%	39%	5%
Для завантаження або перегляду відео або фільмів	50%	43%	5%
Щоб поділитися фото, відео чи музикою	48%	42%	9%
Для навчання і роботи	44%	35%	19%
Для електронного листування	43%	35%	19%
Щоб прочитати новини/ отримати інформацію	37%	50%	11%
Для ігор	22%	39%	37%

відео зібрало за два тижні понад 820 000 переглядів на YouTube та отримало схвальну підтримку серед сотні тисяч українців. Такого високого показника не спостерігалось на інших мережах. Як відзначила координаторка Світлана Колодій, що цим відео звертаються до молодих людей, що вони теж приходили на вибори. Поняття «вліпиза-себе» означає прийти на вибори та проголосувати самому [23].

Закон України від 27 квітня 2021 р. «Про загальні засади молодіжної політики в Україні» чітко визначає, що молодіжна політика – це напрям державної політики, спрямований на створення соціально-економічних, політичних, організаційних, правових умов і гарантій для соціалізації та інтеграції дітей та молоді в суспільні процеси, що здійснюються в інтересах дітей та молоді та за їх участю [24].

Одним із завдань молодіжної політики є створення умов для залучення молоді до громадського, політичного, соціально-економічного, культурного життя суспільства, популяризація ролі та важливості участі молоді у процесі ухвалення рішень. Крім того, законом передбачено створення розгалуженої мережі молодіжних центрів, структурних підрозділів інших установ для молодіжної роботи, молодіжних просторів, молодіжних працівників.

Також, згідно з законом буде створений консультативно-дорадчий орган – Національна рада з питань молоді, який очолюватиме Прем'єр-міністр, мета якого забезпечення гарантій участі молоді у громадсько-політичному житті.

Наразі в Україні молодіжна політика тільки починає розвиватися.

Одним зі шляхів залучення молоді до участі в суспільно-політичному житті країни є створення Агентства з розвитку приватної ініціативи. До пріоритетів його діяльності належить освітня, виховна, культурна робота з дітьми та молоддю, сприяння молодіжному руху та молодіжному підприємству, створення умов для самореалізації молоді в усіх сферах суспільного життя.

Молодим та небайдужим людям пропонується волонтерська діяльність, завдяки якій вони зможуть підвищити власну компетентність у найрізноманітніших сферах менеджменту та аналітичної діяльності: проведення опитувань, супровід делегацій, обслуговування публічних заходів (конференцій, форумів, круглих столів, фокус-груп, конкурсів тощо), а також обробка даних та інші неординарні та змістовні завдання. Координаторами цього агенства відзначається про важливість використання інформаційних технологій та сучасних комунікаційних можливостей. Почали апробувати елементи електронного врядування та електронного документообігу при створенні дозвільного центру в Коломиї (2006), а також, розроблення, апробацію та технічне регламентування

електронних адміністративних послуг для органів влади, а також створення платформ для публічних електронних сервісів. За результатами моніторингу 14 міст України вдосконалили власні вебсайти та впровадили нові електронні сервіси для громадян [25].

Законом України надається молоді можливість відчувати свою відповідальність та вплив на громаду через створення молодіжних рад. Основними завданнями цього інституту є участь молоді у формуванні та реалізації молодіжної політики, що забезпечується шляхом врахування їх позиції під час прийняття рішень [24].

Молодіжна рада дає можливість інформувати про рішення та дії органів державної влади, органів місцевого самоврядування, що стосуються молоді, шляхом оприлюднення відповідної інформації на своїх офіційних вебсайтах, через засоби масової інформації, соціальні мережі та за допомогою інших доступних для молоді засобів та методів комунікації.

Громадська та політична активність молоді Вінниччини

Прикладом активної громадської діяльності молоді в регіонах є Вінниччина. Безперечно, розвиток молодіжної політики Вінниччини – один з основних та найголовніших напрямів сучасної диджиталізації області.

29 січня 2021 р. на черговій сесії Вінницької обласної ради було прийнято Обласну цільову соціальну програму «Молодь Вінниччини 2021-2025» та Обласну цільову соціальну програму національно-патріотичного виховання на 2021-2025 роки». Студентська Рада Вінниччини спільно з ініціативною та небайдужою молоддю брала участь у розробці цих програм і бере активну участь у їх реалізації. За Проєкт обласної цільової соціальної програми національно-патріотичного виховання на 2021-2025 роки проголосувало 72 депутати, а за Проєкт обласної цільової соціальної програми «Молодь Вінниччини 2021-2025» – 67 народних обранців. Молодь прагне розвиватись, самовдосконалюватися та гідно захищати свої інтереси [26].

