

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ТА ЇХ ВПЛИВ НА МАСОВУ ПОЛІТИЧНУ
СВІДОМІСТЬ»**

Виконав студент 4 курсу групи СМК-41
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика

Літвінов І.Є.

Керівник: д.соц.н., проф. В.С. Бакіров

Харків – 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	5
1 Теоретичний опис сутності і функцій соціальних медіа, їх ролі в політичних комунікаціях.....	8
1.1. Загальна теоретична характеристика соціальних медіа як особливого виду медіа.....	8
1.2. Класифікація соціальних медіа.....	11
1.3. Основні функції соціальних медіа.....	17
1.4. Роль і місце соціальних медіа в політичній комунікації.....	20
2 Вивчення та аналіз практики впливу соціальних медіа на стан політичної свідомості.....	25
2.1. Теоретичний опис масової політичної свідомості та її особливостей в інформаційному суспільстві.....	25
2.2. Основні форми впливу соціальних медіа на політичну свідомість суспільства.....	30
2.3. Показові кейси впливу соціальних медіа на політичну свідомість в українському комунікативному просторі.....	33
2.4. Позитивні і негативні соціальні наслідки впливу соціальних медіа на політичну свідомість.....	36
Висновки.....	43
Список використаних джерел.....	46

ВСТУП

Актуальність обраної теми полягає у тому, що соціальні медіа сьогодні є ключовим інструментом у політичній комунікації, визначаючи способи взаємодії політиків із громадськістю. Завдяки широкому охопленню і впливовій ролі в формуванні громадської думки, соціальні медіа стають необхідним каналом для висвітлення політичних ідей, взаємодії з виборцями та впливу на публічний дискурс. Активна присутність у цьому цифровому просторі дозволяє політикам ефективно спілкуватися з аудиторією та відстоювати свої позиції в сучасному політичному середовищі [1].

З розвитком соціальних мереж та їх все більшою роллю у житті суспільства, політичні лідери починають активно використовувати їх для підсилення свого впливу на політичну свідомість громадян. Політична еліта та державакладають чимало зусиль у те, щоб впроваджувати свої повідомлення у свідомість людей і досягати своїх цілей. Дана тенденція відкриває нові можливості для політичної комунікації, але разом з тим породжує питання про ефективність цього засобу, його проблеми, перспективи подальшого розвитку та формування масової політичної свідомості [2].

Ступінь наукового дослідження проблем соціальних мереж у політичній комунікації обумовлена роботами багатьох вітчизняних та іноземних науковців. До найбільш актуальних наукових робіт можна віднести статті І.Цурканової, Дж.Кане, В.Воронкової, О.Кивлюка, Р. Адрюкайтена, І. Чорної, А. Череп, О. Череп та Ю.Манелюка

І.Цурканова у своїй роботі розглядає вплив політичних настроїв різних поколінь на виборчий процес в Україні, крім того в статті вказано, що різниця між поколіннями значною мірою впливає на політичну свідомість суспільства, особливо в умовах цифрової трансформації.

Дж. Кане у своїй роботі досліджує вплив онлайн діяльності на політичну участь молоді та доводить, що соціальні медіа та соціальні мережі мають великий вплив на залучення молоді до політичної участі.

В.Воронкова, О.Кивлюк та Р.Адрюкайтене досліджують вплив активного цифрового розвитку на відповідальне громадянство та вплив критичного мислення на розвиток суспільства та шляхи використання штучного інтелекту для цього.

І. Чорна у своїй роботі досліджує трансформацію масової політичної свідомості в Україні під впливом модернізації політичної системи. Також встановила, що політична свідомість формується під впливом різних факторів, таких як культурні особливості, соціально-економічний розвиток та суспільно-політична ситуація.

А. Череп, В.Воронкова та О.Череп у сумісній науковій роботі досліджують питання цифрової економіки. У статті йдеться про те, що пандемія COVID-19 та російсько-українська війна підштовхують цифрові технології до цифровізації, а також, розроблені рекомендації щодо впровадження цифрової економіки урядами.

Ю. Манелюк у своїй роботі досліджує сучасні інформаційні технології, а саме соціальні медіа, що впливають на життя та розвиток людства через свою швидкість, доступність та інтерактивність. Автор стверджує, що соціальні медіа є ключовим інструментом для організації протестів та революцій.

Проте наразі існує недостатньо наукових робіт вітчизняних науковців щодо впливу соціальних медіа на політичну свідомість.

Мета кваліфікаційної роботи – визначити і охарактеризувати місце соціальних медіа в сучасному комунікативному просторі і в політичних комунікаціях.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання

1. надати загальну теоретичну характеристику соціальних медіа як особливого виду медіа;
2. запропонувати класифікацію соціальних медіа;
3. охарактеризувати основні функції соціальних медіа;
4. показати роль і місце соціальних медіа в політичній комунікації.

5. теоретично описати масову політичну свідомість та її особливості в інформаційному суспільстві;
6. проаналізувати основні форми впливу соціальних медіа на політичну свідомість суспільства;
7. розглянути показові кейси впливу соціальних медіа на політичну свідомість в українському комунікативному просторі;
8. зробити аналіз позитивних і негативних соціальних наслідків впливу соціальних медіа на політичну свідомість.

Об'єкт роботи – соціальні медіа.

Предмет роботи – особливості соціальних медіа у політичній комунікації.

У ході написання кваліфікаційної роботи були використані наступні методи дослідження: аналіз, узагальнення, синтез, опис, дедукція, індукція, систематизація.

1 ТЕОРЕТИЧНИЙ ОПИС СУТНОСТІ І ФУНКЦІЙ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА, ЇХ РОЛІ В ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

1.1. Характеристика соціальних медіа як особливого виду медіа

Соціальні медіа – це особливий вид медіа, який визначається не лише як засіб передачі інформації, але і як платформа для активної взаємодії, обміну враженнями та відгуками між користувачами [3].

До соціальних мереж відносять велику кількість різних платформ та сервісів, що мають на меті сприяння взаємодії користувачів та їх спілкуванню в інформаційному просторі. Також, серед них можна виділити соціальні мережі, які направлені на горизонтальне спілкування користувачів. Важливою частиною є блогосфера, що представляє собою сукупність блогів з регулярно оновлюваними веб-сторінками, де автори публікують датовані записи, а спільнота читає, коментує та взаємодіє між собою, створюючи унікальну субкультуру.

Мікроблогінг є іншою формою взаємодії, де користувачі спілкуються миттєвими повідомленнями, поєднуючи властивості служби миттєвих повідомлень, блогів, електронної пошти та соціальних мереж. Важливою складовою соціальних медіа є також відеохостинги, на яких користувачі можуть завантажувати, переглядати та коментувати відеозаписи. Ці різноманітні сервіси дозволяють людям виражати себе, ділитися інформацією та взаємодіяти в цифровому середовищі [4].

Загальна характеристика соціальних медіа включає наступні аспекти:

1) Багатовимірність комунікації. Соціальні медіа створюють умови для багаторівневої взаємодії між користувачами, що включає в себе спілкування, обмін контентом, коментарі, лайки та інші форми взаємодії.

2) Активна участь користувача. До однієї з найголовніших особливостей соціальних медіа можна віднести інтенсивну участь користувачів у створенні, поширенні та використанні інформаційного вмісту.

Отже, користувачі соціальних медіа є як споживачами, так і виробниками контенту, що, у свою чергу, сприяє демократизації медіа

3) Відкритість та горизонтальність. Спілкування у соціальних медіа здебільшого відбувається без явних ієрархій. Вони дозволяють користувачам взаємодіяти без значних обмежень та взаємодіяти один з одним на рівних.

4) Спільноти та групи. Соціальні медіа створюють умови для формування та розвитку віртуальних спільнот та груп за спільними інтересами, дозволяючи користувачам об'єднуватися навколо конкретних тем чи активностей.

5) Інтерактивність та зворотний зв'язок. Взаємодія в соціальних медіа включає в себе не лише односторонню передачу інформації, але й активний зворотний зв'язок. Користувачі можуть висловлювати свої думки, коментувати та взаємодіяти з контентом.

6) Глобальний доступ. Соціальні медіа забезпечують доступ до інформації та спілкування для користувачів з усього світу, ігноруючи географічні обмеження.

7) Динамічність і швидкість. Інформація в соціальних медіа поширюється миттєво, що робить їх динамічними та дозволяє оперативно реагувати на події [5].

Загалом, соціальні медіа визначаються як платформи для взаємодії, обміну інформацією та формування віртуальних спільнот, що викликає перегляд традиційних концепцій медіа та комунікації.

Представлення інформації в Інтернеті призводить до створення гіпертекстових документів, які відрізняються від традиційних текстів своєю нелінійністю, нескінченністю, незавершеністю і відкритістю. Ці документи взаємодіють з користувачами у мережі, утворюючи інтерактивні зв'язки, і мають можливість бути створеними, переглянутими, доповненими і змінюваними в реальному часі та просторі. Гіпертекстові документи часто об'єднують безліч авторів, співавторів, читачів і співчитачів у віртуальному середовищі мережі, де сприяють створенню, обміну та модифікації інформації

за допомогою мультимедійних засобів. Дискурс у соціальних медіа відзначається демократичністю, оскільки гіпертекстовий підхід підтримує відкритий характер, де користувачі активно співпрацюють та взаємодіють [6, с. 16].

