

2. Kozhushko L. F., Shcherbakova A. S. ЛІДЕРСТВО ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ. Bulletin National University of Water and Environmental Engineering. 2021. Т. 4, № 92. С. 85. URL: <https://doi.org/10.31713/ve420209> (дата звернення: 29.11.2023).
3. Постоленко Ірина. КОМУНІКАТИВНЕ ЛІДЕРСТВО: ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ. СОЦІАЛЬНА РОБОТА ТА СОЦІАЛЬНА ОСВІТА. № 2(9).
4. Прочан А. О. ЗНАЧУЩІСТЬ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРА ЯК ЗАПОРУКА ПОЗИТИВНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. В. 2022. № 32. URL: <https://khnnra.edu.ua/wp-content/uploads/2023/01/Prochan-A.O.-ZNACHUSHNIST-LIDERSKYH-YAKOSTEY-MENEDZHERA-YAK-ZAPORUKA-POZYTYVNYH-ZMIN-NA-PIDPRYYEMSTVI.pdf> (дата звернення: 29.11.2023).
5. Р. В. Бойко, Л. В. Рудич. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ЛІДЕРСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9048/1/104-105.pdf> (дата звернення: 29.11.2023).

*Левицький Павло Федорович*  
*Науковий керівник – канд. політ. наук, доц. Безрук О.О.*  
*Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди*

## ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ДОНЕСЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Соціальні мережі – це мережі людей різних вікових та соціальних категорій, які використовують інтернет та різні вебпортал для спілкування, поширення інформації, залишення коментарів та різних активностей.

Сам термін "соціальні мережі" було запропоновано в 1954 році Дж. А. Барнесом (в роботі Class and Committees in a Norwegian Island Parish, «Human Relations») – британським соціологом, представником Манчестерської школи соціології [2].

Прийнято вважати, що соціальна мережа – це структура, яка базується на людських зв'язках або ж взаємних інтересах. В якості інтернет-сервісу соцмережа може розглядатися як платформа, що допомагає людям здійснювати зв'язок між собою та групуванню за специфічними інтересами.

Термін "соціальні мережі" став популярним у середині 2000-х років, коли платформи, такі як Facebook, Twitter та LinkedIn, почали набирати популярність. Вони надали можливість користувачам об'єднуватися в онлайн-спільноти, спілкуватися з друзями, ділитися інформацією та встановлювати нові зв'язки. Саме ці аспекти інтерактивності та спілкування лежать в основі терміну "соціальні мережі".

У контексті теми соціальними мережами будуть виступати такі вебплатформи – Facebook, Instagram, YouTube, Tik-Tok, X (Twitter), Telegram, Viber та інші.

У серпні 2022 року компанія цифрової інженерії GlobalLogic провела дослідження, скільки ж українців користуються соціальними мережами. Виявилось, що ця цифра 76,6% українців.

Якщо розподіляти кількість користувачів за певними соціальними мережами, то кількість користувачів була такою:

- YouTube – 28 млн;
- Instagram – 16,1 млн;
- Facebook – 15,45 млн;
- Tik-Tok – 10 млн;
- LinkedIn – 3,6 млн. [3].

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну призвело до того, що соціальні мережі стали одним з основних джерел інформації порівняно. Серед 76,6% громадян України, які використовують соціальні мережі як джерело інформації, 66% обирають Telegram, 61% — YouTube, 58% — Facebook. Більшість українців використовує для спілкування, розваг, переглядів корисних та навчальних матеріалів та інше. Наприклад, соціальною мережею для бізнес-комунікацій та пошуку роботи LinkedIn використовують 3,6 млн українців [4].

Якщо розділяти Telegram, YouTube, Instagram, Facebook, Tik-Tok та LinkedIn на умовно політизовані, нейтральні, розважальні, то можна виділити, що Telegram та Facebook – це найбільш політизовані соціальні мережі, адже в них є певні соціальні групи, швидка подача інформації та особливості контенту, Instagram та Tik-Tok – розважальні, небагато політичної інформації, YouTube та LinkedIn – нейтральні, де немає яскравого вираження для певних соціально-політичних груп.

У вересні 2023 року Київський міжнародний інститут соціології провів дослідження та вияснив, що зараз 44% українців отримують інформацію з Telegram-каналів, 43% – з телевізійних новин (більш старші респонденти), 36% – з YouTube-каналів, 34% – з онлайн-видань. Інші опитування КМІС показали, що серед тих же Telegram-каналів немає однозначних лідерів, а респонденти називають сотні різних каналів. Водночас серед українців є запит на швидку та лаконічний формат викладу інформації (з короткими текстами чи відео) [1].

Зараз Telegram-канали стали зручним інструментом для роботи з необхідною інформацією, адже дозволяють у швидкий та здебільшого анонімний спосіб донести її до певних електоральних груп. Якщо це великі Telegram-канали, то вони спрямовані на поширення інформації для більшості груп українських виборців. Існують і середні Telegram-канали, які мають свою сегментацію та відповідні аудиторії. Зручність полягає і в тому, що Telegram-канали мають детальну статистику по аудиторіям та можуть у повному обсязі надати її політикам.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кузьменко Ю. Українці найчастіше отримують інформацію з Telegram і ТБ — опитування. Суспільне Новини. 26.10.2023. URL: <https://suspilne.media/602971-ukrainci-najcastise-otrimuut-informaciu-z-telegram-i-tb-opituvanna/>
2. Літвак О. Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека. 2022. URL: <https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyu-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv>
3. Муджирі Є. Якими соцмережами користуються українці під час війни: статистика. SPEKA. 05.08.2022. URL: <https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nyp>
4. Соцмережі як джерело інформації використовують 76,6% українців. Interfax Україна. 05.08.2022. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/850821.html>

*Лечебріна Тетяна Сергіївна*  
*Науковий керівник – доктор філос. наук, проф. Радіонова Н.В.*  
*Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди*

## КОМУНІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОГО ПОРОЗУМІННЯ

Комунікація – це процес обміну інформацією між двома або більше особами за допомогою вербальних і невербальних засобів. Соціальне порозуміння – це стан взаємної згоди, співпраці і солідарності між людьми, які мають спільні цінності, інтереси і цілі. Комунікація є важливим інструментом для досягнення соціального порозуміння, оскільки вона дозволяє передавати та одержувати інформацію, знання, ідеї, емоції тощо, а також вирішувати конфлікти, сприяти співробітництву, формувати громадську думку і впливати на поведінку.

Існує багато видів і форм комунікації, які можна класифікувати за різними критеріями, наприклад, за каналом передачі (усна, письмова, візуальна), за масштабом (індивідуальна, групова, масова), за метою (інформативна, переконувача, розважальна), за стилем (формальна, неформальна, світська), за роллю (комунікатор, реципієнт, посередник) тощо. Кожен вид і форма комунікації має свої особливості, переваги і недоліки, а також вимагає відповідних навичок і компетенцій від учасників.

Для того, щоб комунікація була ефективною і сприяла соціальному порозумінню, необхідно дотримуватися деяких правил і принципів, таких як:

- Відкритість і довіра;
- Повага і толерантність;
- Активне слухання і зворотний зв'язок;
- Адекватність і зрозумілість;
- Аргументованість і критичність;