22 травня 2021 р. у КЗ ВМЦ «Квадрат» відбулись Установчі збори Молодіжного Конгресу Вінниччини – першого молодіжного консультативно-дорадчого органу при Голові обласної державної адміністрації, що об'єднав представників та представниць 23-х молодіжних рад, 11 ініціативних груп для створення молодіжних рад в територіальних громадах Вінниччини та 8 громадських організацій [27].

А на зустрічі керівництва обласної державної адміністрації з представниками Вінницької обласної ради старшокласників "Лідер", Студентської Ради Вінниччини та Молодіжного Конгресу Вінниччини розглядалися основні питання: роз-

робка структури виборів усіх учнівських самоврядувань в один день, посилення спроможності молодіжних рад громад. Підписано на сайті 331 чоловік [28].

Студентська рада Вінниччини під час карантину проводила неодноразові зустрічі із молоддю інших регіонів у форматі Zoom-конференції, на яких обговорювали створення консультативно-дорадчого органу, розвиток консультативно-дорадчих молодіжних органів Кіровоградщини, співпрацю молоді Кіровоградщини та Студентської ради Вінниччини. Вона має більше як 2 тисячі підписників у Фейсбукі [26].

Сьогодні існує чимало соціальних платформ для розвитку, які дають можливість бути не лише залученим у громадсько-політичне життя, а й реалізувати себе як особистість. І молодь бачить у цьому перспективу й використовує шанси [29].

Вплив соціальних мереж на політичний вибір молоді у 2019 р.

Соціальні мережі перестали бути лише платформами вільного потоку думок. Після Революції Гідності до влади прийшло чимало молодих людей з громадського сектору, які більшу частину свого життя прожили у незалежній Україні.

Президентські та парламентські вибори 2019 р. довели, що соцмережі не варто ігнорувати. Передвиборча кампанія показала як можна використати вплив соціальних мереж на вибір електорату. Інтернет і соціальні мережі відіграли суттєву роль у виборчій кампанії Володимира Зеленського.

Як ми знаємо, Instagram став головним мобільним додатком у 2018 р. в Україні. Нараховує 11 млн користувачів.

У колективній монографії Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України експерти зазначають, що Instagram підштовхнув молодь піти та проголосувати. Проаналізовано, що тільки команда В. Зеленського створювала спеціальний контент під вибори в цій мережі, здійснивши перенесення політичної стратегії у розважальну площину [8, с. 137]. У В. Зеленського в Instagram – 3,5 млн підписників. У П. Порошенка – 253 тис. підписників [30]. Команда В. Зеленського продемонструвала живе спілкування з виборцями, вивчення думки молоді.

Кожна із політичних сил намагалася через соціальну мережу Facebook вплинути на свій електорат. Під час виборчої кампанії з травня по липень 2019 р. в соціальній мережі Facebook було опубліковано 40 427 рекламних дописів політичного характеру. 72% публікацій припало на липень [8, с. 138].

Можемо проаналізувати витрати коштів на виборчі перегони. Найбільше коштів на агітацію у Facebook витратила політична партія «Голос» (близько 230 тисяч доларів), розмістивши у соцмережі 470 рекламних записів. Політична партія

«Слуга народу» витратила на розміщення політичної реклами у Facebook більше як 47 тисяч доларів. За статистикою на політичну рекламу у Facebook протягом 24.05.2019 – 15.07.2019 р. витрачено більше як 1 млн 800 тисяч доларів США [31].

Перемога Володимира Зеленського підтверджує: освоєння соціальних медій та їх особливостей – один із вирішальних факторів політичного успіху сьогодні. В Instagram було зафіксовано найбільший відсоток позитивних та нейтральних постів. «Слуга народу», охопивши мільйони користувачів Instagram, показала, що політична інформація у стилі «лайфстайл» має більше переваги за серйозні дописи у Facebook [32].