Демократичний характер дискурсу у соціальних медіа підтверджується доступністю інформації в онлайн-середовищі, що означає широке охоплення трансляцій до необмеженої кількості учасників та можливість отримання інформації з будь-якої точки підключення. Визначена доступність пов'язана не лише з технічними характеристиками, але й з особливістю нового соціального устрою: учасники інтернет-комунікації не обмежені відстаннями, політичними кордонами чи мовними перешкодами.

Соціальні медіа створюють можливість для невідкладної взаємодії між владою та суспільством у режимі «тут і зараз». Успішне здійснення такого діалогу забезпечується завдяки його неформальності – розмитості меж між особистим і публічним; демократичністю – можливістю для будь-якого користувача Інтернету взяти участь у комунікації; та оперативністю – швидкістю реагування та обміну інформацією.

Унікальні особливості взаємодії між людьми в Інтернеті призводять до того, що фізична відстань і привабливість території втрачають свою ключову роль, а взаємодія ґрунтується на спільних переконаннях, цінностях та установках. Основними складовими соціальної мережі стають довіра, думка, вплив та репутація. Саме через це для Інтернет-дискурсу, зокрема для соціальних медіа, характерним є значущий вплив думкових лідерів – учасників, чії інформаційні повідомлення сприймаються та використовуються великою аудиторією. Дані аспекти мають велике значення, оскільки комунікаційний та мотиваційний потенціал соціальних медіа активно визначає функцію організації непрямої громадянської дії [7].

Дискурс соціальних медіа внаслідок своїх особливостей також може виявити негативні явища. По-перше, спостерігається збільшення розриву між активними та пасивними користувачами через нерівномірний доступ до

інформаційних технологій. По-друге, індивідуалістичний характер цифрових технологій може створювати загрозу для громадянського суспільства, ослаблюючи і розмиваючи колективні дії та зв'язки в реальних спільнотах, а також стимулюючи лише декларативну участь у громадському житті. По-третє, неофіційний характер масових комунікацій в соціальних медіа може вести до профанації обговорюваних проблем, яка може бути як навмисною, так і невідомою, що призводить до спотворення інформації та некоректного формування громадської думки [7].

Отже, характеристики соціальних медіа визначають їхню унікальність та важливу роль у сучасному суспільстві. Здійснюючи глобальний доступ до інформації, соціальні медіа сприяють формуванню віртуальних спільнот і розширенню можливостей громадянської взаємодії.

1.2. Класифікація соціальних медіа

Стрімкий технологічний розвиток та радикальні зміни у способах взаємодії посприяли тому, що класифікація соціальних медіа стає все більш важливою та значною мірою впливає на сучасне суспільство. У сучасному світі даний вид медіа став невід'ємною частиною буденного життя, охоплюючи широкий спектр форм комунікації та обміну інформацією.

Наразі не прийнята типова класифікація різновидів соціальних медіа, проте науковці визначають підходи до створення такої класифікації:

- 1) *За типом міжособистісних зв'язків*: універсальні, щоденникового типу, спеціалізовані на об'єктивних зв'язках.
- 2) *За ціллю використання*: для індивідуального самовираження та для співпраці.
- 3) *За призначенням*: для зберігання та обміну контентом (фото-, аудіо- та відеохости).
- 4) *За типом комунікації*: масові, тематичні, фото- та відеохости.

5) *За типами створення контенту*: творча модель, модель колективного використання ресурсів, модель спільного редагування, модель соціальних послуг та комерційна модель [8, с.11].

Використання соціальних медіа є основним засобом комунікації в сучасному світі. Створення та глобальний розвиток Інтернету також сприяло розвитку медіа, зокрема соціальних медіа, як виду масової комунікації через Інтернет. Наразі роль соціальних медіа в житті населення зростає як кількісно, так і якісно.

Отже, соціальні мережі – це платформи, за допомогою яких, користувачі мають змогу створювати як особисті, так і бізнес-профілі, а також, обмінюватися контентом, спілкуватися та взаємодіяти з іншими користувачами. Дані мережі відіграють ключову роль у створенні, взаємодії та обміні інформацією на просторах Інтернету. Через платформи користувачі мають змогу:

- створювати особисті або бізнес-профілі, де розміщують інформацію про себе, свої інтереси, фотографії тощо, що стає основою для взаємодії з іншими учасниками мережі.
- обмінюватися повідомленнями, коментарями, лайками та іншими формами взаємодії. Саме це сприяє активному обговоренню та обміну думками.
- дозволяють створювати групи або спільноти за різними темами чи інтересами, де користувачі можуть об'єднуватися, обговорювати спільні питання та ділитися контентом.
- завантажувати та дивитися фотографії, відео, транслювати онлайн, що робить взаємодію більш насиченою та емоційно насиченою.
- створювати потужні інструменти маркетингу. Компанії мають змогу створювати сторінки, публікувати рекламний контент, залучати аудиторію та взаємодіяти з клієнтами [9].

Соціальні мережі стали не лише майданчиком для спілкування, але й потужним інструментом для взаємодії, реклами та впливу в сучасному

цифровому світі. Однією з найвідоміших прикладів соціальних мереж можна виділити Facebook. Дана соціальна мережа є світовим лідером, що об'єднує мільйони користувачів зі всього світу. До найбільш відомих соціальних мереж сучасності належать також Instagram та TikTok.

Блоги є важливою та багатогранною складовою соціальних медіа, надаючи платформу для індивідуального вираження, обміну інформацією та взаємодії.

Блоги – веб-сайти, де користувачі можуть публікувати свої думки, ідеї, інформацію або дослідження. Блогери можуть мати велику аудиторію та вплив, відповідно автори блогів мають простір для особистого вираження.

У сучасному світі існує велика кількість жанрів блогів: особисті, тематичні, професійні, технічні, музичні тощо. Блоги створюють можливість до взаємодії між автором контенту та його читачами через коментарі, обговорення, зворотній зв'язок, що дає змогу перейти у режим діалогу.

Автори даного виду соціальних медіа мають змогу використовувати різні формати контенту, такі як текст, фотографії, відео, інфографіка, що робить блоги більш привабливими та насиченими та створює лояльність аудиторії і з часом існує можливість збудувати велику спільноту прихильників, яка активно взаємодіє, ділиться власним досвідом та взаємопідтримується. Крім того блогери використовують свої платформи для заробітку грошей через рекламу, спонсорські дописи та інші методи монетизації [10].

Однією з найпопулярніших соціальних мереж сучасності для створення різного роду блогів є Instagram. Саме у ньому є можливість використовувати як текст, так і фотографії та відео. Більшість відомих українських блогерів використовують саме цю платформу як метод монетизації своєї діяльності та мають змогу кожен день ділитися своїм життям, досвідом та збирати аудиторію, що лояльно ставиться до певної діяльності, підтримує або ж навпаки засуджує.

Форуми є не менш важливою складовою соціальних медіа, надаючи платформу для обговорень, обміну інформацією та спільнот.

Отже, форуми – онлайн-платформи для обговорення тем, обміну думками та інформацією, на яких користувачі мають змогу не тільки створювати нові теми, але й співдіяти з існуючими.

Форуми дозволяють користувачам:

- розпочинати теми обговорень та взаємодіяти в рамках групової дискусії, що сприяє обміну думками, досвідом та знаннями.
- знаходити та приєднуватися до обговорень, які цікаві саме користувачеві, адже форуми поділяються на розділи та теми відповідно до інтересів користувачів.
- отримати інсайти та експертні думки, тому що форуми часто стають місцем, де експерти та ентузіасти обговорюють питання глибинно [11].

Форуми, як частина соціальних медіа, розширюють можливості віртуального спілкування та обміну думками, створюючи віртуальні спільноти зі спільними інтересами.

Прикладом даного виду соціальних медіа можна назвати веб-форум Reddit. Він заснований на принципах спільноти та груп обговорень, що охоплюють практично будь-яку тематику: від науки і технологій до гумору, політики та розваг. Там можна розміщувати як текстові повідомлення, так і відео чи фото, висловлювати власну думку та голосувати за пости та коментарі. Reddit є місцем широкого спектру інтересів, де також наявна функція анонімності, що дозволяє вільно висловлювати думку.

Під «контент-платформами» розуміють сервіси, на яких користувачі мають змогу завантажувати, переглядати та здійснювати обмін різноманітним мультимедійним контентом (відео та фотографії). Отже, контент-платформи відіграють важливу роль у створенні, редагуванні та поширенні різнобічний мультимедій, також до складової контент платформ відносять:

- 1) Створення та редагування контенту. Контент-платформи дозволяють користувачам створювати різноманітний контент, такий як

фотографії, відео, графіка та аудіо, адже вони забезпечують користувачів усіма необхідними інструментами щодо редагування та покращення даного виду контенту.

2) Розповсюдження. Користувачі можуть легко ділитися своїм контентом з іншими учасниками соціальних мереж, що сприяє великому поширенню цікавого та вірусного контенту.

3) Інтерактивні опції. Деякі контент-платформи мають інтерактивні функції, такі як опитування, голосування та опції для створення власного контенту від аудиторії.

4) Зберігання. Платформи дозволяють користувачам зберігати свій контент та створювати каталоги, що спрощує пошук та доступ до попередньо опублікованого матеріалу.

5) Монетизація. Контент-платформи надають можливість своїм користувачам заробляти кошти на власнествореному контенті через ряд механізмів (реклама, підписка на преміальний контент, спонсорські публікації тощо).

6) Аналітичні дані. На контент-платформах наявні інструменти для отримання аналітичних даних, що дозволяє користувачам відслідковувати ефективність створеного ними контенту та аналізувати сприйняття його аудиторією.

Контент-платформи в соціальних медіа розширюють можливості творчості та взаємодії, роблячи практично будь-яку форму виразності доступною для глобальної аудиторії [10].

Контент-платформи на сучасному етапі у більшості випадків охоплюють в собі соціальні мережі, блоги та формуми. Найяскравішим прикладом можна назвати YouTube, що є однією з найвідоміших та найбільших медіаплатформ сучасності. Вона надає можливості своїм користувачам не тільки переглядати та коментувати відео, але й самотійно їх завантажувати.

Професійні мережі в сфері соціальних медіа визначаються своєю спрямованістю на бізнес, кар'єрні можливості та професійний розвиток.

Професійні мережі – платформи, спрямовані на професійне мережування та обмін робочою інформацією.

Професійні мережі дають можливість:

- створювати професійні профілі, де вони представляють свої навички, досвід роботи, освіту та інші професійно значущі дані.
- користувачам з'єднуватися з колегами, співробітниками, партнерами та іншими спеціалістами у певній сфері.
- шукати вакансії, розміщати власні або створювати співпраці з рекрутами. Професійні соціальні мережі набирають обертів у сучасному світі та стають не тільки ефективним інструментом кар'єрного росту, але й місцем пошуку нових професійних можливостей.
- обговорення тем, пов'язаних з конкретною галуззю чи професією. У користувачів є змогу ділитися знаннями, дослідженнями та поглядами.
- для навчання та розвитку здібностей через проходження онлайн-курсів, вебінарів та інших освітніх ініціатив.
- будувати особистий бренд, демонструючи власну експертність та взаємодію зі спільнотою [7].

Професійні мережі в соціальних медіа стають центральним місцем для розвитку професійних зв'язків, обміну досвідом та знаходження нових можливостей в сфері праці.

Професійні мережі в соціальних медіа стають центральним місцем для розвитку професійних зв'язків, обміну досвідом та знаходження нових можливостей в сфері праці. LinkedIn є бізнес-орієнтована платформа, де у користувачів є можливість ділитися професійною інформацією та професійними досягненнями, а також переглядати вакансії на зацікавлені посади. Більш того дана вакансія дає змогу розширенню професійних контактів з людьми в будь-якій ніші та у будь-якому куточку світу.

Отже, соціальні медіа представляють собою широкий спектр платформ, які виконують свої функції аби задовільнити споживача.

1.3. Основні функції соціальних медіа

Соціальні медіа не тільки стали невід'ємною частиною сучасного цифрового світу, але й відіграють ключову роль у спілкуванні, інформаційному обміні та впливі на суспільство. Функції, що виконують соціальні медіа, відображають їх значущість та вплив на суспільство. До функцій соціальних медіа можна віднести організаційну, комунікативну, інформаційну, розважальну, репутаційну, рекомендаційну, комерційну, пізнавальну, улітарну та моніторингову [12].

Організаційна функція охоплює в собі можливість користувачів не тільки створювати, але й управляти різноманітними організаційними структурами на даному виді платформ. До цього входить створення списків «друзів» для управління особистими зв'язками, формування груп за інтересами або спільнот для обговорення конкретних тем та спільної діяльності. Користувачі мають змогу долучатися до різних організаційних структур залежно від власних інтересів та потреб, що сприяє формуванню різноманітних віртуальних груп та сприяє організації взаємодії між користувачами на платформі [13].

Вплив комунікативної функції соціальних медіа робить можливим взаємодію користувачів шляхом обміну контентом, спілкуванню відповідно до спільних інтересів та формуванню відносин. Крім цього, користувачі мають змогу обговорювати теми, що їх цікавлять, ділитися контентом, висловлювати свої думки та долучатися до спільнот. Взаємодія базується на різних типах зв'язків, таких як дружба, бізнесові партнерства та комерційні відносини. Комунікативна функція сприяє формуванню активного співтовариства користувачів та розвитку віртуальних спільнот [14].

Під інформаційною функцією соціальних медіа розуміють можливість створення платформи для створення та обміну різнобічним багатомедійним вмістом. Даний процес охоплює створення та додавання текстових повідомлень, фотографій, відео та інших форм мультимедійного змісту, а

також його зберігання та подальше поширення серед користувачів. Інформаційна функція покликана задовольняти потребу користувачів у доступі до різноманітної та актуальної інформації через різні мультимедійні формати [15].

За можливість користувачів взаємодіяти через різноманітні ігри та віртуальні світи відповідає розважальна функція, що включає в себе можливість грати в ігри, конкурувати або співпрацювати з іншими користувачами, взаємодіяти з віртуальними об'єктами та середовищами, а також будувати віртуальні спільноти. Розважальна функція створює простір для відпочинку та розваг, дозволяючи користувачам насолоджуватися віртуальними ігровими інтеракціями та взаємодіями в мережі [16].

А ось можливість користувачів активно управляти своєю особистістю в цифровому просторі та контролювати сприйняття їхньої репутації іншими користувачами залежить від *репутаційної функції*. Дана функція відповідає за можливість розміщення певних типів вмісту, вибір налаштувань конфіденційності, взаємодію з відгуками та коментарями. Учасники мають можливість будувати свій інтернет-образ та управляти своєю репутацією з урахуванням власних цінностей та вимог соціального співтовариства. Репутаційна функція також включає механізми захисту від негативних впливів та можливість формування позитивного сприйняття [17].

Рекомендаційна функція соціальних медіа забезпечує можливість користувачів створювати та обмінюватися інформацією, що включати в себе поради, рекомендації, огляди, інструкції та інші корисні дані. Користувачі можуть створювати бази даних або долучатися до існуючих, де вони діляться своїм досвідом, знаннями або іншою інформацією з іншими учасниками спільноти. Ця функція дозволяє користувачам активно взаємодіяти, надавати та отримувати цінну інформацію, що сприяє розвитку та обміну знаннями в мережі соціальних медіа [16].

Компанії та бренди використовують соціальні медіа для просування своїх продуктів, залучення уваги аудиторії, взаємодії з клієнтами та

підвищення впізнаваності свого бренду. За це відповідає *комерційна функція* та включає в себе можливість розміщення рекламних матеріалів із метою стимулювання інтересу і попиту на продукти або послуги. Реклама може приймати різні форми, такі як банери, спонсорські публікації, платні рекламні кампанії тощо. Ця функція є важливим інструментом для бізнесу, щоб залучати нових клієнтів, збільшувати продажі і підтримувати успішність компанії.

Пізнавальна функція визначає можливість створення та обговорення інформації, що стосується соціокультурних аспектів життя. Користувачі мають можливість ділитися новинами, ідеями, подіями, які впливають на соціокультурну сферу, що включає в себе обговорення сучасних тенденцій, культурних явищ, мистецтва, науки та інших аспектів, що відображають суспільство. Вказана функція дозволяє користувачам збагачувати свій світогляд, отримувати нові знання та взаємодіяти з іншими учасниками соціальної мережі на основі спільного інтересу до соціокультурної тематики [13].

Утилітарна функція визначається роллю соціальних медіа в організації повсякденного життя та обміні корисними прикладними навичками. Користувачі мають змогу обмінюватися практичними порадами, навичками та ідеями, спрямованими на поліпшення побуту. Дана функція включає в себе створення груп або спільнот, де учасники діляться досвідом та знаннями з практичних питань, таких як домашні господарювання, кулінарія, ремесла, сімейне виховання та інше. Утилітарна функція дозволяє створювати взаємодопомогу та сприяти покращенню якості життя користувачів шляхом обміну корисною інформацією та практичними порадами [17].

Моніторингова функція соціальних медіа включає в себе систематичний збір та аналіз різноманітних показників, що відображають активність користувачів та взаємодію з контентом. Дана функція включає в себе відслідковування кількості відвідувань, переглядів, реакцій (лайків та дизлайків), а також, докладний аналіз характеристик аудиторії. Моніторингова

функція дозволяє користувачам та адміністраторам визначати ефективність контенту, розуміти уподобання своєї аудиторії, а також, визначати рівень популярності та впливовість у соціальному просторі. Завдяки цій функції користувачі можуть адаптувати свої стратегії комунікації та створення контенту для досягнення більшого впливу та задоволення потреб своєї аудиторії [13].

Функції соціальних медіа дозволяють у повній мірі оцінити їх роль у сучасному світі та роблять медіа важливим елементом сучасного суспільства, сприяючи зв'язку, інформаційному обміну та розвитку різних аспектів культури та бізнесу.

Отже, соціальні медіа виконують різноманітні функції, включаючи комунікаційну, інформаційну, розважальну, організаційну, репутаційну та інші.

1.4. Роль і місце соціальних медіа в політичній комунікації

На сьогоднішній день нові технології значно впливають на політичний ландшафт в розвинених демократіях. Ці технології вносять суттєві зміни в стратегії політичних кампаній, активно проникають у різні аспекти суспільного життя та перетворюють способи комунікації всередині суспільства та між суспільством і владою. Цей процес трансформує не лише способи взаємодії між комунікаторами та аудиторією, але й моделі поведінки в сучасних політичних кампаніях [18].

Політиці необхідно пристосовуватися до будь-якої масової аудиторії, і в сучасних умовах неможливо досягти успіху в боротьбі за владу без доступу до традиційних ЗМІ, як електронних, так і друкованих. Проте досвід виборчих кампаній вказує на те, що Інтернет стає новим ефективним засобом впливу на електорат. Його переваги включають швидкість та миттєвість публікації інформації, відсутність просторово-часових обмежень для взаємодії, можливість формування груп однодумців навколо конкретної теми або

проблеми та оперативний зв'язок для моніторингу ситуації. Важливість віртуального інформаційного впливу в політиці продовжує зростати, відзначаючи стійку тенденцію.