Серед опитаних молодих людей, хто міг голосувати у 2019-2020 роках, 74% голосували на президентських виборах, 53% – на парламентських, а 52% – на місцевих виборах [19].

Висновки. Соціальні мережі все більше приваблюють сучасну молодь. Молоді люди занурюються у віртуальний світ для спілкування, навчання, проведення дозвілля в соціальних мережах. Майже половина населення планети користується соцмережами.

Використання соціальних мереж молоддю не обмежується метою пошуку корисної інформації, вирішенням професійних питань та полегшенням передачі повідомлень, а стає засобом міжособистісного спілкування.

Серед української молоді найбільш популярною соціальною мережею є Instagram. Друге місце посідає Facebook. Популярними сьогодні є також месенджери Viber та Telegram. А от платформа TikTok здобуває популярність серед молоді віком 10-15 років.

Позитивними факторами взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах є: спілкування без меж; отримання корисної, нової інформації; проведення дозвілля; ознайомлення з відео й аудіо новинками; допомога в навчанні; всебічний розвиток.

Досліджено, що молодь багато часу проводить в соцмережах, особливо в період карантинних обмежень, але лише живе безпосереднє спілкування дасть змогу виробити власну думку про політику.

Прослідкувати щодо громадської та політичної активності молоді можна на прикладі Вінниччини, де Студентська Рада працює, особливо в умовах карантину в режимі онлайн, залучаючи молодь до активних дій.

Президентські та парламентські вибори 2019 р. довели, що соцмережі можуть відігравати важливу роль у впливі на вибір електорату. В більшості із соцмереж в передвиборчий період використовувалися Facebook, Instagram. Інтернет і соціальні мережі відіграли суттєву роль у виборчій кампанії чинного Президента, так і депутатів Верховної Ради України.

Зараз існує дуже багато способів спілкування в Інтернеті. Це електронна пошта, конференції, презентації, форуми, вебінари, тобто організація обміну інформацією та спілкування між великою кількістю співрозмовників, яким цікава тема обговорення, яка і є причиною концентрації цих людей в одному місці для винесення її на загальне обговорення.

Отже, пізнання світу сьогодні відбувається, не завдячуючи книгам, а через телевізійні передачі, а в більшості, через канали YouTube. Інтернет дуже часто допомагатиме в роботі.