Науковці відзначають, що Інтернет відновлює можливість індивідуального впливу на уряд та його політику. Це дає змогу громадянам взаємодіяти з урядом безпосередньо, зменшуючи залежність від виборних посадових осіб, політичних партій та груп, які захищають власні економічні інтереси. Інтернет, розширюючи можливості обміну інформацією, на одному рівні посилює вплив простих громадян на політику, а на іншому рівні зменшує вплив тих, хто має контроль над засобами масової інформації. Отже, чим більше можливостей для безпосереднього спілкування громадян з політичними лідерами, тим ймовірніше, що вони будуть більш активно залучені до політики, і чим активніше громадяни, тим сильніша їх привабливість як особистостей [1].

Інтернет фактично відтворює реальний світ і виконує ті ж функції, що і суспільство в реальному житті. Тому не дивно, що впливові громадські лідери стають все більше активними в соціальних мережах по всьому світу. Для політичних діячів присутність в соціальних мережах та блогосфері Інтернету надає унікальну можливість поєднувати стратегії просування політики та партії з ключовою рисою іміджу будь-якого політичного представника – доступність. Такий політик повинен бути неповторним, але одночасно близьким до свого виборця.

У соціальних мережах ця сторона особистості політика виявляється в повній мірі. Коли користувач бачить, що політик заповнив свій профіль, додав фотографії, регулярно оновлює свою сторінку та швидко та конкретно реагує на запитання, довіра до нього зростає. У цьому контексті комунікаційні сервіси в Інтернеті стають найбільш благодатним середовищем для політичної активності на різних рівнях. Представники влади, або ті, хто прагне зайняти політичну позицію, а також ті, хто має на меті підвищення своєї популярності

та впливу в інформаційному просторі, активно використовують соціальні мережі та блогосферу [19].

В останні роки все більше українських політиків і посадовців починають активно створювати свої акаунти в соціальних мережах. Це робиться з певною метою, а саме – для демонстрації своєї участі у віртуальній соціальній сфері та для власного політичного самопіару. Така практика є однією з проблем ефективного використання соціальних мереж в політичних цілях.

В умовах загальної недовіри до держави суспільство виявляє зацікавленість у отриманні оперативної інформації від самих учасників політичних та суспільних подій. Сучасні соціальні мережі виступають як великі системи, що постійно розвиваються і залучають значну кількість людей. Навіть якщо політик не має наміру створювати свою офіційну сторінку чи групу в найпопулярнішій соціальній мережі, він зобов'язаний бути в курсі подій, розуміти громадські настрої та слідкувати за відгуками про себе. Сьогодні традиційні ЗМІ активно використовують інформацію, яка з'являється в блогосфері та соціальних мережах [20].

У сучасних умовах віртуальна політика переходить на новий рівень з формуванням віртуальних політичних структур, що відрізняються від будь-яких попередніх об'єднань, організацій чи рухів. Інтернет вніс значний внесок у питання об'єднання людей за різними ознаками, будь то політичні переконання, інтереси чи спільні проблеми.

Багато політиків звертають увагу на переваги політичної реклами в Інтернеті. У порівнянні з телевізійними роликами, які «живуть» кілька секунд, або газетними публікаціями, що мають короткий термін життя кількох днів, тексти і відеофайли в мережі можуть існувати значно довше, навіть місяці або роки. Особливо важливо це враховувати в контексті посилення фінансового контролю за передвиборчою рекламою та зростання вартості рекламних послуг у традиційних ЗМІ [21].

Політика відіграє важливу роль у суспільстві, адже політична система країни відповідає за її роль на світовій арені. Соціальні медіа є ключовим

елементом політичної комунікації, адже виступають ефективним каналом для отримання лояльності від виборців та спілкуванню з ними. Ці платформи дають змогу створювати персональний бренд, контролювати та управляти репутацією того чи іншого політичного актора, висвітлювати погляди, плани та залучати громадян до активної участі у політичному житті країни.

Отже, разом із зростанням важливості соціальних медіа в сучасному світі, вони стали невід'ємною складовою політичної комунікації, реформуючи традиційні методи взаємодії політиків із суспільством.

Висновки до розділу 1

Соціальні медіа виявляються платформою, де комунікація стає багаторівневою, активність користувачів включає їхню активну участь у створенні вмісту, а взаємодія базується на демократичних принципах та відкритості.

Однак, разом із тим, вони можуть породжувати деякі виклики, такі як нерівномірний доступ до технологій, ризик індивідуалізації та ослаблення колективних дій в реальному житті, а також можливість спотворення обговорюваних проблем. Таким чином, розуміння та управління цими аспектами є ключовим для максимізації позитивного впливу соціальних медіа та зменшення їхніх негативних наслідків у сучасному інформаційному суспільстві.

Соціальні медіа включають в себе різні типи такі як мережі спілкування, мультимедійні платформи, блоги, форуми тощо. Кожен вид соціальних медіа виконує свої унікальні функції, визначаючи різні аспекти віртуальної взаємодії та обміну інформацією в інтернеті. Однак, незважаючи на їхню різноманітність, соціальні медіа в цілому відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, сприяючи комунікації, обміну ідеями та формуванню віртуальних спільнот.

Соціальні медіа виконують різнобічні функції і саме вони визначають важливу роль соціальних медіа в інформаційному суспільстві, де вони

впливають на різні сфери, такі як спілкування, обмін інформацією, розваги, організаційні процеси та бізнес-аспекти.

Соціальні медіа визначають нову еру політичної комунікації. Їхній вплив на політичний ландшафт стає ключовим, забезпечуючи політикам не тільки засіб комунікації, але і механізм для прямого взаємодії з виборцями. Соціальні медіа надають можливість миттєвого реагування, глибокого аналізу громадської думки та побудови взаємовідносин, які формують імідж політичних лідерів. Однак разом із цим вони вносять виклики у сферу етики, прозорості та контролю. Сучасна політична арена неможлива без активного використання соціальних медіа, що свідчить про їхню переважаючу роль у формуванні і сприйнятті політичних процесів.

2 ВИВЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ ПРАКТИКИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА СТАН ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ

2.1. Теоретичний опис масової політичної свідомості та її особливостей в інформаційному суспільстві

У сучасному світі роль політичної свідомості надзвичайно важлива. Людям потрібно бути об'єктивними та критичними у сприйнятті інформації, що надходить до них, оскільки велика кількість інформації може спотворювати реальність.

Політична свідомість – це частина світогляду, яка стосується політичного життя, розуміння власного місця в ньому і ставлення до політичних процесів та інститутів влади, а також усвідомлює політичну дійсності та роль особистості у ній [22].

Для формування політичної свідомості важливе усвідомлення кожною людиною особливостей своєї групи, її ідентичності, а також необхідності співпраці з політичною владою для захисту своїх і групових інтересів. Політична свідомість відображає також сприйняття політичної системи, ролі держави і громадян у суспільстві, а також прав і обов'язків особистості у політичному житті [23, с.229]. Вона формується під впливом різних факторів, таких як соціальне середовище, освіта, засоби масової інформації, політичний досвід, історична пам'ять та власний досвід. Роль політичних еліт і груп інтересів у формуванні громадської думки стала більш значущою, оскільки вони використовують різноманітні маркетингові технології та пропаганду для впливу на громадську думку на свою користь [24].

Сучасні науковці підтверджують, що політична свідомість суттєво впливає на розвиток демократичного суспільства. Вона сприяє формуванню активної громадянської позиції, забезпечує участь громадян у процесі прийняття рішень та контроль за діяльністю уряду. Тому розвиток політичної

свідомості є ключовим завданням для будь-якого суспільства, яке прагне досягти демократичних цінностей та принципів.

Феномен політичної свідомості виявляється в активності людей у політичному житті і відображає процес усвідомлення ними знань і цінностей. Це процес, що постійно змінюється та відображає вплив різних об'єктивних чинників і політичних суб'єктів, які здатні значно впливати на відносини в суспільстві та формування політичної системи. Результатом розвитку політичної свідомості є виникнення політичної культури та формування системи політичних переконань. Політичні переконання допомагають людині визначити своє місце у політичній системі, сформулювати свої цілі та цінності. Усвідомлюючи свої очікування та орієнтири, людина ідентифікує себе з певними соціальними групами, що дозволяє їй розуміти політичні процеси та брати активну участь у політичній діяльності. Велику роль у формуванні політичної свідомості грає інформація, яка надходить від політичних лідерів, офіційних джерел і розповсюдження неофіційної інформації, такої як чутки і плітки [25, с.24].

Рівень достовірності та повноти інформації дозволяє людині здійснювати свідомий вибір. ЗМІ виступають як складова громадянського суспільства, оскільки через них соціально активні особи виходять у широку публічну сферу. Використовуючи різноманітні технології та психологічні методи впливу, ЗМІ є потужними інструментами маніпулювання, спрямованими на оперативне та стратегічне керування. Зміни у сприйнятті інформації та поведінці людей часто відбуваються без урахування їхніх інтересів. ЗМІ звертаються до своєї цільової аудиторії та використовують політичні міфи для передачі інформації, яка може бути сприйнята аудиторією як правдива. Дані міфи можуть створювати ілюзії серед громадськості замість відображення реальності. Однак у певних обставинах політичні міфи можуть мобілізувати населення та впливати на їхні дії. Під час політичних виборів спостерігається активний вплив на громадську думку, мислення та політичну свідомість особистості.