Українській молоді необхідно забезпечити доступ до якісної освіти, поінформованості, щоб вона могла успішно соціалізуватися, бути активним членом громадянського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Варивода К.С. Позитивні та негативні аспекти взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах. *Науковий огляд*. 2015. № 7. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/549/721>
2. Гуцало А., Мілош А. Мотиви звернення студентської молоді до соціальних мереж. 2014. URL: <https://www.inforum.in.ua/conferences/19/47/324>
3. Данько Ю.А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2012. С. 179-184.
4. Олійник К. Загальна характеристика та значення соціальних мереж у житті сучасної молоді. *Збірник наукових праць. Педагогічні науки*. Херсон. держ. ун-т. Херсон, 2018. Вип. (84). Т. 2. С. 188–191.
5. Бабенко Ю. А. Вільний час і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2013. № 2. С. 74-79. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2013_2_21.
6. Дубчак О., Главінська Е. Соціальні мережі як чинник десоціалізації молоді. *Вісник національного авіаційного університету*. Збірник наукових праць. 2018. № 13. С. 120-124.
7. Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу. [Електронний ресурс] Дзеркало тижня. Україна. 2013. 13 січня. URL: <https://zn.ua/ukr/article/print/family/socialni-merezhi-spivvidnoshennya-pozitivu-i-negativu.html>
8. Вибірчий процес 2019 року в Україні у світлі суспільних очікувань / за ред. О. М. Майбороди. Київ: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. 232 с.
9. Digital 2021: последние данные исследования WeAreSocial и Hootsuite. URL: [https://mnr.ua/show/digital-2021-poslednie-dannye-issledovaniya-we-are-social-i-hootsuite](https://mmr.ua/show/digital-2021-poslednie-dannye-issledovaniya-we-are-social-i-hootsuite) (дата звернення 28.10.2021).
10. TikTok, Facebook, Instagram, YouTube та Twitter: які типи облікових записів популярні в кожній соціальній мережі. URL: <https://uaspectr.com/2021/11/19/yaki-typu-oblikovyh-zapysiv-populyarni/> (дата звернення 27.10.2021).
11. Фактчекери назвали YouTube одним із головних дезінформаторів у світі. URL: <https://uaspectr.com/2022/01/14/youtube-odun-z-golovnyh-dezinformatoriv/> (дата звернення 27.10.2021).
12. Instagram дозволить редагувати сітку профілю. URL: <https://uaspectr.com/2022/01/12/instagram-dozvolyt-redaguvaty-sitku-profilu/> (дата звернення 27.10.2021).
13. Юдін А. Соціальні мережі, топ 20 найпопулярніших в світі. URL: <https://marketer.ua/ua/top-social-media-2018/> (дата звернення 27.10.2021).
14. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та країнах світу у 2020. URL: <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020/> (дата звернення 27.10.2021).
15. Куренкова О. Соцмережі-2021: ТікТок старшає, Facebook – переважно жіночий, а стрічку ми гортаємо 400 мільйонів років. URL: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv> (дата звернення 27.10.2021).
16. Українська молодь сьогодні: результати національного опитування. 2021. URL: <https://sapiens.com.ua/ua/socpol-research-single-page?id=174> (дата звернення 27.10.2021).
17. Куреченко І. Розвиток digital-ринку в Україні та роль індустріальних асоціацій в цьому. 2021. URL: <https://postmen-wakeup.com.ua/kucherenko> (дата звернення 27.10.2021).
18. Українське покоління Z: цінності та орієнтири. URL: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_ukr_inet-2.pdf (дата звернення 27.10.2021).
19. Українська молодь сьогодні: результати національного опитування. URL: <https://www.iri.org.ua/povini/ukrainska-molod-sogodni-rezultati-nacionalnogo-opituvannya> (дата звернення 27.10.2021).
20. Виртосу І. Українська молодь – яка вона? URL: <https://theukrainians.org/ukrayinska-molod/> 2018 (дата звернення 27.10.2021).
21. Програма U-inn2.0: RELOAD – гайда змінювати країну разом! URL: <https://www.prostir.ua/?focus=prohrama-u-inn-2-0-reload-hajda-zminyuvaty-krajinu-razom> 2019 (дата звернення 27.10.2021).
22. Становище молоді України. Репрезентативне соціологічне дослідження URL: https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/stanovishche-molodi-2021.pdf (дата звернення 27.10.2021).

23. Колотій С. Низька явка молоді на голосування: рецепт вирішення питання 2020. URL: <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=94388> (дата звернення 27.10.2021).

24. Закон України «Про загальні засади молодіжної політики в Україні» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text> 2021 (дата звернення 27.10.2021).

25. Агентство з розвитку приватної ініціативи. 2021. URL: <https://arpi.org.ua/> (дата звернення 27.10.2021).

26. Студентська Рада Вінниччини URL: https://www.facebook.com/vinstudent/?ref=page_internal 2021 (дата звернення 27.10.2021).

27. Молодіжний Конгрес Вінниччини офіційно утворено! URL: <http://vin.gov.ua/dep-smp/molodizhnyy-konhres-vinnuchchynu> 2021 (дата звернення 27.10.2021).

28. Вінницька обласна рада старшокласників "Лідер" URL: <https://www.facebook.com/vors.leader/2021> (дата звернення 27.10.2021).

29. Громадська та політична активність молоді: сучасна дійсність URL: <https://www.prostir.ua/?focus=hromadska-ta-politychna-aktyvnist-molodi-suchasna-dijsnist> 2019 (дата звернення 27.10.2021).

30. Дорош С. 2019. "Чорне Зе!" Чому і як перемагають технології на виборах-2019. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47851688> (дата звернення 27.10.2021).

31. Роберт Лорян Політична агітація у соціальній мережі Facebook URL: https://www.oporua.org/article/vyboru/parlamentski-vyboru/parlamentski-vyboru-2019/FB_ad (дата звернення 27.10.2021).

32. Вибори через соцмережі. Як "Голос" та "Слуга народу" працюють з інтернет-аудиторією. URL: <https://netfreedom.org.ua/article/vibori-cherez-socmerezhi-yak-golos-ta-sluga-narodu-pracyuyut-z-internet-auditoryeyu> 2019 (дата звернення 27.10.2021).