Когнітивний аспект політичної свідомості охоплює рівень обізнаності, знань та уявлень про політику, які можуть бути не завжди об'єктивними і відповідати реальним подіям у суспільстві, оскільки можуть базуватися на чутках, а не на фактах. Саме це свідчить про недостатній рівень розвиненості політичної культури та необхідності звернення уваги на підвищення рівня політичної освіти та знань серед населення [26, с.26-27].

Еволюція політичної свідомості є постійним процесом у розвитку суспільства, що впливає не лише на погляди окремих груп, але і на індивідів взагалі. Основними факторами, що впливають на ці процеси, є зміни у соціально-економічних умовах, політичні кризи, нові технології, реструктуризація політичних систем, зростання глобалізації та інтернаціоналізації, а також зміни в демографічній структурі населення. Отже, під трансформацією політичної свідомості розуміється процес зміни політичних поглядів та переконань індивідів або суспільства.

Різні чинники впливають на формування та зміну політичної свідомості:

- Засоби масової інформації надають доступ до актуальних подій, дозволяючи аналізувати їх і робити висновки.
- Політична участь громадян у рішеннях суспільних питань, таких як участь у виборах, відображає цінність особистого впливу на політичні процеси.
- Спілкування з іншими людьми на політичні теми розширює кругозір та дозволяє обмінюватися інформацією.
- Участь у громадських організаціях та співпраця з активістами сприяє зрозумінню можливостей впливу на політичну ситуацію та захисту своїх прав і інтересів [27].

Отже, трансформаційні процеси, що відбуваються у масовій свідомості, виявляються не лише у внутрішньому оновленні цінностей, але й у перетині та співіснуванні різних груп населення з відмінними системами цінностей та зміні їх чисельності відносно одна одної.

У формуванні масової політичної свідомості сьогодні неможливо обійтися без доступу до інформації. Але інформаційний простір може бути засмічений фейковими новинами, маніпуляціями та пропагандою, що може впливати на уявлення громадян про політику. Тому важливо фільтрувати інформаційний простір для формування масової політичної свідомості. Це означає, що громадяни повинні мати доступ до об'єктивної та надійної інформації про політичну ситуацію в країні та світі. Фільтрацію інформаційного простору можна здійснювати за допомогою різних методів, наприклад, шляхом регулювання діяльності ЗМІ, контролю над поширенням фейкових новин та маніпулятивних матеріалів у соціальних мережах, а також підвищенням рівня медіаграмотності громадян [28].

«Детектор Медіа» провели кількісне дослідження для визначення рівня медіаграмотності серед українців. Дане дослідження було створене аби оцінити вміння населення свідомо сприймати, критично оцінювати та розумно використовувати різноманітні медійні джерела та інформаційні ресурси. Одним з питань було про актуальність дезінформації населенню [29]. На Рис.2.1. представлені відповіді населення України за 2020, 2021 та 2022 роки.



Рис.2.1. Дезінформація в ЗМІ: актуальність проблеми [29]

Значення проблем дезінформації вказують 61% опитаних (у порівнянні з 2020 році – 57%).

Крім цього, на Рис.2.2. зображено результати опитування щодо того чи перевіряють громадяни інформацію, опубліковану у ЗМІ.

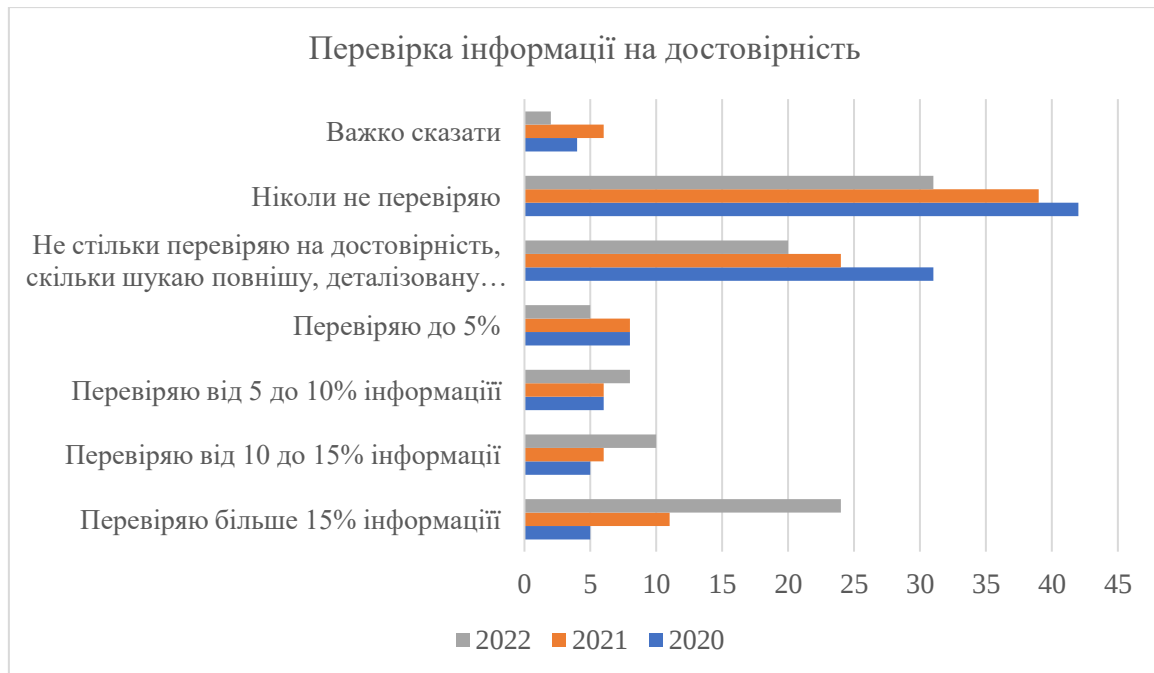


Рис.2.2. Перевірка інформації на достовірність [29]

Згідно з Рис.2.3. можна зробити висновок, що кількість українців, які перевіряють інформацію на достовірність зростає майже двічі і населення почало більш відповідально підходити до споживання інформації.

Можна зробити висновок, що населення стало більш реагувати на дезінформацію, перевіряти інформацію у ЗМІ та визнає її актуальність у сучасних реаліях. У свою чергу, це призводить до фільтрації інформаційного простору та формування стабільної масової політичної свідомості.

Отже, політична свідомість у сучасному інформаційному суспільстві формується під впливом подій та явищ у спільноті, світі та засобах масової інформації. Даний процес пов'язаний з критичним осмисленням соціополітичних процесів, здатністю об'єктивно та раціонально оцінювати події, а також узагальнювати і структурувати інформацію з різних джерел.

2.2. Основні форми впливу соціальних медіа на політичну свідомість суспільства

В епоху сучасних медіа, влада все більше отримує підтримки за допомогою цифрових методів впливу, спрямованих на формування масової свідомості. Проте політична еліта та держава активно використовують також маніпулятивні способи для поширення потрібних їм повідомлень серед громадськості. Зокрема, вони використовують соціальні мережі як новий канал впливу. Вивчення політичних технологій та інструментів у соціальних мережах допомагає краще зрозуміти, як формується масова свідомість та які принципи керують роботою політичних технологів у цифровому просторі.

Формування політичної свідомості передбачає, що суспільство розуміє політичне життя та власні цінності та інтереси. Різноманітність політичної свідомості зумовлена складністю та різноманітністю самого суспільства. Наша свідомість, сформована під впливом оточуючого середовища, може прямо впливати на реальність. Це відокремлює соціально-політичну свідомість від простого психологічного розуміння свідомості людини: вона не тільки відображає дійсність, але також відображає осмислене ставлення суб'єкта до того, що відображається, визначаючи подальші дії у процесі прийняття політичних рішень. Отже, свідомість людини не тільки відтворює світ і політичну реальність, але й активно створює їх, впливаючи на них своїми діями [2].

В сучасному світі одним із найефективніших методів впливу на свідомість людини є розгалужена мережа цифрових засобів масової комунікації. Політична комунікація зросла в швидкості поширення інформації. Значний обсяг, стислість та образність повідомлень підвищують інтенсивність впливу на аудиторію. Соціальні мережі, веб-портали, політичні блоги, форуми – це джерела інформації, які постійно оновлюються та мають значний вплив на політичну атмосферу. Таким чином, вони стають об'єктом

соціологічного аналізу, особливо, коли досліджуються фактори формування та зміни соціально-політичної свідомості.

Соціальна мережа в Інтернеті є онлайн-платформою, де користувачі можуть взаємодіяти між собою, утворюючи різні віртуальні спільноти та зв'язки, які підтримує програмне забезпечення платформи. Дані мережі значно спрощують сприйняття аудиторією ілюзорних або міфічних конструкцій реальності та формування соціально-політичних міфів. Згідно з думкою О.В. Палагнюка, міфи можуть довгий час впливати на сприйняття реальності і поведінку особи відповідно до того, як вони трактуються, що сприяє моделюванню свідомості та зміни соціальних установок і поведінки [2]. Існування політичних міфів у суспільстві суттєво спрощує вплив на громадську свідомість. Отже, для політичних сил важливо ефективно транслювати ці міфи та забезпечити їхнє повне усвідомлення членами суспільства.

До розгляду представлена мережа Facebook, оскільки вона володіє рядом характеристик, які роблять її привабливою для аналізу. По-перше, соціальні мережі стали важливим каналом для висвітлення різних питань громадського і політичного значення, як для звичайних користувачів, так і для політичних діячів. По-друге, вони є ефективним інструментом для мобілізації та координації протестних рухів. По-третє, соціальні мережі мають величезну аудиторію, що робить їх потужним засобом впливу. Наприклад, Facebook має понад 16 мільйонів зареєстрованих користувачів українського походження, що свідчить про широке поширення цієї платформи. Instagram, хоча й менш популярний, також має значну кількість користувачів, що становить 11 мільйонів. Також важливо відзначити, що на відміну від Instagram, де доступ до адміністрування публічних сторінок обмежений, на Facebook будь-хто може публікувати інформацію в спільноті. Таким чином, публічні сторінки Facebook можуть бути розглянуті як незалежні ЗМІ, що робить їх унікальним об'єктом для аналізу механізмів трансляції політичних міфів та ідеологем у соціальних мережах [30].

Часто те, що передається аудиторії, визначає систему уявлень про політичну реальність, встановлюючи рамки розуміння простору та часу, формуючи образи та тренди розвитку міфологічних ідей. Більшість працівників у політичній сфері спрямовують свої сюжети та образи на зміцнення соціального порядку, підтримку ієрархії та стабільності системи [31, с.84]. У суспільстві закоренилося, що негативні стереотипи швидше впливають на масову свідомість і затверджуються в ній. Такі обороти та вислови, що спочатку використовувалися в онлайн-спільнотах, поширюються в повсякденному мовленні, перетворюючись на частину загальної мовної практики. Сучасні політичні міфи формуються в умовах інформаційного перенасичення. За допомогою соціальних мереж створюються конкретні образи та концепції, які часто приймаються без попереднього аналізу та сумнівів.

Важливим аспектом впливу соціальних мереж на установки та погляди особистості є взаємодія між користувачами та авторитетами. У соцмережах кожен користувач має свій круг друзів та недругів. Хоча сам процес взаємодії між ними залишається предметом обговорення, інформація, яка з'являється в особистій стрічці новин, впливає на індивідуальне сприйняття, особливо якщо вона регулярно повторюється [32, с.289].

Отже, соціальні мережі можуть виступати ефективними майданчиками комунікації, які дозволяють відтворити широкий спектр громадської думки, виявляти розбіжності у поглядах та навіть здійснювати управління соціумом через маніпуляції. При цьому політичні технології в соціальних мережах є потужним засобом впливу на масову свідомість. Інформація, яка подається частинами, фрагментарна і не вимагає глибокого аналізу, сприяє формуванню «кліпового мислення», що, у свою чергу, сприяє міфологічному типу мислення. Також більшість політично спрямованих публікацій не просто інформують, а виконують ідеологічну функцію, активно залучаючи емоційний компонент, крім цього, застосовують формально-переконливий та інші методи впливу, серед яких мова є потужним інструментом.

2.3. Показові кейси впливу соціальних медіа на політичну свідомість в українському комунікативному просторі

Сучасне суспільство переживає історичний злам у способах сприйняття та обміну інформацією, а соціальні медіа виявляються ключовим фактором цієї трансформації. Завдяки швидкому розвитку технологій, соціальні мережі стали потужним інструментом впливу на громадську думку та формування політичної свідомості. Україна не залишається осторонь цього процесу, і вплив соціальних медіа на політичну сферу країни стає все більш помітним.

На сучасному етапі можна виділити декілька яскравих прикладів впливу соціальних мереж на політичну свідомість населення України.

Один з таких є період Євромайдан та Революції Гідності. Українська революція 2013-2014 років виявила яскравий вплив соціальних мереж на масові протести. 21 листопада 2013 року в мережі «Фейсбук» з'явився заклик вийти на протест проти авторитарного режиму Януковича. Цей заклик спровокував хвилю протестів не лише в Україні, а й серед української діаспори. На початку грудня 2013 року після жорстокого розгону мирних протестувальників в Києві, влада заблокувала мобільний зв'язок, але інформація про це швидко поширилася через соціальні мережі та Інтернет, спричинивши нові масові акції протесту по всій країні.

Від самого початку Євромайдану цифрові медіа та соцмережі стали важливим інструментом протесту. Розповсюдження нових технологій і доступ до Інтернету перетворили їх на потужний засіб для мобілізації, організації та координації протестних дій. Мобільні телефони та доступ до соцмереж надали учасникам протестів можливість отримувати та швидко поширювати інформацію, в тому числі й за межами країни [33].

Саме у цей період зрозла не тільки роль соціальних мереж серед українців, але й політична приналежність населення та сформувалося розуміння про демократичне майбутнє української держави.

У 2019 році під час виборчих кампаній в Україні соцмережі стали важливим інструментом, що відігравали ключову роль і продемонстрували свою потужність

Перемога Володимира Зеленського на виборах 2019 року підкреслює, що вміння користуватися соціальними медіа та їх особливостями є одним з ключових чинників політичного успіху сьогодні. У порівнянні з Facebook, Instagram відзначився найбільшим відсотком позитивних та нейтральних повідомлень. Даний феномен пояснюється тим, що численні акаунти та фан-сторінки, присвячені діючому президентові, генерували такий контент. Під час передвиборчої кампанії до парламенту інші політичні партії намагалися догнати «Слугу народу» у цій соцмережі, проте партія Зеленського значно випереджала їх, використовуючи Instagram як ефективний канал комунікації. Вона вдало перетворила політичні питання у формати, що популярні на цій платформі, що дало можливість прямої взаємодії з виборцями, які мають різні політичні інтереси. Дана стратегія дозволила швидше та ефективніше залучати громадян без посередництва ЗМІ, а також, надало населенню можливості бути почутим кандидатом та бути причетним до політичних змін в країні [34].

Після повномасштабного вторгнення Російською Федерацією соціальні медіа перетворилися на платформи не лише для обміну новинами, але й для спілкування між людьми. Під впливом цього люди виявляли максимальну співчутливість та намагалися допомагати один одному. Крім того, вони активно поширювали інформацію про події та потребу у допомозі, що стало надзвичайно важливим у початковий період війни і не давало їм зневіритися. Крім цього, соціальні медіа стали платцдармом, де кожен зрозумів, що він є частина цілої країни, власну самотність та причетність до сучасної політичної ситуації в країні.

Починаючи з 24 лютого 2022 року президент Володимир Зеленський почав щодня звертатися до громадськості через соціальні мережі, такі як Telegram та Instagram. Дані соціальні мережі він використовує аби розповідати про результати своєї роботи, інформуючи громадян про ключові події на

політичній арені. Такий підхід дозволяє негайно отримувати відгуки та розуміти настрої населення у коментарях. Також завдяки цьому відбувається зміцнення довіри громадян до влади та формування нової або більш стійкої політичної свідомості українського громадянина [35].

Протягом років війни відбулися значні трансформації в політичних та національних ідентичностях українців, а також у процесах формування нації. Вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року спричинило швидке зміцнення політичної самосвідомості та суттєво загострило кризу ідентичності, примушуючи громадян переглянути своє ставлення до Росії як зовнішньополітичного орієнтиру. Більшість російськомовних українців (приблизно 1/3) свідомо перейшли на українську мову, виявивши неприйняття співпраці з Росією, що може сприяти вирішенню мовних та релігійних питань у майбутньому.

Крім цього, після початку повномасштабної війни відчутний ріст інтересу громадян України до політичних аспектів життя. Люди стали уважніше стежити за подіями в Верховній Раді та політичними рішеннями. Також, більшість українського населення почало активно досліджувати політичні питання країни, навіть знаходячись за кордоном. Цей процес збагатив їхнє розуміння політичної дійсності та дозволив висловлювати власні погляди на події. Більше того, громадяни стали аналізувати інформацію та активно виявляти свою політичну позицію, як в приватному житті, так і в соціальних мережах [36].

Отже, Україна відчуває значний вплив соціальних медіа на політичну свідомість громадян. Соціальні мережі виступають як платформа для обміну інформацією, висловлення поглядів та формування громадянської позиції. За роки незалежності України соціальні медіа значною мірою повпливали на сучасне становлення політичної свідомості, як населення, так і кожного індивіда окремо. До важливих подій, що здійснили найбільший вплив, можна віднести Євромайдан та Революцію Гідності, президентські вибори 2019 року та повномасштабне вторгнення.

2.4. Позитивні і негативні соціальні наслідки впливу соціальних медіа на політичну свідомість.

У сучасній цифровій епохі соціальні медіа перетворили спосіб, яким ми взаємодіємо, комунікуємо та збираємо інформацію. Їх вплив на різні аспекти нашого життя, зокрема на політику, є надзвичайно значущим і не може бути недооціненим. Платформи соціальних мереж стали важливим інструментом для політичних діячів, політичних партій та громадськості для залучення, мобілізації та висловлення власних поглядів, проте існують як позитивні, так і негативні наслідки соціальних медіа на політичну свідомість [37].

На Рис.2.3. зображений позитивний та негативний вплив соціальних медіа на політичну свідомість.



Рис.2.3. Позитивний та негативний вплив соціальних медіа на політичну свідомість [37; 38; 39]

До позитивного впливу можна віднести:

1) Соціальні медіа сприяють підвищенню політичної активності, що виражається в залученні громадян до політичних процесів. Дані медіаплатформи створюють сприятливе середовище для активного спілкування та взаємодії між громадянами, політичними діячами,

кандидатами та політичними партіями. Люди можуть відстежувати дії політичних лідерів, висловлювати свої думки, спілкуватися та взаємодіяти з ними безпосередньо через ці платформи. Така безпосередня взаємодія сприяє розширенню участі громадян у політичних процесах та формуванню їхнього почуття політичної свідомості та причетності.

2) Соціальні медіа відіграють важливу роль у прискоренні поширення політичної інформації та подій, забезпечуючи швидкий доступ до актуальних новин у режимі реального часу. Медіаплатформи дозволяють користувачам швидко отримувати доступ до новинних матеріалів та оновлень, що сприяє підтримці активного інформаційного обміну та обговоренню ключових політичних питань. Такий механізм дозволяє громадянам бути в курсі подій і реагувати на них у найбільш оперативний спосіб [37].

3) Соціальні медіа створюють сприятливе середовище для розвитку та мобілізації низових політичних рухів. Платформи надають можливість активістам ефективно організовувати свою діяльність, підвищувати обізнаність громадськості щодо їхніх цілей та ефективно мобілізувати підтримку для реалізації своїх інтересів. Все це відкриває нові можливості для широкої участі громадян у політичних процесах і сприяє змінам у суспільстві через активну громадянську участь.

4) Соціальні медіа забезпечують механізми прозорості та підзвітності у політичних процесах, що полягає в тому, що політики та уряди перебувають під постійним наглядом та контролем громадськості на цих платформах. Громадяни мають можливість висловлювати свої погляди та притягати політичних діячів до відповідальності за їхні дії та рішення, що сприяє збільшенню рівня прозорості в політичній сфері. Цей процес сприяє підвищенню довіри громадян до політичної системи та зміцненню демократичних принципів управління [38].

Проте існує й негативний вплив соціальних медіа на політичну свідомість. До нього можна віднести:

1) Соціальні медіа можуть мати негативний вплив на політичну сферу через явище ехо-камер та поляризації громадської думки. Алгоритми, що керують контентом у соціальних мережах, націлені на відображення користувачам матеріалів, які відповідають їхнім вже існуючим поглядам і переконанням. Саме це може призвести до формування «ехо-камер», де користувачі оточуються лише подібно мислячими індивідами та не знаходять можливості для вислуховування альтернативних поглядів. Така ситуація сприяє посиленню політичної поляризації, ускладнюючи можливість для взаєморозуміння та конструктивної дискусії між різними політичними точками зору.

2) Розповсюдження фейкових новин та дезінформації в політичному контексті, особливо через соціальні медіа, викликає серйозні обурення і занепокоєння. Кампанії з політичної дезінформації, що активно розгортаються у віртуальному просторі, можуть значно спотворювати громадську думку та впливати на процеси, такі як, наприклад, вибори. Саме це створює загрозу для демократичних процесів та недоторканості інформаційної сфери, оскільки неправдива інформація може впливати на рішення громадян та спричиняти викривлення в політичному обговоренні [39].

3) Послаблення конфіденційності внаслідок величезних обсягів персональних даних, що збираються платформами соціальних мереж, викликає обурення у громадськості. Дана ситуація викликає занепокоєння щодо того, як ці дані використовуються з метою політичного таргетування та маніпулювання. Громадяни відчують загрозу приватності та можливість використання їхніх персональних даних для маніпуляції політичними силами, що може вплинути на довіру до процесів демократичного управління та непорушність виборчих процесів.

4) Проблема онлайн-переслідування та кібербулінгу стає важливим аспектом для політиків та публічних діячів у контексті їхньої участі в політичних процесах. Такі особи часто стикаються з випадками онлайн-стеження та образами у соціальних мережах, що може суттєво вплинути на

їхнє бажання залучатися до політики та громадської діяльності. А також, може призвести до психологічного стресу, втрати довіри до громадської діяльності та негативного впливу на психологічний стан політичних діячів [38].

Вплив соціальних мереж на формування політичної свідомості складно уявити без таких явищ як інформаційні бульбашки та ехо-камери. У Табл.2.1. наведено порівняльна характеристика цих двох явищ.

Табл.2.1. Порівняльна характеристика

Особливості	Інформаційна бульбашка	Ехо-камера
Визначення	Група людей, що перебуває в ізолюванні інформаційній середовищі, де вони отримують інформацію тільки від джерел, які підтверджують їхні власні погляди та переконання.	Феномен, при якому люди оточують себе іншими, які мають схожі погляди та думки, що підтверджують їхні власні переконання.
Закритість	Інформаційні бульбашки можуть бути відносно закритими групами, де доступ до різноманітної інформації, що суперечить їхнім поглядам, обмежений або відсутній.	Ехо-камери також можуть бути закритими, оскільки їхні учасники переважно взаємодіють лише з односторонніми, ігноруючи альтернативні точки зору.
Вплив на сприйняття	Інформаційні бульбашки можуть призводити до спотворення сприйняття дійсності та ускладнювати можливість об'єктивного аналізу інформації	Ехо-камери також можуть викликати спотворення сприйняття, оскільки учасники взаємодіють лише з тими, хто підтримує їхні погляди, що може спричинити виникнення вкорінених уявлень та переконань.
Ризики	Збільшений ризик поширення дезінформації та спотворення фактів, оскільки група не має доступу до різноманітних джерел інформації.	Загроза зменшення різноманітності думок та обмеження свободи вираження думок, що може призвести до виникнення популістських та радикальних точок зору.

Складено автором за даними [40;41]

Перспективи використання соціальних медіа в політиці вважаються невід'ємною складовою сучасного політичного ландшафту, і очікується, що їх вплив буде лише зростати в майбутньому. З удосконаленням технологій передбачається, що способи взаємодії між політичними процесами та соціальними мережами продовжать еволюцію, що відкриває нові можливості для покращення спілкування між політичними діячами та громадянами, а також для змін у способах мобілізації громадської підтримки та розвитку політичних кампаній.

У майбутньому можна очікувати зростання використання соціальних медіа політиками для цифрової агітації, збору фінансування та взаємодії з виборцями. Вказана тенденція свідчить про перехід до нових стратегій комунікації та мобілізації в політичних кампаніях, які залежать від широкого доступу до цифрових технологій та платформ соціальних мереж. Такий підхід відкриває можливості для більш ефективного взаємодії з виборцями та формування їхньої політичної свідомості через інтерактивність та персоналізований підхід [42].

Крім того, необхідно здійснювати спільні зусилля урядів і технологічних компаній для розробки і впровадження правил, які забезпечать прозорість та відповідальність у політичних процесах, що відбуваються на платформах соціальних мереж. Такі правила мають сприяти чесному та розумному використанню соціальних медіа для політичної агітації та сприяти створенню умов для взаємодії між урядом, громадськістю та технологічними компаніями з метою забезпечення справедливості та демократичності у цифровому просторі.

Розповсюдження громадянської освіти та розвиток медіаграмотності стають ключовими аспектами для зменшення негативного впливу соціальних медіа, що включає в себе широке поширення цифрової грамотності та навчання громадян навичкам критичного мислення, необхідним для розрізнення між достовірною інформацією та неправдивими новинами. Підвищення рівня обізнаності громадян стосовно впливу соціальних медіа

допоможе їм усвідомлювати потенційні ризики та вчасно реагувати на них, тим самим сприяючи покращенню якості інформаційного середовища та зміцненню демократичних цінностей [42].

Отже, вплив соціальних мереж на політику має багатогранний характер, який охоплює як позитивні, так і негативні аспекти. Роль користувачів полягає у відповідальному споживанні політичного контенту та активному включенні у політичний процес. Використання соціальних медіа для створення обґрунтованого, громадянського та відкритого дискурсу може стати ефективним інструментом для підвищення рівня демократії та громадянської участі. Залучення до цього процесу дозволяє максимально використовувати потенціал соціальних мереж для зміцнення демократичних цінностей та сприяти розвитку суспільства.

Висновки до розділу 2

У сучасному інформаційному суспільстві формування політичної свідомості відбувається через вплив подій та явищ, що відбуваються в спільноті, світі та засобах масової інформації. Цей процес передбачає критичне розуміння соціополітичних процесів, здатність об'єктивно оцінювати події та структурувати інформацію з різних джерел.

Соціальні мережі виступають потужним засобом комунікації, що дає змогу відтворити велику кількість громадських поглядів, виявляти розбіжності у них, повпливати на суспільну думку через різноманітні маніпуляції тощо. Більшість політичних повідомлень у соціальних мережах мають на меті викликати емоційну реакцію, а також застосовують маніпулятивні методи.

Україна переживає значний вплив соціальних медіа на політичну свідомість своїх громадян та протягом своєї незалежності соціальні медіа мали величезний вплив на формування політичної свідомості. До найважливіших подій, що суттєво вплинули на політичну свідомість українців, належать

Євромайдан та Революція Гідності, президентські вибори 2019 року, а також повномасштабне вторгнення.

Вплив соціальних мереж на політику має багато аспектів, які можуть бути як позитивними, так і негативними. Використання соціальних медіа для створення обґрунтованих громадянських дискусій сприяє розвитку демократії та громадянської участі. Оскільки залучення громадян до цього процесу допомагає максимально використати можливості соціальних мереж для підтримки демократичних цінностей та розвитку суспільства.

ВИСНОВКИ

У ході вирішення поставлених завдань були зроблені наступні висновки:

1) Соціальні медіа – унікальна та важлива платформа в сучасному суспільстві, забезпечуючи багаторівневу комунікацію та активну участь користувачів у створенні контенту. Вони сприяють глобальному обміну інформацією та формуванню віртуальних спільнот. Однак існують виклики, такі як нерівномірний доступ, ризик індивідуалізації та ослаблення колективних дій, вимагаючи ефективного управління для максимізації позитивного впливу та зменшення негативних наслідків.

2) Соціальні медіа – це різнорідна група платформ, що об'єднує користувачів для взаємодії та обміну інформацією. Ця класифікація включає різні види, такі як соціальні мережі, мультимедійні платформи, блоги, форуми та інші. Кожен тип соціальних медіа виконує унікальні завдання, визначаючи різні аспекти віртуальної взаємодії та обміну інформацією в онлайн-середовищі. Незважаючи на їхню різноманітність, соціальні медіа в цілому відіграють ключову роль у сучасному суспільстві, сприяючи комунікації, обміну ідеями та формуванню віртуальних спільнот.

3) Соціальні медіа виконують різнобічні функції, включаючи сприяння комунікації, поширення інформації, розваг, організаційні аспекти, управління репутацією та інші. Ці різноманітні функції визначають важливу роль соціальних медіа в інформаційному суспільстві, де вони впливають на різні сфери, такі як спілкування, обмін інформацією, розваги, організаційні процеси та бізнес-аспекти.

4) Сучасна політична арена не уявляється без активного використання соціальних медіа, надаючи політикам не лише інструмент для взаємодії, але й механізм прямого спілкування з виборцями. Їх вплив на політичний ландшафт визнається ключовим, оскільки вони дозволяють миттєво реагувати, аналізувати громадську думку та будувати відносини, що формують імідж політичних лідерів.

5) У сучасному інформаційному суспільстві формування політичної свідомості залежить від того, які події та явища відбуваються у нашій спільноті, в світі та в мас-медіа. Даний процес вимагає від населення критичного сприйняття соціополітичних процесів, уміння оцінювати події об'єктивно та структурувати інформацію з різних джерел. Крім цього, останнім часом зростає актуальність питання про дезінформацію в українському суспільстві, а також, у порівнянні з 2020 роком, виріс відсоток населення, що перевіряють інформацію, майже у двічі.

6) Соціальні мережі слугують потужним майданчиками для комунікації, де зустрічаються різні точки зору. Дані платформи впливають на громадську думку через ряд різноманітних маніпуляцій, до яких відносять емоційний підхід, методи впливу, ідеологічні функції, а також мовленеві питання. Незважаючи на те, що використання політичних стратегій у соціальних мережах стає потужним інструментом для формування масової політичної свідомості, дуже часто можна зустріти, що поширювана інформація є поверхневою, фрагментарною та потребує детального аналізу та перевірки.

7) В українському суспільстві соціальні мережі значною мірою впливають на свідомість громадян. На разі соціальні платформи виступають не лише як канали обміну інформацією, а й як майданчики для висловлення поглядів та формування громадянської позиції. Протягом усіх років незалежності України соціальні медіа відіграють величезний вплив на формування політичної свідомості громадян. До найважливіших подій, що суттєво вплинули на масову політичну свідомість, належать Євромайдан та Революція Гідності, президентські вибори 2019 року, а також повномасштабне вторгнення

8) Вплив соціальних мереж на сучасному етапі важко переоцінити, адж він відбувається у різноманітних формах, що мають як позитивні, так і негативні сторони. До позитивних можна віднести: підвищення політичної активності, швидке поширення інформації, мобілізація та громадські кампанії,

прозорість та підзвітність. До негативних аспектів належать: ехо-камери та поляризація, дезінформація та дезінформація, проблеми конфіденційності, переслідування та кібербулінг. Незважаючи на це, соціальні мережі являють собою інструмент для досягнення демократії, активізації громадської участі та сприяння розвитку суспільства.

Отже, отримані результати кваліфікаційної роботи можуть сприяти подальшому теоретичному дослідженню цієї теми, а також можуть бути використані як підґрунття для вирішення проблем щодо дезінформації, маніпуляцій та впливу на політичну свідомість населення у соціальних мережах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зуйковська А. Соціальні мережі як середовище політичної комунікації. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/zuikovska_sotsialni.pdf
2. Палагнюк О. Соціальна солідарність: політична технологія чи природний процес? Сучасні політичні технології: досвід та перспективи реалізації в Україні, 2021. С. 117-122.
3. Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. URL: <https://zounb.zp.ua/resource/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv>
4. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/yanchenko_sotsialni.pdf
5. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства: збірник наукових праць. 2017. № 3. С. 93–100.
6. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства / О. С. Онищенко та ін.; Нац. акад. наук України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К.: НБУВ, 2013. – 248.
7. Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіа критики // Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/sotsialni-media-yak->
8. Економіка соціальних медіа: навчальний посібник. – Тернопіль: ЗУНУ, 2023. – 300с.
9. Піняк І. Класифікація соціальних медіа. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29379/2/RSPIC_2019_Pinyak_I-The_social_media_categories_141-142.pdf
10. The 7 different types of social media. URL: <https://biteable.com/blog/the-7-different-types-of-social-media/>

11. Плещенко К. Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження / К. Плещенко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2013 р., No 2 (14). – С. 97–101.
12. Шульга М. І. Система соціальних медіа у процесі інтеграції у маркетингові комунікації. Науковий блог : заголовок з екрану. URL: <http://naub.org.ua>.
13. Вахула Б. Я. Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2012. No. 6. С. 311–319.
14. Функції медіа. URL: <https://uadim.in.ua/mystectvo-zmin/tpost/msp7kg86j1-funkts-meda>
15. Bowman S. We Media: How audiences are shaping the future of news and information. URL: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.
16. Половинчак Ю. Особливості інтерактивного простору соціальних медіа в контексті реалізації маніпулятивних технологій. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/polovynchak_osoblyvosti.pdf
17. The Political Significance of Social Media Activity and Social Network. URL: https://www.researchgate.net/publication/322941896_The_Political_Significance_of_Social_Media_Activity_and_Social_Networks
18. Економіка соціальних медіа: сучасні тренди та особливості ринку. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/94.pdf
19. Keren M. Blogosphere: The new political arena. URL: <http://www.lexingtonbooks.com/Catalog/SingleBook.shtml>
20. Данько Ю. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації. URL: <https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2015/2015-2-2/32.pdf>
21. Stieglitz S. Social media and political communication: a social media analytics framework / S. Stieglitz, L. Dang-Xuan. Soc. Netw. Anal. Min. 2012. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>.

22. Політична

свідомість.

URL:

[https://vue.gov.ua/Політична_свідомість#:~:text=Політична%20свідомість%20%20форма%20суспільної%20свідомості,у%20них%20\(політична%20самосвідомість\)](https://vue.gov.ua/Політична_свідомість#:~:text=Політична%20свідомість%20%20форма%20суспільної%20свідомості,у%20них%20(політична%20самосвідомість))

23. Краснокутський О. Політична свідомість як утворюючі складова процесу формування ідеології державотворення. ЗДІА: гуманітарний вісник. 2013. No 52. С.227-238.

24. Цурканова І. Політична свідомість нового «Покоління X, Y, Z» в розбудові українського суспільства. Регіональні студії. 2022. No 29. URL: <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/29/18.pdf>

25. Залевська І. І., Удренас Г. І. Інформаційна безпека України в умовах російської військової агресії. Південноукраїнський правничий часопис. 2022. No 1. С.20-26.

26. Воронкова В., Кивлюк О., Андрюкайтене Р. Еволюція від активного відповідального громадянства до цифрового в контексті критичного мислення: досвід країн ЄС. Humanities studies. Collection of Scientific Papers / Ed. V . Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house «Helvetica», 2023. 14 (91). С. 23–34.

27. Чорна І. Трансформація масової політичної свідомості в умовах модернізації політичної системи України. Питання психології. Вісник Національного університету оборони України. 2021.URL: <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/227707/228908>

28. Череп А., Воронкова В., Череп О. Вплив цифрової економіки на прискорення відновлення економіки після пандемії і російсько-української війни. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-4315/>

29. Індекс медіаграмотності українців: 2020-2022 (коротка презентація). URL: <https://detector.media/infospace/article/210209/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-korotka-prezentatsiya/>

30. Свідерська О. Формування віртуального натовпу шляхом маніпуляції свідомості населення. Гілея: науковий вісник. 2019. С. 62–66.

31. Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж. Харків: Клуб сімейного дозвілля. 2019. 320 с.
32. Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку. Київ: Наш формат. 2018. 376 с.
33. Манелюк Ю.М. Сучасні медійні технології у революціях нового типу: Україна і світ. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/950e924c-869b-408b-8400-8b280b7ea974/content>
34. Як соцмережі впливають на політику в Україні: висновки дослідження. URL: <https://internews.ua/opportunity/social-network-research>
35. Соціальні мережі під час війни: як мають змінитися платформи і самі користувачі. URL: <https://cedem.org.ua/news/sotsialni-merezhi-pid-chas-viyny/>
36. Ставлення українців до влади під час повномасштабної війни – Фонд «Демократичні ініціативи» ім.Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/article/stavlennya-ukraintsiv-do-vladi-pid-chas-povnomasshtabnoi-viyni>
37. The Impact of Social Media on Politics. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/impact-social-media-politics-indhuja-anandan-eybdf>
38. The Impact of Social Media on Political Discourse: A Look at the Pros and Cons. URL: https://englishpluspodcast.com/the-impact-of-social-media-on-political-discourse-a-look-at-the-pros-and-cons/#google_vignette
39. Sianturi K. The Impact of Social Media on Political Engagement and Community Participation URL: <https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/8030>
40. What is an echo chamber? URL: <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-media-literacy/what-is-an-echo-chamber/1/#>
41. Filter bubbles and chambers. URL: <https://www.fondationdescartes.org/en/2020/07/filter-bubbles-and-echo-chambers/>

42. The negative impact of social media on politics. URL:
<https://www.netlaw.bg/en/a/the-negative-impact-of-social-media-on-politics>